

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.07.2026 14:14:51
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса
Лумумбы»**

Институт фармации и биотехнологии

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА
ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ**

ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ (ДЛЯ РОССИЙСКИХ СТУДЕНТОВ)

(наименование дисциплины/практики)

**Оценочные материалы рекомендованы МССН для направления
подготовки/специальности:**

18.03.01 ХИМИЧЕСКАЯ ТЕХНОЛОГИЯ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины/практики ведется в рамках реализации основной
профессиональной образовательной программы (ОП ВО,
профиль/специализация):**

ХИМИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ В ФАРМАЦИИ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

Москва, 2027

1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ/ПРАКТИКЕ

1.1. Текущий контроль успеваемости и самостоятельной работы студентов по дисциплине «Деловая коммуникация (для российских студентов)» предполагает устный опрос обучающихся по вопросам, определяющим уровень знаний материала темы занятия.

А) Информационный проект – проект, направленный на стимулирование учебно-познавательной деятельности студента с выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации об объекте, оформление ее для презентации). Итогом продукта проекта может быть письменный реферат, электронный реферат с иллюстрациями, слайд-шоу, мини-фильм и т.д.

Примерные темы информационных проектов:

- 1 Стратегия и тактика информационного воздействия на участников в процессе коммуникации.
- 2 Коммуникативные каналы и средства деловой коммуникации.
- 3 Анализ поведения участников процесса коммуникации (интонаций, выражения лица, жестов, положения тела, походки и т.п.).
- 4 Коммуникационные барьеры в зависимости от социальных, культурных и этнических аспектов.
- 5 Средства массовой информации (СМИ) и общественность, их влияние на деловую коммуникацию.
- 6 Построение имиджа организации (имидж в бизнесе, торговая марка, логотип, слоган, корпоративный Интернет-сайт и т.п.).
- 7 Влияние конфликтов и организационных изменений на процесс коммуникации.
- 8 Информационное обеспечение деятельности государственной власти (выборы как деловая коммуникация; маркетинговые аспекты в политике и т.п.).
- 9 Влияние протокольных мероприятий на процесс делового общения.
- 10 Ролевое поведение и его влияние на коммуникационный процесс.
- 11 Отношение личности к работе и его влияние на коммуникационный процесс
- 12 Основные правила делового взаимодействия в системе международного бизнеса

Шкала и критерии оценивания проекта

Критерии оценивания проектной работы	Баллы		
	Не соответствует критерию	Частично соответствует критерию	Полностью соответствует критерию
Работа выполнена в срок; использованы все указанные источники/ресурсы	0	–	2
Стратегия поиска корректна; найдены релевантные источники	0	–	2
Результаты структурированы, оформлены профессионально	0	–	2
Продемонстрировано критическое мышление при оценке источников	0	–	2
Сделаны обоснованные выводы с учётом	0	–	2

профессионального контекста			
ИТОГО, баллов			10

Б) Тесты

Примерные варианты тестов:

1 Многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми – это процесс:

- а) общения
- б) понимания
- в) восприятия

2 Человек, который обычно весьма активен, предпочитает идти к разрешению конфликта своим определенным путем, используя стиль:

- а) приспособления
- б) конкуренции
- в) компромисса

3 Прямое деловое общение характеризуется:

- а) ответными реакциями собеседников
- б) общением в пределах видимости
- в) непосредственным речевым контактом

4 Во многих случаях, имидж – это результат умелой ориентации в конкретной ситуации, а именно правильного выбора своей:

- а) модели поведения
- б) заинтересованности в отношениях с другими
- в) способности к общению

5 Акцент в подтверждающих вопросах делают на:

- а) наиболее сложной проблеме
- б) вновь возникших вопросах
- в) том, что связывает партнеров

6 При авторитарном стиле ведения совещания руководитель:

- а) допускает возражения
- б) уверенно держит бразды правления
- в) ищет поддержку среди коллег

7 Хорошая репутация бизнесмена базируется, в первую очередь, на профессионализме и:

- а) вежливости
- б) привлекательном имидже
- в) деловой обязательности

8 Цель формального приема в начале переговоров:

- а) создать атмосферу взаимопонимания
- б) высказать точку зрения своей стороны
- в) выслушать точку зрения партнеров

9 В деловой этике осознание невозможности немедленного преодоления слабости партнера, его недостатков – это проявление принципа:

- а) сознательности
- б) постепенности
- в) терпимости

10 Коммуникативная сторона общения:

- а) взаимопонимание участников общения
- б) обмен информацией между людьми
- в) организация взаимодействия между людьми

11 Стратегия мягкого подхода к переговорам состоит в том, чтобы:

- а) избегать конфронтации
- б) избегать личных оскорблений
- в) мягко, но неуклонно отстаивать свою позицию

12 Термин «этика» ввел:

- а) Сократ
- б) Аристотель
- в) Демокрит

13 Повторение собеседником вашего вопроса – это вопросы:

- а) однополюсные
- б) риторические
- в) зеркальные

14 Этика – это философская дисциплина, изучающая:

- а) развитие человеческого общества
- б) внутреннюю природу человека
- в) мораль и нравственность

15 Видение себя глазами партнера по общению – это:

- а) рефлексия
- б) отчуждение
- в) идентификация

16 Сбору сведений по проблеме переговоров способствуют вопросы:

- а) однополюсные
- б) информационные
- в) для ориентации

17 Эмпатия – это постижение эмоционального состояния человека в форме:

- а) размышлений
- б) взаимодействия
- в) сопереживания

18 Деловая этика представляет собой:

- а) личное поведение человека
- б) совокупность принципов поведения людей
- в) деловые отношения предпринимателей

19 Альтернативные вопросы предоставляют не более ... вариантов выбора:

- а) пяти
- б) двух
- в) трех

20 Теория речи, искусство речи и ораторское мастерство – области знаний, которые охватывает понятие:

- а) “интроверсия”
- б) “риторика”
- в) “лингвистика”

21 Термин «коммуникация» прежде всего употребляется в смысле:

- а) специфической формы взаимодействия людей в трудовой деятельности
- б) хозяйственных сооружений
- в) транспортной инфраструктуры

22 Чистота речи характеризуется наличием (или отсутствием) таких элементов, как:

- а) афоризмы
- б) вульгаризмы
- в) эпитеты

23 Чистота речи характеризуется наличием (или отсутствием) таких элементов, как:

- а) эпитизмы
- б) афоризмы
- в) варваризмы

24 Чистота речи характеризуется наличием (или отсутствием) таких элементов, как:

- а) эпитизмы
- б) жаргонизмы
- в) афоризмы

25 Примером письменного койне как языка средневековой науки является:

- а) английский язык
- б) немецкий язык
- в) латынь

26 Модель, которая трактует эффект воздействия маркетинговых коммуникаций с точки зрения трех фаз отношений потребителя к продукту, называется моделью:

- а) простого воспроизводства
- б) «иерархии эффектов»
- в) реализации

27 Разрушение коммуникаций Винер назвал:

- а) энтропией
- б) антропией
- в) интропией

28 Любое вербальное и невербальное общение как минимум двух людей называют:

- а) диалогом
- б) трансакциями
- в) трансактами

29 Совокупность норм литературного произношения называют:

- а) орфографией
- б) синонимом
- в) орфоэпией

30 Языковое оформление мысли без ее высказывания называют такой речью:

- а) прямой
- б) внутренней
- в) наружной

31 Специфика деловых коммуникаций заключается в том, что:

- а) возникают между субъектами, которые участвуют в совместной деятельности, ориентированной на достижение определенной цели;
- б) возникают в процессе обмена сообщениями и их интерпретация двумя или несколькими индивидами, вступившими в контакт друг с другом;
- в) возникают в процессе передачи информации посредством жестов, мимики, телодвижений;
- г) возникают в процессе взаимодействия людей с помощью речи.

32 Перцептивной стороной общения является:

- а) обмен информацией между участниками общения;
- б) взаимодействие участников общения;
- в) взаимовлияние друг на друга участников общения;
- г) восприятие друг друга партнерами по общению.

33 Сферами деловых коммуникаций являются:

- а) служебная;
- б) коммуникативная;
- в) культурная;
- г) личная.

34 Характеристиками деловых коммуникаций являются:

- а) регламентирование;
- б) свобода действий.

35 Основами деловых коммуникаций являются:

- а) партнерские отношения
- б) взаимный интерес
- в) личная выгода

36 Устными видами общения являются:

- а) монолог;
- б) диалог;
- в) полилог.

37 Целью переговоров может быть:

- а) приятное времяпрепровождение;
- б) консенсус;
- в) выяснение отношений;
- г) навязывание условий.

