

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНЖЕНЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

УТВЕРЖДАЮ

И.о. проректора по учебной работе

(подпись) **Василенко В.Н.**
(Ф.И.О.)

«30» мая 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ

Деловые коммуникации

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)
**Управление промышленными предприятиями и
инфраструктурными организациями**

Квалификация выпускника
Бакалавр

Воронеж

1. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины «Деловые коммуникации» является формирование компетенций обучающегося в области профессиональной деятельности и сфере профессиональной деятельности:

08 Финансы и экономика (в сферах: внутреннего и внешнего финансового контроля и аудита; финансового консультирования; управления рисками; организации закупок; исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий; продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий; управления проектами; контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений; консалтинга).

Дисциплина направлена на решение задач профессиональной деятельности *информационно-аналитического; организационно-управленческого; финансового и предпринимательского* типов.

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ п/п	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	ПКв-1	<i>Способен разрабатывать мероприятия по управлению рисками</i>	<i>ИД2_{ПКв-1} – Взаимодействует с сотрудниками организации при составлении планов и разработке мероприятий по управлению отдельными видами рисков.</i>
2	ПКв-4	<i>Способен использовать базовые принципы и инструменты поддержки процессов управления отдельными видами рисков</i>	<i>ИД1_{ПКв-4} - Использует нормы корпоративного управления и поддержания деловых контактов в управлении рисками</i>

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения (показатели оценивания)
<i>ИД2_{ПКв-1} – Взаимодействует с сотрудниками организации при составлении планов и разработке мероприятий по управлению отдельными видами рисков.</i>	<i>Знает: нормы профессиональной этики и требования к обеспечению сохранения коммерческой тайны</i>
	<i>Умеет: выстраивать коммуникации при взаимодействии с ответственными за риск сотрудниками организации</i>
	<i>Владеет: навыками взаимодействия с сотрудниками организации - владельцами риска при составлении планов и разработке мероприятий по управлению отдельными видами рисков</i>
<i>ИД1_{ПКв-4} - Использует нормы корпоративного управления и поддержания деловых контактов в управлении рисками</i>	<i>Знает: нормы корпоративного управления и поддержания деловых контактов в управлении рисками</i>
	<i>Умеет: устанавливать и поддерживать деловые контакты, связи, отношения с сотрудниками компании, в том числе ответственными за риск работниками</i>
	<i>Владеет: навыками использования норм корпоративного управления при поддержании деловых контактов в процессе профессиональной деятельности, включая управление рисками</i>

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к *части, формируемой участниками образовательных отношений* Блока 1 ОП. Дисциплина является обязательной к изучению.

Дисциплина является предшествующей для *изучения последующих дисциплин, практик:*

Теория рисков;

Лидерство и формирование команды;

Бизнес-планирование;

Управление проектами;

Управление изменениями;

Управление рисками;

Управление инновационно-инвестиционной деятельностью;

Методы принятия управленческих решений;

Антикризисное управление предприятием / Кризисная диагностика;

Управление затратам и иконтроллинге / Управленческий учет и бюджетирование;

Связи с общественностью;

Система государственного и муниципального управления;

Производственной практики, технологической (проектно-технологической) практики;

Производственной практики, преддипломной практики.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы.

Виды учебной работы	Всего академических часов	Распределение трудоемкости по семестрам, ак. ч.
		2
Общая трудоемкость дисциплины	72	72
Контактная работа в т. ч. аудиторные занятия:	37	37
Лекции	18	18
<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	-	-
Практические занятия	18	18
<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	18	18
Консультации текущие	0,90	0,90
<i>Вид аттестации (зачет)</i>	0,1	0,1
Самостоятельная работа:	35	35
Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	5,4	5,4
Подготовка к практическим занятиям	6,2	6,2
Реферат	10,0	10,0
Другие виды самостоятельной работы (в том числе решение кейс-заданий, подготовка к тестированию)	13,4	13,4

5 Содержание дисциплины, структурированное по разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1 Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Трудоемкость раздела, ак.ч
1	Особенности делового	Особенности деловой коммуникации.	7,28

	вой коммуникации, ее основные виды	Понятие и основные виды деловой коммуникации и их специфика. Коммуникационный процесс и его этапы, в том числе и при управлении рисками.	
2	Методы делового общения. Манипуляции	Особенности интерактивной фазы деловых коммуникаций. Стили делового взаимодействия: сотрудничество, соперничество, приспособление, избегание. Коммуникации при взаимодействии с ответственными за риск сотрудниками организации. Техника убеждения и влияния: привлечение к деятельности, заражение, адаптация.	9,28
3	Формы деловых коммуникаций	Формы деловых коммуникаций. Деловая беседа – структура, особенности этапов. Установление контакта и техника «Small talk». Деловое совещание. Переговоры – определение, цели переговоров, место переговоров в ситуациях делового общения. Телефонные коммуникации и их особенности. Деловая переписка. Взаимодействия с сотрудниками организации - владельцами риска при составлении планов и разработке мероприятий по управлению отдельными видами рисков.	19,16
4	Презентация в деловых коммуникациях	Презентация как форма коммуникации, основные виды и ситуации презентации. «Треугольник презентации» - тема, спикер, целевая аудитория. Основные правила создания иллюстративного материала для презентации. Работа с аудиторией – основные правила и приемы. Нормы профессиональной этики и требования к обеспечению сохранения коммерческой тайны. Ошибки выступающего.	10,06
5	Вербальные и невербальные средства коммуникации. Коммуникативные барьеры	Особенности вербального и невербального поведения и невербальных средств в деловом общении, их функции. Деловые контакты, связи, отношения с сотрудниками компании, в том числе ответственными за риск работниками. Системы передачи невербальной информации и их основные характеристики. Выражение эмоциональных состояний и отношения к партнеру по общению при помощи невербальных средств. Коммуникативные барьеры и пути их преодоления.	9,28
6	Управление репутацией как стратегический ресурс формирования сбалансированной коммуникационной политики	Роль коммуникаций в формировании репутации. Внутренние и внешние факторы влияния на целевые группы. Формирование корпоративной репутации: факторы влияния; нормы корпоративного управления, профессиональной этики и требования к обеспечению сохранения коммерческой тайны Корпоративная коммуникация. Оценка эффективности. Нормы корпоративного управления при поддержании деловых контактов в процессе профессиональ-	8,66

		ной деятельности, включая управление рисками.	
7	Этика и имидж современного менеджмента	Понятие и принцип построения делового имиджа. Основные формы выражения делового имиджа.	7,28
	Консультации текущие		0,90
	Зачет		0,1

5.2 Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции, ак.ч	Практические занятия, ак. ч	СРО, ак.ч.
1	Особенности деловой коммуникации, ее основные виды	2	2	3,28
2	Методы делового общения. Манипуляции	2	2	5,28
3	Формы деловых коммуникаций	6	4	9,16
4	Презентация в деловых коммуникациях	2	3	5,06
5	Вербальные и невербальные средства коммуникации. Коммуникативные барьеры	2	2	5,28
6	Управление репутацией как стратегический ресурс формирования сбалансированной коммуникационной политики	2	3	3,66
7	Этика и имидж современного менеджмента	2	2	3,28
	Консультации текущие	0,90		
	Зачет	0,1		

5.2.1 Лекции

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тематика лекционных занятий	Трудоемкость, ак. ч
1	Особенности деловой коммуникации, ее основные виды	Особенности деловой коммуникации. Понятие и основные виды деловой коммуникации и их специфика. Коммуникационный процесс и его этапы, в том числе и при управлении рисками.	2
2	Методы делового общения. Манипуляции	Особенности интерактивной фазы деловых коммуникаций. Стили делового взаимодействия: сотрудничество, соперничество, приспособление, избегание. Коммуникации при взаимодействии с ответственными за риск сотрудниками организации. Техника убеждения и влияния: привлечение к деятельности, заражение, адаптация.	2
3	Формы деловых коммуникаций	Формы деловых коммуникаций. Деловая беседа – структура, особенности этапов. Установление контакта и техника «Small talk». Деловое совещание. Переговоры – определение, цели переговоров, место переговоров в ситуациях делового общения. Телефон-	6

		ные коммуникации и их особенности. Деловая переписка. Взаимодействия с сотрудниками организации - владельцами риска при составлении планов и разработке мероприятий по управлению отдельными видами рисков.	
4	Презентация в деловых коммуникациях	Презентация как форма коммуникации, основные виды и ситуации презентации. «Треугольник презентации» - тема, спикер, целевая аудитория. Основные правила создания иллюстративного материала для презентации. Работа с аудиторией – основные правила и приемы. Нормы профессиональной этики и требования к обеспечению сохранения коммерческой тайны. Ошибки выступающего.	2
5	Вербальные и невербальные средства коммуникации. Коммуникативные барьеры	Особенности вербального и невербального поведения и невербальных средств в деловом общении, их функции. Деловые контакты, связи, отношения с сотрудниками компании, в том числе ответственными за риск работниками. Системы передачи невербальной информации и их основные характеристики. Выражение эмоциональных состояний и отношения к партнеру по общению при помощи невербальных средств. Коммуникативные барьеры и пути их преодоления.	2
6	Управление репутацией как стратегический ресурс формирования сбалансированной коммуникационной политики	Роль коммуникаций в формировании репутации. Внутренние и внешние факторы влияния на целевые группы. Формирование корпоративной репутации: факторы влияния; нормы корпоративного управления, профессиональной этики и требования к обеспечению сохранения коммерческой тайны Корпоративная коммуникация. Оценка эффективности. Нормы корпоративного управления при поддержании деловых контактов в процессе профессиональной деятельности, включая управление рисками.	2
7	Этика и имидж современного менеджмента	Понятие и принцип построения делового имиджа. Основные формы выражения делового имиджа.	2

5.2.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тематика практических занятий	Трудоемкость, ак. ч.
1	Особенности деловой коммуникации, ее основные виды	Определение особенностей деловой коммуникации. Изучение понятия и основных видов деловых коммуникаций и их специфики. Рассмотрение коммуникационного процесса и определение его этапов, в том числе и при управлении рисками.	2
2	Методы делового общения. Манипуляции	Изучение особенностей интерактивной фазы деловых коммуникаций. Умение выстраивать коммуникации при взаимодействии с ответственными за риск сотрудниками организации. Стили делового взаимодействия: сотрудничество, соперничество, приспособление, избегание. Применение техники убеждения и влияния: привлечение к деятельности, заражение, адаптация.	2

3	Формы деловых коммуникаций	Изучение форм деловых коммуникаций. Деловая беседа – структура, особенности этапов. Установление контакта и техника «Small talk». Деловое совещание. Переговоры – определение, цели переговоров, место переговоров в ситуациях делового общения. Телефонные коммуникации и их особенности. Деловая переписка. Взаимодействия с сотрудниками организации - владельцами риска при составлении планов и разработке мероприятий по управлению отдельными видами рисков.	4
4	Презентация в деловых коммуникациях	Презентация как форма коммуникации, основные виды и ситуации презентации. «Треугольник презентации» - тема, спикер, целевая аудитория. Применение основных правил создания иллюстративного материала для презентации. Применение основных правил и приемов при работе с аудиторией. Нормы профессиональной этики и требования к обеспечению сохранения коммерческой тайны. Проработка ошибок выступающего.	3
5	Вербальные и невербальные средства коммуникации. Коммуникативные барьеры	Особенности вербального и невербального поведения и невербальных средств в деловом общении, их функции. Системы передачи невербальной информации и их основные характеристики. Выражение эмоциональных состояний и отношения к партнеру по общению при помощи невербальных средств. Выявление коммуникативных барьеров и путей их преодоления.	2
6	Управление репутацией как стратегический ресурс формирования сбалансированной коммуникационной политики	Выявление роли коммуникаций в формировании репутации. Определение внутренних и внешних факторов влияния на целевые группы. Формирование корпоративной репутации: факторы влияния, нормы корпоративного управления, профессиональной этики и требования к обеспечению сохранения коммерческой тайны. Корпоративная коммуникация. Оценка эффективности. Использование норм корпоративного управления при поддержании деловых контактов в процессе профессиональной деятельности, включая управление рисками.	3
7	Этика и имидж современного менеджмента	Понятие и принцип построения делового имиджа. Основные формы выражения делового имиджа.	2

5.2.3 Лабораторный практикум – не предусмотрен

5.2.4 Самостоятельная работа обучающихся

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид СРО	Трудоемкость, ак.ч
1	Особенности деловой коммуникации, ее основные виды	Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	0,60
		Подготовка к практическим/лабораторным занятиям	0,68
		Другие виды самостоятельной работы (в том числе решение кейс-заданий, подготовка к тестированию)	2,00
2	Методы делового общения. Манипуляции	Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	0,60

		Подготовка к практическим/лабораторным занятиям	0,68
		Реферат	2,00
		Другие виды самостоятельной работы (в том числе решение кейс-заданий, подготовка к тестированию)	2,00
3	Формы деловых коммуникаций	Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	1,80
		Подготовка к практическим/лабораторным занятиям	1,36
		Реферат	2,00
		Другие виды самостоятельной работы (в том числе решение кейс-заданий, подготовка к тестированию)	4,00
4	Презентация в деловых коммуникациях	Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	0,60
		Подготовка к практическим/лабораторным занятиям	1,06
		Реферат	2,00
		Другие виды самостоятельной работы (в том числе решение кейс-заданий, подготовка к тестированию)	1,40
5	Вербальные и невербальные средства коммуникации. Коммуникативные барьеры	Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	0,60
		Подготовка к практическим/лабораторным занятиям	0,68
		Реферат	2,00
		Другие виды самостоятельной работы (в том числе решение кейс-заданий, подготовка к тестированию)	2,00
6	Управление репутацией как стратегический ресурс формирования сбалансированной коммуникационной политики	Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	0,60
		Подготовка к практическим/лабораторным занятиям	1,06
		Реферат	1,00
		Другие виды самостоятельной работы (в том числе решение кейс-заданий, подготовка к тестированию)	1,00
7	Этика и имидж современного менеджмента	Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	0,60
		Подготовка к практическим/лабораторным занятиям	0,68
		Реферат	1,00
		Другие виды самостоятельной работы (в том числе решение кейс-заданий, подготовка к тестированию)	1,00

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Для освоения дисциплины обучающийся может использовать:

6.1 Основная литература

1. Байтасов, Р. Р. Деловые коммуникации / Р. Р. Байтасов. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 256 с. <https://e.lanbook.com/book/362888>

2. Волчѐнкова, А. С. Деловые коммуникации : учебно-методическое пособие / А. С. Волчѐнкова, Н. А. Сухочева. — Орел : ОрелГАУ, 2022. — 47 с. <https://e.lanbook.com/book/322046>

3. Приходько, О. В. Деловые коммуникации : учебное пособие / О. В. Приходько, И. Л. Самойлов, О. Ю. Шубкина. — Красноярск : СФУ, 2020. — 368 с. <https://e.lanbook.com/book/181635>

6.2 Дополнительная литература

1. Основы деловой и межкультурной коммуникации : учебное пособие / составитель Ю. В. Безбородова. — Нижневартовск : НВГУ, 2019. — 84 с. <https://e.lanbook.com/book/136227>

2. Сиганьков, А. А. Деловые коммуникации : учебное пособие / А. А. Сиганьков. — Москва : РТУ МИРЭА, 2021. — 70 с. <https://e.lanbook.com/book/218462>

6.3 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

Деловые коммуникации : методические указания и задание для самостоятельной работы студентов / Воронеж. гос. ун-т инж. технол.; сост. И. П. Богомолова, И. Н. Василенко. — Воронеж : ВГУИТ, 2021. — 20 с. <http://education.vsu.ru>

6.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
Научная электронная библиотека	http://www.elibrary.ru/defaulttx.asp?
Образовательная платформа «Юрайт»	https://urait.ru/
ЭБС «Лань»	https://e.lanbook.com/
АИБС «МегаПро»	https://biblos.vsu.ru/MegaPro/Web
Сайт Министерства науки и высшего образования РФ	http://minobrnauki.gov.ru
Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «ВГУИТ»	http://education.vsu.ru
Портал открытого on-line образования	https://npoed.ru/
Справочно-правовая система «Консультант Плюс»	https://www.consultant.ru/

6.5 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При изучении дисциплины используется программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы: ЭИОС университета, в том числе на базе программной платформы «Среда электронного обучения 3KL».

