МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Одобрена
на заседании кафедры

27.12.2019 г.

протокол № 3

Зав. кафедрой Стариков Е.Н.

Утверждена
Советом по учебно-методическим вопросам и качеству образования

15 января 2020 г.

протокол № 5

Председатель _____ Карх Д.А.
(подпись)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Коммуникации, управление и представление информации
Направление подготовки	02.03.03 Математическое обеспечение и администрирование информационных систем
Профиль	Разработка и администрирование информационных систем
Форма обучения	очная
Год набора	2020

Разработана:
Доцент,к.т.н.
Лаптева А.В.

Екатеринбург
2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 3

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП 3

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ 3

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП 3

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН 4

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ 4

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 6

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ 8

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 8

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ 9

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ 9

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 02.03.03 Математическое обеспечение и администрирование информационных систем (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 23.08.2017г. №809)
ПС	

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

изучении организационно-экономических отношений по поводу построения эффективных коммуникаций и управления персоналом на уровне организации и ознакомление студентов с теорией и практическими методами работы по построению эффективных коммуникаций при управлении персоналом, приобретение искомых компетенций

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточный контроль	Часов				З.е.
	Всего за семестр	Контактная работа .(по уч.зан.)		Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лабораторные		
Семестр 7					
Зачет	144	28	28	116	4
Семестр 8					
Экзамен	144	20	20	88	4
	288	48	48	204	8

4.ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Профессиональные компетенции (ПК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
производственно-технологический	
ПК-3 Способен использовать основные методы и средства автоматизации проектирования, реализации, испытаний и оценки качества при создании конкурентоспособного программного продукта и программных комплексов	ИД-1.ПК-3 Знать: современные приемы работы с инструментальными средствами, поддерживающими создание программных продуктов и программных комплексов, их сопровождения и администрирования. Уметь: проектировать архитектуру автоматизированной системы, создавать интерактивные прототипы интерфейса. Иметь навыки: проектирования автоматизированной системы обработки информации и программных интерфейсов.

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИД-1.УК-6 Знать: основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда. Уметь: планировать свое рабочее время и время для саморазвития, формулировать цели личностного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессиональной деятельности, индивидуально-личностных особенностей. Иметь практический опыт получения дополнительного образования, изучения дополнительных образовательных программ.
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;	ИД-1.УК-3 Знать: различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия. Уметь: строить отношения с окружающими людьми, с коллегами. Иметь практический опыт участия в командной работе, в социальных проектах, распределения ролей в условиях командного взаимодействия.

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Часов						
	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа .(по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
Семестр 7		252					
Тема 1.	Анализ и визуализация данных с помощью Excel	28		28			
Тема 2.	Моделирование средствами Excel	20		20			
Тема 3.	Сущность коммуникационного менеджмента	116				116	
Тема 4.	Коммуникационный менеджмент как процесс	88				88	

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Тема 1.3	Тест №1 (Приложение 4)	Тест по вариантам из 36 вопросов	36 баллов: 1 балл за каждый вопрос
Тема 1.3	Тест №2 (Приложение 4)	Тест по вариантам из 36 вопросов	36 баллов: 1 балл за каждый вопрос
Тема 1.3	Тест №3 (Приложение 4)	Тест по вариантам из 36 вопросов	36 баллов: 1 балл за каждый вопрос
Тема 1.4	Тест №4 (Приложение 4)	Тест по вариантам из 38 вопросов	38 баллов: 1 балл за каждый вопрос
Тема 1.4	Тест №5 (Приложение 4)	Тест по вариантам из 30 вопросов	30 баллов: 1 балл за каждый вопрос

Тема 1.4	Тест №6 (Приложение 4)	Тест по вариантам из 30 вопросов	30 баллов: 1 балл за каждый вопрос
Промежуточный контроль (Приложение 5)			
8 семестр (Эк)	Экзаменационные билеты (Приложение 5)	27 билетов, состоящих из 1 теоретического и 1 практического задания	42 балла: 10 + 32 соответственно
7 семестр (За)	Зачетные билеты (Приложение 5)	27 билетов, состоящих из 1 теоретического и 1 практического задания	52 баллов: 20 + 32 соответственно

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущей и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущая аттестация. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущей аттестации, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебный достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончанию дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончанию формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

Тема 1. Анализ и визуализация данных с помощью Excel Применение встроенных функций MS Excel Работа с большими таблицами (списками) в MS Excel Анализ данных с помощью Сводных таблиц в MS Excel Особенности совместной работы в MS Excel Макросы в MS Excel
Тема 2. Моделирование средствами Excel Применение категории встроенных функций «Ссылки и массивы» и формул массивов в MS Excel Прогнозирование данных с помощью MS Excel Построение диаграмм средствами MS Excel Вариативный анализ "Что Если" и оптимизация в MS Excel Кубы данных OLAP для оперативного анализа данных в MS Excel

7.3. Содержание самостоятельной работы

Тема 3. Сущность коммуникационного менеджмента Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организацией Методы исследования в коммуникационном менеджменте Типологические модели коммуникационного менеджмента Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии предприятия Формирование положительного общественного мнения об организации Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации Внутренний коммуникационный менеджмент Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях Научные истоки коммуникационного менеджмент Коммуникационный менеджмент: сущность, структура, функции Роль коммуникации в управлении коммерческой организацией Управление внешними коммуникациями компании Управление внутренними коммуникациями компании Управление информационными ресурсами в организации Способы совершенствования организационных коммуникаций Управление формальными и неформальными коммуникациями в организациях Коммуникационный этикет
Тема 4. Коммуникационный менеджмент как процесс Документационное обеспечение деловой коммуникации. Использование технических средств в коммуникации. Современные методы обработки деловой информации и корпоративных информационных систем Концептуальные основы коммуникационного менеджмента Методы исследования в коммуникационном менеджменте Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях. Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом Коммуникационный менеджмент в международной деятельности

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ
не предусмотрено

7.4. Электронное портфолио обучающегося
Материалы не размещаются

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
Материалы не предусмотрены

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
материалы не предусмотрены

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ
http://lib.usue.ru/

Основная литература:

1. Папкова О. В.. Деловые коммуникации:учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент" (квалификация (степень) "бакалавр"). - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. - 160 с.

2. Папкова О. В.. Деловые коммуникации:учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 080200.62 "Менеджмент" (квалификация (степень) бакалавр). - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2017. - 160 с.

Дополнительная литература:

1. Машунин Ю. К.. Теория управления. Математический аппарат управления в экономике:учебное пособие. - Москва: Логос, 2013. - 448 с.

2. Еговцева Л. Н., Крашенинникова К. Н.. Коммуникативные технологии:рабочая тетрадь. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2015. - 58 с.

3. Еговцева Л. Н., Крашенинникова К. Н.. Коммуникативные технологии [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2014. - 109 с. – Режим доступа: http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/14/p482039.pdf

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows 10 .Акт предоставления прав № Tr060590 от 19.09.2017. Срок действия лицензии 30.09.2020.

Microsoft Office 2016. Акт предоставления прав № Tr060590 от 19.09.2017. Срок действия лицензии 30.09.2020.

Adobe Reader. Лицензия freeeware. Срок действия лицензии - без органичения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации

Приложение 1

к рабочей программе

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену

К зачету

1. Понятие о коммуникационном менеджменте
2. Коммуникационный менеджмент как процесс
3. Информация, коммуникативная среда и сферы коммуникации
4. Функции менеджера в сфере коммуникаций
5. Выбор аудиторий и средств коммуникации
6. Организация работ по реализации планов в сфере коммуникационного менеджмента
7. Коммуникация как структура (школа научного управления, школа человеческих отношений, школа социальных систем)
8. Структура коммуникаций в организации
9. Коммуникация как элемент управленческой деятельности
10. Задачи и принципы коммуникационного менеджмента.
11. Роль коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
12. Этапы коммуникации
13. Система внешних коммуникаций организации.
14. Особенности коммуникационного менеджмента при работе с персоналом организации
15. Виды информирования, понятие ключевой и целевой аудитории.
16. Особенности проведения информационных кампаний
17. Коммуникационный менеджмент в стратегическом управлении организацией
18. Виды межличностной коммуникации
19. Этапы процесса межличностной коммуникации
20. Механизмы понимания людьми друг друга в межличностной коммуникации
21. Факторы, влияющие на восприятие людей в межличностной коммуникации
22. Работа с персоналом в кризисных ситуациях
23. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах.
24. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
25. Коммуникационный менеджмент при решении конфликтов
26. Особенности коммуникационного менеджмента в диффузной группе, конгломерате, толпе, кооперации, корпорации и коллективе
27. Особенности коммуникационного менеджмента в группах различной численности: диаде, триаде, из 4-х, 5-и и более человек

К экзамену

1. Понятие о коммуникационных сетях
2. Основные понятия массовой коммуникации: коммуникативный резонанс, лидеры мнений, устойчивые формы коммуникативного управления.
3. Методы манипуляции общественным сознанием через СМИ.
4. Понятие об информационной войне.
5. Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами
6. Коммуникационный менеджмент в работе с общественностью в мезо-среде фирмы, во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления.
7. Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм
8. Развитие форм работы с общественностью в политических и общественных организациях.
9. Предварительный анализ исходной и желаемой ситуации, анализ возможностей и рисков.
10. Технология планирование работ.
11. Стратегическое планирование и тактическое распределение мероприятий и инструментов.

