

УТВЕРЖДАЮ
 Декан факультета

 (подпись) Шматко А. Д.
 «___» _____ 20__

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Направление/специальность подготовки	38.03.01 Экономика
Специализация/профиль/программа подготовки	Экономика предприятий и организаций
Уровень высшего образования	Бакалавриат
Форма обучения	Очно-заочная
Факультет	Р Международного промышленного менеджмента и коммуникации
Выпускающая кафедра	Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ
Кафедра-разработчик рабочей программы	Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

КУРС	СЕМЕСТР	ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ (ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ)	ЧАСЫ (по наличию видов занятий)									ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ
			ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ	АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ				САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА				
				ВСЕГО	ЛЕКЦИИ	ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ	ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	ВСЕГО	КУРСОВОЙ ПРОЕКТ	КУРСОВАЯ РАБОТА	ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТ. РАБОТЫ	
2	3	3	108	34	17	0	17	74	0	0	74	зач.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА СОСТАВЛЕНА В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ФГОС ВО)

38.03.01 Экономика

год набора группы: 2024

Программу составил:

Кафедра Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

Миловзорова Мария Николаевна, к.филос.н., доцент, доцент

Программа рассмотрена

на заседании кафедры-разработчика

рабочей программы **Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ**

Заведующий кафедрой Шматко А.Д., д.э.н., проф.

Программа рассмотрена

на заседании выпускающей кафедры

Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ

Заведующий кафедрой Ивченко Б.П., д.т.н., проф.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Разделы рабочей программы

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Приложения к рабочей программе дисциплины

- Приложение 1. Аннотация рабочей программы
- Приложение 2. Технологии и формы обучения
- Приложение 3. Фонды оценочных средств

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

УК-3 — способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-4 — способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Формированию компетенций служит достижение следующих результатов образования:

УК-3

знания:

базовые принципы искусства эристики, логические и психологические методы убеждения;

умения:

наблюдение и анализ применения логических и психологических методов убеждения;

навыки:

владение методами коммуникативного урегулирования конфликтов, в том числе в межкультурной среде;

владение базовыми принципами искусства эристики, логическими и психологическими методами убеждения.

УК-4

знания:

специфические особенности речевых коммуникаций в деловом общении;

умения:

наблюдение и анализ особенностей речевых коммуникаций в деловом общении;

навыки:

осуществление делового общения (публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина **ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ** является дисциплиной **обязательной части блока 1** программы подготовки по направлению *38.03.01 Экономика*.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин: **ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**.

Содержание дисциплины является основой для освоения дисциплин: **МАРКЕТИНГ**.

Предварительные компетенции, сформированные у обучающегося до начала изучения дисциплины:

- ОПК-1 — Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической теории при решении прикладных задач

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

3.1. Содержание (дидактика) дисциплины

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %	
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		УК-3	УК-4
2	3	Раздел 1. Информация как ресурс управления. Теория коммуникации. 1.1.Значение коммуникации в управлении. 1.2. Особенности формирования внутренних и внешних информационных потоков в организации. 1.3. Эволюция теории коммуникации.	25	5	3	2	20	25	25
2	3	Раздел 2. Массовые коммуникации в контексте маркетинговых коммуникаций. 2.1. Элементы системы маркетинговых коммуникаций. 2.2. Теории массовой коммуникации. 2.3. Модели массовой коммуникации.	23	8	4	4	15	25	25
2	3	Раздел 3. Особенности делового этикета в межкультурных коммуникациях. 3.1. Этикет делового общения. 3.2. Модели сравнительного анализа менталитета представителей национальных культур. 3.3. Переговоры в управлении организационными конфликтами.	22	7	4	3	15	25	25
2	3	Раздел 4. Подготовка делового человека к публичным выступлениям. 4.1. Подготовка к информационной речи. 4.2. Подготовка к убеждающей речи. 4.3. Подготовка к дискуссии.	38	14	6	8	24	25	25
Всего за 3 семестр			108	34	17	17	74	100	100
Всего по дисциплине			108	34	17	17	74	100	100