При освоении дисциплины используется лицензионное и открытое программное обеспечение

Программы	Лицензии, реквизиты подтверждающего документа
Adobe Reader XI	(бесплатное ПО) https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader/volume-distribution.html
Альт Образование	Лицензия № AAA.0217.00 с 21.12.2017 г. по «Бессрочно»
Microsoft Windows 8	Microsoft Open License

Microsoft Windows 8.1	Microsoft Windows Professional 8 Russian Upgrade Academic OPEN 1 License No Level#61280574 от 06.12.2012 г. https://www.microsoft.com/ru-ru/licensing/licensing-programs/open-license
Microsoft Office Professional Plus 2010	Microsoft Open License Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic OPEN 1 License No Level #48516271 от 17.05.2011 г. https://www.microsoft.com/ru-ru/licensing/licensing-programs/open-license
Microsoft Office 2007 Standart	Microsoft Open License Microsoft Office 2007 Russian Academic OPEN No Level #44822753 от 17.11.2008 https://www.microsoft.com/ru-ru/licensing/licensing-programs/open-license
Libre Office 6.1	Лицензия № AAA.0217.00 с 21.12.2017 г. по «Бессрочно» (Включен в установочный пакет операционной системы Альт Образование 8.2)

Справочно-правовые системы

Программы	Лицензии, реквизиты подтверждающего документа
Справочные правовая система «Консультант Плюс»	Договор о сотрудничестве с «Информсвязь-черноземье», Региональный информационный центр общероссийской сети распространения правовой информации Консультант Плюс № 8-99/RD от 12.02.1999 г.

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Ауд. 2. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, лабораторных и практических занятий, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (для всех направлений и специальностей): Проектор Epson EB-W9 2500 Переносное оборудование, экран, ноутбук Lenovo, акустическая система BEHRINGER B208D; Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Ауд. 248. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, лабораторных и практических занятий, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (для всех направлений и специальностей): Компьютер ASUS; Коммутатор D-Link DES-1008D; Принтер HP Laser Jet 1018; Интерактивная доска Activboard; переносные колонки активные Microlab SOLO.

Ауд. 427а. Помещение (Учебная аудитория) для самостоятельной работы обучающихся: Компьютер Intel Core Duo E5300, сетевой коммутатор для подключения к компьютерной сети (Интернет), ноутбук Lenovo, ноутбук Asus D541NAGQ335T, ноутбук Samsung 300Ci5-241OM 2.3, ноутбук HP AMD, ноутбук Acer "17.3" Celeron N 3350/1, 1/2048/500/Intel/HD/WIN10, ноутбук DNS, Ноутбук Acer 15.6.

8 Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные материалы (ОМ) для дисциплины (модуля) включают в себя:

- перечень компетенций с указанием индикаторов достижения компетенций, этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.

ОМ представляются отдельным комплектом и **входят в состав рабочей программы дисциплины (модуля)** в виде приложения.

Оценочные материалы формируются в соответствии с П ВГУИТ «Положение об оценочных материалах».

ПРИЛОЖЕНИЕ
к рабочей программе

1. Организационно-методические данные дисциплины для очно-заочной формы обучения

1.1 Объемы различных форм учебной работы и виды контроля в соответствии с учебным планом

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы

Виды учебной работы	Всего академических часов	Распределение трудоемкости по семестрам, ак. ч
		4
Общая трудоемкость дисциплины	72	72
Контактная работа в т. ч. аудиторные занятия:	16,5	16,5
Лекции	8	8
<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	-	-
Практические занятия	8	8
<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	8	8
Консультации текущие	0,4	0,4
Консультации перед экзаменом	-	-
<i>Вид аттестации (зачет)</i>	0,1	0,1
Самостоятельная работа:	55,5	55,5
Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	37,2	37,2
Подготовка к практическим занятиям	4,8	4,8
Домашнее задание, реферат	10	10
Другие виды самостоятельной работы (в том числе решение кейс-заданий, подготовка к тестированию)	3,5	3,5

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

по дисциплине
ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования

№ п/п	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	ПКв-1	Способен разрабатывать мероприятия по управлению рисками	ИД2 _{ПКв-1} – Взаимодействует с сотрудниками организации при составлении планов и разработке мероприятий по управлению отдельными видами рисков.
2	ПКв-4	Способен использовать базовые принципы и инструменты поддержки процессов управления отдельными видами рисков	ИД1 _{ПКв-4} - Использует нормы корпоративного управления и поддержания деловых контактов в управлении рисками

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения (показатели оценивания)
ИД2 _{ПКв-1} – Взаимодействует с сотрудниками организации при составлении планов и разработке мероприятий по управлению отдельными видами рисков.	Знает: нормы профессиональной этики и требования к обеспечению сохранения коммерческой тайны
	Умеет: выстраивать коммуникации при взаимодействии с ответственными за риск сотрудниками организации
	Владеет навыками: взаимодействия с сотрудниками организации - владельцами риска при составлении планов и разработке мероприятий по управлению отдельными видами рисков
ИД1 _{ПКв-4} - Использует нормы корпоративного управления и поддержания деловых контактов в управлении рисками	Знает: нормы корпоративного управления и поддержания деловых контактов в управлении рисками
	Умеет: устанавливать и поддерживать деловые контакты, связи, отношения с сотрудниками компании, в том числе ответственными за риск работниками
	Владеет: навыками использования норм корпоративного управления при поддержании деловых контактов в процессе профессиональной деятельности, включая управление рисками

2 Паспорт оценочных материалов по дисциплине

№ п/п	Разделы дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или ее части)	Оценочные средства		Технология/процедура оценивания (способ контроля)
			наименование	№№ заданий	
1	Особенности деловой коммуникации, ее основные виды	ПКв-1 (ИД2 _{ПКв-1})	Собеседование (вопросы к зачету)	1-50, 101-110	Проверка преподавателем (Отметка в системе «зачтено – не зачтено»)
2	Методы делового общения. Манипуляции				
3	Формы деловых коммуникаций		Тест		51-90, 111-120
4	Презентация в деловых коммуникациях				
5	Вербальные и невербальные средства коммуникации. Коммуникативные барьеры	ПКв-4 (ИД1 _{ПКв-4})	Собеседование (решение практических задач)	Проверка преподавателем (Отметка в системе «зачтено – не зачтено»)	
6	Управление репутацией как стратегический ресурс формирования сбалансированной коммуникационной политики				Кейс-задания (ситуационные задания)

7	Этика и имидж современного менеджмента		Реферат		Проверка преподавателем (Отметка в системе «зачтено – не зачтено»)
---	--	--	---------	--	--

3 Оценочные материалы для промежуточной аттестации.

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Аттестация обучающегося по дисциплине проводится в форме тестирования и предусматривает возможность последующего собеседования (зачета).

3.1. Банк заданий

ПКв-1 - Способен разрабатывать мероприятия по управлению рисками (*ИД2_{ПКв-1} – Взаимодействует с сотрудниками организации при составлении планов и разработке мероприятий по управлению отдельными видами рисков*)

№ задания	Тестовое задание с выбором одного правильного ответа
1	Коммуникации – это ... А) обмен информацией, которая необходима для работы организаций Б) обмен информацией между людьми, посредством использования общей системы символов (знаков) В) обмен информацией между людьми, которая необходима для работы организаций
2	Деловые коммуникации – это... А) вид общения, который является нормативно одобренным, жестко регламентированным и функционирует в какой-либо социальной сфере для решения определенных задач Б) адекватная обратная связь, которая является залогом взаимопонимания, установления доверительных взаимоотношений В) эффективная коммуникация в процессе взаимодействия между партнерами
3	Назовите виды деловых коммуникаций, в том числе при управлении отдельными видами рисков, по формам общения А) вербальные, невербальные Б) вертикальные, горизонтальные, диагональные В) формальные, неформальные
4	Обратная связь – это... А) получатель продемонстрирует понимание идеи Б) реакция получателя на полученное сообщение В) установления доверительных взаимоотношений
5	Стили делового общения – это... А) определенные устойчивые наборы способов общения или действий, которые направлены на получение результата Б) обмен информацией между людьми, посредством использования общей системы символов (знаков) В) обмен информацией, знаниями, опытом
6	Манипуляции – это... А) анализ темперамента, характера, способностей, интересов, потребностей, поведенческих стереотипов позволяет найти правильный ключ к деловому разговору, стратегию поведения руководителя Б) скрытое управление поведением человека, совершаемое ради какой-либо выгоды того, кто управляет, в том числе отдельными видами рисков В) подчинение в деловых профессиональных отношениях
7	Конфронтация – это... А) общение ради общения, для поддержания связей Б) когда один из участников коммуникаций всеми возможными способами пытается противодействовать другому в попытках решить его проблемы в рискованной ситуации В) вынужденное сотрудничество
8	Перечислите функции деловых переговоров: А) поиск совместного решения проблемы в том числе и в рискованной ситуации; информационная функция; коммуникативная функция; регулятивная функция; пропагандистская функция; решение собственных внутренне- и внешнеполитических задач Б) коммуникативная функция; регулятивная функция; пропагандистская функция; решение собственных внутренне- и внешнеполитических задач В) решение собственных внутренне- и внешнеполитических задач

9	<p>Телефонный разговор – это...</p> <p>А) контактное по времени, но удаленное в пространстве и опосредованное специальными техническими средствами общение собеседников</p> <p>Б) монолог сотрудника по определенной теме</p> <p>В) скрытое управление поведением человека, совершаемое ради какой-либо выгоды того, кто управляет</p>
10	<p>Деловое совещание – это...</p> <p>А) деятельность, связанная с принятием решений группой заинтересованных лиц, в том числе и в управлении отдельными видами рисков</p> <p>Б) скрытое управление поведением человека, совершаемое ради какой-либо выгоды того, кто управляет</p> <p>В) разговор преимущественно между двумя собеседниками</p>
11	<p>При диалоговом общении используются следующие виды вопросов...</p> <p>А) серьезные, шуточные, деловые</p> <p>Б) открытые, зеркальные, эстафетные</p> <p>В) открытые, закрытые, зеркальные, эстафетные</p>
12	<p>Время проведения пресс-конференции обычно</p> <p>А) от 15 минут до 30 минут</p> <p>Б) от 30 минут до 2 часов</p> <p>В) от 30 минут до 3 часов</p>
13	<p>Брифинг – это...</p> <p>А) проблемные и дисциплинарные беседы</p> <p>Б) краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу</p> <p>В) мероприятие для СМИ, проводимое в случаях, когда есть общественно значимая новость, и организация или отдельная известная личность, непосредственно связанные с этой новостью, желают дать свои комментарии по этой новости, которые были бы интересны и важны для общественности</p>
14	<p>Презентация – это...</p> <p>А) официальное представление чего-либо вновь созданного (предприятия, проекта, продукта)</p> <p>Б) контактное по времени, но удаленное в пространстве и опосредованное специальными техническими средствами общение собеседников</p> <p>В) решение собственных внутренне- и внешнеполитических задач</p>
15	<p>Дресс-код – это ...</p> <p>А) форма одежды, требуемая во время посещений определенных мероприятий, заведений и организаций</p> <p>Б) иностранная забава</p> <p>В) правила поведения людей в обществе, поддерживающие представления данного общества о подобающем.</p>
16	<p>Деловой стиль взаимодействия партнеров включает:</p> <p>А) признание ценности и значимости поведенческих действий друг друга</p> <p>Б) ослабление контроля за социально-статусными и этикетными нормами</p> <p>В) рациональное использование партнерами поддерживающих техник</p>
17	<p>К открытым вопросам в деловой коммуникации относятся:</p> <p>А) информационные</p> <p>Б) риторические</p> <p>В) альтернативные</p>
18	<p>Побудительная информация в деловой коммуникации реализуется в виде:</p> <p>А) просьбы, приказа, призыва</p> <p>Б) познавательного сообщения</p> <p>В) электронной почты</p>
19	<p>Общение – это:</p> <p>А) процесс передачи информации, процесс установления контактов между людьми</p> <p>Б) процесс формирования и развития личности</p> <p>В) оба варианта правильные</p>
20	<p>Прием психологического воздействия, который основан на формуле «Х - определяю я, Y — Вы?», основан на:</p> <p>А) праве выбора</p> <p>Б) невозможности права выбора</p> <p>В) делегировании полномочий</p>
21	<p>Коммуникативная зона, предназначенная для контактов с партнерами по деловым вопросам:</p> <p>А) общественная зона</p> <p>Б) социальная зона</p> <p>В) личная зона</p>
22	<p>Неконгруэнтностью называется явление, когда:</p> <p>А) происходит дисгармония в отношениях между партнерами по бизнесу</p> <p>Б) происходит диссонанс между поставленными целями и задачами</p> <p>В) происходит несовпадение вербальных и невербальных средств общения человека</p>
23	<p>Каким термином можно назвать способность человека легко принимать чужую точку зрения, отказавшись от своей?</p> <p>А) рефлексия</p> <p>Б) центрация</p> <p>В) децентрация</p>