12. Планирование сроков и определение бюджета коммуникаций. Реализация коммуникационной политики.
13. Техника проведения коммуникационной политики
14. Контроль успеха и измерение результатов коммуникационной политики
15. Назначение, структура и состав отдела со связями с общественностью
16. Организация текущей работы отдела по связям с общественностью
17. Основные знания и умения специалиста в сфере PR.
18. Особенности коммуникационного менеджмента в корпоративных культурах разных стран
19. Учет национальных особенностей менталитета представителей разных стран в коммуникационном менеджменте

Приложение 2

к рабочей программе

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену

Примерные практические задания к зачету

Задание 1. Создание автономного файла куба из базы данных OLAP-сервера в Excel.

Задание 2. Подключение автономного файла куба к базе данных OLAP-сервера в Excel.

Задание 3. Обновление и повторное создание автономного файла куба в Excel.

Задание 4. Включение в файл автономного куба других данных в Excel.

Задание 5. Удаление файла автономного куба в Excel.

Задание 6. OLAP-анализ данных в кубах Excel.

Задание 7. Подключение к локальному кубу данных OLAP в Excel.

Задание 8. Работа со сводной таблицей OLAP в Excel.

Примерные практические задания к экзамену

Задание 1. Отделение корней нелинейного уравнения с одним неизвестным в Excel.

Задание 2. Уточнение корней нелинейного уравнения с одним неизвестным методом итераций в Excel.

Задание 3. Уточнение корней нелинейного уравнения с одним неизвестным методом Ньютона в Excel.

Задание 4. Уточнение корней нелинейного уравнения с одним неизвестным методом бисекции (деления отрезка пополам) в Excel.

Задание 5. Матричный метод решения системы линейных алгебраических уравнений в Excel.

Задание 6. Метод приближенных вычислений решения системы линейных алгебраических уравнений в Excel.

Задание 7. Метод Гаусса – Зайделя решения системы линейных алгебраических уравнений в Excel.

Задание 8. Выбор начальных приближений решения системы линейных алгебраических уравнений в Excel.

Задание 9. Метод Ньютона решения системы линейных алгебраических уравнений в Excel.

Задание 10. Метод итераций решения системы линейных алгебраических уравнений в Excel.

Задание 11. Метод дихотомии для одномерной оптимизации в Excel.

Задание 12. Метод золотого сечения для одномерной оптимизации в Excel.

Задание 13. Безусловная многомерная оптимизация методом покоординатного спуска в Excel.

Задание 14. Безусловная многомерная оптимизация методом наискорейшего спуска в Excel.

Задание 15. Условная многомерная оптимизация методом штрафных функций в Excel.

Задание 16. Условная многомерная оптимизация с помощью линейного программирования в Excel.

Задание 17. Метод наименьших квадратов в Excel.

Задание 18. Вычисление определенных интегралов в Excel.

Задание 19. Численное решение обыкновенного дифференциального уравнения методом Эйлера в Excel.

Задание 20. Численное решение обыкновенного дифференциального уравнения методом Рунге-Кутта четвертого порядка в Excel.

Задание 21. Численное решение обыкновенного дифференциального уравнения методом прогноза и коррекции Адамса в Excel.

Задание 22. Решение систем обыкновенных дифференциальных уравнений с помощью задачи Коши в Excel.

Задание 23. Решение систем обыкновенных дифференциальных уравнений с помощью краевой задачи методом стрельбы в Excel.

Задание 24. Решение систем обыкновенных дифференциальных уравнений с помощью краевой задачи методом прогонки в Excel.

Задание 25. Численное решение уравнений с частными производными в Excel.

Приложение 4

к рабочей программе

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДЕНЫ

на заседании кафедры Шахматного искусства и компьютерной математики

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ

ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

по дисциплине

Коммуникации, управление и представление информации

Тест №1 по теме «Сущность коммуникационного менеджмента»

1. Внимание к чувствам других людей – это:
   1. симпатия
   2. эмпатия
   3. антипатия
   4. нет правильного ответа
2. Сигналы, которые могут затруднить коммуникации, если они вступают в противоречие со значением слов:
   1. семантические преграды
   2. невербальные символы
   3. проблемы восприятия
   4. нет правильного ответа
3. Информация, которая циркулирует в организации, но не берется во внимание ее членами и не имеет отношения к решению конкретных проблем:
   1. релевантная информация
   2. путающая
   3. бюрократическая
   4. нет правильного ответа
4. Коммуникации, основанные на обмене информации между двумя и более лицами:
   1. межличностные коммуникации
   2. организационные
   3. горизонтальные
   4. внешние
5. Интеллектуальное осознание стимулов, получаемых от ощущения – это:
   1. восприятие
   2. точка зрения
   3. ожидание
   4. нет правильного ответа
6. Семантические преграды – это:
   1. урезанный объем информации
   2. преграды на пути межличностных коммуникаций, вызванные жестами, мимикой, интонацией
   3. преграды, вызванные использованием незнакомых слов
   4. все ответы правильные
7. Эмпатия – это:
   1. невнимание к чувствам других людей
   2. сопереживание и открытость в разговоре
   3. недоверчивость и настороженность по отношению к собеседнику
   4. нет правильного ответа
8. Причины неудовлетворительных организационных коммуникаций:
   1. информационные перегрузки
   2. неудовлетворительная структура организации
   3. искаженные сообщения
   4. все ответы правильные
9. Что из перечисленного является специфическим свойством информации как ресурса?
   1. содержательность
   2. жизненный цикл
   3. уникальность
   4. все ответы правильные
10. Невербальные преграды – это:
   1. любые символы
   2. информационный шум
   3. отсутствие обратной связи
   4. искажение информации
11. Обмен информацией, в результате которого руководитель получает информацию, необходимую для принятия эффективных решений и доводит эти решения до работников организации – это:

1. верификация
2. коммуникация
3. информационная технология
4. сертификация

12. Информационный шум – это:
    1. информация, не относящаяся к конкретному вопросу
    2. информация, формирующая в сознании людей ложные представления о действительности
    3. информационные помехи, мешающие передаче информации
    4. помехи, препятствующие осуществлению обратной связи в коммуникационном процессе
13. Какой информацией для маркетолога, занимающегося вопросами сбыта, является информация о транспорте и складах?
    1. релевантная информация
    2. путающая информация
    3. бюрократическая информация
    4. формальная информация
14. Какой информацией для маркетолога, занимающегося вопросами рекламы, является информация о текучести кадров?
    1. релевантная информация
    2. путающая информация
    3. бюрократическая информация
    4. официальная информация
15. Бюрократическая информация – это:
    1. информация, которую приняли к сведению, но которая не имеет отношения к конкретному вопросу
    2. информация, которая циркулирует в организации, но не берется во внимание ее членами и не имеет отношения к решению конкретных организационных проблем
    3. искаженные, неполные, неточные сведения, которые формируют в сознании людей ложные представления о действительности
    4. слухи, возникающие из-за недостатка формальной информации
16. Семантика – это:
    1. способ восприятия сообщений через интонацию и модуляцию голоса
    2. наука, изучающая невербальные символы
    3. наука, изучающая вербальные символы
    4. нет правильного ответа
17. Укажите преграды в организационных коммуникациях:
    1. преграды, вызванные восприятием
    2. семантические преграды
    3. неумение слушать
    4. громоздкая структура
18. Последовательность коммуникационного процесса:
    1. отправитель, идея, сообщение, получатель,
    2. сообщение, идея, отправитель, получатель
    3. отправитель, сообщение, идея, получатель
    4. нет правильного ответа
19. Преградами в межличностных коммуникациях не являются:
    1. семантические барьеры
    2. невербальные преграды
    3. преграды, обусловленные восприятием
    4. информационные преграды
20. Любые символы, кроме слов: взгляды, улыбки, энергичная поза – это:
    1. семантические барьеры
    2. невербальные преграды
    3. информационные помехи
    4. шумы
21. Информационные помехи, наличие лишней информации – это:
    1. ложь
    2. информационный шум

3. неформальная информация
4. нет правильного ответа

22. Информация, которая исходит из официальных источников, называется:
1. путающей
2. бюрократической
3. неформальной
4. формальной

23. Семантические преграды в коммуникациях обусловлены:
1. восприятием
2. способом использования слов
3. неумением слушать
4. жестами

24. Укажите основные базовые элементы коммуникационного процесса:
1. отправитель
2. идея
3. получатель
4. все ответы правильные

25. Что такое релевантная информация?
1. информация, относящаяся к конкретному вопросу
2. информация, которая циркулирует в организации
3. информация, которую приняли к сведению
4. все ответы правильные

26. Дайте определение термину «путающая информация»:
1. это формальная информация
2. это информационные помехи, шум
3. это информация, которую приняли к сведению, но которая не имеет отношения к конкретному вопросу
4. нет правильного ответа

27. Понятие коммуникация характеризуется:
1. передачей информации с целью получения ответа
2. обмен информацией о идеях или переживаниях
3. передача информации от источника во вне
4. воссоздание информационных идей посредством ключевого символа или темы

28. Обратная связь – это вербальный или невербальный сигнал от получателя информации к его источнику, служащий ответом на инициирующее высказывание или поведение, выполняющий … или коррективную функцию.
1. комплиментарную
2. поясняющую
3. объяснительную
4. сигнальную

29. Обратная связь в процессе коммуникации может быть
1. директивной и недирективной
2. прямой и косвенной
3. положительной и отрицательной
4. оценочной и безоценочной

30. К паралингвистическим элементам невербальной коммуникации относится (выбрать один или несколько вариантов):
1. мимика
2. походка
3. громкость
4. тембр

31. К какой сфере невербальной коммуникации относится знак:
1. проксемика
2. ольфакторика
3. кинесика
4. такесика

32. К экстралингвистическим элементам невербальной коммуникации относится:

1. смех
2. улыбка
3. поза
4. плач

33. Сколько процентов работы занимает коммуникация у руководителя:
1. 90
2. 50
3. 70
4. 80