38 Качества, необходимые при осуществлении деловых коммуникаций:

- а) компетентность;
- б) тактичность;
- в) доброжелательность;
- г) конфликтность.

39 Функциями деловых коммуникаций являются:

- а) инструментальная;
- б) поэтическая;
- в) интегративная;

г) магическая;

д) социального контроля.

40 Условиями реализации деловой коммуникации являются:

- а) информационное содержание;
- б) обязательность контактов всех участников;
- в) соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия;
- г) выражение эмоционального состояния участников.

41 Характеристики, соответствующие партнерскому подходу к переговорам:

- а) совместный анализ проблем;
- б) приемы военной тактики;
- в) ориентация на стимулирование эффективного взаимопонимания;

42 Наиболее приемлемые формы окончания выступления:

- а) призыв к действию;
- б) постановка вопроса;
- в) перечисление исследователей обозначенной проблемы;
- г) цитирование.

43 При публичном выступлении внимание аудитории проявляется в нескольких видах. Внимание, которое возникает как сознательное, волевое, но затем поддерживается без всяких усилий со стороны слушателей, это:

- а) Произвольное внимание;
- б) Непроизвольное внимание;
- в) Активное внимание;
- г) Послепроизвольное внимание.

44 Вертикальные коммуникации в организации – это:

- а) передача информации по каналам, которые определены, установлены руководством;
- б) коммуникации, которые происходят по каналам не в рамках организационной структурой управления, должностных обязанностей и полномочий;
- в) перемещение информации внутри организации с уровня на уровень в рамках организационной структуры управления;
- г) общение происходит между членами одной группы или рабочей группы одного уровня, между руководителями или исполнительным персоналом одного уровня;
- д) передача информации от подчиненного руководителю;
- е) передача информации от руководителя подчиненному.

45 Стратегия поведения при возникновении конфликта в деловом общении, когда

конфликтующие стремятся принять решение, удовлетворяющее обе стороны – это:

- а) Конкуренция;
- б) Уклонение
- в) Приспособление
- г) Сотрудничество

46 Кодирование – это

- а) Любое вмешательство в процесс коммуникации на любом из его участков, искажающее смысл послания.
- б) Процесс преобразования идей в символы, изображения, рисунки. формы, звуки, язык.
- в) Перевод символов отправителя в мысли получателя.

47 Перевод символов отправителя в мысли получателя – это

- а) Кодирование;
- б) Коммуникационные барьеры;
- в) Декодирование;
- г) передача сообщения

48 Существует несколько этапов общения. Этап обмена информацией между партнерами по общению – это:

- а) Перцепция;
- б) Интеракция;
- в) Коммуникация.
- г) Аттракция.

Таблица Шкала и критерии оценивания тестов

Критерии оценивания тестов	
70% - 100% правильных ответов	5
60%-69%	4
50%-59%	3
0-49%	2

В) Примерная тематика рефератов

- 1 Коммуникация как основа деловых отношений.
- 2 Специфика и основные задачи деловой коммуникации.
- 3 Коммуникативная культура современного специалиста.
- 4 Соблюдение норм языка и культуры речи в деловой коммуникации.
- 5 Коммуникативные модели взаимодействия деловых партнеров.
- 6 Обратная связь в деловой коммуникации, условия ее эффективности.
- 7 Убеждение в процессе делового общения.
- 8 Использование эффектов восприятия в деловом общении.
- 9 Стили и виды слушания: сравнительный анализ.
- 10 Невербальные компоненты деловых коммуникаций: проблема интерпретации.
- 11 Специфика невербальной коммуникации с представителями разных культур.
- 12 Стратегии устных деловых взаимодействий.
- 13 Коммуникативные навыки, используемые в деловой беседе.
- 14 Деловая беседа и деловая дискуссия: общие и отличительные черты.
- 15 Как противостоять давлению в деловых переговорах?
- 16 Основные принципы письменных коммуникаций.

- 17 Языковое своеобразие деловой переписки.
- 18 Стратегии письменных деловых коммуникаций.
- 19 Деловая коммуникация в Интернет: за и против.
- 20 Этико-психологические принципы делового общения: актуальность в современных условиях.
- 21 Управление неформальными коммуникациями в организации.
- 22 Этика и психология речевой деловой коммуникации.
- 23 Взаимное доверие как основа деловой этики.
- 24 Специфика процесса деловой коммуникации с представителями различных культур.
- 25 Вербальное межкультурное общение: проявление межкультурных различий в языке и ментальности.
- 26 Формулы речевого этикета в различных культурах: сравнительный анализ.