3.2. Аудиторный практикум

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	Объем, ауд. часов
1	Раздел 1. Информация как ресурс управления. Теория коммуникации.	Самопрезентация	2
2	Раздел 2. Массовые коммуникации в контексте маркетинговых коммуникаций.	Анализ текстов рекламных сообщений	4
3	Раздел 3. Особенности делового этикета в межкультурных коммуникациях.	Особенности делового этикета в межкультурных коммуникациях	3
4	Раздел 4. Подготовка делового человека к публичным выступлениям.	Подготовка делового человека к публичным выступлениям. Информационная речь.	3
5		Подготовка делового человека к публичным выступлениям. Убеждающая речь.	3
6		Подготовка делового человека к публичным выступлениям. Дискуссия.	2
Всего за 3 семестр			17

3.3. Самостоятельная работа студента (СРС)

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Содержание учебного задания	Объем, часов
1	Раздел 1. Информация как ресурс управления. Теория коммуникации.	Информация как ресурс управления. Теория коммуникации.	20
2	Раздел 2. Массовые коммуникации в контексте маркетинговых коммуникаций.	Массовые коммуникации в контексте маркетинговых коммуникаций	15
3	Раздел 3. Особенности делового этикета в межкультурных коммуникациях.	Особенности делового этикета в межкультурных коммуникациях	15
4	Раздел 4. Подготовка делового человека к публичным выступлениям.	Подготовка делового человека к публичным выступлениям. Информационная речь.	24

выступлениям.	Убеждающая речь. Дискуссия.	
Всего за 3 семестр		74

4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

СЕМЕСТР	НЕДЕЛИ СЕМЕСТРА																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
3					Задан	ДР				ДР		Задан				ДР	Вопр. Зач, зач.

Условные обозначения:

- ДР – диагностическая работа;
- Задан – задание;
- Вопр. Зач – вопросы к зачету;
- зач. – зачет.

Текущий контроль успеваемости студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- задание;
- вопросы к зачету.

Промежуточная аттестация проводится в формах:

- зачет.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература по дисциплине:

1. А. А. Ивин. . Теория и практика аргументации. Москва: Юрайт, 2019, эл. рес.
2. В. В. Касьянов. . Социология массовой коммуникации. Москва: Юрайт, 2020, эл. рес.
3. Д. Н. Александров. . Логика. Риторика. Этика. Москва: Флинта, 2004, 99 экз.
4. М. Н. Миловзорова, Е. Н. Щёголев. . Управление межкультурными коммуникациями. СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2021, 29 экз.
5. М. Ю. Коноваленко. . Деловые коммуникации. Москва: Юрайт, 2020, эл. рес.
6. О. С. Габинская, Н. В. Дмитриева. . Маркетинговые коммуникации. М.: Академия, 2010, 17 экз.

5.2. Дополнительная литература по дисциплине:

1. Р. Харрис. . Психология массовых коммуникаций. СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2003, 2 экз.
2. С. А. Варакута. . Связи с общественностью. М.: ИНФРА-М, 2010, 3 экз.
3. С. И. Поварнин. . Спор. О теории и практике спора. СПб.: Лань, 1986, 1 экз.
4. Ф. И. Шарков. . Имидж фирмы: технологии управления. М.: Академический Проект, 2006, 2 экз.

5.3. Периодические издания:

не требуются.

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины, электронные библиотечные системы:

1. <https://urait.ru/bcode/488401> Спивак, В. А. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для вузов.

Современные профессиональные базы данных:

1. <https://rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека (НЭБ);
2. <https://cyberleninka.ru/> - Научная электронная библиотека «Киберленинка»;
<http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library> - Полнотекстовая электронная библиотека Российского фонда фундаментальных исследований.

Информационные справочные системы:

1. Техэксперт – Информационный портал технического регулирования: Нормы, правила, стандарты РФ;
2. http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=457 - БД ГОСТов собственной генерации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова;
3. <http://www.consultant.ru/>- КонсультантПлюс- информационный портал правовой информации.