34. Возможность обратной связи ограничена у следующего вида коммуникации:
1. Межличностная
2. Массовая
3. Внешняя
4. Межгрупповая

35. Затруднения в приеме и понимании коммуникации, связанные с интерпретацией информацией, называются:
1. Семантический барьером
2. Эмоциональным барьером
3. Отсутствие обратной связи
4. Невербальным барьером

36. К какому типу барьера относятся жаргон и сленг
1. Языковые
2. Культурные
3. Различия в статусе
4. Личностные

Тест №2 по теме «Сущность коммуникационного менеджмента»

1. Коммуникации соответствует определение:
   1. это процесс взаимодействия и способы сообщения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию;
   2. это процесс управления и удовлетворения потребностей целевой аудитории посредством создания сообщений;
   3. это социальная, интеллектуальная и вербальная деятельность, направленная на создание сообщений;
   4. это средства доведения информации до целевой аудитории;
   5. это общие добровольные действия аудитории, группы участников (в неявно задаваемом организаторами направлении).
2. Контекст коммуникативного процесса соответствует:
   1. системе построения коммуникативного процесса с учетом известных или близких для получателя компонентов сообщения;
   2. системе построения коммуникативного процесса с учетом социально-экономических характеристик получателя сообщения: статуса, доходов, уровня образования и т. д.;
   3. системе построения коммуникативного процесса с учетом психологических характеристик получателя сообщения;
   4. системе построения коммуникативного процесса с учетом использования в сообщении узнаваемых образов, мотивов, историй, созданных уже ранее в конкретном произведении;
   5. системе построения коммуникативного процесса с учетом использования в сообщении архетипических символов, образов, знаков.
3. Автором концепции «вещественной коммуникации», основу которой составляют исследование социального дискурса как языка красок, субстанций, объемов и пространства, является:
   1. Ж. Деррида;
   2. Ж. Бодрийяр;
   3. М. Фуко;
   4. У. Эко;
   5. Ю. Лотман.
4. Характерные признаки какого этапа истории коммуникации перечислены ниже:
   1. письменность;
   2. социальная дифференциация общества по принципу грамотность / неграмотность;
   3. книгопечатание и полиграфическая революция;
   4. урбанизация общества;
   5. формирование национальных библиотек.
5. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные характеристики:
   1. основной функцией коммуникативной модели в организации является пропаганда: самой организации, ее продукции или услуг;
   2. целью является привлечение одностороннего внимания, коммуникации ориентированы в основном на те группы общественности, которые определяют существование и эффективность организации;
   3. информационная модель является сбалансированной, т. е. направлена на попытки организации изменить общественность. Организация рассматривается как источник, а общественность как потребитель информации;
   4. поскольку принцип «обратной связи» не учитывается, то исследования общественного мнения не имеют принципиального значения;
   5. примерами подобной модели могут быть продвижение продукта, спонсирование театральных постановок, рекламирование коммерческой организации, банка…
6. Коммуникантом является:
   1. группа лиц, создающая сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио - и телепередач;
   2. получатель сообщения в коммуникационном процессе;
   3. специалист, профессионально занимающийся подготовкой текстов речей и выступлений;
   4. специалист, который руководит и следит за ходом дискуссии по заранее подготовленному плану;

5. специалист, в задачу которого входит продуцирование творческих идей, общее руководство творческим или информационно-аналитическим отделом.

7. Невербальными коммуникациями называют:
1. коммуникации посредством визуального текста;
2. коммуникации посредством устного слова;
3. коммуникации посредством жеста и слова;
4. коммуникации посредством письменной речи;
5. коммуникации посредством визуального и пластического текста.

8. Межличностной коммуникацией называют:
1. адекватное взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам;
2. коммуникацию в определенной сфере жизнедеятельности человека, осуществляющуюся как между отдельными людьми, так и между группой и отдельным человеком, группой и группой;
3. коммуникацию, в которой принимает участие двое людей;
4. коммуникацию, осуществляемую между людьми с помощью различных средств, в том числе и масс-медиа;
5. коммуникацию, осуществляемую личностью с самой собой («размышления вслух или «про себя», «внутренний монолог»).

9. Какой исторический этап развития коммуникации в социуме характеризуется следующими чертами:
1. все члены общины выступают в роли и коммуникантов, и реципиентов;
2. для передачи смысловых сообщений используется четыре исходные канала;
3. никаких коммуникационных служб нет;
4. синкретичность (слитность) вербальных, музыкальных, иконических каналов в языческих ритуальных священнодействиях;
5. обожествление слова.

10. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики:
1. функции этой модели PR соотносятся с предоставлением общественности наиболее полной и точной информации об организации;
2. это односторонние коммуникации, и пиарщики играют роль «собственных корреспондентов». Но при этом, они стремятся учитывать интересы обеих сторон, поэтому общественное мнение имеет важное значение;
3. информационная модель является сбалансированной, т. е. стремится осуществить коррекции взаимоотношений между организацией и ее общественностью. Но при этом организация продолжает рассматриваться как источник, а общественность как потребитель информации;
4. исследования общественного мнения носят незначительный характер, и соотносятся, в основном, с анализом процессов аудиторного восприятия (т. е. исследуются технологические вопросы, например, процессы восприятия информации);
5. используется государственными учреждениями, общественно-полити-ческими организациями, ассоциациями и некоммерческими структурами.

11. Гипертексту соответствует определение:
1. линейный способ создания сообщения, использующий знаки письменного сообщения;
2. нелинейный способ создания сообщения, использующий различные виды коммуникации (слово, картинку, звук и др.);
3. последовательность осмысленных высказываний, передающих информацию, объединенных общей темой;
4. гиперриторический способ построения сообщения, главная задача которого описание другого текста;
5. способ создания сообщения, состоящий в том, что текст строится из цитат и реминисценций к другим текстам.

12. Коммуникатором является:
1. специалист, придумывающий PR-стратегию или PR-сообщение, включая все ее текстуальные составляющие: сценарий, слоган, подписи к плакатам, заголовки, знаки-образы;
2. человек, который может повлиять на отношение группы к определенным проблемам;

3. лицо или группа лиц, создающие сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио - и телепередач;
4. отправитель сообщения в коммуникационном процессе;
5. специалист, профессионально занимающийся подготовкой текстов речей и выступлений.

13. Социокультурный подход к мифологической модели коммуникации как основе единства общества, «составной части человеческой цивилизации… матрице социального порядка и своду примеров нравственного поведения» характерен для:
1. К.Г. Юнга;
2. К. Леви-Строса;
3. Б. Малиновского;
4. Р. Барта;
5. А. Лосева.

14. В коммуникативном процессе убеждению соответствует стадия:
1. восприятие изменения, т. е. готовности подчиниться т. з. отправителя сообщения;
2. обеспечение надлежащей интерпретации;
3. обеспечение запоминания сообщения для его использования;
4. стимулирование активного обучения и получения практических навыков;
5. обеспечение приема соответствующего сообщения.

15. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики:
1. основная функция модели состоит в том, чтобы защищать интересы организации. Поэтому именно научное убеждение (факты, доказательства, объяснения и т. д.) является основой коммуникативной деятельности;
2. это двусторонние коммуникации, отличающиеся несбалансированным характером. Информационное взаимодействие направлено на то, чтобы заставить общественность согласиться с мнением организации;
3. информационная модель использует принцип «обратной связи», но только для манипуляционных целей, отвечающим потребностям организации;
4. исследования носят оценочный характер. Их главные задачи состоят в том, чтобы определить отношение общественности к организации, и укрепить позитивное отношение в ее пользу;
5. примерами использования подобной модели могут быть коммерческие фирмы.

16. Аудиторией коммуникации является:
1. группа людей, которые получают информационные обращения и имеют возможность реагировать на них;
2. любое относительно большое число людей, собравшихся в одном месте и находящихся в прямом взаимодействии друг с другом;
3. специально организованная группа людей, единение которых определяется и закрепляется коллективными действиями;
4. группа людей, которые получают информационные обращения;
5. любое относительно большое число людей, собравшихся в одном месте и получающих направленные информационные сообщения.

17. Представителем семиотики, предложившим ввести в классическую семиотическую модель коммуникации понятие «лексикодов», является:
1. Ю. Лотман;
2. К. Леви-Строс;
3. Р. Барт;
4. У. Эко;
5. Р. Якобсон.

18. Прагматика языка означает:
1. наука, изучающая соотношение между знаком и его смыслом;
2. наука, изучающая соотношение знаков друг с другом;
3. наука, изучающая соотношение знаков и их пользователей в конкретной коммуникативной ситуации;
4. наука, изучающая смысл коммуникативного сообщения, с точки зрения процессов управления;
5. наука, изучающая многозначность сообщения в конкретной коммуникативной ситуации.