24	Какой процесс называется «социальной перцепцией»? А) разработка стратегического бизнес-плана с партнерами Б) процесс контакта с партнерами по бизнесу В) конструирование образа партнера в соответствии с общением
25	Коммуникативная зона, предназначенная для взаимодействия с аудиториями особо крупного масштаба, называется: А) личной Б) социальной В) публичной
	Тестовые вопросы с выбором нескольких вариантов ответа (с указанием количества правильных ответов)
26	К барьерам непонимания в том числе и рискованных ситуациях относятся: А) семантические и невербальные Б) фонетические и стилистические В) логические и барьеры коммуникативных перегрузок Г) технические
27	Презентации бывают следующих видов: А) презентация аргументов Б) презентация товара В) презентация проекта Г) презентация общественной организации
28	Способы защиты от манипуляции, в том числе при разработке мероприятий по управлению отдельными видами рисков, включают: А) принципиальность Б) повышение самооценки В) постановка прямого вопроса о возможности использования Г) «срыв сценария»
29	Приемы убеждения в деловом общении включают А) упрощение и комплименты Б) чередование вопросов с положительным ответом В) иллюзия свободы выбора и срочное предложение Г) требование аргументов и бесплатные бонусы
30	Перечислите три основные функции общения, в том числе при управлении отдельными видами рисков А) информационная Б) регулятивная В) аффективная Г) когнитивная
31	Виды деловых бесед: А) отборочное собеседование (прием на работу) Б) выходное интервью (увольнение) В) проблемные и дисциплинарные беседы Г) информационные беседы
32	Методы, использованные для эффективного начала беседы: А) снятия напряженности Б) требование аргументов В) «зацепки» Г) стимулирования игры воображения
33	Назовите основные формы общения при управлении отдельными видами рисков... А) прямые и косвенные Б) непосредственные и опосредованные В) межличностные и массовые Г) достоверные и ложные
34	Типы коммуникативного поведения при управлении отдельными видами рисков включают: А) конкуренцию Б) конфронтацию В) корпорацию Г) кооперацию
35	Назовите основные виды манипуляторов: А) активные Б) пассивные В) соревнующиеся Г) безразличные
	Тестовые вопросы на нахождение соответствия, выстраивание последовательности
36	Расставьте в правильной последовательности этапы процесса коммуникаций: А) Передача Б) Кодирование и выбор канала передачи В) Декодирование Г) Зарождение идеи Ответ: (г, б, а, в)

37	<p>Расставьте в правильной последовательности этапы анализа презентаций: А) Выбор и оценка потенциального покупателя, клиента (возраст, материальные возможности и т.п.). Б) Общая характеристика презентуемой фирмы, её услуги, предоставляемые клиентам. В) Нейтрализация сомнений и возражений покупателя, клиента. Г) Анализ качества предлагаемого товара и сопоставление его с образцами конкурирующих фирм Д) Приглашение к сотрудничеству, указание на каналы связи. Ответ: (а, б, г, в, д)</p>											
38	<p>Сопоставьте понятие и определение понятия:</p> <table border="1" data-bbox="263 376 1524 734"> <tr> <td data-bbox="263 376 470 488">1. Приватная презентация</td> <td data-bbox="478 376 1524 488">А) рассчитана на небольшое количество слушателей (до 15 человек). Такие презентации проводят в помещениях фирм, организаций, учреждений. Нередко такого рода презентации проводят не только в помещениях организаций и учреждений, но и в домашней обстановке («домашние вечера»).</td> </tr> <tr> <td data-bbox="263 488 470 622">2. Камерная презентация</td> <td data-bbox="478 488 1524 622">Б) рассчитана на большую аудиторию. Публичные презентации бывают массовыми (от 50 человек до 200 и более) и групповыми (от 15 до 50 человек). Публичная презентация представляет собой, как правило, хорошо спланированное и подготовленное мероприятие и обычно проводится в соответствии с заранее разработанным сценарием, в котором чётко определены роли всех её участников.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="263 622 470 734">3. Публичная презентация</td> <td data-bbox="478 622 1524 734">В) неофициальная продвигающая презентация, предназначенная для 1-2 человек. Чаще всего такая презентация осуществляется при продаже товара в магазине (продавец – покупатель), в учреждениях, организациях, на производстве, на улице (реализатор- распространитель – потенциальный покупатель, клиент) и т.п.</td> </tr> </table> <p>Ответ: 1 – В 2 – А 3 – Б</p>		1. Приватная презентация	А) рассчитана на небольшое количество слушателей (до 15 человек). Такие презентации проводят в помещениях фирм, организаций, учреждений. Нередко такого рода презентации проводят не только в помещениях организаций и учреждений, но и в домашней обстановке («домашние вечера»).	2. Камерная презентация	Б) рассчитана на большую аудиторию. Публичные презентации бывают массовыми (от 50 человек до 200 и более) и групповыми (от 15 до 50 человек). Публичная презентация представляет собой, как правило, хорошо спланированное и подготовленное мероприятие и обычно проводится в соответствии с заранее разработанным сценарием, в котором чётко определены роли всех её участников.	3. Публичная презентация	В) неофициальная продвигающая презентация, предназначенная для 1-2 человек. Чаще всего такая презентация осуществляется при продаже товара в магазине (продавец – покупатель), в учреждениях, организациях, на производстве, на улице (реализатор- распространитель – потенциальный покупатель, клиент) и т.п.				
1. Приватная презентация	А) рассчитана на небольшое количество слушателей (до 15 человек). Такие презентации проводят в помещениях фирм, организаций, учреждений. Нередко такого рода презентации проводят не только в помещениях организаций и учреждений, но и в домашней обстановке («домашние вечера»).											
2. Камерная презентация	Б) рассчитана на большую аудиторию. Публичные презентации бывают массовыми (от 50 человек до 200 и более) и групповыми (от 15 до 50 человек). Публичная презентация представляет собой, как правило, хорошо спланированное и подготовленное мероприятие и обычно проводится в соответствии с заранее разработанным сценарием, в котором чётко определены роли всех её участников.											
3. Публичная презентация	В) неофициальная продвигающая презентация, предназначенная для 1-2 человек. Чаще всего такая презентация осуществляется при продаже товара в магазине (продавец – покупатель), в учреждениях, организациях, на производстве, на улице (реализатор- распространитель – потенциальный покупатель, клиент) и т.п.											
39	<p>Сопоставьте понятие и определение понятия:</p> <table border="1" data-bbox="263 846 1524 1160"> <tr> <td data-bbox="263 846 470 1014">1. Заражение</td> <td data-bbox="478 846 1524 1014">А) передача психического состояния или отношения одного человека другому человеку или группе людей. И перенос состояния, и его усвоение могут осуществляться произвольно и непроизвольно. Действие этого психологического феномена обратно пропорционально уровню развития личности: чем выше уровень развития личности, тем меньше она подвержена психическому заражению. Возможность заражения находится в прямой зависимости от наличия передаваемого состояния у инициатора заражения.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="263 1014 470 1070">2. Внушение (суггестия)</td> <td data-bbox="478 1014 1524 1070">Б) процесс и результат изменения индивидуумом поведения другого человека, его установок, намерений, представлений, оценок и т.п. в ходе взаимодействия с ним</td> </tr> <tr> <td data-bbox="263 1070 470 1160">3. Влияние</td> <td data-bbox="478 1070 1524 1160">В) «сознательное, неаргументированное воздействие на самого себя, другого человека или группу людей, целью которого является изменение их состояния, отношения к чему-либо и предрасположенности к определенным действиям»</td> </tr> </table> <p>Ответ: 1 – А 2 – В 3 – Б</p>		1. Заражение	А) передача психического состояния или отношения одного человека другому человеку или группе людей. И перенос состояния, и его усвоение могут осуществляться произвольно и непроизвольно. Действие этого психологического феномена обратно пропорционально уровню развития личности: чем выше уровень развития личности, тем меньше она подвержена психическому заражению. Возможность заражения находится в прямой зависимости от наличия передаваемого состояния у инициатора заражения.	2. Внушение (суггестия)	Б) процесс и результат изменения индивидуумом поведения другого человека, его установок, намерений, представлений, оценок и т.п. в ходе взаимодействия с ним	3. Влияние	В) «сознательное, неаргументированное воздействие на самого себя, другого человека или группу людей, целью которого является изменение их состояния, отношения к чему-либо и предрасположенности к определенным действиям»				
1. Заражение	А) передача психического состояния или отношения одного человека другому человеку или группе людей. И перенос состояния, и его усвоение могут осуществляться произвольно и непроизвольно. Действие этого психологического феномена обратно пропорционально уровню развития личности: чем выше уровень развития личности, тем меньше она подвержена психическому заражению. Возможность заражения находится в прямой зависимости от наличия передаваемого состояния у инициатора заражения.											
2. Внушение (суггестия)	Б) процесс и результат изменения индивидуумом поведения другого человека, его установок, намерений, представлений, оценок и т.п. в ходе взаимодействия с ним											
3. Влияние	В) «сознательное, неаргументированное воздействие на самого себя, другого человека или группу людей, целью которого является изменение их состояния, отношения к чему-либо и предрасположенности к определенным действиям»											
40	<p>Сопоставьте понятие и определение понятий типов коммуникативного поведения:</p> <table border="1" data-bbox="263 1272 1524 1608"> <tr> <td data-bbox="263 1272 470 1328">1. Конкуренция</td> <td data-bbox="478 1272 1524 1328">А) Один из участников коммуникаций всеми возможными способами пытается противодействовать другому в попытках решить его проблемы.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="263 1328 470 1429">2. Конфронтация</td> <td data-bbox="478 1328 1524 1429">Б) Один из участников коммуникаций сознательно или бессознательно пытается решить свои проблемы за счет ущемления или полного игнорирования интересов другого участника.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="263 1429 470 1529">3. Корпорация (вынужденное сотрудничество)</td> <td data-bbox="478 1429 1524 1529">В) Участники коммуникаций, понимая невозможность достичь своей цели в одиночку, договариваются о согласовании действий, в том числе и при управлении в рискованных ситуациях.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="263 1529 470 1552">4. Кооперация</td> <td data-bbox="478 1529 1524 1552">Г) Целью взаимодействия является общение ради общения, для поддержания связей.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="263 1552 470 1608">5. Контакт</td> <td data-bbox="478 1552 1524 1608">Д) Когда участники коммуникации стараются понять интересы друг – друга и найти лучшие способы взаимодействия и сотрудничества для достижения целей обеих сторон.</td> </tr> </table> <p>Ответ: 1 – Б 2 – Б 3 – В 4 – Д 5 – Г</p>		1. Конкуренция	А) Один из участников коммуникаций всеми возможными способами пытается противодействовать другому в попытках решить его проблемы.	2. Конфронтация	Б) Один из участников коммуникаций сознательно или бессознательно пытается решить свои проблемы за счет ущемления или полного игнорирования интересов другого участника.	3. Корпорация (вынужденное сотрудничество)	В) Участники коммуникаций, понимая невозможность достичь своей цели в одиночку, договариваются о согласовании действий, в том числе и при управлении в рискованных ситуациях.	4. Кооперация	Г) Целью взаимодействия является общение ради общения, для поддержания связей.	5. Контакт	Д) Когда участники коммуникации стараются понять интересы друг – друга и найти лучшие способы взаимодействия и сотрудничества для достижения целей обеих сторон.
1. Конкуренция	А) Один из участников коммуникаций всеми возможными способами пытается противодействовать другому в попытках решить его проблемы.											
2. Конфронтация	Б) Один из участников коммуникаций сознательно или бессознательно пытается решить свои проблемы за счет ущемления или полного игнорирования интересов другого участника.											
3. Корпорация (вынужденное сотрудничество)	В) Участники коммуникаций, понимая невозможность достичь своей цели в одиночку, договариваются о согласовании действий, в том числе и при управлении в рискованных ситуациях.											
4. Кооперация	Г) Целью взаимодействия является общение ради общения, для поддержания связей.											
5. Контакт	Д) Когда участники коммуникации стараются понять интересы друг – друга и найти лучшие способы взаимодействия и сотрудничества для достижения целей обеих сторон.											
41	<p>Расставьте в правильной последовательности этапы проведения беседы: А) подготовительный этап Б) принятие решения В) обсуждение проблемы Г) начало беседы Д) завершение беседы Ответ: а, г, в, б, д</p>											
42	<p>Соотнесите, что относится к повседневным коммуникациям, а что к деловым</p> <table border="1" data-bbox="263 1865 1524 2078"> <thead> <tr> <th data-bbox="263 1865 853 1888">1. Повседневные коммуникации</th> <th data-bbox="861 1865 1524 1888">2. Деловые коммуникации</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="263 1888 853 1944">А) Происходят, как правило, стихийно, без заранее сформулированной цели.</td> <td data-bbox="861 1888 1524 1944">Д) Контроль за применяемыми средствами общения, соответствие их нормам и правилам этикета.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="263 1944 853 2022">Б) Планируются заранее и направлены на реализацию поставленных целей.</td> <td data-bbox="861 1944 1524 2022">Е) Носят, в основном, информативно-эмоциональный характер и не связаны с необходимостью принятия какого-либо решения.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="263 2022 853 2078">В) Отличаются большим разнообразием обсуждаемых тем (личные, социальные, политические</td> <td data-bbox="861 2022 1524 2078">Ж) Носят деловой характер, предполагают анализ различных позиций, точек зрения и совместный поиск опти-</td> </tr> </tbody> </table>		1. Повседневные коммуникации	2. Деловые коммуникации	А) Происходят, как правило, стихийно, без заранее сформулированной цели.	Д) Контроль за применяемыми средствами общения, соответствие их нормам и правилам этикета.	Б) Планируются заранее и направлены на реализацию поставленных целей.	Е) Носят, в основном, информативно-эмоциональный характер и не связаны с необходимостью принятия какого-либо решения.	В) Отличаются большим разнообразием обсуждаемых тем (личные, социальные, политические	Ж) Носят деловой характер, предполагают анализ различных позиций, точек зрения и совместный поиск опти-		
1. Повседневные коммуникации	2. Деловые коммуникации											
А) Происходят, как правило, стихийно, без заранее сформулированной цели.	Д) Контроль за применяемыми средствами общения, соответствие их нормам и правилам этикета.											
Б) Планируются заранее и направлены на реализацию поставленных целей.	Е) Носят, в основном, информативно-эмоциональный характер и не связаны с необходимостью принятия какого-либо решения.											
В) Отличаются большим разнообразием обсуждаемых тем (личные, социальные, политические	Ж) Носят деловой характер, предполагают анализ различных позиций, точек зрения и совместный поиск опти-											

