

**НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОФСОЮЗОВ»**

Кафедра философии и культурологии

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Деловая культура

«Ивент-менеджмент»

51.03.03 «Социально-культурная деятельность»

Санкт-Петербург

1. Общие положения

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине используется в целях нормирования процедуры оценивания качества подготовки и осуществляет установление соответствия учебных достижений запланированным результатам обучения и требованиям образовательной программы дисциплины. Предметом оценивания являются знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций у обучающихся. Процедуры оценивания применяются в процессе обучения на каждом этапе формирования компетенций посредством определения для отдельных составных частей дисциплины методов контроля – оценочных средств. Основным механизмом оценки качества подготовки и формой контроля учебной работы студентов являются текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация.

1.1. Цель и задачи текущего контроля студентов по дисциплине

Цель текущего контроля – систематическая проверка степени освоения программы дисциплины «Деловая культура» уровня достижения планируемых результатов обучения - знаний, умений, навыков, в ходе ее изучения при проведении занятий, предусмотренных учебным планом. Задачи текущего контроля:

1. обнаружение и устранение пробелов в освоении учебной дисциплины;
2. своевременное выполнение корректирующих действий по содержанию и организации процесса обучения;
3. определение индивидуального учебного рейтинга студентов;
4. подготовка к промежуточной аттестации.

В течение семестра при изучении дисциплины реализуется традиционная система поэтапного оценивания уровня освоения. За каждый вид учебных действий студенты получают оценку.

1.2. Цель и задачи промежуточной аттестации студентов по дисциплине.

Цель промежуточной аттестации – проверка степени усвоения студентами учебного материала, уровня достижения планируемых результатов обучения и сформированности компетенций на момент завершения изучения дисциплины. Промежуточная аттестация проходит в форме экзамена.

Задачи промежуточной аттестации:

1. определение уровня освоения учебной дисциплины;
2. определение уровня достижения планируемых результатов обучения и сформированности компетенций;
3. соотнесение планируемых результатов обучения с планируемыми результатами освоения образовательной программы в рамках изученной дисциплины.

2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

Таблица 1.

№ п\п	Контролируемые темы дисциплины	Код формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Наименование оценочного средства
1	Деловая культура: основные понятия и ха-	УК-3	<i>Знать:</i> - основные понятия в	Конспект лекций

	<p>рактические феномена. Особенности корпоративной культуры СПбГУП.</p>		<p>сфере деловой культуры;</p> <ul style="list-style-type: none"> - этические нормы в деловой культуре; - особенности деловой культуры студента высшей школы; - особенности корпоративной культуры СПбГУП: ценностные ориентации, нормы, правила; нормативные документы регламентирующие правила поведения студента. 	
2	<p>Имидж делового человека: компоненты, основные понятия, тенденции и правила. Особенности делового стиля одежды.</p>	УК-3	<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - преобразовывать информацию в знание, <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работать с разноплановыми источниками; - применять знания делового стиля в одежде. 	Конспект лекций
3	<p>Библиотека как неотъемлемая часть формирования деловой и информационной культуры. Особенности пользования библиотекой СПбГУП</p>	УК-3	<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять эффективный поиск информации и критики источников 	Конспект лекций
4	<p>Этикет – как наука о правилах поведения.</p>	УК-3	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - этикет его виды и функции, правила делового этикета; <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - официальным (деловым) и торжественным этикетом, этикетом на развлекательных мероприятиях; столовым этикетом 	Конспект лекций
5	<p>Самопрезентация студента в социальных сетях.</p>	УК-3	<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - выстраивать свой медиаимидж (в социальных сетях, сми) как части репутации и дальнейшего профессионального успеха. 	Конспект лекций
6	<p>Культура делового общения.</p>	УК-3	<p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - знаниями делового об- 	Конспект лекций

			щения и корпоративной культуры СПбГУП и применять их на практике; - базовыми коммуникациями в деловой сфере, основами делового общения;	
7	Проектирование имиджа студента ВУЗа: этапы, практические рекомендации.	УК-3	<i>Уметь:</i> - формировать собственный деловой имидж. <i>Владеть:</i> - применять знания делового стиля в одежде	Конспект лекций, тест-опрос
Результат достижения планируемых результатов изучения дисциплины				Зачет

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций

Критерии оценивания (текущий контроль)

1. Оценка «отлично» выставляется студенту, если студент имеет глубокие знания учебного материала по теме практического задания, в логической последовательности излагает материал; смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы.