19. Какую коммуникативную культуру определяют перечисленные особенности:
    1. замена линейного текста нелинейным гипертекстом;
    2. информационное общество;
    3. проблема соотношения естественного и искусственного интеллектов (человек – компьютер);
    4. социальная информация как ключевой экономический ресурс;
    5. либерально-демократическая политическая ориентация общества.
20. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики:
    1. функция двусторонней симметричной модели заключается в установлении взаимопонимания между организацией и общественностью;
    2. имеет двусторонний сбалансированный характер, корректируя взаимоотношения между организацией и влияющей на нее общественностью;
    3. информационная модель стремится установить такие отношения, которые были бы приемлемыми для обеих сторон. Поэтому появляется новый принцип информационного взаимодействия: обе стороны воспринимаются как группы, достигшие взаимного соглашения;
    4. оценочная природа исследований соотносится с серьезным анализом общественного мнения, результаты которого в значительной степени корректируют деятельность организации;
    5. примерами реализации подобной модели PR могут быть бизнес-агент-ства, деятельность которых определяется государством.
21. Массовой коммуникацией можно называть:
    1. взаимодействие с организованно большим количеством людей, имеющим сходный коммуникативных уровень;
    2. взаимодействие с большим количеством людей, имеющих различный коммуникативный опыт и уровень;
    3. взаимодействие с организованно большим количеством людей, имеющим сходный коммуникативных уровень, и с использованием технических средств;
    4. коммуникацию в определенной сфере жизнедеятельности человека, осуществляющуюся как между отдельными людьми, так и между специально организованной группой и отдельным человеком, группой и группой;
    5. коммуникацию, направленную на внутреннюю или внешнюю среду организации.
22. Кодирование в коммуникационном процессе означает:
    1. определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью любых символов и кодов;
    2. определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью визуальных символов или кодов;
    3. определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью вербальных символов или кодов;
    4. определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью аудиальных символов или кодов;
    5. определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью пластических символов или кодов.
23. Вербальными коммуникациями называют:
    1. коммуникации посредством визуального текста и пластики;
    2. коммуникации посредством устного слова;
    3. коммуникации посредством жеста и слова;
    4. коммуникации посредством письменной речи;
    5. коммуникации посредством письменной речи, визуального и пластического текста.
24. Качественными характеристика источника сообщения являются:
    1. статус, надежность, квалификация отправителя;
    2. тема сообщения, канал, сила воздействия коммуниканта;
    3. статус, тема сообщения, квалификация отправителя;
    4. тема сообщения, время обнародования сообщения, статус отправителя;
    5. статус, тема сообщения и сила воздействия отправителя.
25. Инструктированию в коммуникативном процессе соответствует стадия:
    1. обеспечение надлежащей интерпретации;

2. обеспечение приема соответствующего сообщения;
3. обеспечение запоминания сообщения для его использования;
4. стимулирование активного обучения и получения практических навыков;
5. восприятие изменения, т. е. готовности подчиниться т. з. отправителя сообщения.

26. Ученые, исследующие массовую коммуникацию, авторы концепции «социальной семиотики»:
1. Ю. Лотман, Т. Тодоров;
2. П. Вайль, А. Генис;
3. Дж. Фиске, У. Эко;
4. Р. Ходж, Г. Кресс;
5. У. Эко, Р. Барт.

27. Коммуникации какого уровня характеризуются приведенными ниже характеристиками:
1. массовость аудитории;
2. гетерогенность аудитории;
3. использование высокоскоростных и репродуктивных текстов средств связи и информации;
4. быстрое распространение сообщений;
5. относительно небольшая потребительская стоимость информации.

28. Знак, план выражения который похож на план содержания, в теории коммуникации называют:
1. конвенциональным;
2. иконическим;
3. семантическим;
4. прагматическим;
5. индексальным.

29. Какие элементы процесса коммуникации являются ключевыми для коммуникатора:
1. процессы принятия решений аудитории, эмоциональный подъем, политические предпосылки;
2. возможности аудитории в области информационных операций и процессов принятия решений;
3. эмоциональный подъем, доминирование-подчинение, канал сообщения;
4. целевая аудитория, канал, контекст;
5. биографические данные, эмоциональный подъем аудитории, процессы принятия решений.

30. Коммуникация – это двусторонний процесс обмена сообщениями, с целью информирования, инструктирования и убеждения (Катлип, Сентер, Брум). Какая стадия не входит в процесс информирования:
1. привлечение внимания к данной коммуникации;
2. обеспечение приема соответствующего сообщения;
3. обеспечение надлежащей интерпретации;
4.) обеспечение запоминания сообщения для его использования;
5. стимулирование активного обучения и получения практических навыков.

31. Согласно теории менеджмента, несловесная информация, поступающая без использования словесных символов, лежит в основе _____ коммуникации.
1. закрытой
2. невербальной
3. вербальной
4. открытой

32. Межличностная коммуникационная сеть в менеджменте включает следующие виды связей:
1. обратные
2. вертикальные
3. диагональные
4. горизонтальные
5. прямые

33. Установите соответствие между наименованием роли менеджера в организации и ее характеристикой.

1. Роль лидера	А) постоянно собирает разнообразные сведения специализированного для своей работы характера, поступающие как из внешней среды, так и изнутри организации
2. Роль связующего	Б) обеспечивает работу саморазвивающейся сети внешних контактов и

звена	источников информации
3. Роль приемника информации	В) отвечает за мотивацию подчиненных и набор, подготовку кадров и сопутствующие этим задачам вопросы
	Г) передает информацию для внешних контактов организации по проблемам данной отрасли, относительно планов и политики действий, а также результатов работы организации

34. В менеджменте выделяют следующие виды коммуникаций:
    1. диагональные
    2. многоуровневые
    3. межуровневые
    4. межличностные
35. Комплекс важнейших коммуникаций, определяющих успех организации, включает:
    1. межличностные коммуникации,
    2. межуровневые коммуникации в организации (вертикальные),
    3. коммуникации между подразделениями организации (горизонтальные),
    4. коммуникации между руководителем и рабочей группой,
    5. коммуникации между организацией и внешней средой.
36. Коммуникационная связь между начальником отдела кадров и главным бухгалтером является _____ связью.
    1. диагональной
    2. вертикальной
    3. горизонтальной
    4. формальной

Тест №3 по теме «Сущность коммуникационного менеджмента»

1. Связи с общественностью – это:
   1. сфера бизнеса;
   2. рекламная деятельность;
   3. коммуникативная деятельность.
2. Коммуникация – это:
   1. общение;
   2. процесс передачи и обмена информацией;
   3. общение с помощью технических средств.
3. Первая модель коммуникации была предложена:
   1. Платоном;
   2. Аристотелем;
   3. Лассуэлом.
4. Основными компонентами коммуникационного процесса по Лассу- элу являются:
   1. оратор, аудитория, средства передачи информации;
   2. коммуникатор, сообщение, обратная связь;
   3. источник сообщения, кодирующее и декодирующее устройство информации, получатель.
5. К средствам коммуникации относятся:
   1. технические средства связи;
   2. речь, поза, жесты, имидж, технические средства, коммуникационное пространство;
   3. вербальные, невербальные, технические средства.
6. Определите, какое понятие соответствует предложенным положениям:
   1. целью коммуникации является получение новых знаний;
   2. целью коммуникации является побудить аудиторию к совершению каких-либо действий;
   3. целью коммуникации является побудить аудиторию к совершению каких-либо действий помимо её желания;
   4. целью коммуникации является установление контактов.
7. Наиболее эффективная коммуникация – это коммуникация с помощью:
   1. технических средств;
   2. непосредственное общение лицом к лицу;
   3. сообщение с использованием невербальных средств коммуникации.
8. Коммуникационная компетентность – это:
   1. умение налаживать контакты;
   2. умение, знания и навыки, способствующие успешной коммуникации;
   3. умение использовать вербальные и невербальные средства общения.
9. Основная цель переговоров – это:
   1. демонстрация силы;
   2. консенсус;
   3. утверждение собственных интересов.
10. Выделите из нижеперечисленных факторов те, которые являются причинами коммуникационных неудач:
   1. логические барьеры;
   2. влияние окружающей среды;
   3. стилистические барьеры;
   4. неправильное оформление сообщения;
   5. межкультурные различия;
   6. несоответствие смысла и содержания информации;
   7. фонетические барьеры;
   8. неконгруэнтность (несоответствие) вербальных и невербальных сигналов;
   9. семантические барьеры.
11. Выделите факторы, которые влияют на содержание диалога:
   1. интересы собеседников;
   2. этнографические различия;
   3. статусно-ролевые отношения;
   4. пространственная организация среды.

12. Согласны ли Вы с утверждением, что реклама является главным средством специалиста по связям с общественностью:
    1. да;
    2. нет.
13. Можно ли отнести общение с человека с самим собой к коммуникации:
    1. да;
    2. нет;
    3. нельзя, так как процесс коммуникации предполагает диалог;
    4. да, так как происходит обмен информацией.
14. Социальная коммуникация – это:
    1. процесс межличностного общения;
    2. специализированный вид рекламы;
    3. процесс передачи информации;
    4. опосредованный процесс передачи информации при помощи СМИ.
15. Массовая коммуникация – это:
    1. процесс потребления информации массовой аудиторией;
    2. процесс распространения массовой информации при помощи технических средств на численно большой рассредоточенной аудитории.
16. Одним из компонентов схемы коммуникационного процесса по Ю. Воронцову является:
    1. коммуникационная обстановка;
    2. массовая аудитория;
    3. технические средства;
    4. мимика и жесты.
17. Барьерами коммуникации могут являться:
    1. отсутствие коммуникации;
    2. амбициозность технического персонала;
    3. неприятие имиджа коммуниканта;
    4. наличие трибуны для выступления.
18. Одной из функций управления А. Файноль считал:
    1. поощрять за усердие;
    2. наказывать за нерадивость;
    3. предвидеть;
    4. следить за здоровьем.
19. Коммуникационной проблемой организации является:
    1. нарушение возможности получать и распространять информацию;
    2. создание сетевого коммуникационного пространства;
    3. развитие нисходящих коммуникаций.
20. Одним из средств невербальной коммуникации является:
    1. тактильный контакт;
    2. приказ о материальном поощрении;
    3. заявление об увольнении.
21. В процессе межличностных коммуникаций информационная нагрузка слов составляет:
    1. 97,5 %;
    2. 7-10 %;
    3. 50 %;
    4. 0 %.
22. К способам защиты от помех восприятия информации причислить:
    1. повтор сообщения в разное время;
    2. значительное повышение громкости речи;
    3. удаление из аудитории мешающих коммуникатору слушателей;
    4. внезапное прекращение вербальной коммуникации.
23. К ресурсам коммуникации относят:
    1. благоприятное мнение начальника о способностях менеджера по связям с общественностью;
    2. коммуникационные технологии;
    3. высшее образование;
    4. отсутствие всяких принципов, в том числе мешающих работе.