	и др.).	мального решения поставленной проблемы.
	Г) Свободное использование разнообразных вербальных и невербальных средств общения.	3) Число обсуждаемых тем ограничено поставленной целью.
	Ответ: 1 – б, д, ж, з. 2 – а, в, г, е.	
	Задачи (задания) в 1-2 действия на разные формулы и процессы	
43	<p>В организации проводится психологическое мероприятие. Руководители попросили сотрудников посетить это занятие. Во время мероприятия ведущий использовал не знакомые слушателям профессиональные термины. Сначала сотрудники просили ведущего объяснить некоторые слова. Однако профессиональных терминов становилось все больше, и сотрудники сдались. После перерыва на занятие вернулось меньше половины сотрудников. Какой барьер присутствует в данной коммуникации?</p> <p>Ответ: семантический барьер</p>	
	1. Заполните таблицу, по примеру:	
	Виды коммуникативных барьеров (по Б. Ф. Поршневу)	Причина возникновения
	Избегание	Стремление защититься от «опасного» (неприятного) источника информации
		Пример (краткое описание ситуации)
		Человек находит причины для откладывания встречи с неприятным для него человеком
44	Ответ:	
	Виды коммуникативных барьеров (по Б. Ф. Поршневу)	Причина возникновения
	Избегание	Стремление защититься от «опасного» (неприятного) источника информации
	Авторитет	Стремление следовать за авторитетом в решении тех или иных вопросов, в том числе и в рискованных ситуациях
	Непонимание	Стремление защититься от нежелательного (опасного) воздействия
		Пример (краткое описание ситуации)
		Человек находит причины для откладывания встречи с неприятным для него человеком
		Авторитетным людям оказывается полное доверие по отношению к исходящей от них информации.
		Человек не понимает, переданную информацию в связи с определением некоторых свойств передаваемого сообщения, которые позволяют считать это сообщение «чужим» и потому опасным. Определив признаки «чужого» в сообщении, человек защищается – срабатывает контрсуггестия, он не понимает.
	Предложить свой способ защиты от манипуляции, заполнив 2-й столбец:	
	Способы манипуляции	Способы защиты
45	1. Навязывание роли. Угадав желания человека, манипулятор начинает навязывать роль Незаменимого Работника, Бескорыстной Сотрудницы, Всеми Обожаемого, Неотразимой и т.п. Например, «Верочка, мы все прекрасно знаем, что если вы этого не сделаете, это никто не сделает...»	
	2. Доброжелатель. Чрезвычайно любезно и доброжелательно расспрашивает о личных делах, трудностях, затем обращается с просьбой, в которой после такого разговора трудно отказать	
	3. «Дружим против общего врага». Манипулятор доверительно сообщает о том, как плохо высказался о вас руководитель или коллега. Он возбуждает неприязнь к «недоброжелателю», подталкивая в определенных действиях	
	4. Берет измором. Манипулятор с обворожительной улыбкой снова и снова повторяет одну и ту же просьбу, выполнить которую вы не можете или не хотите	
	Ответ:	
	Способы манипуляции	Способы защиты
	1. Навязывание роли. Угадав желания человека, манипулятор начинает навязывать роль Незаменимого Работника, Бескорыстной Сотрудницы, Всеми Обожаемого, Неотразимой и т.п.	Сослаться на сильную загруженность другими, не менее важными делами.

	<p>Например, «Верочка, мы все прекрасно знаем, что если вы этого не сделаете, это никто не сделает...»</p> <p>2. Доброжелатель. Чрезвычайно любезно и доброжелательно расспрашивает о личных делах, трудностях, затем обращается с просьбой, в которой после такого разговора трудно отказать</p> <p>3. «Дружим против общего врага». Манипулятор доверительно сообщает о том, как плохо высказался о вас руководитель или коллега. Он возбуждает неприязнь к «недоброжелателю», подталкивая в определенных действиям</p> <p>4. Берет измором. Манипулятор с обворожительной улыбкой снова и снова повторяет одну и ту же просьбу, выполнить которую вы не можете или не хотите</p>	<p>Не считать себя обязанным к чему-либо.</p> <p>Объективно и трезво оценить ситуацию не поддаваясь на уловки собеседника.</p> <p>Манипулятор с обворожительной улыбкой</p>
	<p>Кейс-задания (Ситуационные задания)</p>	
46	<p>Выделите главное и сформулируйте конкретное и понятное сообщение на основе информации, представленной ниже.</p> <p>Сотруднику Алексею передают следующее сообщение: «Алексей, исполнительный директор акционерного общества „Косметикс трейдинг групп“ Эльза Германовна Шульмейстер просила Вас сообщить по электронной почте всем акционерам общества, что собрание акционеров, посвященное переизбранию членов правления, в связи с тяжелым финансовым положением общества переносится с 18 сентября, 17:00 на 21 сентября, 16:00. К тому же Эльза Германовна не очень хорошо себя чувствует и оттого опасается, что 18 сентября в любом случае не смогла бы присутствовать на собрании, а без нее некому вести мероприятие. Место проведения собрания также изменилось: вместо Малого зала Оперного театра — актовый зал ДК „Металлист“, поскольку в город приехала киносъемочная группа телеканала „Культура“, и в Оперном театре будут снимать новую серию документального фильма о современных российских оперных постановках».</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Определите, что Вы хотите, чтобы человек сделал после вашего разговора. 2. Осознайте, какую информацию для этого ему нужно сообщить. 3. Выделите ключевые слова, словосочетания, которые будут нести основную смысловую нагрузку: 4. Подумайте, не является ли какая-то информация излишней, запутывающей, отвлекающей часть внимания и памяти. 5. Окончательно сформулируйте свое сообщение. <p>Ответ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Определите, что Вы хотите, чтобы человек сделал после вашего разговора. <i>Сообщил по электронной почте всем акционерам общества, что собрание акционеров переносится.</i> 2. Осознайте, какую информацию для этого ему нужно сообщить. <i>Собрание акционеров переносится с 18 сентября, 17:00 на 21 сентября, 16:00. Место проведения собрания — актовый зал ДК «Металлист».</i> 3. Выделите ключевые слова, словосочетания, которые будут нести основную смысловую нагрузку: <ul style="list-style-type: none"> ○ по электронной почте — определяется канал информирования; ○ всем акционерам общества — определяются получатели; ○ собрание переносится — суть сообщения; ○ 21 сентября в 16:00 — время начала события; ○ актовый зал ДК «Металлист» — место события. 4. Подумайте, не является ли какая-то информация излишней, запутывающей, отвлекающей часть внимания и памяти. В исходном сообщении явно лишней является следующая информация: <i>Эльза Германовна не очень хорошо себя чувствует и оттого опасается, что во 18 сентября в любом случае не смогла бы присутствовать на собрании, а без нее некому вести мероприятие. В город приехала киносъемочная группа телеканала «Культура», и в Оперном театре будут снимать новую серию документального фильма о современных российских оперных постановках. (51 слово)</i> 5. Окончательно сформулируйте свое сообщение. <i>Алексей, сообщите по электронной почте всем акционерам общества, что собрание акционеров переносится с 18 сентября, 17:00 на 21 сентября, 16:00. Новое место проведения собрания — актовый зал ДК «Металлист».</i> <p>Первоначальное сообщение состояло из 111 слов, исходное сообщение сократилось до 28 слов. То есть в исходном сообщении только 25,2% информации было значимо. 51 слово было явно лишним (примерно 46%). Остальные слова можно было включать или не включать в зависимости от корпоративной культуры организации и деловых традиций. Стоит добавить, что никогда не помешает быть вежливым, и можно увеличить сообщение еще на одно слово, добавив «пожалуйста».</p>	
47	<p>«Собеседование при приеме на работу»</p>	
	<p><i>Действующие лица:</i> Соискатель и Менеджер по персоналу. <i>Ситуация:</i> Соискатель пытается устроиться на работу в коммерческую организацию и приехал на собеседование. До этого он работал долгое время в государственных (бюджетных) структурах. Менеджер по персоналу хочет воспользоваться этим фактом, чтобы унижить Соискателя (психологическая выгода) и договориться о сотрудничестве на невыгодных для Соискателя условиях, предложив ему низкий уровень оплаты труда (праг-</p>	

	<p>матическая выгода). <i>Цель:</i> достижение психологической победы. <i>М – Менеджер по персоналу.</i> <i>С – Соискатель.</i> М1: Я вижу, опыта работы в коммерческих организациях у вас нет... Все бюджет да бюджет. И как же вы, не имея опыта, отважились и замахнулись на работу в такой организации, как наша? С1: Что вы имеете в виду? М2: Я работаю в кадрах уже пять лет и знаю, что люди, которые трудились в госструктурах, совсем работать не умеют, у них не тот темп работы, не тот уровень ответственности, все думают, что с ними нянчиться будут. Плохие из них работники. Вы еще должны быть нам благодарны, что мы рассматриваем вашу кандидатуру. С2: Правильно ли я вас понял, что каждый человек, которого вы приглашали работать после государственных структур, работал плохо? М3: Ну, в общем-то, да... С3: В таком случае, извините, мне не совсем понятно, что я здесь делаю. Ведь вы сначала ознакомились с моим резюме и только потом пригласили меня на собеседование. М4 (сконфузившись): Ну, надежда все-таки есть... С4: Я тоже так думаю. Итак, какие у вас есть ко мне вопросы?</p> <p>Ответ: Цель, которую ставил перед собой Соискатель, – достижение психологической победы. Реплика С1, С2 – опора, С3 – блок. Реплики С1 и С2 иллюстрируют перехват инициативы в диалоге.</p>
48	<p>Ирине и Владимиру поручили новый проект. Ирина давно работает в организации, Владимир пришел в нее недавно. До этого момента сотрудники работали в разных кабинетах и практически не знали друг друга. Для того, чтобы познакомиться и обсудить будущий проект Ирина и Владимир встретились в переговорной комнате. Ниже описаны различные элементы коммуникативной ситуации. В каком пункте упоминается элемент коммуникативного поля?</p> <p>А) во время общения Ирина и Владимир кивают головами и задают уточняющие вопросы Б) Ирина обладает большим количеством информации, поэтому говорит больше чем Владимир В) во время разговора Ирина и Владимир следуют принятому в деловой среде этикету общения Г) Владимир не доверяет женщинам-сотрудницам, поэтому слушает Ирину «вполуха»</p>
49	<p style="text-align: center;">«Опоздание»</p> <p>Вас недавно назначили руководителем коллектива, в котором вы несколько лет были рядовым сотрудником. На 8-15 вы вызвали к себе в кабинет подчиненного для выяснения причин его частых опозданий на работу, но сами неожиданно опоздали на 15 минут. Подчиненный же пришел вовремя и ждет вас. Как вы начнете беседу при встрече?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Независимо от своего опоздания сразу же потребуете его объяснений об опозданиях на работу. 2. Извинитесь перед ним и начнете беседу. 3. Поздоровайтесь, объясните причину своего опоздания и спросите его: «Как вы думаете, что можно ожидать от руководителя, который также часто опаздывает, как и вы?» 4. Отмените беседу и перенесете ее на другое время. 5. Свой вариант. <p>Ответ: руководителю следует поздороваться с подчиненным, поблагодарить его за ожидание, в двух словах объяснить причину своей задержки (не оправдываясь, а просто отметив то, что его задержало). Затем следует начать с сотрудником беседу: спросить, по какой причине работник опаздывает, напомнить ему о трудовом распорядке сотрудников, о мерах дисциплинарного взыскания за опоздания и потребовать написать объяснительную. В случае, если сотрудник будет указывать руководителю на его опоздание, следует заметить, что данное происшествие не является нормой, а только исключением.</p>
50	<p>Предложите анализ следующей ситуации: Мария – сотрудница медицинского центра. Она оканчивает аспирантуру, ее профессионализм высоко ценят в коллективе. Медицинский центр расширяется, и Мария предлагает главврачу центра взять на работу свою подругу Людмилу. Собеседование главврача с Людмилой, начавшись с сугубо профессиональных вопросов, очень быстро перешло в душевный разговор о «жизни» (воспоминание о годах учебы, поиск возможных общих знакомых в медицинских кругах, проблемы «отцов и детей» и т.п.). В итоге главврач принял решение о приеме Людмилы на работу. Какие из механизмов и эффектов социальной перцепции повлияли на решение главврача?</p> <p>Ответ: Скорее всего влияние на принятие решения главврачом оказали идентификация (поиск возможных общих знакомых и т.д.) и аттракция. Так же повлияли эффект первичности (ранее полученная информация о Людмиле оказалась наиболее значимой) и эффект проекции (положительные качества Марии проецировались на Людмилу).</p>

ПКв-4 – Способен использовать базовые принципы и инструменты поддержки процессов управления отдельными видами рисков (*ИД1_{ПКв-4} - Использует нормы корпоративного управления и поддержания деловых контактов в управлении рисками*)