2. Оценка «хорошо» выставляется, если студент показал знание учебного материала, смог ответить почти полностью на все заданные дополнительные и уточняющие вопросы.

3. Оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент в целом освоил материал; однако, ответил не на все уточняющие и дополнительные вопросы.

4. Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по теме практического задания, который полностью не раскрыл содержание вопросов, не смог ответить на уточняющие и дополнительные вопросы.

Критерии оценивания (зачет)

Знания, умения, навыки и компетенции студентов оцениваются следующими оценками: «зачет», «незачет».

- «зачет» - студент хорошо и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, увязывает с практикой, свободно справляется с решением ситуационных задач и тестовыми заданиями, правильно обосновывает принятие решений, умеет самостоятельно обобщать программный материал, не допуская ошибок, знает дополнительную литературу по изучаемой дисциплине.

- «незачет» - студент не знает значительной части основного программного материала, в ответах допускает существенные ошибки, не владеет умениями и навыками в выполнении тестовых заданий и решении задач, не способен ответить на дополнительные вопросы.

1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков

ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ. при преподавании дисциплины «Деловая культура» эффективное применение учебных материалов на занятиях является получение определенных теоретических знаний: анализировать научную литературу и источниковую базу, уяснять причины возникновения тех или иных явлений и процессов, влияющих на успешное построение будущей профессиональной карьеры.

Тестовые материалы

Важными в методическом плане на семинарских занятиях и в самостоятельной работе являются проводимые преподавателем контрольные срезы оценки знаний с использованием тестовых заданий, которые позволяют сделать выводы об эффективности занятий с учащимися, что в итоге повышает интерес к овладению знаниями.

Решение тестовых заданий является важным методическим приемом для закрепления и осмысления, полученных бакалаврами знаний по изучаемому предмету.

ПАСПОРТ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ДЕЛОВАЯ КУЛЬТУРА»

(для проверки остаточных знаний студентов)

1. **Общее количество тестовых заданий в базе – 126**
2. **Количество вопросов в тесте - 32**
3. **Ограничение времени выполнения теста (в мин) – 30**
4. **Автоматическое перемешивание вопросов в тесте: - да**
5. **Случайный порядок ответов в тестовом задании: - да**
6. **Критерии оценки результатов тестирования:**
 - Не зачтено – 0 – 55 % правильных ответов
 - Зачтено - 56 – 100 % правильных ответов

Структура базы тестовых заданий по основным разделам дисциплины (темам)

№ п/п	Наименование темы	Номера тестовых заданий в базе*	Количество вопросов в тесте
1	Деловая культура: основные понятия и характеристики феномена. Особенности корпоративной культуры СПбГУП.	1-12	3
2	Имидж делового человека: компоненты, основные понятия, тенденции и правила. Особенности делового стиля одежды.	13-30	5
3.	Библиотека как неотъемлемая часть формирования деловой и информационной культуры. Особенности пользования библиотекой СПбГУП	31-39	2
4.	Этикет – как наука о правилах поведения.	40-90	10
5.	Самопрезентация студента в социальных сетях.	91-95	2
6.	Культура делового общения.	96-110	5
7.	Проектирование имиджа студента ВУЗа: этапы, практические рекомендации.	111-126	5

База тестовых заданий размещена в системе поддержки самостоятельной работы:

<https://edu.gup.ru/course/view.php?id=2750>

Тестовые задания

ТЕМА 1 (12 вопросов)

1. Деловая культура - это ...

- А) оптимальное соединение нравственной и психологической культуры, культуры делового общения и права, культуры поведения и этикета.
- Б) процесс взаимодействия с субъектом коммуникации в процессе реализации делового проекта.
- В) умение создавать собственный бизнес-проект на основе аналитики потребительского поведения и особенностей восприятия.

2. Входит ли в понятие «Деловой культуры» система формальных и неформальных норм деятельности, ритуалов, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов организации?

- А) Да
- Б) Нет

3. Этика — это...

- А) наука о правилах поведения в обществе.
- Б) экономическая дисциплина, исследующая особенности взаимоотношений сотрудников внутри профессиональных сообществ.
- В) философская дисциплина, исследующая мораль и нравственность.

4. Мораль – это...

- А) это свод принятых в обществе представлений о плохом и хорошем, правильном и неправильном.
- Б) это главная мысль художественного произведения
- В) это правила взаимоотношений в коллективе

5. Нравственность – это ...

- А) это качество характера индивида
- Б) это система правил поведения индивида, основанных на значимых для личности ценностях.
- В) это тип коммуникаций между людьми

6. Какие ценности входят в организационную культуру?