24. Целевая аудитория может быть дифференцирована:
    1. по социально-демографическому принципу;
    2. только по политико-географическому принципу;
    3. по любому принципу, подбираемому в зависимости от цели коммуникации;
    4. не должна дифференцироваться, поскольку это пустая трата времени и сил.
25. Внутрифирменная коммуникационная политика должна быть направлена на:
    1. удовлетворение амбиций руководителя организации;
    2. поддержку равновесия формальной и неформальной структур внутри организации;
    3. удовлетворение всех коммуникационных желаний клиента;
    4. полезное обеспечение контактов с внешней средой.
26. Корпоративная миссия фирмы – это:
    1. социально приемлемая концепция бизнеса фирмы;
    2. зарабатывание денег;
    3. захват рынка;
    4. устранение конкурентов.
27. Непосредственное планирование коммуникации включает:
    1. программирование;
    2. получение руководящих указаний;
    3. выстраивание стратегических линий развития.
28. Отличие массовой аудитории от специализированной состоит:
    1. в численности;
    2. в степени экспрессивности и непредсказуемости;
    3. в организованности и наличии общей цели;
    4. в степени динамичности.
29. Величина потенциала влияния и уязвимости организации может вычисляться:
    1. методом опроса случайных респондентов;
    2. методом случайных величин;
    3. методом анализа документации.
30. Эффективность коммуникации определяется:
    1. получением запланированных результатов в запланированное время без привлечения дополнительных средств;
    2. личным мнением руководителя организации;
    3. количеством сэкономленных в результате коммуникации средств;
    4. количеством привлечённых клиентов.
31. Эффективность внутренней коммуникационной сети организации определяется:
    1. количеством персонала службы по связям с общественностью;
    2. отношением руководства фирмы к работникам службы по связям с общественностью;
    3. директивным (жёстким) стилем руководства организации;
    4. скоростью защищённости управленческой информации.
32. Согласно типологии С. Блэка первая разновидность кризисов называется:
    1. познанное, непознанное;
    2. знакомое, незнакомое;
    3. изученное, неизученное;
    4. известное, неизвестное.
33. Физиогномика – это:
    1. наука о строении лица человека;
    2. наука о связи черт лица с психикой человека;
    3. наука о связи между телосложением и психикой.
34. Какую категорию людей мы обычно добровольно впускаем в свою «интимную» зону? (Выберите два ответа).
    1. родственников;
    2. знакомых людей;
    3. близких по душе;
    4. любых, настроенных доброжелательно;
    5. никого;
    6. тех, чье расположение было бы весьма и весьма лестно.
35. Зачем политики при официальной встрече иногда обнимаются?

1. демонстрируют искреннюю симпатию друг к другу;
2. демонстрируют вежливость;
3. демонстрируют дружеские отношения между их странами;
4. так принято;
5. это проявление национальных особенностей.

36. В пустом вагоне трамвая Вы сели рядом с одиноким пассажиром (того же примерно возраста). Вероятнее всего, пассажир удивится такому Вашему действию, а чаще всего будет испытывать дискомфорт. Почему?

1. Вы нарушили правила поведения;
2. Вы нарушили нормы этики;
3. Вы нарушили психологическое пространство пассажира;
4. думаю, что так реагируют редко, обычно это закомплексованные личности;

думаю, что это естественная реакция любого человека, поскольку Вы его физически стеснили.

Тест №4 по теме «Коммуникационный менеджмент как процесс»

1. Коммуникации – это
   1. совокупность индивидов, которые постоянно взаимодействуют между собой на основе созданных и функционирующих информационных каналов.
   2. деятельность фирмы по информированию о себе и свои товары и убеждения купить эти товары.
   3. процесс определения потребительских характеристик товара и его позиционирование на рынке, разработки ассортимента и средств поддержки на разных этапах жизненного цикла.
   4. обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.
2. Коммуникационная сеть – это
   1. совокупность индивидов, которые постоянно взаимодействуют между собой на основе созданных и функционирующих информационных каналов.
   2. процесс определения потребительских характеристик товара и его позиционирование на рынке, разработки ассортимента и средств поддержки на разных этапах жизненного цикла.
   3. обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.
   4. деятельность фирмы по информированию о себе и свои товары и убеждения купить эти товары.
3. Позитив устных коммуникаций состоит
   1. Хорошо сохранения информации, возможность многократного изучения, основательность подготовки, возможность одновременного доведения до многих адресатов.
   2. Обеспечение глубокого взаимопонимания я и экономия времени.
   3. Сложность обновления, объемность информации.
   4. Является дополнением для других средств и способов коммуникаций.
4. Позитив письменных коммуникаций состоит
   1. Обеспечение глубокого взаимопонимания я и экономия времени.
   2. Сложность обновления, объемность информации.
   3. Является дополнением для других средств и способов коммуникаций.
   4. Хорошо сохранения информации, возможность многократного изучения, основательность подготовки, возможность одновременного доведения до многих адресатов.
5. Негатив письменных коммуникаций состоит
   1. Сложность обновления, объемность информации.
   2. Обеспечение глубокого взаимопонимания я и экономия времени.
   3. Является дополнением для других средств и способов коммуникаций.
   4. Хорошо сохранения информации, возможность многократного изучения, основательность подготовки, возможность одновременного доведения до многих адресатов.
6. Для восходящих коммуникаций характерно
   1. Оповещения высшего эшелона власти (высшего руководства) о том, что делается на более низких уровнях иерархической системы.
   2. Доведение до сведения и сознания подчиненных и нижестоящих организаций о смысле принимаемых на высших уровнях, стратегические направления будущей деятельности.
   3. Обмен информацией между различными отделами и другими структурными подразделениями, которые расположены на одном уровне менеджмента, в результате чего достигается координация и согласование деятельности для достижения общих целей организации.
   4. Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.
7. Для нисходящих коммуникаций характерно
   1. Оповещения высшего эшелона власти (высшего руководства) о том, что делается на более низких уровнях иерархической системы.
   2. Доведения до сведения и сознания подчиненных и нижестоящих организаций о смысле принимаемых на высших уровнях, стратегические направления будущей деятельности.
   3. Обмен информацией между различными отделами и другими структурными подразделениями, которые расположены на одном уровне менеджмента, в результате чего

достигается координация и согласование деятельности для достижения общих целей организации.
4. Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.

8. Для горизонтальных коммуникаций характерно
1. Оповещения высшего эшелона власти (высшего руководства) о том, что делается на более низких уровнях иерархической системы.
2. Доведение до сведения и сознания подчиненных и нижестоящих организаций о смысле принимаемых на высших уровнях, стратегические направления будущей деятельности.
3. Обмен информацией между различными отделами и другими структурными подразделениями, которые расположены на одном уровне менеджмента, в результате чего достигается координация и согласование деятельности для достижения общих целей организации.
4. Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.

9. Схемы коммуникаций является
1. Внешняя, внутренняя, входная и выходная.
2. Кольцевая, сотовая, многосвязных, звездная, иерархическая.
3. Кольцевая, сотовая, входная, звездная, иерархическая.
4. Диагональная, кольцевая, сотовая, многосвязных, звездная, отчетная.

10. Формальные коммуникации – это
1. Коммуникации, которые предусмотрены организационной структурой организации.
2. Обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.
3. Совокупность индивидов, которые постоянно взаимодействуют между собой на основе созданных и функционирующих информационных каналов.
4. Коммуникации, которые не предусмотрены организационной структурой организации.

11. Неформальные коммуникации – это
1. коммуникации, которые предусмотрены организационной структурой организации.
2. обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.
3. совокупность индивидов, которые постоянно взаимодействуют между собой на основе созданных и функционирующих информационных каналов.
4. коммуникации, которые не предусмотрены организационной структурой организации.

12. Коммуникационный процесс – это
1. совокупность индивидов, которые постоянно взаимодействуют между собой на основе созданных и функционирующих информационных каналов.
2. деятельность фирмы по информированию о себе и свои товары и убеждения купить эти товары.
3. процесс определения потребительских характеристик товара и его позиционирование на рынке, разработки ассортимента и средств поддержки на разных этапах жизненного цикла.
4. обмен информацией между двумя и более лицами.

13. Коммуникационный процесс состоит из элементов
1. Отправитель, адресат, сообщение, канал связи, обратная реакция.
2. Отправитель, адресат, сообщение, канал связи.
3. Заказчик, потребитель, распространитель, исполнитель.
4. Отправитель, исполнитель, сообщение, канал связи, потребитель.

14. Отправитель, как элемент коммуникационного процесса, – это
1. Объект, генерирующий идею или собирающий, обрабатывает информацию и передает ее.
2. Информация, закодированная определенным образом с помощью символов.
3. Средство передачи информации.
4. Лицо, которому предназначена информация и которое определенным образом интерпретирует ее.

15. Адресат, как элемент коммуникационного процесса, – это
1. Объект, генерирующий идею или собирающий, обрабатывает информацию и передает ее.
2. Информация, закодированная определенным образом с помощью символов.
3. Средство передачи информации.

4. Лицо, которому предназначена информация и которое определенным образом интерпретирует ее.