№ задания	Тестовое задание
Тестовые вопросы с выбором единственного правильного ответа	
51	<p>Коммуникативные барьеры – это...</p> <p>А) стимулирование игры воображения</p> <p>Б) препятствия, вызванные естественными, социальными и психологическими факторами, возникающими в процессе коммуникации, в том числе при управлении отдельными видами рисков</p> <p>В) подготовительный этап в деловой беседе</p>
52	<p>Какой тип конфликта сложнее разрешить:</p> <p>А) вертикальный</p> <p>Б) горизонтальный</p> <p>В) смешанный</p>
53	<p>Чтобы определить, понимает ли вас собеседник, следует использовать вопросы...</p> <p>А) контрольные</p> <p>Б) информационные</p> <p>В) встречные</p> <p>Г) однополосные</p>
54	<p>Что из перечисленного ниже не является субъектом PR?</p> <p>А) религиозные организации</p> <p>Б) общество</p> <p>В) органы государственной власти</p> <p>Г) бизнес организации</p>
55	<p>Кинесические невербальные коммуникации – это...</p> <p>А) голос и речь</p> <p>Б) динамические прикосновения</p> <p>В) выразительные движения телом</p>
56	<p>Пространственные, временные и технические - ... барьеры</p> <p>А) культурные</p> <p>Б) физические</p> <p>В) социальные</p>
57	<p>Вербальным элементом имиджа является ...</p> <p>а) речь</p> <p>б) одежда</p> <p>в) почерк</p>
58	<p>В деловой этике недопустимость вмешательства в дела конкурентов, ущемление их интересов базируется на такой общечеловеческой ценности как:</p> <p>А) равенство</p> <p>Б) честность</p> <p>В) свобода</p> <p>Г) справедливость</p>
59	<p>Учет состава аудитории, содержания и характера выступления, объективная самооценка оратора - это факторы, влияющие на ...</p> <p>А) деловую беседу</p> <p>Б) принятие решения при переговорах</p> <p>В) на ход дискуссии</p> <p>Г) коммуникативное общение</p>
60	<p>Основные нравственные требования к управленческой деятельности и личности руководителя сформулированы в:</p> <p>А) моральных кодексах</p> <p>Б) должностных инструкциях</p> <p>В) требованиях к подбору персонала</p> <p>Г) управленческих рекомендациях</p>
61	<p>В основе невербальной коммуникации...</p> <p>А) лежит информация, посланная отправителем без использования слов</p> <p>Б) стоит генерирование идеи</p> <p>В) является разработка сценария</p>
62	<p>Требования к деловой речи НЕ включают:</p> <p>А) голос и речь</p> <p>Б) логичность и содержательность</p> <p>В) выразительность и богатство</p>
63	<p>_____ – это умышленное введение в заблуждение других людей, искажение истины.</p> <p>А) злоба</p> <p>Б) ложь</p> <p>В) истина</p> <p>Г) игра</p>
64	<p>Отрицательное отношение к самому себе или к другим и соответствующее этому отношению поведение – это...</p> <p>А) конфликт</p> <p>Б) ложь</p>

	В) деструктивность Г) информация
65	На каждую минуту публичного выступления приходится минут подготовки... А) 20-25 Б) 10-15 В) 5-7 Г) 30-40
66	Отношение между субъектами, которое характеризуется их противоборством и основанное на противоположно направленных мнениях и суждениях: А) деловой разговор Б) столкновение интересов В) конфликт
67	Одной из основ деловой беседы является: А) комплиментарное воздействие Б) использование профессионализмов и делового жаргона В) использование высоколитературного языка
68	Тактичность в деловых отношениях – это: А) поведение человека, который берет за привычку уважать честь и достоинство собеседника, терпим к его взглядам и мировоззрению Б) состояние человека, который легко осуществляет внутренний самоконтроль даже в самых стрессовых жизненных ситуациях В) распределение профессиональных обязанностей между членами деловой организации
69	Доказано, что человек не может сознанием воспринимать смысл предложений, которые состоят более чем из: А) 13 слов Б) 20 слов В) 17 слов
70	Как называется явление, когда человек дает оценку собственным возможностям, стремлением и обозначает свое место в системе межличностных отношений? А) самовосприятие Б) самооценка В) самопрезентация
71	Время проведения пресс-конференции обычно А) от 15 минут до 30 минут Б) от 30 минут до 2 часов В) от 30 минут до 3 часов
72	Приватная презентация — это.....: А) неофициальная продвигающая презентация, предназначенная для 1-2 человек Б) презентации, которая проводится для 15-20 человек, в помещениях фирм, организаций, учреждений В) стимулирование игры воображения
73	К барьерам непонимания относятся: А) семантические и невербальные Б) фонетические и стилистические В) логические и барьеры коммуникативных перегрузок Г) технические
74	Человек, который обычно весьма активен, предпочитает идти к разрешению конфликта своим определенным путем, используя стиль: А) приспособления Б) конкуренции В) компромисса
75	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
	Тестовые вопросы с выбором нескольких вариантов ответа (с указанием количества правильных ответов)
76	Из представленных понятий к началу деловой беседы относятся: А) создание благоприятной атмосферы Б) привлечение внимания к теме В) возбуждение интереса Г) установление контакта
77	Типы невербальной коммуникации – А) кинесические и просодические Б) экстралингвистические и такесические В) проксеимические и ольфакторные Г) вертикальные и горизонтальный
78	К структурным методам разрешения конфликтов относят: А) разъяснение требований к работе, Б) использование координационных и интеграционных механизмов,

	В) установление общеорганизационных комплексных целей Г) использование системы вознаграждений	
79	По отношению к субъектам основными типами конфликтов являются: А) внутриличностный и межличностный Б) благоприятный В) межгрупповой Г) конфликт между личностью и группой	
80	К способам повышения эффективности презентации относятся: А) определение цели Б) генерирование идеи В) ораторское мастерство Г) разработка сценария	
81	Для создания позитивного психологического климата на совещании необходимо: А) навязывать свою позицию, особенно руководителю, авторитет которого может сказаться на эффективности выступления Б) не допускать недоброжелательного тона на выступлениях участников и руководителя В) пресекать агрессивные реплики со стороны участников	
82	К социальным коммуникативным барьерам относятся: А) когнитивные Б) статусные В) профессиональные Г) барьеры образования	
83	Методы совершенствования коммуникаций в организациях включают: А) регулирование информационных потоков Б) управленческие действия В) системы обратной связи и сбора предложений Г) системы разнообразия	
84	По отношению аудитории к презентатору презентации могут быть: А) внешними Б) красивыми В) внутренними Г) стабильными	
85	К основным видам переговоров относят: А) позиционные Б) демонстрационные В) собственные Г) принципиальные	
Тестовые вопросы на нахождение соответствия, выстраивание последовательности		
86	Сопоставьте понятие и определение	
	1. Ясность	А) это умение ярко, образно передавать мысль, воздействуя на людей интонациями, настроением рассказа, построением фраз
	2. Выразительность	Б) это последовательность, четкость построения речи в соответствии с законами логики
	3. Логичность	В) это разнообразие используемых языковых средств
	4. Богатство	Г) это умение так выразить собственную мысль, чтобы она была понятна и доступна тем, к кому обращена
Ответ: 1 – г, 2 – а, 3 – б, 4 - в		
87	Сопоставьте понятие и определение	
	Мимика	А) – это естественное средство невербального общения, выполняющее функцию регулирования разговора
	Поза	Б) – это положение человеческого тела, типичное для конкретной среды, культуры
	Взгляд	В) – это движение мышц лица
Ответ: 1 – в, 2 – б, 3 - а		
88	Ч.Линсон предложил схему разрешения конфликта, состоящую из семи последовательных шагов: А) Шаг «Снятие масок» Б) Шаг Поиск нескольких возможных решений В) Шаг Построение адресного высказывания Г) Шаг Признание ценности отношений Д) Шаг Оценка вариантов и выбор лучшего Е) Шаг Отказ от установки «Победа любой ценой» Ж) Шаг Выявление подлинной проблемы Ответ: а, ж, е, б, д, в, г	

89	<p>Расставьте в правильной последовательности этапы процесса коммуникаций: А) Передача Б) Кодирование и выбор канала передачи В) Декодирование Г) Зарождение идеи</p> <p>Ответ: г, б, а, в</p>																									
90	<p>Сопоставьте понятие и определение</p> <table border="1" data-bbox="284 398 1506 600"> <tr> <td data-bbox="284 398 529 456">1. Фонетические барьеры</td> <td data-bbox="529 398 1506 456">А) коммуникативные помехи, возникающие вследствие несовпадения логических действий и умозаключений партнера по общению</td> </tr> <tr> <td data-bbox="284 456 529 515">2. Стилистические барьеры</td> <td data-bbox="529 456 1506 515">Б) препятствия, создаваемые особенностями речи говорящего (наличие дефектов речи, невнятная речь, речь-скороговорка и др.)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="284 515 529 600">3. Логические барьеры</td> <td data-bbox="529 515 1506 600">В) это нарушения соотношения формы представления информации с ее содержанием. Стиль изложения информации может быть неуместным, слишком тяжелым или легковесным, не соответствующим ситуации и намерениям партнера</td> </tr> </table> <p>Ответ: 1 – б, 2 – в, 3 - а</p>		1. Фонетические барьеры	А) коммуникативные помехи, возникающие вследствие несовпадения логических действий и умозаключений партнера по общению	2. Стилистические барьеры	Б) препятствия, создаваемые особенностями речи говорящего (наличие дефектов речи, невнятная речь, речь-скороговорка и др.)	3. Логические барьеры	В) это нарушения соотношения формы представления информации с ее содержанием. Стиль изложения информации может быть неуместным, слишком тяжелым или легковесным, не соответствующим ситуации и намерениям партнера																		
1. Фонетические барьеры	А) коммуникативные помехи, возникающие вследствие несовпадения логических действий и умозаключений партнера по общению																									
2. Стилистические барьеры	Б) препятствия, создаваемые особенностями речи говорящего (наличие дефектов речи, невнятная речь, речь-скороговорка и др.)																									
3. Логические барьеры	В) это нарушения соотношения формы представления информации с ее содержанием. Стиль изложения информации может быть неуместным, слишком тяжелым или легковесным, не соответствующим ситуации и намерениям партнера																									
91	<p>Сопоставьте понятие и определение «Методы ведения переговоров»</p> <table border="1" data-bbox="284 707 1506 1133"> <tr> <td data-bbox="284 707 529 909">1. Вариационный метод</td> <td data-bbox="529 707 1506 909">А) может быть реализован на подготовительном этапе переговоров. Он заключается в распределении предполагаемого результата на: - идеальное решение проблемы; - оптимальное решение и то, какими аспектами в решении проблемы можно пренебречь; - вынужденное решение и его сроки; - предложение партнера, которое обязательно следует отклонить.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="284 909 529 967">2. Метод интеграции</td> <td data-bbox="529 909 1506 967">Б) сосредоточивает внимание участников переговоров на пристальном анализе системы контраргументов партнера</td> </tr> <tr> <td data-bbox="284 967 529 1070">3. Метод уравнивания</td> <td data-bbox="529 967 1506 1070">В) целесообразно использовать в том случае, если партнер не отступает от своих узких интересов, ведет позиционный торг. Требуем от общающихся высокого уровня лингвистической компетентности, свободного использования тактик и приемов убедительной речи при соблюдении ортологических и этических норм.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="284 1070 529 1133">4. Компромиссный метод</td> <td data-bbox="529 1070 1506 1133">Г) проявляется в готовности партнеров учитывать интересы друг друга и идти на уступки. Это предполагает отказ от исходных требований и формулировку новых.</td> </tr> </table> <p>Ответ: 1 – а, 2 – в, 3 – б, 4 - г</p>		1. Вариационный метод	А) может быть реализован на подготовительном этапе переговоров. Он заключается в распределении предполагаемого результата на: - идеальное решение проблемы; - оптимальное решение и то, какими аспектами в решении проблемы можно пренебречь; - вынужденное решение и его сроки; - предложение партнера, которое обязательно следует отклонить.	2. Метод интеграции	Б) сосредоточивает внимание участников переговоров на пристальном анализе системы контраргументов партнера	3. Метод уравнивания	В) целесообразно использовать в том случае, если партнер не отступает от своих узких интересов, ведет позиционный торг. Требуем от общающихся высокого уровня лингвистической компетентности, свободного использования тактик и приемов убедительной речи при соблюдении ортологических и этических норм.	4. Компромиссный метод	Г) проявляется в готовности партнеров учитывать интересы друг друга и идти на уступки. Это предполагает отказ от исходных требований и формулировку новых.																
1. Вариационный метод	А) может быть реализован на подготовительном этапе переговоров. Он заключается в распределении предполагаемого результата на: - идеальное решение проблемы; - оптимальное решение и то, какими аспектами в решении проблемы можно пренебречь; - вынужденное решение и его сроки; - предложение партнера, которое обязательно следует отклонить.																									
2. Метод интеграции	Б) сосредоточивает внимание участников переговоров на пристальном анализе системы контраргументов партнера																									
3. Метод уравнивания	В) целесообразно использовать в том случае, если партнер не отступает от своих узких интересов, ведет позиционный торг. Требуем от общающихся высокого уровня лингвистической компетентности, свободного использования тактик и приемов убедительной речи при соблюдении ортологических и этических норм.																									
4. Компромиссный метод	Г) проявляется в готовности партнеров учитывать интересы друг друга и идти на уступки. Это предполагает отказ от исходных требований и формулировку новых.																									
92	<p>Установите в правильной последовательности этапы процесса коммуникаций: А) передача. Б) декодирование В) зарождение идеи Г) кодирование и выбор канала.</p> <p>Ответ: в, г, а, б</p>																									
Задачи (здания) в 1-2 действия на разные формулы и процессы																										
93	<p>Впишите в последний столбец таблицы правильные формулировки открытых вопросов, приведенных в первом столбце.</p> <table border="1" data-bbox="290 1523 1500 1805"> <thead> <tr> <th data-bbox="290 1523 577 1563">Вопрос</th> <th data-bbox="577 1523 1027 1563">Скрытый смысл</th> <th data-bbox="1027 1523 1500 1563">Правильная формулировка</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="290 1563 577 1635">Почему вы так поступили?</td> <td data-bbox="577 1563 1027 1635">Ваш выбор мне непонятен, а следовательно, неправилен</td> <td data-bbox="1027 1563 1500 1635"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="290 1635 577 1738">Почему вы не сообщили об этом вовремя?</td> <td data-bbox="577 1635 1027 1738">Вы выбрали неправильный путь</td> <td data-bbox="1027 1635 1500 1738"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="290 1738 577 1805">Как вы могли согласиться на это?</td> <td data-bbox="577 1738 1027 1805">Вы недостаточно опытны (предусмотрительны)</td> <td data-bbox="1027 1738 1500 1805"></td> </tr> </tbody> </table> <p>Ответ:</p> <table border="1" data-bbox="290 1854 1500 2069"> <thead> <tr> <th data-bbox="290 1854 612 1895">Вопрос</th> <th data-bbox="612 1854 1027 1895">Скрытый смысл</th> <th data-bbox="1027 1854 1500 1895">Правильная формулировка</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="290 1895 612 1975">Почему вы так поступили?</td> <td data-bbox="612 1895 1027 1975">Ваш выбор мне непонятен, а следовательно, неправилен</td> <td data-bbox="1027 1895 1500 1975">Что заставило вас так поступить?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="290 1975 612 2038">Почему вы не сообщили об этом вовремя?</td> <td data-bbox="612 1975 1027 2038">Вы выбрали неправильный путь</td> <td data-bbox="1027 1975 1500 2038">Какова причина сложившейся ситуации?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="290 2038 612 2069">Как вы могли согласиться</td> <td data-bbox="612 2038 1027 2069">Вы недостаточно опытны</td> <td data-bbox="1027 2038 1500 2069">Почему вы согласились на это?</td> </tr> </tbody> </table>		Вопрос	Скрытый смысл	Правильная формулировка	Почему вы так поступили?	Ваш выбор мне непонятен, а следовательно, неправилен		Почему вы не сообщили об этом вовремя?	Вы выбрали неправильный путь		Как вы могли согласиться на это?	Вы недостаточно опытны (предусмотрительны)		Вопрос	Скрытый смысл	Правильная формулировка	Почему вы так поступили?	Ваш выбор мне непонятен, а следовательно, неправилен	Что заставило вас так поступить?	Почему вы не сообщили об этом вовремя?	Вы выбрали неправильный путь	Какова причина сложившейся ситуации?	Как вы могли согласиться	Вы недостаточно опытны	Почему вы согласились на это?
Вопрос	Скрытый смысл	Правильная формулировка																								
Почему вы так поступили?	Ваш выбор мне непонятен, а следовательно, неправилен																									
Почему вы не сообщили об этом вовремя?	Вы выбрали неправильный путь																									
Как вы могли согласиться на это?	Вы недостаточно опытны (предусмотрительны)																									
Вопрос	Скрытый смысл	Правильная формулировка																								
Почему вы так поступили?	Ваш выбор мне непонятен, а следовательно, неправилен	Что заставило вас так поступить?																								
Почему вы не сообщили об этом вовремя?	Вы выбрали неправильный путь	Какова причина сложившейся ситуации?																								
Как вы могли согласиться	Вы недостаточно опытны	Почему вы согласились на это?																								