- А) Материальные и семейные
- Б) Материальные и духовные
- В) Материальные и профессиональные

7. Корпоративная культура – это...

- А) Специфика взаимоотношений коммерческих организаций со спонсорами.
- Б) Это набор наиболее важных установок и правил, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых корпоративных ценностях, задающих людям ориентиры их поведения.
- В) Это совокупность представлений конкурентов о компании с элементами PR – взаимодействия.

8. Организационная культура – это...

- А) режим работы организации и правила дресс-кода сотрудников
- Б) документооборот организации и правила разрешения трудовых конфликтов

В) система представлений, которой придерживаются все члены организации и которая отличает данную организацию от других

9. Понятие организационной культуры с точки зрения смыслового наполнения:

А) шире, чем понятие «корпоративная культура»

Б) Понятие «корпоративная культура» вмещает в себя больше значений и смыслов, чем организационная культура.

10. Деловая этика – это...

А) это правила соблюдения сроков реализации проекта Исполнителем

Б) это особенности поведения человека в новом коллективе

В) это совокупность нравственных и моральных принципов и правил, которые должны быть присущи деловому человеку.

11. Как обозначается ключевая модель образовательного и воспитательного процесса в СПбГУП:

А) Культуроцентристская модель образования

Б) Воспитательная модель образования

В) Классическая модель образования

12. Ключевой документ, регламентирующий правила поведения студента в СПбГУП:

А) Правила внутреннего распорядка

Б) Правила утреннего распорядка

В) Правила внешнего вида

ТЕМА 2 (18 вопросов)

13. Имидж - это...

А) Целенаправленно сформированный образ это целенаправленно сформированный образ товара/услуги/личности/организации/компании, включающий в себя характеристики, удовлетворяющие ожиданиям целевых групп.

б) Особенности речи и поведения субъекта в разных обстоятельствах.

В) Сценический образ артиста.

14. 3 ключевые концепции имиджа – это:

А) Коммуникационная, Агитационная, Репутационная

Б) Коммуникационная, Ментальная, Маркетинговая

В) Коммуникационная, PR-стратегия, Пропагандистская стратегия

15. Стереотипы - это...

А) Стойкие, эмоционально окрашенные, упрощенные модели объективной реальности, вызывающие у человека чувство симпатии или антипатии к явлению.

Б) Устойчивое мнение по поводу какого-либо явления или события, основанное на личном опыте

В) Положительный образ события, формирующийся в подсознании личности в результате взаимодействия с имиджевым сообщением

16. В чем сходство имиджа и стереотипа?

А) Имидж и стереотип формируются продолжительное время на уровне бессознательного

б) Имидж и стереотип являются стандартами, шаблонами, эмоционально окрашены.

В) Имидж и стереотип формируются спонтанно и направляют деятельность человека.

17. В чем различие имиджа и стереотипа?

- А) Стереотип и имидж не имеют кардинальных различий
- Б) Стереотип индивидуализирует явление, имидж – обобщает
- В) Стереотип обобщает явление, имидж – индивидуализирует**

18. Репутация - это...

- А) Устойчивое мнение объекта имиджирования о самом себе
- Б) Устойчивое мнение ЦА о руководителе компании
- В) Устойчивое мнение общественности относительно персоны/товара/компании**

19. В чем состоит основное отличие имиджа от репутации?

- А) Репутация возникает только в процессе репрезентации образа, имидж - вследствие восприятия деятельности субъекта имиджирования
- Б) Кардинальных отличий в этих понятиях нет.
- В) Имидж основан на информации, представленной его носителем, Репутация формируется в процессе взаимодействия с ним.**

20. Опишите одну, наиболее важную, на ваш взгляд, функцию имиджа.

ПРИМ: ответ в виде текста.

Варианты ответа: Информационная, коммуникационная, психотерапевтическая, эстетическая и пр.

21. На какие компоненты подразделяется персональный имидж?

- А) Габитарный, кинетический, речевой
- Б) Габитарный, визуальный, внешний
- В) Кинетический, ольфакторный, слуховой**

22. Габитарный имидж включает в себя следующие компоненты:

- А) Одежда, прическа, макияж, парфюм, аксессуары, обувь
- Б) Грамотная речь, походка, жесты, осанка
- В) Устная речь, выражение лица, позы**

23. Семиотика - это...

- А) наука об изучении имиджа как коммуникативного образа
- Б) общая теория, исследующая свойства знаков и знаковых систем.**
- В) теория невербального общения.

24. Деловой имидж - это...