16. Сообщение, как элемент коммуникационного процесса, – это
    1. Объект, генерирующий идею или собирающий, обрабатывает информацию и передает ее.
    2. Информация, закодированная определенным образом с помощью символов.
    3. Средство передачи информации.
    4. Лицо, которому предназначена информация и которое определенным образом интерпретирует ее.
17. Канал связи, как элемент коммуникационного процесса, – это
    1. Объект, генерирующий идею или собирающий, обрабатывает информацию и передает ее.
    2. Информация, закодированная определенным образом с помощью символов.
    3. Средство передачи информации.
    4. Лицо, которому предназначена информация и которое определенным образом интерпретирует ее.
18. Обратная связь, как элемент коммуникационного процесса, – это
    1. Реакция получателя на сообщение отправителя.
    2. Информация, закодированная определенным образом с помощью символов.
    3. Средство передачи информации.
    4. Лицо, которому предназначена информация и которое определенным образом интерпретирует ее.
19. Шумы в коммуникационном процессе – это
    1. все то, что искажает суть сообщения.
    2. все то, что сопровождает сообщение.
    3. все то, что подкрепляет (дополняет) сообщение.
    4. все то, что помогает передачи сообщения.
20. Требования к коммуникационному процессу
    1. Адаптивность, гибкость, адекватность, специализация, оптимальность, оперативность, надежность, экономичность, простота.
    2. Ясность, полнота, лаконичность, конкретность, корректность.
    3. Устойчивое финансовое положение, хорошая репутация, высокие показатели сбыта.
    4. Институционность, административность, технологичность
21. Понятие коммуникация характеризуется:
    1. передачей информации с целью получения ответа
    2. обмен информацией об идеях или переживаниях
    3. передача информации от источника во вне
    4. воссоздание информационных идей посредством ключевого символа или темы

22. Обратная связь – это вербальный или невербальный сигнал от получателя информации к его источнику, служащий ответом на инициирующее высказывание или поведение, выполняющий … или коррективную функцию.
    1. комплиментарную
    2. поясняющую
    3. объяснительную
    4. сигнальную
23. Обратная связь в процессе коммуникации может быть
    1. директивной и недирективной
    2. прямой и косвенной
    3. положительной и отрицательной
    4. оценочной и безоценочной

24. К паралингвистическим элементам невербальной коммуникации относится (выбрать один или несколько вариантов):
    1. мимика
    2. походка
    3. громкость
    4. тембр
25. К какой сфере невербальной коммуникации относится знак:
    1. проксемика
    2. ольфакторика

3. кинесика
4. такесика

26. К экстралингвистическим элементам невербальной коммуникации относится:
1. смех
2. улыбка
3. поза
4. плач

27. Сколько процентов работы занимает коммуникация у руководителя:
1. 90
2. 50
3. 70
4. 80

28. Возможность обратной связи ограничена у следующего вида коммуникации:
1. Межличностная
2. Массовая
3. Внешняя
4. Межгрупповая

29. Затруднения в приеме и понимании коммуникации связанные с интерпретацией информацией называется:
1. Семантический барьером
2. Эмоциональным барьером
3. Отсутствие обратной связи
4. Невербальным барьером

30. К какому типу барьера относятся жаргон и сленг
1. Языковые
2. Культурные
3. Различия в статусе
4. Личностные

31. Классификация по каналам общения
1. Формальные и неформальные
2. Вербальные и невербальные
3. Нисходящие и восходящие
4. Вертикальные, горизонтальные и диагональные

32. Вид слухов, которые вызваны предполагаемыми действиями в будущем, длительное время ожидаемыми сотрудниками
1. Мечты и чаяния
2. Вбивание клиньев
3. Финальный слух
4. Слухи-пугала

33. К какому типу невербальной коммуникации относятся голос и речь
1. Кинесические
2. Просодические и экстралингвистические
3. Такесические
4. проксемические

34. К такесическому типу невербальной коммуникации относят:
1. Рукопожатие
2. Дистанция
3. Длина паузы
4. Интонация

35. Переплетенные пальцы рук является жестом:
1. неуверенности
2. самоконтроля
3. запрета
4. уверенности

36. Самой простой коммуникационной сетью является
1. Цепочка
2. Звезда

3. Круг
4. Шпора

37. Дистанция при общении 50-120 см называется
    1. Интимной
    2. Персональной
    3. Социальной
    4. Публичной
38. Сколько процентов коммуникации в среднем остается в памяти у человека
    1. 24
    2. 60
    3. 70
    4. 80

Тест №5 по теме «Коммуникационный менеджмент как процесс»

1. Деловая коммуникация как специфический обмен информацией является процессом передачи содержания:
   1. интеллектуального и делового
   2. эмоционального и культурного
   3. эмоционального и интеллектуального
   4. рационального и эмоционального
2. Вербальные коммуникации осуществляются с помощью сообщений
   1. устных и письменных
   2. слов и жестов
   3. жестов и мимики
   4. устных и бессловесных
3. Невербальные коммуникации осуществляются посредством языка
   1. языка тела и слов
   2. языка телодвижений и письменной речи
   3. устной речи и ее параметров
   4. языка телодвижений
4. Коммуникации в организации важны
   1. только для систем управления
   2. только для производственных систем
   3. для всей организации в целом
   4. только для отдельных структур организации
5. Организационная система, влияющая на свое окружение и испытывающая влияние со стороны других систем, называется
   1. закрытой
   2. активной
   3. открытой
   4. пассивной
6. Формальным каналом передачи информации в организации является
   1. организационная структура
   2. профессиональная структура
   3. неформальная структура
   4. социально-демографическая структура
7. Направленность общения в организации
   1. вертикальные и линейные
   2. нисходящие и восходящие
   3. линейные и горизонтальные
   4. активные и нисходящие
8. Ситуация, при которой у получателя информации не возникает дополнительных вопросов, характеризуется такой чертой эффективной обратной связи, как
   1. описательность
   2. конструктивность
   3. своевременность
   4. конкретность
9. Ситуация, при которой коммуникаторы хорошо понимают друг друга, характеризуется как
   1. своевременность
   2. готовность
   3. достоверность
   4. ясность
10. Коммуникативный процесс включает в себя этапы (выберите правильную последовательность)
   1. формирования, передачи, приема, расшифровки и использования информации
   2. приема, передачи, формирования, расшифровки и использования информации
   3. расшифровки, использования, формирования, передачи и приема информации
   4. приема, расшифровки, использования, формирования и передачи информации
11. Для адекватного восприятия информации необходимо единство
   1. кодирования и шифровки информации

2. расшифровки и декодирования информации
3. кодирования и декодирования информации
4. кодирования и перекодирования информации

12. Инициатор и организатор процесса коммуникации называется
1. коммуникатор
2. реципиент
3. информатор
4. декодер

13. Определите, какое из технических средств коммуникации обеспечивает персонифицированное получение информации
1. газета
2. журнал
3. телефон
4. телевизор

14. Каких типов совещаний не бывает на фирмах?
1. совещания по планированию
2. совещания по мотивации труда
3. совещания по внутрифирменной организации
4. совещания о деятельности членов правительства

15. Критерием эффективности деловых переговоров является
1. достижение согласия
2. страх партнера
3. договоренность о встрече
4. вежливость партнера

16. Первое официальное представление заинтересованной аудитории неизвестной или малоизвестной продукции и ее создателей называется
1. представление
2. презентация
3. знакомство
4. ознакомление

17. Какой канал коммуникации является наиболее эффективным?
1. телефонный разговор
2. личное письменное сообщение
3. выступление перед большой аудиторией
4. межличностное общение

18. Невербальные компоненты общения наиболее значимы ….
1. в первые минуты знакомства;
2. в процессе обмена информацией;
3. при аргументировании;
4. в процессе спора;

19. Какого типа личностей по склонности к конфликтности не существует?
1. для которых конфликтность – поведение в конкретной ситуации
2. для кого конфликтность – постоянный признак их поведения
3. вообще неконфликтные люди
4. люди, инициирующие конфликт для достижения собственных целей

20. Специфической особенностью делового общения является:
1. регламентированность
2. конфликтность
3. свобода
4. актуальность

21. Служебные контакты должны строиться на…
1. партнерских началах
2. взаимном интересе
3. личной выгоде
4. корыстном интересе

22. Устные виды делового общения разделяются на…
1. монологические

2. структурные
3. письменные
4. печатные

23. Переговоры - обсуждение с целью…
1. приятного времяпрепровождения
2. заключение соглашения по какому-либо вопросу
3. выяснение отношений
4. навязывания своих условий сделки

24. Наиболее распространенной формой группового обсуждения деловых (служебных) вопросов являются…
1. пикники
2. совещания и собрания
3. тренинги
4. деловые игры

25. Целью деловых коммуникаций является:
1. общение
2. повышение эффективности производства
3. духовное развитие персонала
4. интеллектуальное развитие

26.Способствует ли успешности делового общения учет индивидуально-психологических характеристик коммуникантов (пол, возраст, национальность, особенности темперамента и т.д.)?
1. да
2. нет
3. в большей степени
4. в меньшей степени

27.Совещания, необходимо проводить:
1. только тогда, когда иные пути решения проблемы являются менее эффективными
2. настолько часто, насколько это позволяют возможности
3. ежедневно
4. ежемесячно

28. Проведение переговоров продуктивно если:
1. мнения участников частично совпадают, а частично расходятся
2. позиции сторон диаметрально противоположны
3. взгляды оппонентов полностью совпадают
4. обсуждаются различные вопросы

29. Коммуникация – это:
1. обмен идеями
2. информационный обмен
3. трансляция информации через средства технической связи
4. управленческое общение

30. Реакция получателя на сообщение это:
1. восприятие
2. обратная связь
3. кодирование
4. шум

Тест №6 по теме «Коммуникационный менеджмент как процесс»