5.5. Программное обеспечение:

1. Google Chrome.

5.6. Информационные технологии:

взаимодействие с обучающимися посредством ЭИОС Moodle БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Лекционные занятия:

специализированные требования по оборудованию отсутствуют; аудитория с посадочными местами по количеству студентов; доска.

6.2. Практические занятия:

1. Проектор;
2. Google Chrome.

6.3. Прочее:

1. рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
2. рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

Аннотация рабочей программы

Дисциплина **ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ** является дисциплиной **обязательной части блока 1** программы подготовки по направлению *38.03.01 Экономика*. Дисциплина реализуется на факультете *Р* Международного промышленного менеджмента и коммуникации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова кафедрой *Р1* МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ.

Дисциплина нацелена на формирование *компетенций*:

УК-3 способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;
УК-4 способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с функциональным значением деловых коммуникаций в эффективном управлении поведением человека в организации; особенностями формирования внешних информационных потоков и внутренних информационных потоков в организации; видами деловых коммуникаций; особенностями межкультурных коммуникаций; элементами системы деловых коммуникаций, основными понятиями культуры речи и стилистики; базовыми принципами искусства эристики; функциями переговоров в управлении конфликтами в организации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие **виды контроля**:

Текущий контроль успеваемости студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- задание;
- вопросы к зачету.

Промежуточная аттестация проводится в формах:

- зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет **3 з.е., 108 ч.** Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (**17 ч.**), практические занятия (**17 ч.**), самостоятельная работа студента (**74 ч.**).

ТЕХНОЛОГИИ И ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Рекомендации по освоению дисциплины для студента

Трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 ч., из них 34 ч. аудиторных занятий, и 74 ч., отведенных на самостоятельную работу студента.

Рекомендации по распределению учебного времени по видам самостоятельной работы и разделам дисциплины приведены в таблице.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Формы контроля и критерии оценивания приведены в приложении 3 к Рабочей программе.

Наименование работы	Рекомендуемая литература	Трудоемкость, час.
Раздел 1. Информация как ресурс управления. Теория коммуникации.		
Информация как ресурс управления. Теория коммуникации.	Ф. И. Шарков. . Имидж фирмы: технологии управления: М.: Академический Проект, 2006 (1-2) М. Ю. Коноваленко. . Деловые коммуникации: Москва: Юрайт, 2020 (1-3)	20
Итого по разделу 1		20
Раздел 2. Массовые коммуникации в контексте маркетинговых коммуникаций.		
Массовые коммуникации в контексте маркетинговых коммуникаций	Р. Харрис. . Психология массовых коммуникаций: СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2003 (1-4) В. В. Касьянов. . Социология массовой коммуникации: Москва: Юрайт, 2020 (1-3) О. С. Габинская, Н. В. Дмитриева. . Маркетинговые коммуникации: М.: Академия, 2010 (1-3) С. А. Варакута. . Связи с общественностью: М.: ИНФРА-М, 2010 (1-3)	15
Итого по разделу 2		15
Раздел 3. Особенности делового этикета в межкультурных коммуникациях.		
Особенности делового этикета в межкультурных коммуникациях	М. Н. Миловзорова, Е. Н. Щёголев. . Управление межкультурными коммуникациями: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2021 (1-4)	15
Итого по разделу 3		15
Раздел 4. Подготовка делового человека к публичным выступлениям.		
Подготовка делового человека к публичным выступлениям. Информационная речь. Убеждающая речь. Дискуссия.	А. А. Ивин. . Теория и практика аргументации: Москва: Юрайт, 2019 (1-3) Д. Н. Александров. . Логика. Риторика. Этика: Москва: Флинта, 2004 (1-3) С. И. Поварнин. . Спор. О теории и практике спора: СПб.: Лань, 1986 (1-4)	24
Итого по разделу 4		24

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств, позволяющие оценить результаты обучения по данной дисциплине, включают в себя:

- диагностическая работа
- задание;
- вопросы к зачету;
- зачет.

Критерии оценивания

Диагностическая работа

Диагностическая работа проводится в форме теста в ЭИОС Moodle:

- при правильном ответе менее чем на 60% вопросов - не аттестация;
- при правильном ответе на 60% вопросов и более - аттестация.