- А) правила поведения и внешнего вида сотрудников на работе
- Б) внешний вид сотрудника в рабочем пространстве
- В) комплекс характеристик, дающих впечатление об успешности, работоспособности, решительности и других личных качествах человека.**

25. Кинесика - это...

- А) наука о языке тела – предметом выступают мимические жесты, жесты головы и ног, позы и знаковые телодвижения.
- Б) наука о правилах поведения и внешнего вида в ситуациях делового характера при наличии одного или нескольких субъектов коммуникации

26. В мужском деловом гардеробе ремень обычно подбирается

- А) В тон обуви**
- Б) в контрасте с цветом обуви

23. Можно ли носить солнцезащитные очки на голове?

- А) Да
- Б) Нет

27. Носят ли с костюмом-тройкой или двубортным пиджаком ремень?

- А) Да, носят
- Б) Нет, не носят

28. Можно ли сушить зонт в открытом виде?

- А) Да
- Б) Нет

29. Если зонт один на двоих, кому его уступают?

- А) Тому, кто выше по росту или статусу
- Б) Мужчине
- В) Женщине или тому, кто старше по возрасту или статусу

30. Дресс-код - это...

- А) свод правил, объясняющий допустимый стиль одежды и внешнего вида в организации, направленный на трансляцию корпоративных ценностей.
- б) Правила внешнего вида и поведения на вечеринках для гостей различного статуса.

ТЕМА 3 (9 вопросов)

31. Информационная культура - это ...

- А) владение информационными технологиями и способность использовать их в различных видах деятельности
- Б) Изучение социальных сетей как ресурса успешной коммуникации

32. Обозначьте ключевые требования к информационно-сетевым ресурсам.

Прим: ответ студент пишет самостоятельно.

Ответ: точность, актуальность, полезность ресурсов.

33. Что включает в себя качественная оценка информационно- сетевого ресурса?

- А) Частоту обновления, корректность изложения, информационную насыщенность, актуальность, научную ценность
- Б) Степень популярности, авторство, наличие различных точек зрения, наличие рекламного материала

34. Что означает формулировка «справочный аппарат издания»?

- А) Тираж, авторы, год издания, наличие интернет-источника, главы содержания
- Б) Аннотация, вступительная статья, содержание / оглавление, списки литературы, библиографические ссылки, наличие указателей.

35. Обозначьте один из способов проверки авторитетности сайта.

- А) Проверка ссылок. Если авторитетные организации ссылаются на данный сайт, то ему можно доверять/
- б) Проверка рекламных блоков на сайте. Если их достаточное количество, значит сайт популярный и ему можно доверять.

36. Напишите минимум три критерия, которые являются показателями качества информационно-сетевого ресурса.

Прим: Ответ студент пишет самостоятельно.

Правильные варианты: фамилия автора/авторов; авторитет и известность в научной среде; сфера научных интересов авторов и тематика публикаций; критерии научности и объективности; наличие рецензий; наличие переизданий; авторитетное издательство; справочный аппарат издания.

37. Какие критерии оценки качества информационно-сетевого ресурса можно отнести к его количественной оценке?

А) Глубина свертывания информации, хронологический охват представленных ресурсов; количество конечных структурных элементов, количество ссылок и связей с другими веб-ресурсами подобной тематики.

Б) Охват целевой аудитории сайта, количество публикаций и авторов, вариативность предоставляемой информации, специфика стиля подачи

38. Глубина свертывания информации подразделяется на следующие вариации:

А) Библиографическое описание, реферат, полный текст;

Б) Статья, аннотация, рецензия

39. Какова главная цель работы библиотеки?

А) Своевременная выдача и прием литературы.

Б) Обеспечить многоаспектный поиск качественных ресурсов, их содержательный анализ, эффективное использование.

ТЕМА 4 (51 вопрос)

40. Этикет - это...

А) это установленный порядок поведения где-либо.

б) Умение корректно вести себя на переговорах

41. Когда возник этикет?

А) Этикет возник как придворный церемониал во времена французского короля Людовика XIV (1638–1715 гг.)

Б) Этикет возник в 20 веке, когда увеличилось количество светских мероприятий

42. Кто издал первое пособие по этикету в России?

А) Николай II

Б) Петр I

43. Как необходимо обращаться к незнакомым, малознакомым и уважаемым людям в официальной и неофициальной обстановке?

А) На «Вы»

б) На «Ты», если все остальные обращаются на «Ты»

44. В деловой обстановке...

А) Младший по должности приветствует старшего по должности

Б) Старший по должности приветствует младшего по должности

45. Пришедший в одиночку должен...