	на это?	(предусмотрительны)																					
94	<p>Продолжите фразы: Стало ясно, что трудности в рамках управления отдельными видами рисков с каждым годом будут _____. Мы надеемся, что к концу года уровень производства начнет _____. Моя тревога _____ с каждым днем. Площадь засоленных почв _____ с каждым годом.</p> <p><i>(возрастать, увеличиваться, повышаться, усиливаться)</i></p> <p>Ответ: Стало ясно, что трудности в рамках управления отдельными видами рисков с каждым годом будут возрастать. Мы надеемся, что к концу года уровень производства начнет повышаться. Моя тревога усиливается с каждым днем. Площадь засоленных почв увеличивается с каждым годом.</p>																						
95	<p>Заполните таблицу:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Механизм психологического воздействия</th> <th>Общая характеристика</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Заражение</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Внушение</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Подражание</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Убеждение</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Ответ:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Механизм психологического воздействия</th> <th>Общая характеристика</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Заражение</td> <td>Бессознательная подверженность определенным психическим состоянием</td> </tr> <tr> <td>Внушение</td> <td>Целенаправленное неаргументированное воздействие одного человека на другого</td> </tr> <tr> <td>Подражание</td> <td>Следование какому-либо примеру, образцу</td> </tr> <tr> <td>Убеждение</td> <td>Аргументированное, сознательное доказательство своих идей</td> </tr> </tbody> </table>			Механизм психологического воздействия	Общая характеристика	Заражение		Внушение		Подражание		Убеждение		Механизм психологического воздействия	Общая характеристика	Заражение	Бессознательная подверженность определенным психическим состоянием	Внушение	Целенаправленное неаргументированное воздействие одного человека на другого	Подражание	Следование какому-либо примеру, образцу	Убеждение	Аргументированное, сознательное доказательство своих идей
Механизм психологического воздействия	Общая характеристика																						
Заражение																							
Внушение																							
Подражание																							
Убеждение																							
Механизм психологического воздействия	Общая характеристика																						
Заражение	Бессознательная подверженность определенным психическим состоянием																						
Внушение	Целенаправленное неаргументированное воздействие одного человека на другого																						
Подражание	Следование какому-либо примеру, образцу																						
Убеждение	Аргументированное, сознательное доказательство своих идей																						
	<p><i>Кейс-задания</i> <i>Ситуационные задания</i></p>																						
96	<p style="text-align: center;">Телефонные коммуникации.</p> <p>По роду деятельности Вам часто приходится беседовать по телефону. На это уходит очень много служебного времени. Вы решили передать функцию ответов на деловые звонки своему помощнику. При этом существует опасность того, что помощник недостаточно опытен в том, чтобы различить важную и второстепенную информацию, особенно в рамках управления отдельными видами рисков.</p> <p>Вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Как Вы поступите? 2. Какую информацию считать важной, а какую второстепенной? <p>Ответ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Как Вы поступите? При передаче функции необходимо поручить более опытному сотруднику обучить помощника или сделать это самостоятельно, первое время контролируя его работу. Необходимо заранее сделать установки: количество звонков, указать какая информация важная, а какая – второстепенная, рассказать о правилах переговоров. 2. Какую информацию считать важной, а какую второстепенной? Наиболее важная информация непосредственно относится к сути темы, цели звонка. Второстепенной информацией можно назвать любую информацию, не влияющую на получение выгод (избежание потерь). 																						
97	<p style="text-align: center;">Телефонные коммуникации.</p> <p>Вы ведете телефонные переговоры, и Ваш партнер утверждает нечто, безусловно ошибочное, с Вашей точки зрения, и неприемлемое для решения данной проблемы.</p> <p>Вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Чем может быть вызвано такое отношение партнера? 2. Как Вы поведете себя в целях решения проблемы? <p>Ответ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Чем может быть вызвано такое отношение партнера? Его восприятие сути проблемы отличается. 2. Как Вы поведете себя в целях решения проблемы? Рассмотреть точку зрения партнёра для наиболее полного понимания и найти компромиссы. Если такой вариант невозможен, то необходимо качественно объяснить партнёру собственную точку зрения, в случае неприятия способа решения проблемы, сотрудничество не имеет смысла, так как в ходе реализации решения, возникнут разногласия, не позволяющие разрешить проблему. 																						
98	<p>В следующем отрывке рассказа М. Шолохова «Судьба человека» найдите невербальные средства общения. Определите их тип.</p>																						

	<p>«Пришли на вокзал, а я на нее от жалости глядеть не могу: губы от слез распухли, волосы из-под платка выбились, и глаза мутные, неосмысленные, как у тронутого умом человека. Командиры объявляют посадку, а она упала мне на грудь, руки на моей шее сцепила, и вся дрожит, будто подрубленное дерево... И детишки ее уговаривают, и я, – ничего не помогает! Другие женщины с мужьями, с сыновьями разговаривают, а моя прижалась ко мне, как лист к ветке, и только вся дрожит, а слова вымолвить не может. Я и говорю ей: "Возьми же себя в руки, милая моя Иринка! Скажи мне хоть слово на прощанье". Она и говорит, и за каждым словом всхлипывает: "Родненький мой... Андрюша... не увидимся мы с тобой... больше... на этом... свете"... Тут у самого от жалости к ней сердце на части разрывается, а тут она с такими словами. Должна бы понимать, что мне тоже нелегко с ними расставаться, не к теще на блины собрался. Зло меня тут взяло! Силой я разнял ее руки и легонько толкнул в плечи. Толкнул вроде легонько, а сила-то у меня была дурачья; она попятилась, шага три ступнула назад и опять ко мне идет мелкими шажками, руки протягивает, а я кричу ей: "Да разве же так прощаются? Что ты меня раньше времени заживо хоронишь?!" Ну, опять обнял ее, вижу, что она не в себе...».</p> <p>Ответ: В данном рассказе следует выделить следующие невербальные коммуникации: «... глаза мутные, неосмысленные ... а она упала мне на грудь, руки на моей шее сцепила, и вся дрожит, будто подрубленное дерево... .. с сыновьями разговаривают, а моя прижалась ко мне, как лист к ветке, и только вся дрожит, а слова вымолвить не может. ...: ... Зло меня тут взяло! Силой я разнял ее руки и легонько толкнул в плечи. Толкнул вроде легонько, ... она попятилась, шага три ступнула назад и опять ко мне идет мелкими шажками, руки протягивает, ... опять обнял ее, вижу, что она не в себе...». При этом их следует разделить на следующие типы: кинесические (жесты, мимика, поза, походка) - глаза мутные, неосмысленные, вся дрожит, руки протягивает, ... опять обнял ее; такесические - , а моя прижалась ко мне; экстралингвистические - .. и за каждым словом всхлипывает.</p>
99	<p>Переведите в формы делового общения переговоры между Попом и Балдой, героями одноименной сказки А.С. Пушкина. Используйте язык бизнеса: совмещение профессий, система оплаты труда, работодатель, работник, претендент на должность, договор, контракт, условия работы, компромисс, консенсус, виды и содержание деятельности и пр.</p> <p><i>Эпизод первый:</i> заключение трудового соглашения. «Нужен мне работник: Повар, конюх, плотник. А где мне найти такого Служителя не слишком дорогого?» Балда говорит: «Буду служить тебе славно, Усердно и очень исправно, В год за три щелка тебе по лбу, Есть же мне давай вареную полбу». Призадумался поп, Стал себе почесывать лоб. Щелк щелку ведь рознь. Да понадеялся он на русский авось. Поп говорит Балде: «Ладно. Не будет нам обоим накладно...»</p> <p><i>Эпизод второй:</i> отношение работника к своим обязанностям. Все ли условия соглашения выполняются?</p> <p><i>Эпизод третий:</i> оплата труда, оговоренная соглашением.</p> <p><i>В заключение подготовьте аналитическую информацию:</i> какие правила составления трудового соглашения были нарушены партнерами в ситуации «Прием на работу»?</p> <p>Ответ: <i>Эпизод первый:</i> заключение трудового соглашения. Работодатель ищет вакансию специалиста, который сможет совместить профессии повара, конюха и плотника. Претендент на должность - Балда. Работодатель и работник заключают между собой устный договор, обговаривают условие труда и оплаты. Балда оценивает свой труд: за три щелчка в год работодателю, а также проживание и питание за счёт работодателя. Данные условия противоречат трудовому законодательству, в части нормирования труда. Балда и Поп достигают консенсуса. Работник соглашается на условия работы.</p> <p><i>Эпизод второй:</i> отношение работника к своим обязанностям. Все ли условия соглашения выполняются? Формальное соглашение отсутствует, следовательно, велика вероятность возникновения противоречий во взаимоотношениях между работником и работодателем.</p> <p>Как выполнил Балда свои обязанности? Балда обещает приступить к выполнению обязанностей и трудиться добросовестно, в соответствии с со-</p>

	<p>глашением.</p> <p>Эпизод третий: оплата труда, оговоренная соглашением. Справедливость каких правил делового сотрудничества подтверждают заключительные слова Балды: «Не гонялся бы ты, поп, за дешевизною». При низкой цене соответствующее качество.</p> <p>В заключение подготовьте аналитическую информацию: какие правила составления трудового соглашения были нарушены партнерами в ситуации «Прием на работу». Договор заключён в устной форме, не были обговорены условия труда в полной мере.</p>
100	<p>«Разговор о счастье».</p> <p>Надежда занимается продажей специальных добавок к культурам и предпочитает сама проводить переговоры с руководством агропредприятий. Она считает, что ее продукция – лучшая, а хороший метод провести удачную сделку с клиентом – подарить ему счастье. Сегодня она поставила перед собой задачу заключить договор о сотрудничестве с Александром, главным агрономом крупного сельхозпредприятия.</p> <p>В кабинет Надежда (Н) в буквальном смысле «врывается», всем своим видом демонстрируя энтузиазм и энергию. Первым делом она подходит к Александру (А) и крепко пожимает ему руку своими двумя, акцентируя задержку рукопожатия.</p> <p>Н: Очень рада нашей встрече, приятно видеть вас! Уверена, мы будем очень хорошими партнерами по бизнесу!</p> <p>А: Но мы с вами не договаривались о совместной работе...</p> <p>Н: Работать будем непременно, а если узнаете о продукции, которую я предлагаю, вы меня просто не отпустите!</p> <p>А: Нашему предприятию не требуется дополнительная продукция, нас все устраивает...</p> <p>Н: Очень хорошо! Но каждый хочет быть еще счастливее, чем сейчас, не правда ли? Вы хотите?</p> <p>Александр кивает, хочет что-то ответить, но не успевает.</p> <p>Н: Я не буду углубляться в химические особенности нашей продукции. Знаю одно: наши партнеры – абсолютно счастливые люди.</p> <p>А: Почему? Из-за добавок?</p> <p>Н: Наша компания продает не добавки, а счастье! Вот представьте: вы выходите на поле и видите, как колосится зрелая пшеница. Это радость?</p> <p>А: Да.</p> <p>Н: И вы чувствуете счастье, когда видите богатый урожай кукурузы, несмотря на то, что дождей уже не было очень долго, правда?</p> <p>А: Да, вы правы.</p> <p>Н: Это все вы получите, если будете сотрудничать с нами! Постоянно испытывать счастье.</p> <p>А: Очень нестандартное сравнение. Хорошо, расскажите мне о вашей продукции.</p> <p>Сделка проходит успешно, договор заключен.</p> <p>Ответьте на следующие вопросы:</p> <p>– Почему сделка прошла успешно?</p> <p>– В переговорах Надежда использует метод Сократа. В чем он заключается?</p> <p>Ответ: – Почему сделка прошла успешно? Используя метод Сократа, Надежда добилась положительного ответа на ряд очевидных и незначительных вопросов, позже приступила к более важным и значительным в этой сделке.</p> <p>– В переговорах Надежда использует метод Сократа. В чем он заключается? Разбираясь в предмете вместе с собеседником и задавая очевидные вопросы, на которые следует утвердительный ответ, Метод подводит собеседника к более полному видению предмета обсуждения и выводам, которые изначально были для собеседника не очевидными.</p>

3.2 Вопросы для зачета

ПКв-1 - Способен разрабатывать мероприятия по управлению рисками (*ИД2_{ПКв-1} – Взаимодействует с сотрудниками организации при составлении планов и разработке мероприятий по управлению отдельными видами рисков*)

Номер вопроса	Текст вопроса
101	<p>Дайте определение понятию деструктивного конфликта.</p> <p>Ответ: Деструктивный конфликт - конфликт, в котором активно переплетаются намерения участников, мешающие удовлетворению чьих-то личных интересов, т.к. достичь собственной цели каждый из них может лишь через ущемление интересов другого субъекта общения или путем уничтожения планов оппонента.</p>
102	Опишите стили поведения в конфликтных ситуациях.