1. Характерными чертами официально-делового стиля являются:
   1. объективность, экспрессивность, точность;
   2. точность, ясность, синтаксическая осложненность;
   3. эмоциональность, прерывистость, необъективность, нелогичность;
   4. ясность, точность, объективность, стандартизованность, лаконичность изложения
2. Стремление субъектов взаимодействия идти на взаимные уступки и реализовывать свои интересы с учетом интересов противоположной стороны, называется:
   1. сотрудничество
   2. кооперация
   3. избегание
   4. компромисс
3. Какой поток организационной коммуникации позволяет обратиться с жалобой к вышестоящему руководству?
   1. Нисходящий
   2. Восходящий
   3. Формальный
   4. Неформальный
4. От чего зависит эффективное использование коммуникаций в организации?
   1. от профессионализма руководителей
   2. от структуры организации
   3. от наличия устойчивых межличностных отношений между членами организации
   4. все ответы верны
5. Совещание, проводимое с целью найти оптимальное решение обсуждаемых вопросов – это:
   1. диктаторское совещание
   2. автократическое совещание
   3. дискуссионное совещание
   4. свободное совещание
6. Деловой этикет – это:
   1. правила поведения в системе делового общения
   2. строгий учет разницы в статусе при общении начальника и подчиненного
   3. выполнение требований должностной инструкции
   4. стандарт в одежде
7. Какое из перечисленных требований к качеству информации не является основным?
   1. достоверность
   2. своевременность
   3. форма подачи информации
   4. адресность
8. Как называется двусторонний процесс обмена информацией?
   1. коммуникация
   2. взаимодействие
   3. контакт
   4. интеракция
9. Аксиальная коммуникация - это:
   1. восприятие друг друга партнерами по общению;
   2. взаимовлияние друг на друга участников общения;
   3. взаимодействие участников общения;
   4. адресная коммуникация
10. К деловой корреспонденции относиться:
   1. деловые и коммерческие письма
   2. аудиограмма
   3. рекламное обращение
   4. презентация

11. Установите соответствие между формами деловых коммуникаций и их понятием

1. Деловой разговор	А) контакт людей в устной форме, касающийся деловой деятельности и ее различных аспектов
2. Деловые переговоры	Б) особая форма совещания, в котором участвует не менее двух сторон, и результат которого фиксируется в юридическом документе
3. Деловое совещание	В) способ открытого коллективного обсуждения проблем группой специалистов

12. Соотнести функции общения с их содержанием:

1. Информационная	А) представляет собой процесс внесения изменений в состояние людей, что возможно и при специальном (целенаправленном), и в непроизвольном воздействии
2. Регулятивная	Б) направлена на организацию взаимодействия между людьми, а также на коррекцию человеком своей деятельности или состояния
3. Аффективная	В) заключается в передаче и приеме информации как некоего сообщения, в котором имеют место два элемента: текст (содержание сообщения) и отношение к нему человека

13.Соотнести признаки деловых коммуникаций с их видами:

1. Формы общения	А) формальные , неформальные
2. Каналы общения	Б) вербальные, невербальные
3. Направленность общения	В) нисходящие, восходящие
4. Степень доверия в отношениях партнеров	Г) доверительные отношения, официальные отношения

14. Установите соответствие межу элементами процесса коммуникации их определением

1. Отправитель	А) набор символов, передаваемых отправителем
2. Обращение (Сообщение)	Б) сторона, получающая обращение, переданное другой стороной
3. Получатель	В) часть ответной реакции, которую получатель доводит до сведения отправителя
4. Обратная связь	Г) сторона, посылающая обращение другой стороне

15. Укажите соответствие категорий определяющих качество делового текста с их понятием

1. Мысль	А) доступность текста для понимания
2. Внятность	Б) это содержание письма, документа.
3. Грамотность	В) краткость и четкость в выражении мысли
4. Лаконизм	Г) уметь писать без ошибок, пользоваться разговорным стилем письма, избегать многосложных непонятных слов и выражений, при надобности пользоваться словарями, энциклопедиями, руководством по грамматике, стилистике или услугами редакторов

16. Укажите соответствие между видами документов и их определением

1. Письмо	А) обобщенное название документов, создаваемых по широкому кругу вопросов и предназначенных для передачи документированной информации от автора документа к его получателю
2. Телеграмма	Б) документ, переданный и принятый по каналам телефонной связи
3.	В) документ, переданный и принятый по каналам электросвязи

Телефонограмма	
4. Электронное письмо	Г) документ, переданный и принятый по каналам информационной сети, соединяющей компьютеры участников электронной переписки

17. Укажите соответствие понятий и определений

1. Справка	А) документ, включающий перечень намечаемых к выполнению работ или мероприятий с указанием сроков их выполнения и исполнителей
2. План	Б) документ, описывающий или подтверждающий содержание тех или иных фактов, событий и т.п.
3. Отчет	В) документ, содержащий сведения о выполнении заданий, мероприятий (их отдельных этапов), представляемый руководителю предприятия, либо в смежную (вышестоящую) организацию
4. Протокол	Г) документ, фиксирующий ход обсуждения вопросов и принятия решений, а также проведения некоторых мероприятий (например, испытаний)

18. Соотнесите функции и виды деловых писем

1. Передача информации общеделового назначения	А) напоминание
2. Передача информации целевого делового назначения	Б) информационное письмо;
3. Передача информации вспомогательного делового назначения	В) письмо-предложение (оферта)
4. Передача прочей деловой информации (в том числе в особых случаях)	Г) письмо-поздравление

19. Сопоставьте типы резюме с теми, кто их обычно использует

1. Основной (базовый) тип	А) используется чаще всего людьми, не имеющими трудового опыта, или опыт которых незначителен
2. Хронологический тип	Б) рекомендуется использовать людям с ярко выраженными литературными способностями, которые могут так изложить информацию о себе, что она будет прочитана работодателем на одном дыхании, как захватывающий сюжет
3. Функциональный тип	В) используется людьми с богатыми трудовым опытом и карьерным ростом
4. Повествовательный тип	Г) используют обычно специалисты, которые не только имеют солидный трудовой опыт, но и конкретные достижения в профессиональной области

20. Установите соответствие между типами совещаний и их содержанием

1. Совещания по планированию	А) посвящены обсуждению результатов деятельности, достижения поставленных целей, проблемам срывов, низкой производительности
2. Совещания по мотивации труда	Б) предметом обсуждения становятся вопросы структурирования организации, координации действий структурных подразделений, делегирование полномочий и др.
3. Совещания по внутрифирменной организации	В) обсуждаются проблемы производительности и качества, удовлетворенности персонала, причины низкой мотивации, возможности ее изменения, вопросы морального и материального стимулирования
4. Совещания по контролю за деятельностью работников	Г) обсуждаются вопросы стратегии и тактики деятельности организации, ресурсы, необходимые для реализации планов

21. Соотнесите виды слухов с их характеристикой

1. Слух – желание	А) отражает желание и надежды людей, это наиболее позитивный слух, способствующий творчеству работников
2. Слух – пугало	Б) возникает на почве страхов и опасений работников, вызывает беспокойство в коллективе, может нанести ущерб
3. Слух – агрессия	В) продиктован агрессивностью или ненавистью, наносит урон репутации, как компании, так и отдельным работникам
4. Финальный слух	Г) вызван предполагаемыми в будущем действиями, длительное время ожидаемыми сотрудниками

22. Укажите соответствие между видами централизованных сетей коммуникации и их характеристиками

1. Фронтальная сеть	А) отличается тем, что участники группы не могут непосредственно воспринимать, видеть или слышать друг друга и обмениваются информацией только через центральное лицо
2. Радиальная сеть	Б) характеризуется тем, что ее участники непосредственно находятся рядом и, не вступая в прямые контакты, могут все же видеть друг друга
3. Иерархическая сеть	В) отличаются наличием нескольких, не менее двух, уровней соподчинения участников, причем часть из них может непосредственно видеть друг друга в процессе совместной деятельности, а часть нет

23. Укажите соответствие между видами децентрализованных сетей коммуникации и их характеристиками

1. Цепной вариант сети	А) нет никаких препятствий для межличностного общения участников
2. Круговая сеть	Б) одинаковыми возможностями располагают все без исключения члены группы, имеющаяся в их распоряжении информация может циркулировать между членами группы, дополняться и уточняться, участники такой структуры коммуникаций могут непосредственно наблюдать за реакциями друг друга и учитывать их в своей работе
3. Полная или неограниченная сеть	В) представляет собой такую систему общения, в пределах которой межличностное взаимодействие осуществляется по цепочке

24. Соотнесите требования к деловой речи с их характеристикой

1. Содержательность	А) умение ярко, образно передавать мысль, воздействуя на людей интонациями, настроением рассказа, построением фраз
2. Логичность	Б) насыщенность фактами, наблюдениями, переживаниями
3. Выразительность	В) последовательность, четкость построения речи в соответствии с законами логики
4. Доходчивость	Г) понятность и доступность сообщения

25. Соотнесите вид дистанции при коммуникации с общепринятой нормой

1. Интимная дистанция	А) 50-120 см
2. Персональная (личностная) дистанция	Б) 120-350 см
3. Социальная дистанция	В) свыше 350 см
4. Публичная общественная дистанция	Г) До 50 см

26. Соотнесите стили слушания с их характеристиками

1. Нерефлексивное слушание	А) человек заинтересован, внимательно молчит, не вмешиваясь в речь собеседника
2. Рефлексивное (активное) слушание	Б) человек применяет обратную связь с целью контроля правильности восприятия услышанного
3. Эмпатическое слушание	В) человек улавливает эмоциональное состояние собеседника, использует обратную связь с целью оказать поддержку

27. Установите соответствие групп коммуникативных барьеров с их видами

1. Личностные	А) барьеры индивидуальных различий, идеологические, негативный прошлый опыт общения, барьеры предвзятости, барьеры отрицательной установки
2. Культурные	Б) пространственные, временные, технические
3. Организационные	В) барьеры излишней централизации, барьеры излишней дифференциации, барьеры неопределенности, барьеры обязанностей и прав
4. Физические	Г) национальные, религиозные, этические, эстетические