А) Первым приветствовать собравшуюся группу людей

Б) Должен зайти молча и подождать, пока его поприветствуют

- 46. Кто первым подает руку во время рукопожатия?**
А) Тот, кто выше по статусу
Б) Тот, кто ниже по статусу
- 47. Допустим ли поцелуй в щеку в деловом этикете?**
А) Да
Б) Нет
- 48. Допустимо ли делать комплименты мужской относительно их внешности?**
А) По правилам этикета мужчинам не принято делать комплименты, а именно их внешности.
Б) По правилам этикета допустимо делать комплименты мужской внешности.
- 49. Какую руку подают для рукопожатия?**
А) Можно любую руку
Б) Только правую
- 50. Если женщине нужно помочь выйти из автомобиля, какую руку ей подают?**
А) Правую
Б) Левую
- 51. По правилам этикета допустимо ли курить при ходьбе?**
А) Да
Б) Нет
- 52. Какое расстояние между людьми подразумевает социальная зона общения?**
А) от 1.2 и до 3.6 м
Б) от 15 до 46 см
- 53. Как называется дистанция общения, которую индивид склонен поддерживать между собой и всеми другими в повседневной жизни (на вечеринках, официальных приемах, встречах, в дружеских компаниях и т. д.)?**
А) Интимная зона
Б) Личная зона
- 54. Допустимо ли во время делового неформального общения сидеть широко расставив колени и повернув ступни ног внутрь?**
А) Да
Б) Нет
- 55. Если собеседник во время делового общения держит руки под столом, это означает, что...**
А) он не готов к разговору, либо боится выдать охватившие его чувства неуверенности, нервозности.
Б) он таким образом демонстрирует некоторую степень загадочности и недосказанности.
- 56. Во время посещения театра или концерта допустимо ли опираться локтями на оба подлокотника?**
А) Да, оба подлокотника относятся к одному сидению
Б) Нет, по правилам этикета лучше занимать только правый подлокотник
- 57. Как, с точки зрения этикета, следует правильно аплодировать во время мероприятия?**

- А) Держать руки на уровне груди и отводить их немного влево**
Б) Держать руки на уровне лица, можно поднять над головой, если представление очень нравится.
- 58. Если во время собеседования его ведущий встал, что это значит?**
А) Что собеседование закончено
Б) Что потенциальному работнику так же нужно встать
- 59. Можно ли есть пиццу вилкой и ножом?**
А) Да
Б) Нет
- 60. Спагетти по правилам этикета едят только вилкой и ложкой?**
А) Да
Б) Нет
- 61. Можно ли в ресторане оставлять полотняную салфетку на стуле, если вы планируете вернуться?**
А) Да
Б) Нет
- 62. Кто открывает дверь гостям, когда они покидают праздник?**
А) Хозяева праздника
Б) Сами гости
- 63. Допустимо ли держать локти на столе во время застолья?**
А) Да, только в перерывах между едой, для поддержания беседы
Б) Нет, ставить локти на стол не прилично
- 64. Что можно есть руками по правилам столового этикета?**
А) Хлеб
Б) Курицу
- 65. Можно ли наклонять суповую тарелку?**
А) Да, от себя
Б) Да, на себя
В) Нет
- 66. Как правильно держать бокал по правилам столового этикета?**
А) Только за ножку
Б) Не только за ножку, все зависит от вида бокала и напитка.
- 67. Можно ли класть столовые приборы на стол, если вы уже пробовали ими пищу?**
А) Да
Б) Нет
- 68. Что означают лежащие на тарелке вертикально и параллельно друг другу вилка и нож?**
А) Человек закончил трапезу
Б) Человеку не понравилось блюдо
- 69. Как показать собеседнику вашу заинтересованность в общении?**
А) Слегка наклониться в его сторону

Б) Сложить руки в карманы

70. Этично ли обсуждать человека в его отсутствие?

А) Да, правила этикета это позволяют

Б) Нет, обсуждение человека допустимо только в том случае, если то же самое вы можете сказать ему в лицо

71. Как выглядит “рукопожатие-перчатка”?

А) Две ладони обхватывают одну ладонь собеседника

Б) Ладонь при рукопожатии находится под ладонью собеседника

72. Как обозначить позицию равенства при рукопожатии?

А) Ладонь ребром вниз (вертикальное положение)

Б) Ладонь при рукопожатии находится над ладонью собеседника

73. Вы находитесь за столом с компанией знакомых и вам нужно отлучиться в уборную, что вы скажете?