Задание

Задания готовятся с обязательной электронной презентацией.

выступление 1 - Информационная речь.

Темы информационных речей: 1. Информация как ресурс управления.

2. Процесс коммуникации. Элементы и этапы процесса коммуникации.

3. Преграды в межличностных коммуникациях

4. Бихевиористский подход в коммуникативной модели Г. Лассуэлла.

5. Искусство эристики. Типы споров и стратегии поведения их участников

6. Позитивный имидж организации в маркетинговой коммуникации. Компоненты структуры имиджа организации.

7. Эмоциональный интеллект как стратегический фактор развития организации.

8. Информационная технология «Окна Овертона» в контексте массовых коммуникаций.

9. Комплекс Marketing-mix.

10. Promotion-mix в системе управления внешними информационными потоками.

11. Законы формальной логики.

12. Теория информации: количественный подход (К.Шеннон, Р. Хартли, Л. Бриллюэн, И.Б.Новик и др.)

13. Теория информации: семантический подход (А.Харкевич, Р.Карнап, И.Бар-Хиллел, Н.Винер).

14. Теории массовой коммуникации (social learning, cultivation, agenda setting, used and gratifications).

15. Проблема конструирования социальной реальности.

16. Искусственный интеллект.

17. Нетократия.

18. Проблемы межкультурной коммуникации в транснациональных корпорациях

19. Переговоры в управлении конфликтами. Модель организационного конфликта Л. Понди.

выступление 2 - Убеждающая речь. Тезис убеждающей речи студент формулирует самостоятельно по своему выбору и согласует с преподавателем. Примеры тем убеждающих речей:

1. Человеку нужно научиться фильтровать информацию.

2. Интуитивное принятие решений эффективно.

3. Чтение книг необходимо для развития интеллекта.

4. Человек должен защищать Природу.

5. Умение слушать – профессиональный навык делового человека.

Вопросы к зачету

1. Информация как ресурс управления.

2. Процесс коммуникации. Элементы и этапы процесса коммуникации.

3. Преграды в межличностных коммуникациях

4. Бихевиористский подход в коммуникативной модели Г. Лассуэлла.

5. Искусство эристики. Типы споров и стратегии поведения их участников

6. Позитивный имидж организации в маркетинговой коммуникации. Компоненты структуры имиджа организации.

7. Эмоциональный интеллект как стратегический фактор развития организации.

8. Информационная технология «Окна Овертона» в контексте массовых коммуникаций.

9. Комплекс Marketing-mix.
10. Promotion-mix в системе управления внешними информационными потоками.
11. Законы формальной логики.
12. Теория информации: количественный подход (К.Шеннон, Р. Хартли, Л. Бриллюэн, И.Б.Новик и др.)
13. Теория информации: семантический подход (А.Харкевич, Р.Карнап, И.Бар-Хиллел, Н.Винер).
14. Теории массовой коммуникации (social learning, cultivation, agenda setting, used and gratifications).
15. Проблема конструирования социальной реальности.
16. Искусственный интеллект.
17. Нетократия.
18. Проблемы межкультурной коммуникации в транснациональных корпорациях
19. Переговоры в управлении конфликтами. Модель организационного конфликта Л. Понди.

Зачет

Максимальная общая сумма за семестр 100 баллов (включая баллы за посещаемость, за участие в научной работе и Диагностические работы).

Для получения оценки "зачтено" необходимо набрать не менее 51 балла.

Критерии оценивания зачета:

--- ЗАЧТЕНО – студент корректно ориентируется в особенности формирования внешних информационных потоков и внутренних информационных потоков в организации; понимает функциональное значение деловых коммуникаций в эффективном управлении поведением человека в организации; ему знакомы виды деловых коммуникаций; ему известны особенности межкультурных коммуникаций; он может назвать элементы системы деловых коммуникаций, он владеет базовыми принципами искусства эристики; он знает функции переговоров в управлении конфликтами в организации.