28. Соотнесите формы коммуникации с их содержанием

1. Вербальные коммуникации (устные)	А) передача информации реализуется через документы в форме писем, приказов, распоряжений, инструкций, положений, когда руководитель передает подчиненному письменные указания
2. Вербальные коммуникации (письменные)	Б) сообщения, посланные с помощью несловесных действий (мимики, жестов, поз, взгляда, манер, голосовых вариаций и пр.)
3. Невербальные коммуникации	В) передача информации осуществляется в процессе речевого диалога, совещания, переговоров, презентаций, телефонного разговора, когда наибольший объем информации передается посредством голосовой связи

29. Соотнесите виды деловых коммуникаций по организационному признаку с их содержанием

1. Вертикальные коммуникации	А) направлены на координацию деятельности и обмен информацией между сотрудниками различных подразделений, находящихся на одном уровне иерархии
2. Горизонтальные коммуникации	Б) информация передается по вертикали, включают в себя нисходящие и восходящие. Нисходящие коммуникации направлены сверху вниз – от руководителя к подчиненным; восходящие коммуникации направлены снизу вверх – от подчиненных к руководителю
3. Диагональные коммуникации	В) осуществляются работниками отделов и подразделений различных уровней иерархии

30. Установите соответствие функциональных стилей языка с их характеристикой

1. Научный стиль	А) характерен, прежде всего, для средств массовой информации. Его специфичность состоит в сочетании двух функций языка – информационной и агитационной
2. Официально-деловой стиль	Б) характеризуется строгой логикой изложения, изобилием специальных терминов, определенными особенностями синтаксиса
3. Публицистический стиль	В) отличается точностью формулировок, безличностью и сухостью изложения, высокой стандартностью, большим количеством устойчивых оборотов, клише
4. Художественный стиль	Г) для него характерна возможность использования всех языковых средств – не только слов и выражений литературного языка, но и элементов просторечия, жаргонов, территориальных диалектов

Приложение 5

к рабочей программе

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДЕНЫ

на заседании кафедры Шахматного искусства и компьютерной математики

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ

ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ

по дисциплине

Коммуникации, управление и представление информации

Зачетный билет №1

1. Предмет теории коммуникации.

2. Использование именованных диапазонов в формулах Excel.

Зачетный билет №2

1. Законы и категории теории коммуникации

2. Применение различных типов встроенных функций Excel.

Зачетный билет №3

1. Методы и функции теории коммуникации.

2. Использование математических функций в Excel.

Зачетный билет №4

1. Антропосоциогенезис и социальная коммуникация.

2. Использование статистических функций в Excel.

Зачетный билет №5

1. Коммуникативная компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста.

2. Использование функций ссылок и подстановки в Excel.

Зачетный билет №6

1. Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли.

2. Использование логических функций в Excel.

Зачетный билет №7

1. Современные концепции коммуникации.

2. Использование текстовых функций в Excel.

Зачетный билет №8

1. Теории массовой коммуникации.

2. Использование функций даты и времени в Excel.

Зачетный билет №9

1. Структурные модели коммуникации.

2. Использование финансовых функций в Excel.

Зачетный билет №10

1. Основные элементы коммуникативного процесса.

2. Условное форматирование в Excel.

Зачетный билет №11

1. Коммуникативные барьеры.

2. Работа со списками в Excel.

Зачетный билет №12

1. Вербальная коммуникация. Семиотика. Синтактика, семантика, прагматика.

2. Удаление дубликатов данных в Excel.

Зачетный билет №13

1. Средства коммуникации. Место естественного языка среди других знаковых систем.

2. Сортировка данных в Excel.

Зачетный билет №14

1. Соотношение «язык-речь». Речевое общение как способ коммуникации. Функции речи.

2. Фильтрация данных в Excel

Зачетный билет №15

1. Речь как способ передачи информации.

2. Промежуточные итоги в Excel.

Зачетный билет №16

1. Формы речевой коммуникации. Диалог. Монолог.

2. Консолидация данных в Excel.

Зачетный билет №17

1. Спор как разновидность речевой коммуникации. Стратегия и тактика аргументации.

2. Импорт данных в Excel.

Зачетный билет №18

1. Устноречевая коммуникация. Свойства и ситуативная обусловленность устноречевой коммуникации.

2. Создание сводных таблиц в Excel.

Зачетный билет №19

1. Виды устноречевой коммуникации. Умение говорить. Умение слушать. Обратная связь в говорении и слушании.

2. Преобразование сводных таблиц в Excel.

Зачетный билет №20

1. Применение умений говорения и слушания для повышения эффективности коммуникации.

2. Фильтрация данных в Excel.

Зачетный билет №21

1. Письменноречевая коммуникация. Навыки и умения письма и чтения. Речевое воздействие письменной информации.

2. Срезы в Excel.

Зачетный билет №22

1. Типы фиксации письменноречевых произведений.

2. Настройка полей сводной таблицы в Excel.

Зачетный билет №23

1. Реализация синтеза речевых умений разных видов в учебно-научной и профессиональной коммуникации.

2. Добавление и редактирование вычисляемых полей в сводной таблице в Excel.

Зачетный билет №24

1. Сравнение вербальной и невербальной коммуникации.

2. Форматирование сводной таблицы, обновление сводных таблиц и сводных диаграмм в Excel.

Зачетный билет №25

1. Пара- и экстралингвистические особенности невербальной коммуникации. Мимика и взгляд. Жесты как невербальная коммуникация.

2. Группировка полей в сводных таблицах в Excel.

Зачетный билет №26

1. Организация пространства и времени коммуникативного процесса. Позы и походка. Контакт глаз.

2. Защита ячеек, листов и рабочих книг в Excel.

Зачетный билет №27

1. Понятие межличностной коммуникации.

2. Проверка вводимых значений в Excel.

Экзаменационный билет №1

1. Ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации.

2. Запись и запуск макросов, использование готовых макросов в Excel.

Экзаменационный билет №2

1. Речевое и неречевое поведение в межличностном взаимодействии. Чувства и эмоции как коммуникативные действия.

2. Параметры безопасности для работы с макросами в Excel.

Экзаменационный билет №3

1. Понятие, виды и функции коммуникации в малой группе.

2. Редактирование макросов в редакторе Visual Basic Editor.

Экзаменационный билет №4

1. Структура и динамика коммуникации в малой группе.

2. Пользовательские функции Excel с использованием VBA.

Экзаменационный билет №5

1. Прагматика коммуникации в малых группах.

2. Использование формул массивов и функций в Excel.

Экзаменационный билет №6

1. Понятие массовой коммуникации.

2. Двухсторонний поиск с использованием функций ПоискПоз и Индекс в Excel.

Экзаменационный билет №7

1. Структура и функции массовой коммуникации.

2. Извлечение данных по нескольким критериям в Excel.

Экзаменационный билет №8

1. Эффективность массовой коммуникации.

2. Использование функции ДВССыл для обработки данных с одного или нескольких листов в Excel.

Экзаменационный билет №9

1. Коммуникация как функция управления организацией.

2. Извлечение данных с использованием функций Строка, Столбец в Excel.

Экзаменационный билет №10

1. Особенности внутренних коммуникаций в организации.

2. Транспонирование таблиц, использование функций Адрес и Смещ в Excel.

Экзаменационный билет №11

1. Виды коммуникаций в организациях.

2. Скользящее среднее в Excel.

Экзаменационный билет №12

1. Формы деловой коммуникации в организации.

2. Функции регрессионного анализа в Excel.

Экзаменационный билет №13

1. Особенности маркетинговых коммуникаций.

2. Построение линий тренда в Excel.

Экзаменационный билет №14

1. Понятие политической коммуникации.

2. Учет сезонности в прогнозах в Excel.

Экзаменационный билет №15

1. Структура, средства и модели политической коммуникации.

2. Смешанные диаграммы в Excel.

Экзаменационный билет №16

1. Электоральная политическая коммуникация.

2. Гистограмма с отображением итогов в Excel.

Экзаменационный билет №17

1. Политическая коммуникация в информационном обществе.

2. Проектная диаграмма Ганта в Excel.

Экзаменационный билет №18

1. Публичная коммуникация и ее формы.

2. Диаграмма сравнений Торнадо в Excel.

Экзаменационный билет №19

1. Жанры публичной коммуникации.

2. Каскадная диаграмма Водопад в Excel.

Экзаменационный билет №20

1. Устная публичная учебная коммуникация.

2. Создание калибровочной диаграммы Термометр в Excel.

Экзаменационный билет №21

1. Устная деловая публичная коммуникация.

2. Диаграмма с включением/выключением рядов данных в Excel.

Экзаменационный билет №22

1. Устная публицистическая коммуникация.

2. Диаграмма с выбором значений в Excel.

Экзаменационный билет №23

1. Понятие межкультурной коммуникации.

2. Диаграмма с зумом и прокруткой в Excel.

Экзаменационный билет №24

1. Уровни межкультурной коммуникации.

2. Использование инструмента Таблица данных для анализа развития ситуации при 2-х переменных в Excel.

Экзаменационный билет №25

1. Формы межкультурной коммуникации.

2. Оценка развития ситуации и выбор оптимальной стратегии с помощью Сценариев в Excel.

Экзаменационный билет №26

1. Лингвокультурологические аспекты межкультурной коммуникации.

2. Решение однокритериальной задачи оптимизации с помощью Подбора параметра в Excel.

Экзаменационный билет №27

1. Типы восприятия межкультурных различий.

2. Решение многокритериальных задач оптимизации с использованием надстройки Поиск решения в Excel.