а) я отлучусь в уборную

б) я отлучусь на несколько минут

в) ничего не скажу, о таких вещах не сообщают

74. Можно ли поправлять макияж сидя за столом в ресторане?

А) Да

Б) Да, но губы можно подкрасить

В) Нет

75. Вас пригласили на званый обед и перед вами полная сервировка. Где находится ваш хлеб?

а) слева от тарелки, со стороны вилок

б) справа от тарелки, со стороны ложек и ножей

в) хлеб на столе общий, можно брать любой

76. Как правильно есть бургеры?

а) руками в специальных перчатках

б) исключительно ножом и вилок

77. Вам пожелали приятного аппетита, ваши действия:

а) поблагодарите и пожелаете взаимно

б) поблагодарите, но взаимно желать не будете

в) сделаете вид, что не заметили пожелания, ничего не скажете в ответ

78. Если на столе только тканевые салфетки, как вы поступите?

а) попрошу официанта принести бумажные салфетки

б) Буду пользоваться только тканевой салфеткой

в) Попрошу официанта принести полоскательницу для пальцев

79. Перед вами бокал с водой, как вы будете его держать:

а) за ножку

б) за ножку или за расширение

в) за подставку, как сомелье

80. Как правильно пить чай за обеденным столом?

а) блюдце оставить на столе и поднимать только чашку.

б) поднимать чашку вместе с блюдцем.

81. Если чаепитие происходит стоя, нужно ли поднимать чашку вместе с блюдцем?

- а) Да
- б) Нет

82. Если чашка для чая небольшая, нужно ли продевать палец в ушко чашки?

- а) Да
- б) Нет

83. Если кружка для чая большая, как ее правильно держать?

- А) Как удобно
- б) Нельзя продевать палец в ушко чашки

84. Фуршет - это...

- А) мероприятие без рассадки, куда люди собираются для неформального, светского общения
- Б) банкетное мероприятие с сервировкой столов

85. Сколько закусок по правилам этикета допустимо накладывать в тарелку на фуршете?

- А) Сколько уместится на тарелке
- б) Не более четырех
- В) Максимум одну

86. Как поступить с чайным пакетиком после его заваривания в чашке?

- А) Нужно его приподнять и аккуратно прижать к стенке кружки ложкой, удаляя лишнюю жидкость
- б) Намотать нитку пакетика вокруг ложки и отжать его.

87. Куда деть чайный пакетик после заваривания в чашке?

- А) Положить на стол
- Б) Положить на край блюда сзади чашки, если не подано отдельное блюдо для использованных чайных пакетиков
- В) Выкинуть в урну, если она рядом

88. Как по правилам этикета принято есть блины?

- А) Руками
- б) Столовыми приборами

89. Можно ли держать в одной руке столовый прибор, а в другой руке напиток?

- А) Да
- Б) Нет

90. Что обычно принято заказывать из еды на деловом обеде?

- А) Нужно ориентироваться на заказ делового партнера
- Б) Нужно заказывать дорогие блюда, чтобы произвести впечатление на делового партнера

ТЕМА 5 (5 вопросов)

91. Интернет-коммуникация – это...

- А). опосредованное компьютером общение двух или более лиц, характеризующееся невидимостью коммуникантов, письменной формой посылаемых сообщений, возможно-

стью незамедлительной обратной связи, а также взаимодействием или обменом электронными сообщениями или же взаимным обменом и правом доступа к информации, хранящейся в компьютерах.

Б). Общение в соцсетях и интернет-переписка.

В). Новая речевая формация.

92. Что не входит в особенности «интернет-коммуникации»?

1) социальность

2) коммуникативность

3) анонимность

4) синхронность

5) душевность

93. Медиимидж – это...

А) имидж человека в повседневной жизни

Б) это совокупность факторов и элементов, воздействующих на организм в месте его обитания.

В) отражение образа в информационном пространстве

94. Что является Медиасредой?

А). то, что нас окружает повседневно...

Б) совокупность условий, в контексте которых функционирует медиакультура,

В) пространство, в котором формируется, распространяется и воспроизводится с помощью массовых коммуникаций и СМИ культура информационного общества,

95. Что означает аббревиатура СМИ

А) современные медийные инициативы

Б) средства массовой информации

В) содружества мировых империй.