	<p>Ответ: Различают следующие стили поведения в конфликтных ситуациях: Избегание - стиль поведения в конфликте, при котором человек игнорирует (фактически отрицает) само наличие конфликта, считает, что разногласий нет, и поэтому воздерживается от споров, дискуссий, возражений другой стороне, не уступая и не настаивая на своем. Приспособление - стиль поведения в конфликте, при котором человек частично или полностью отказывается от удовлетворения своих интересов, уступает, признает требования и претензии противостоящей стороны (пренебрегая собственными интересами), «капитулирует». Конкуренция - стиль поведения, характеризующийся высокой степенью настойчивости в удовлетворении собственных интересов, отсутствием уступчивости, отказом в удовлетворении интересов других людей. Для человека, демонстрирующего конкурентный тип поведения, наибольший интерес представляет результат, при этом совершенно не важно, какими останутся отношения с другими участниками конфликта. Компромисс - стиль поведения человека в конфликте, при котором он идет на уступки. Из общего объема требований, притязаний, интересов каждая сторона соглашается получить только часть, признавая при этом частично права другой стороны. Сотрудничество - стиль поведения в конфликте, позволяющий полностью удовлетворить интересы всех сторон. Сочетание психологических особенностей людей, различных стилей поведения - один из важнейших факторов развития взаимоотношений. Его обязательно нужно учитывать при поиске решения конфликта.</p>
103	<p>В чем заключается особенность интерактивной фазы делового общения?</p> <p>Ответ: Особенность интерактивной фазы делового общения заключается в том, что в этой фазе в наибольшей мере проявляется поведенческая активность деловых партнеров и реализуется их поведенческий потенциал. Поэтому интерактивная фаза включает в себя как отдельные обособленные поведенческие акты и действия деловых партнеров данной деловой ситуации, так и предпринимаемые ими совместные действия.</p>
104	<p>Охарактеризуйте виды вхождения в контактное взаимодействие при деловых коммуникациях.</p> <p>Ответ: К основным видам вхождения в контакт при взаимодействии выделяют: «пристройка сверху», «пристройка на равных», «пристройка снизу». «Пристройка сверху» - это «техника» доминирования над партнером. В ее классическом варианте происходит навязывание определенной дистанции в общении с ним, характерна выпрямленная поза, жесткий немигающий взгляд или полное отсутствие визуального общения, медленная речь с паузами. «Пристройка на равных» характеризуется мышечной и психической раскованностью. При этом громкость и темп речи уравновешены, на лице улыбка, внимание переходит в мягкий обмен взглядами, партнеры располагаются на комфортной дистанции. «Пристройка снизу» отличается приниженной позой, согнутым туловищем, движением глаз вверх-вниз или влево-вправо (бегающий взгляд), быстрым темпом речи, предоставлением инициативы партнеру.</p>
105	<p>Понятие и основные виды деловой коммуникации</p> <p>Ответ: В самом общем виде, коммуникация – это обмен информацией между людьми, посредством использования общей системы символов (знаков). Слово коммуникация происходит от латинского «communis», что означает «общество», «община», «общий» и родственно таким словам, как «коммуна», «коммунальный». Коммуникация или общение – это процесс достижения общего понимания. Деловые коммуникации рассматриваются как вид общения, который является нормативно одобренным, жестко регламентированным и функционирует в какой-либо социальной сфере для решения определенных задач. Выделяют следующие виды деловых коммуникаций: коммуникации с помощью технических средств, информационных технологий; межличностные; вербальные; невербальные; формальные; неформальные; вертикальные; горизонтальные; диагональные; нисходящие; восходящие; доверительные отношения и официальные отношения.</p>
106	<p>Коммуникационный процесс и его этапы.</p> <p>Ответ: В процессе коммуникации можно выделить четыре базовых элемента. 1. Отправитель, лицо, генерирующее идеи или собирающее информацию и передающее ее. 2. Сообщение, собственно информация, закодированная с помощью символов. 3. Канал, средство передачи информации. 4. Получатель, лицо, которому предназначена информация и которое интерпретирует ее. При обмене информацией отправитель и получатель проходят несколько взаимосвязанных этапов. Их задача - составить сообщение и использовать канал для его передачи таким образом, чтобы обе стороны поняли исходную идею. Этапы процесса коммуникаций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Зарождение идеи. • Кодирование и выбор канала. • Передача. • Декодирование
107	<p>Стили делового взаимодействия: сотрудничество, соперничество, приспособление, избегание</p> <p>Ответ: Выбор деловыми партнерами стиля действия, адекватного деловой ситуации, — важный фактор повышения эффективности делового взаимодействия. Наиболее типичная классификация стилей дейст-</p>

	<p>вия деловых партнеров на интерактивной фазе делового общения включает четыре основных стиля: сотрудничество, соперничество, приспособление, избегание.</p> <p>Стиль сотрудничества предполагает выбор деловыми партнерами такой модели поведения, которая в наибольшей мере способствует достижению ими совместной социально значимой цели делового общения. Речь идет об открытой развивающей партнерской модели — демонстрации с помощью вербальных и невербальных сигналов готовности партнеров к совместным действиям (принятие положительного языка позы и жестов, использование эффективных приемов слушания).</p> <p>Стиль соперничества в действиях деловых партнеров ориентирован на достижение ими только своих собственных целей. Поэтому и модели поведения, соответствующие этому стилю, носят, как правило, манипулятивный или принудительный характер.</p> <p>Стиль приспособления предполагает ориентацию деловых партнеров на максимально конформные модели поведения, связанные со значительными уступками в ущерб собственным интересам. Для стиля приспособления характерны такие типы психологического влияния, как заражение, привлечение, уподобление, увещание.</p> <p>Стиль избегания в действиях деловых партнеров направлен на выбор таких комфортных моделей поведения, которые ориентированы на отказ от совместных действий в решении деловой проблемы. Открытая демонстрация несогласия, поляризация подходов к решению деловой проблемы исключают возможность совместных действий деловых партнеров. Стилю избегания в наибольшей степени соответствует игнорирование, которое может проявляться в намеренном невнимании деловых партнеров друг к другу, в демонстрации рассеянности, пренебрежения к высказываниям друг друга.</p>
108	<p>Нормы профессиональной этики и требования к обеспечению сохранения коммерческой тайны.</p> <p>Ответ: Ограничение доступа к информации определенного содержания и наличие механизмов для осуществления такого ограничения присущи каждому обществу. Для обозначения информации, предназначенной для ограниченного круга лиц, используется термин «конфиденциальность» (от лат. confidential – доверие).</p> <p>Основными признаками коммерческой тайны являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> - конфиденциальный характер информации; - возможность с ее помощью получить определенную выгоду. <p>А основными признаками информации, составляющей коммерческую тайну, являются следующие:</p> <ul style="list-style-type: none"> - информация имеет потенциальную либо действительную коммерческую ценность в связи с неизвестностью третьим лицам; - к информации отсутствует свободный доступ; - обладатель информации принимает меры к охране ее конфиденциальности. <p>Таким образом, чтобы те либо иные сведения стали коммерческой тайной, необходимо наличие всех трех указанных признаков.</p> <p>Работодатель вправе потребовать возмещения убытков, причиненных ему разглашением информации, составляющей коммерческую тайну, от лица, получившего доступ к этой информации в связи с исполнением трудовых обязанностей, но прекратившего трудовые отношения с работодателем, если эта информация разглашена в течение срока действия режима коммерческой тайны.</p> <p>Причиненные работником или прекратившим трудовые отношения с работодателем лицом убытки не возмещаются, если разглашение информации, составляющей коммерческую тайну, произошло вследствие несоблюдения работодателем мер по обеспечению режима коммерческой тайны, действий третьих лиц или непреодолимой силы.</p>
109	<p>Формы деловых коммуникаций</p> <p>Ответ: Общепринятыми формами деловых коммуникаций являются деловые встречи и беседы, совещания, собрания, переговоры, конференции, телефонные разговоры, деловая переписка.</p> <p>Деловая беседа – это разговор преимущественно между двумя собеседниками. Это специально организованной предметный разговор, служащий для решения управленческих задач.</p> <p>Деловое совещание - форма организованного, целенаправленного взаимодействия, связанная с принятием решений группой заинтересованных лиц.</p> <p>Переговоры – коммуникация между сторонами для достижения своих целей, при которой каждая из сторон имеет равные возможности в контроле ситуации и принятии решения.</p> <p>Телефонный разговор – контактное по времени, но удаленное в пространстве и опосредованное специальными техническими средствами общение собеседников.</p> <p>Деловая переписка – основная форма письменных речевых коммуникаций.</p> <p>Пресс-конференция – мероприятие для СМИ, проводимое в случаях, когда есть общественно значимая новость, и организация или отдельная известная личность, непосредственно связанные с этой новостью, желают дать свои комментарии по этой новости, которые были бы интересны и важны для общественности.</p>
110	<p>Коммуникации при взаимодействии с ответственными за риск сотрудниками организации.</p> <p>Ответ: Ключ к эффективному общению с коллективом, в том числе с ответственными за риск сотрудниками — выбрать правильную форму подачи информации. Об одном и том же можно рассказать так, что это воспримут и позитивно, и негативно. Хорошая внутренняя коммуникация позволяет HR-у установить продуктивные ролевые взаимодействия в коллективе и грамотно распределить ответственность сотрудников. Для этого информационные послы должны быть: информативными; беспристрастными; ясными; своевременными; лаконичными. Обязательный принцип работы хорошо отлаженной системы коммуникации в организации — обратная связь. HR вместе с руководством должен получать фидбек от персонала в ответ на информационные послы и своевременно давать его сотрудникам, с целью снижения возникновения рисков ситуаций.</p>

ПКв-4 – Способен использовать базовые принципы и инструменты поддержки процессов управления отдельными видами рисков (*ИД1_{ПКв-4} - Использует нормы корпоративного управления и поддержания деловых контактов в управлении рисками*)

Номер вопроса (задачи, задания)	Текст вопроса
111	<p>Принципы формирования имиджа.</p> <p>Ответ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Восприимчивость - способность имиджа быть адекватно прочитанным партнерами или аудиторией, на которую он рассчитан. 2. Актуальность - способность имиджа соответствовать ситуативным ожиданиям аудитории или партнеров. 3. Эмоциональность - возможность активировать у аудитории или партнеров через соответствующие сигналы комплекс желательных эмоций. 4. Позитивная информативность - набор ассоциируемых имиджем социальных символов и сигналов, благожелательных для аудитории или партнеров. 5. Запоминаемость - введение в имидж специальных сигналов, кодирующих внимание. 6. Простота и понятность - имидж должен перегружаться информацией, чтобы быть запоминаемым.
112	<p>Манипуляция и ее особенности.</p> <p>Ответ: Манипуляции – скрытое управление поведением человека, совершаемое ради какой-либо выгоды того, кто управляет. На основании различных подходов к пониманию сущности манипуляции можно выделить такие ее особенности, как:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отношение к партнеру как к объекту, средству достижения собственных целей манипулятора, не отвечающих интересам адресата манипуляции, получение односторонней выгоды; - хорошее знание особенностей объекта манипуляции и, прежде всего, его слабых сторон; - навязывание ему ложных целей и стимулирование поведения, направленного на достижение этих целей; - использование слабостей партнера или скрытого обмана, уловок для достижения собственных целей манипулятора; - высокий коммуникативный контроль, содержащий элементы игры, маскировку; - осуществление психологического насилия над партнером; - деструктивный характер манипуляции, ее негативные последствия для инициатора и объекта манипулятивного действия, а также их отношений.
113	<p>Коммуникативные барьеры и их виды.</p> <p>Ответ: Коммуникативные барьеры - препятствия, вызванные естественными, социальными и психологическими факторами, возникающими в процессе коммуникации. В современном мире в условиях человеческого взаимодействия, в разных сферах деятельности возникают трудности, или коммуникативные барьеры. Выделяют следующие группы барьеров: барьеры непонимания, личностные барьеры, культурные барьеры, организационные барьеры, социальные барьеры, физические барьеры.</p> <p>Многообразие коммуникативных барьеров свидетельствует, что практически каждый человек в тех или иных ситуациях делового разговора испытывает серьезные трудности. Универсальных методов преодоления коммуникативных барьеров не существует.</p>
114	<p>Поясните, что такое кинесические средства общения.</p> <p>Ответ: Это зрительно воспринимаемые движения другого человека, выполняющие выразительно-регулятивную функцию в общении. Кинесика (др.-греч. κίνησις — движение) – совокупность телодвижений (жестов, мимики), применяемых в процессе человеческого общения (за исключением движений речевого аппарата). К кинесическим невербальным средствам относят: жесты, мимику, позы, походку, взгляд.</p>
115	<p>Формирование корпоративной репутации: факторы влияющие на ее формирование.</p> <p>Ответ: Корпоративная репутация - это коллективное мнение о предприятии (компании), формирующееся с течением времени в сознании стейкхолдеров на основе оценки экономического, социального и других аспектов его деятельности, а также будущих перспектив.</p> <p>На формирование уровня корпоративной репутации оказывают влияние следующие факторы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - качество продуктов и услуг; - управление; - корпоративное гражданство; - инновации; - условия труда; - лидерство; - результативность. <p>Разные факторы оказывают разное влияние на корпоративную репутацию. Самым значимым фактором является качество продуктов и услуг, вторым и третьим по важности факторами являются управление и корпоративное гражданство.</p>
116	<p>Корпоративная коммуникация.</p> <p>Ответ: Корпоративные коммуникации – это «система управления внутренними и внешними потоками информации, нацеленными на создание положительного имиджа и благоприятного мнения о себе у ключевых партнёров, от которых зависит судьба компании, конкурентов, сотрудников компании и партнеров; это сообщения, исходящие от корпорации, её руководства – к сотрудникам, СМИ, партнёрам и широкой публике. Организации нацелены на передачу единообразного сообщения всем своим партнё-</p>