--- НЕ ЗАЧТЕНО – студент не ориентируется в особенности формирования внешних информационных потоков и внутренних информационных потоков в организации; студент не понимает функциональное значение деловых коммуникаций в эффективном управлении поведением человека в организации; ему не знакомы виды деловых коммуникаций; ему неизвестны особенности межкультурных коммуникаций; он не может назвать элементы системы деловых коммуникаций, он не владеет базовыми принципами искусства эристики; он не знает функции переговоров в управлении конфликтами в организации

Паспорт фонда оценочных средств

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %		НАИМЕНОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		УК-3	УК-4	
2	3	Раздел 1. Информация как ресурс управления. Теория коммуникации.	25	5	3	2	20	25	25	Вопросы к зачету, Задание
2	3	Раздел 2. Массовые коммуникации в контексте маркетинговых коммуникаций.	23	8	4	4	15	25	25	Вопросы к зачету, Задание
2	3	Раздел 3. Особенности делового этикета в межкультурных коммуникациях.	22	7	4	3	15	25	25	Вопросы к зачету, Задание
2	3	Раздел 4. Подготовка делового человека к публичным выступлениям.	38	14	6	8	24	25	25	Вопросы к зачету, Задание
Всего за 3 семестр			108	34	17	17	74	100	100	
Всего по дисциплине			108	34	17	17	74	100	100	

Критерии оценивания

УК-3

- Вопросы открытого типа:*
- № 1 Влияет ли форма подачи информации на эффективность коммуникативного взаимодействия? Обоснуйте свой ответ
- № 2 Дайте определение информации в теории коммуникации
- № 3 В чем отличие Интернета от традиционных каналов массовой коммуникации?
- № 4 Что является формальным каналом передачи информации в организации?
- № 5 Чем отличается миссия организации от слогана?
- № 6 Приведите примеры стейкхолдеров
- № 7 Могут ли особенности менталитета быть ключевым препятствием для осуществления эффективной профессиональной коммуникации в мультикультурной среде?
- № 8 Возможно ли бесконфликтное деловое взаимодействие людей? Обоснуйте свой ответ.
- № 9 Что находится базовом уровне («культурном ядре») организационной культуры?
- № 10 Определите различие в понятиях «этика» и «этикет»
- Вопросы закрытого типа:*
- № 1 Информация в теории коммуникации – это:
- А) отраженное разнообразие
- Б) сведения, полностью снимающие или уменьшающие существующую до их получения неопределенность
- В) структура знания
- Г) сведения, обладающие новизной
- № 2 Формальным каналом передачи информации в организации является:
- А) социально-демографическая структура;
- Б) неформальная структура;
- В) профессиональная структура;
- Г) организационная структура
- № 3 Стиль руководства, при котором придерживаются принципов равенства и прозрачного распределения информации, члены коллектива поощряются к инициативным идеям и предложениям, называется:
- А) авторитарным;
- Б) демократическим;
- В) анархическим;
- Г) либеральным
- № 4 Имидж – это:
- А) техника продвижения товара
- Б) модель поведения
- В) информация об объекте, которая оценивается
- Г) условная вежливость
- № 5 Деятельность по формированию благоприятного общественного мнения об объекте, являющаяся формой рекламы с широким привлечением всех средств массовой информации:

- А) копирайтинг;
- Б) нейминг;
- В) мерчендайзинг;
- Г) паблик-рилейшнз
- № 6 Коммуникативная способность понимать и разделять переживания другого человека через глубокое эмоциональное сопереживание называется:
- А) инкультурация;
- Б) толерантность;
- В) ассимиляция;
- Г) эмпатия
- № 7 Деловой этикет – это
- А) правила поведения в системе профессионального общения;
- Б) стандарт в одежде;
- В) информационный массив разногласий противоборствующих сторон;
- Г) выявление разницы в статусе при общении
- № 8 Невербальные компоненты общения наиболее значимы
- А) в процессе аргументирования;
- Б) в процессе обмена информацией;
- В) в процессе подведения итогов встречи;
- Г) в первые минуты знакомства
- № 9 Умение управлять конфликтом для медиатора является:
- А) дополнительным навыком, не входящим в профессиональное поле медиатора;
- Б) тестом на профессиональную компетентность, обязательным навыком;
- В) желательным, но необязательным навыком;
- Г) сверхъестественной способностью
- № 10 Какие виды социальных групп Вам известны? (определите соответствие)
- 1) Первичные группы
- 2) Вторичные группы
- А) образуются только для взаимной выгоды участников группы
- Б) характеризуются взаимным доверием и тесной эмоциональной связью между членами социальной группы