ТЕМА 6 (15 вопросов)

96. Вербальные коммуникации осуществляются с помощью:

А) жестов

Б) информационных технологий

В) определенного темпа речи

Г) похлопываний по плечу

Д) устной речи

97. Деловой стиль взаимодействия партнеров включает:

А) ослабление контроля за социально-статусными и этикетными нормами

Б) признание ценности и значимости поведенческих действий друг друга

В) рациональное использование партнерами поддерживающих техник

Г) умение партнеров адаптировать собственные профессиональные знания к каждой деловой ситуации

98. Деловые партнеры с визуальной модальностью мыслят преимущественно:

А) аудиальными образами

Б) зрительными образами

В) тактильными образами

99. К открытым вопросам в деловой коммуникации относятся:

- А) альтернативные
- Б) зеркальные
- В) информационные
- Г) риторические**

100. Прочитайте фразу-ответ на входящий телефонный звонок. Оцените, как воспринимает фраза: «Доброе утро, страховая компания «Висепт»

- А) отрицательно
- Б) положительно**

101. Прочитайте фразу-ответ на входящий телефонный звонок. Оцените, как воспринимает фраза: «Добрый день. Это центр «Генезис». У телефона Ирина Аникеева. Чем я могу вам помочь?»

- А) отрицательно
- Б) положительно**

102. Прочитайте фразу-ответ на входящий телефонный звонок. Оцените, как воспринимается фраза: «Здравствуйте, сервисный центр»

- А) отрицательно
- Б) положительно**

103. Прочитайте фразу-ответ на входящий телефонный звонок. Оцените, как воспринимается фраза: «Извините, я не занимаюсь этими вопросами. Вам нужно позвонить в отдел продаж.»

- А) отрицательно**
- Б) положительно

104. Прочитайте фразу-ответ на входящий телефонный звонок. Оцените, как воспринимается эта фраза: «Извините, я работаю в другом отделе, поэтому ничем вам помочь не могу».

- А) отрицательно**
- Б) положительно

105. Прочитайте фразу-ответ на входящий телефонный звонок. Оцените, как воспринимается фраза: «К сожалению, Анна еще обедает».

- А) отрицательно**
- Б) положительно

106 Что не входит в универсальные этические нормы делового общения?

- А. вежливость,
- В. активность**
- С. корректность,
- Д. тактичность,
- Е. скромность,
- Ф. точность,
- Г. предупредительность.

107. Что не относится к основным этическим принципам делового поведения.

- А. Пунктуальность
- В. Конфиденциальность
- С. Любезность, доброжелательность и приветливость
- Д. Внимание к окружающим
- Е. Деловой внешний вид
- Ф. Грамотность
- Г. Эмоциональность**

108. Что не является «Этической моделью делового общения»?:

- А. Этика делового общения «сверху — вниз».
- В. Этика делового общения «снизу — вверх»
- С. Этика делового общения «по ширине»
- Д. Этика делового общения «по горизонтали».

109. Деловые коммуникации в организации важны

- А. только для систем управления
- В. для управленческих и производственных систем
- С. для всей организации в целом
- Д. только для отдельных структур организации

110. По субъектам взаимодействия в организации выделяются направления коммуникации

- А. горизонтальные и восходящие
- В. вертикальные и горизонтальные
- С. активные и нисходящие

ТЕМА 7 (16 опросов)

111. Опишите 4 этапа проектирования имиджа студента ВУЗа.

Прим: студент пишет ответ самостоятельно.

Верный ответ: Этап 1. Анализ личностных особенностей, составление «Я-концепции».

Этап 2. Подбор характеристик, соответствующих статусу «студент» и сопоставление их с этапом 1, выявление точек роста. **Этап 3.** Определение визуальных характеристик имиджа (внешний вид, индивидуальный стиль, манера поведения). **Этап 4.** Разработка стратегии совершенствования поведенческих, визуальных и коммуникативных качеств.

112. Кто первым из ученых предложил идею “Я-концепции”?

- А) Уильям Джеймс
- Б) Карл Густав Юнг

113. Что означает понятие “Реальное Я” в рамках “Я-концепции”?

- А) Представление о том, каков Я на самом деле
- Б) Представление о том, каким Я хотел бы быть

114. Что означает понятие “Идеальное Я” в рамках “Я-концепции”?

- А) Представление о том, каким Я хотел бы быть
- Б) Представление о том, каким меня хотят видеть другие

115. Что означает понятие “Зеркальное Я” в рамках “Я-концепции”?

- А) Представление о том, каким Я хотел бы быть
- Б) Представление о том, каким меня хотят видеть другие

116. Что означает понятие “Студент-Общественник” в типологии студентов по В. Т. Лисовскому?

- А) учится «как получится», не прилагая особых усилий, но убежден, что нужно закончить вуз
- Б) общественная деятельность преобладает и вредит учебной деятельности

117. Что означает понятие “Богемный студент в типологии студентов по В. Т. Лисовскому?