	<p>рам, чтобы добиться последовательности своих действий, доверия со стороны и отображения этических норм компании.</p> <p>Корпоративные коммуникации помогают организации объяснить свои цели и задачи, сформулировать ценности и представления в единую связную концепцию».</p> <p>Функции внутренней и внешней коммуникации организации выполняют корпоративные СМИ. Они рассматриваются и как фактор повышения эффективности работы организации и как инструмент самоорганизации на всех уровнях корпоративных отношений, а обратная связь, предусмотренная корпоративными СМИ, дает возможность сотрудникам компании выражать мнение, сообщать о корпоративных событиях, обращаться с вопросами относительно организации работы на предприятии к менеджменту предприятия. То есть корпоративные СМИ во многом способствуют осуществлению внутренней коммуникации на предприятии.</p>
117	<p>Оценка эффективности корпоративной коммуникации</p> <p>Ответ: Оценка эффективности коммуникации – это необходимое условие и важный фактор управления коммуникативными процессами. Она предполагает необходимость выбора критериев оценки эффективности коммуникативной деятельности. Зная критерии оценки эффективности коммуникации, можно уже на этапе планирования коммуникативного акта выбрать наиболее подходящие и действенные способы его осуществления. Эффективность коммуникации – это отношение результата, полученного от организации коммуникативной деятельности, к затратам на его получение.</p> <p>Из методов, применяемых в деловой практике, можно выделить три основных метода оценки эффективности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – в соответствии с первым подходом определения эффективности как отношения результат/затраты определяется финансовая или коммерческая эффективность коммуникации как отношение прироста какого-либо показателя, полученного в результате проведения коммуникационных актов к затратам на их проведение. Примером может послужить проведение рекламной компании, а в качестве показателей эффективности – финансовый показатель – отношение прироста объема прибыли к затратам на рекламную компанию или отношение прироста объема сбыта к затратам и тому подобные варианты; – в соответствии со вторым подходом (результат – цель) определяется какой-либо количественный нефинансовый показатель, достигнутый в результате коммуникации, например, в случае проведения рекламной кампании это может быть число потенциальных покупателей, вступивших в контакт с рекламодателем в результате проведения этой кампании; – в соответствии со вторым подходом определяется какой-либо качественный показатель, определяющий, как коммуникация достигает своей цели, в какой степени выполняются ее функции, например, достигается желаемое изменение поведения сотрудников.
118	<p>Техника убеждения и влияния.</p> <p>Ответ: Под убеждением понимается преимущественно интеллектуальное психологическое воздействие, основанное на передаче логически выстроенной информации и ставящее целью добровольное ее принятие в качестве побудительного мотива деятельности. Другими словами, при убеждении достигается не просто принятие информации, а внутреннее согласие с ней, причем окончательный вывод должен быть сделан принимающим информацию самостоятельно.</p> <p>Заражение – передача психического состояния или отношения одного человека другому человеку или группе людей. И перенос состояния, и его усвоение могут осуществляться произвольно и непроизвольно. Действие этого психологического феномена обратно пропорционально уровню развития личности: чем выше уровень развития личности, тем меньше она подвержена психическому заражению. Возможность заражения находится в прямой зависимости от наличия передаваемого состояния у инициатора заражения. В деловом общении посредством заражения могут транслироваться как позитивные эмоциональные состояния, так и негативные.</p> <p>Внушение (суггестия) – «сознательное, неаргументированное воздействие на самого себя, другого человека или группу людей, целью которого является изменение их состояния, отношения к чему-либо и предрасположенности к определенным действиям».</p> <p>Внушение происходит на вербальной основе, однако используемые при этом утверждения должны восприниматься как несомненные, определенные, выраженные в безусловной форме. Необходимым условием успешности внушения является авторитетность внушающего и его психическое состояние: внушение будет более сильным, если его инициатор спокоен и невозмутим.</p> <p>Психологическое влияние - это феномен, с которым каждый человек постоянно сталкивается в своей повседневной жизни. Порой сами этого не замечая, мы с помощью своих слов или действий изменяем поведение и установки окружающих, и они в свою очередь оказывают точно такое же воздействие на нас.</p> <p>Влияние - процесс и результат изменения индивидуумом поведения другого человека, его установок, намерений, представлений, оценок и т.п. в ходе взаимодействия с ним.</p>
119	<p>Ошибки выступающего</p> <p>Ответ: Основная цель публичного выступления — донести определенную информацию, вдохновить и дать толчок к действиям. Есть особенности, которые объединяют публику и оратора, а также улучшают взаимодействие между ними. Выделим распространенные ошибки выступления:</p> <ul style="list-style-type: none"> - неуверенность - оправдания - речь без примеров - лишние жесты и неуправляемая мимика - выбор слов - некачественная подготовка - монотонная речь - не использование пауз - отсутствие юмора и всезнайство

	<p>- суетливость</p> <p>Не стоит опасаться и вопросов от аудитории. Вопросы посередине выступления является показателем того, что доклад слушают. Стоит воспользоваться предоставленной возможностью и оживить речь. Эффективные презентации аудитория воспринимает, как разговор. При этом монолог может быть только с одной стороны. Профессионалы не рекомендуют отклоняться от дискуссии.</p>
120	<p>Работа с аудиторией – основные правила и приемы.</p> <p>Ответ: Аудитория может быть разной — малочисленной и превышающей тысячу человек, скептически, нейтрально или доброжелательно настроенной, отличающейся по возрасту, социальному и профессиональному составу. В независимости от ее особенностей, выступающий должен уметь с ней взаимодействовать и устанавливать результативный контакт. Выделим основные правила работы с аудиторией:</p> <p>готовиться к выступлениям, работая над текстом и собственной уверенностью;</p> <p>разносторонне владеть темой и правильно доносить мысли;</p> <p>быть красноречивым — использовать приемы риторики, осваивать ораторское искусство, чтобы склонить слушателей на свою сторону;</p> <p>ясно отвечать на вопросы, устанавливать обратную связь со зрителями;</p> <p>результативно использовать невербальные инструменты — позы, движения и так далее.</p> <p>Завершение речи также важно, как и ее начало. Оно должно быть понятным и лаконичным. Сообщение стоит закончить красиво и эмоционально.</p>

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания в ходе изучения дисциплины знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, регламентируются положениями:

- П ВГУИТ 2.4.03 Положение о курсовых экзаменах и зачетах;

- П ВГУИТ 4.1.02 Положение о рейтинговой оценке текущей успеваемости, а также методическими указаниями:

Деловые коммуникации [ЭИ]: задания самостоятельной работы студентов / Воронеж. гос. ун-т инж. технол.; сост. И. П. Богомолова, Василенко И. Н.– Воронеж: ВГУИТ, 2021. – 20 с.
<https://education.vsu.ru/>

В методических указаниях указывается порядок проведения оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, и выставления оценки по дисциплине.

Для оценки знаний, умений, навыков обучающихся по дисциплине применяется рейтинговая система. Итоговая оценка по дисциплине определяется на основании определения среднеарифметического значения баллов по каждому заданию.

5. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания для каждого результата обучения по дисциплине/практике

Результаты обучения по этапам формирования компетенций	Предмет оценки (продукт или процесс)	Показатель оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	Шкала оценивания	
				Академическая оценка или баллы	Уровень освоения компетенции
ПКв-1 - Способен разрабатывать мероприятия по управлению рисками (ИД2 _{ПКв-1} – <i>Взаимодействует с сотрудниками организации при составлении планов и разработке мероприятий по управлению отдельными видами рисков</i>)					
Знать	Знание норм профессиональной этики и требования к обеспечению сохранения коммерческой тайны	Результаты тестирования	- даны правильные ответы менее чем на 59,99 % всех тестовых вопросов	Неудовлетворительно	Не освоена (недостаточный)
			- даны правильные ответы на 60-74,99% всех тестовых вопросов	Удовлетворительно	Освоена (базовый)
			- даны правильные ответы на 75-84,99% всех тестовых вопросов	Хорошо	Освоена (повышенный)
			- даны правильные ответы на 85-100% всех тестовых вопросов	Отлично	Освоена (повышенный)
		Собеседование Ответы на вопросы	обучающийся обладает частичными и разрозненными знаниями, только некоторые из которых может связывать между собой	Не зачтено	Не освоена (недостаточный)
			обучающийся обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Зачтено	Освоена (базовый, повышенный)
Уметь	Умение выстраивать коммуникации при взаимодействии с ответственными за риск сотрудниками организации	Решение практических задач	Обучающийся не владеет умениями выполнения заданий; не демонстрирует умений, предусмотренных планируемыми результатами обучения	Не зачтено	Не освоена (недостаточный)
			Обучающийся выполняет задания с использованием алгоритма решения, при выполнении не допускает ошибок или допускает незначительные ошибки и неточности, формулирует выводы; демонстрирует умения, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Зачтено	Освоена (повышенный)
		Содержание реферата	Содержание и состав работы не соответствует выбранной теме либо заявленная тема не раскрыта, нарушена логичность и последовательность в изложении материала, отсутствуют ссылки на литературные источники, оформление работы не соответствует предъявляемым требованиям	Не зачтено	Не освоена (недостаточный)
			Содержание и состав работы в полной мере соответствует выбранной теме, заявленная тема раскрыта достаточно полно, использовано достаточное количество научных источников, на них в тексте работы имеются ссылки	Зачтено	Освоена (повышенный)

			ки, не нарушена логичность и последовательность в изложении материала, оформление работы соответствует предъявляемым требованиям		
Владеть	Навыки взаимодействия с сотрудниками организации - владельцами риска при составлении планов и разработке мероприятий по управлению отдельными видами рисков	Результаты решения кейс-заданий	обучающийся не владеет навыками выполнения заданий; не демонстрирует умений, предусмотренных планируемыми результатами обучения	Неудовлетворительно	Не освоена (недостаточный)
			обучающийся испытывает затруднения при выполнении заданий по алгоритму; демонстрирует минимальный набор навыков, предусмотренных планируемыми результатами обучения	Удовлетворительно	Освоена (базовый)
			обучающийся выполняет задания с использованием алгоритма решения, при выполнении допускает незначительные ошибки и неточности, формулирует выводы; демонстрирует навыки, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Хорошо	Освоена (повышенный)
			обучающийся выполняет задания, формируя алгоритм решения, при выполнении не допускает ошибок и неточностей, формулирует выводы; демонстрирует навыки, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Отлично	Освоена (повышенный)
ПКв-4 – Способен использовать базовые принципы и инструменты поддержки процессов управления отдельными видами рисков (<i>ИД1_{ПКв-4} - Использует нормы корпоративного управления и поддержания деловых контактов в управлении рисками</i>)					
Знать	Знание норм корпоративного управления	Результаты тестирования	- даны правильные ответы менее чем на 59,99 % всех тестовых вопросов	Неудовлетворительно	Не освоена (недостаточный)
			- даны правильные ответы на 60-74,99% всех тестовых вопросов	Удовлетворительно	Освоена (базовый)
			- даны правильные ответы на 75-84,99% всех тестовых вопросов	Хорошо	Освоена (повышенный)
			- даны правильные ответы на 85-100% всех тестовых вопросов	Отлично	Освоена (повышенный)
		Собеседование Ответы на вопросы	обучающийся обладает частичными и разрозненными знаниями, только некоторые из которых может связывать между собой	Не зачтено	Не освоена (недостаточный)
			обучающийся обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Зачтено	Освоена (базовый, повышенный)
Уметь	Умение устанавливать и поддерживать деловые контакты, связи, отношения с сотрудни-	Решение практических задач	Обучающийся не владеет умениями выполнения заданий; не демонстрирует умений, предусмотренных планируемыми результатами обучения	Не зачтено	Не освоена (недостаточный)

	ками компании, в том числе ответственными за риск работниками		Обучающийся выполняет задания с использованием алгоритма решения, при выполнении не допускает ошибок или допускает незначительные ошибки и неточности, формулирует выводы; демонстрирует умения, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Зачтено	Освоена (повышенный)	
			Содержание реферата	Содержание и состав работы не соответствует выбранной теме либо заявленная тема не раскрыта, нарушена логичность и последовательность в изложении материала, отсутствуют ссылки на литературные источники, оформление работы не соответствует предъявляемым требованиям	Не зачтено	Не освоена (недостаточный)
				Содержание и состав работы в полной мере соответствует выбранной теме, заявленная тема раскрыта достаточно полно, использовано достаточное количество научных источников, на них в тексте работы имеются ссылки, не нарушена логичность и последовательность в изложении материала, оформление работы соответствует предъявляемым требованиям	Зачтено	Освоена (повышенный)
Владеть	Навыки использования норм корпоративного управления при поддержании деловых контактов в процессе профессиональной деятельности, включая управление рисками	Результаты решения кейс-заданий	обучающийся не владеет навыками выполнения заданий; не демонстрирует умений, предусмотренных планируемыми результатами обучения	Неудовлетворительно	Не освоена (недостаточный)	
			обучающийся испытывает затруднения при выполнении заданий по алгоритму; демонстрирует минимальный набор навыков, предусмотренных планируемыми результатами обучения	Удовлетворительно	Освоена (базовый)	
			обучающийся выполняет задания с использованием алгоритма решения, при выполнении допускает незначительные ошибки и неточности, формулирует выводы; демонстрирует навыки, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Хорошо	Освоена (повышенный)	
			обучающийся выполняет задания, формируя алгоритм решения, при выполнении не допускает ошибок и неточностей, формулирует выводы; демонстрирует навыки, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Отлично	Освоена (повышенный)	