УК-4

Вопросы открытого типа:

- № 1 Как распределяется информация в вертикальных структурах управления и как влияет такое распределение на принятие решений?
- № 2 Как распределяется информация в горизонтальных структурах управления и как влияет такое распределение на принятие решений?
- № 3 Какая технология может решать проблему централизованного отслеживания движения документов в реальном времени?
- № 4 Определите значение сбора, переработки, хранения и передачи информации с помощью информационных технологий.
- № 5 Могут ли технологии искусственного интеллекта помогать в решении задач

- профессионального взаимодействия? Обоснуйте свой ответ.
- № 6 Могут ли виртуальные сообщества оказывать влияние на способность человека к критическому мышлению?
- № 7 Может ли оказывать влияние на когнитивные способности человека применение информационных технологий?
- № 8 Почему современное общество называют цифровым (информационным)?
- № 9 Как Вы можете оценить тезис Э. Тоффлера о том, что распространение интеллектуальных технологий «третьей волны» приводит к утрате монополии на знания и информацию?
- № 10 Почему знания считают неисчерпаемым «символическим» капиталом?
Вопросы закрытого типа:
- № 1 Искусство формирования собственного положительного имиджа и профессиональной репутации называется
- А) самостоятельность;
- Б) самореализация;
- В) самопрезентация;
- Г) саморефлексия
- № 2 Выберите, что НЕ ЯВЛЯЕТСЯ положительным результатом деловых переговоров:
- А) обмен информацией;
- Б) поддержание деловых контактов;
- В) выявление новых профессиональных идей;
- Г) введение собеседника в заблуждение.
- № 3 Целостное отражение предметов, явлений, возникающее при непосредственном воздействии на органы чувств, называется:
- А) ощущение;
- Б) мышление;
- В) восприятие;
- Г) воображение.
- № 4 Определенная последовательность групп суждений, приводимых в подтверждение истинности другого суждения, называется:
- А) тезис;
- Б) вывод;
- В) введение;
- Г) аргументация
- № 5 Обоснование гипотезы предполагает:
- А) поиск и селекцию информации по признаку релевантности для проверки её достоверности;
- Б) выбор авторитетного научного руководителя;
- В) игнорирование принципа объективности;
- Г) выбор только тех фактов, которые будут аргументами, подтверждающими гипотезу
- № 6 Предположение о причине, которая вызывает определенное следствие, о структуре исследуемых объектов и характере внутренних и внешних связей структурных элементов:

- А) прогноз;
- Б) гипотеза;
- В) синтез;
- Г) система
- № 7 Дедуктивное умозаключение – это:
- А) такое умозаключение, в котором вывод о некотором элементе множества делается на основании знания общих свойств всего множества;
- Б) умозаключение от частного к общему, когда на основании знания о части предметов класса делается вывод о классе в целом;
- В) метод базового уровня;
- Г) метод эмпирического уровня.
- № 8 В базовом уровне («культурном ядре») организационной культуры находятся:
- А) привычки работников
- Б) система ценностей
- В) правила коммуникации
- Г) дресс-коды
- № 9 Система обобщенных представлений о природе, обществе и человеке, включающая в себя систему ценностей и определяющая программу поведения и образ жизни человека - это
- А) догматизм;
- Б) сциентизм;
- В) мировоззрение;
- Г) эволюция
- № 10 Процесс радикальной трансформации взаимодействия людей во всех сферах общественной жизни, осуществление которой стало возможным на основе замены аналоговых (физических) систем сбора и обработки данных новыми технологическими системами, называют?
- А) интеракцией;
- Б) трансакцией;
- В) герметизацией;
- Г) цифровизацией