А) знания избирательно, но хочет выделяться во всем, всегда имеет «свое мнение» отличное от “массы”.

Б) творческий подход к любому делу, исполнительская дисциплина хромает

118. Какой костюм относится к деловой одежде?

А) Английский костюм

Б) Национальный костюм

В) Народный костюм

Г) Карнавальный костюм

119. Наиболее подходящая одежда для деловой женщины:

А) платье;

Б) костюм с юбкой;

В) блузка с юбкой;

Г) брючный костюм.

120. Макияж деловой женщины

А). должен быть максимально естественен;

Б). должен быть достаточно ярким, подчеркивающим сексуальность;

В). макияж не допустим;

Г). макияж должен быть только в особых торжественных случаях.

121. Каким должен быть цвет галстука делового человека?

А) того же цвета, что и костюм;

Б) черный;

В) цвет галстука должен гармонировать с цветом костюма;

Г) галстук может быть любых неярких тонов.

122. Пиджак должен быть застегнут

А) на все пуговицы;

Б) на все пуговицы, кроме нижней;

В) на все пуговицы, кроме верхней;

Г) пиджак должен быть расстегнут.

123. Украшения в костюме деловой женщины

А) должны быть только из драгоценных металлов;

Б) украшений не должно быть;

В) украшений должно быть много, чтобы продемонстрировать высокий статус;

Г) особых требований к украшениям деловой женщины нет.

124. Допустима ли в офисе открытая обувь

А) летом допустима;

Б) допустима, если обувь кожаная и хорошего качества;

В) не допустима;

Г) допустима, если это оговорено в корпоративных внутренних правилах.

125. Что можно класть в наружные карманы пиджака:

А) расческу;

Б) документы;

В) платок;

Г) всё перечисленное.

126. Формирование делового имиджа следует начинать с ...

- А) создания имидж-портрета
- Б) выбора стратегии
- В) формулирования имиджевых целей**

ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Вопросы для подготовки к зачету по дисциплине

1. Деловая культура: понятие и характеристики феномена.
2. Этика — философская дисциплина, исследующая мораль и нравственность.
3. Корпоративная культура (понятие, виды, функции).
4. Модель образовательного и воспитательного процесса в СПбГУП.
5. Особенности корпоративной культуры СПбГУП: ценностные ориентации, нормы, правила; нормативные документы.
6. Появление этикета в России.
7. Этикет: понятие, виды и функции.
8. Документ СПбГУП, регламентирующий правила поведения студента.
9. Понятие «Имидж», его компоненты.
10. Габитарный имидж: понятие и его компоненты.
11. Имидж студенту ВУЗа.
12. Объектно-субъектная роль студента в формировании имиджа ВУЗа.
13. Деловой стиль одежды: характеристики, нормы и правила.
14. Особенности делового стиля одежды студента высшей школы.
15. Библиотека как неотъемлемая часть формирования деловой и информационной культуры.
16. Особенности пользования библиотекой СПбГУП.
17. Этикет посещения библиотеки, работы в читальном зале.
18. Деловой этикет: понятие, особенности.
19. Профессиональный этикет, его виды.
20. Торжественный этикет; этикет на развлекательных мероприятиях; столовый этикет.
21. Понятие «Самопрезентация».
22. Интернет-коммуникация, ее основные характеристики.
23. Медиаимидж студента (в социальных сетях, сми) как часть репутации и дальнейшего профессионального успеха.
24. Взаимосвязь медиаимиджа студента и репутации вуза.
25. Правила общения и поведения в социальных сетях.
26. Понятия «Деловая коммуникация», «Деловое общение» их сходство и различие.
27. Универсальные этические и психологические нормы и принципы делового общения.
28. Элементы делового общения: этический кодекс специалистов (профессиональная этика); деловая риторика; деловая переписка.
29. Особенности и правила делового общения при прохождении собеседования.
30. Портфолио студента как одна из основ формирования культуры делового общения.
31. Этапы формирования имиджа студента высшей школы: основные характеристики.
32. Первый этап формирования имиджа: анализ личностных особенностей, составление «Я-концепции».
33. Второй этап формирования имиджа: подбор характеристик, соответствующих статусу «студент» и сопоставление их с Первым этапом, выявление точек роста.
34. Третий этап формирования имиджа: определение визуальных характеристик имиджа (внешний вид, индивидуальный стиль, манера поведения).

35. Четвертый этап формирования имиджа: разработка стратегии совершенствования поведенческих, визуальных и коммуникативных качеств.