Таблица Шкала и критерии оценивания рефератов

Критерии оценивания рефератов	Баллы		
	Не соответствует критерию	Частично соответствует критерию	Полностью соответствует критерию
Доклад сопровождается подготовленной презентацией / наглядными материалами	0	1–4	5
Обучающийся практически не пользуется подготовленной рукописью	0	1–4	5
Доклад показывает уверенное владение терминологическим аппаратом дисциплины	0	1–4	5
Доклад имеет чёткую логическую структуру и обоснование выводов	0	1–4	5
Доклад показывает понимание связей с другими разделами дисциплины / ОП	0	1–4	5
ИТОГО, баллов			25

2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ/ПРАКТИКЕ

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме аттестационного испытания по итогам изучения дисциплины. Вид аттестационного испытания — ЗАЧЁТ С ОЦЕНКОЙ (в соответствии с утверждённым учебным планом).

2.1. Перечень оцениваемых компетенций с указанием индикаторов их достижения.

Перечень оцениваемых компетенций	Индикаторы достижения компетенций
УК-3	УК-3.2; УК-3.3
УК-4	УК-4.1; УК-4.2

2.2. Шкала и критерии оценивания устного контроля обучающихся при промежуточном контроле.

Аттестационное испытание проводится в устной форме по билетам, содержащим два теоретических вопроса и одно практическое задание. По результатам аттестационного испытания обучающийся может получить от 1 до 25 баллов.

Критерии оценивания ответ	Баллы		
	Не соответствует критерию	Частично соответствует критерию	Полностью соответствует критерию
Обучающийся даёт ответ без наводящих вопросов преподавателя	0	1–4	5
Обучающийся практически не пользуется подготовленными материалами	0	1–4	5
Ответ показывает уверенное владение терминологическим аппаратом дисциплины	0	1–4	5
Ответ имеет чёткую логическую структуру	0	1–4	5
Ответ показывает понимание связей между предметом вопроса и другими разделами / дисциплинами ОП	0	1–4	5
ИТОГО, баллов			25

2.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов для подготовки к аттестационному испытанию по дисциплине:

- 1 Сущность и виды коммуникации.
- 2 Понятие деловой коммуникации. Коммуникация как функция управления организацией.
- 3 Внутренние коммуникации в организации: особенности, структура, виды.

- 4 Межличностные коммуникации в организации: особенности, стили.
- 5 Обеспечение процесса коммуникации. Общение как коммуникативный процесс.
- 6 Деловая беседа как разновидность деловой коммуникации.
- 7 Деловое совещание: классификация, методы проведения.
- 8 Деловые переговоры, управление переговорами, правила и приемы.
- 9 Самопрезентация и коммуникативная компетентность. Виды и средства делового общения.
- 10 Место конфликтов в коммуникациях, пути их разрешения.
- 11 Этика и этикет деловых коммуникаций.
- 12 Механизмы и факторы эффективной деловой коммуникации.
- 13 Речевая коммуникация в современном общении: формы и средства, методы совершенствования. Формы и правила речевого этикета.
- 14 Особенности вербальной и невербальной коммуникации.
- 15 Публичные выступления как форма деловой коммуникации: виды, этика, эффективность.
- 16 Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений.
- 17 Технологии ведения переговоров по телефону. Специфика телефонного общения.
- 18 Критика в деловой коммуникации. Дискуссия. Спор. Их основные участники и компоненты.
- 19 Документационное обеспечение деловых коммуникаций.
- 20 Формы письменных деловых коммуникаций.
- 21 Команда как особый вид малой группы. Типы команд.
- 22 Основные характеристики коллектива как разновидности малой группы.
- 23 Лидерство в команде.
- 24 Этапы командообразования.
- 25 Принципы командной работы.
- 26 Категории команд в зависимости от цели формирования.
- 27 Пути командообразования.
- 28 Понятие «роль». Виды и функции ролей, выполняемых участниками команды.
- 29 Стихийное и целенаправленное формирование команды.
- 30 Управление взаимоотношениями в команде.
- 31 Проблемы, барьеры, ошибки в общении.

РАЗРАБОТЧИКИ:

Старший преподаватель
кафедры фармации и
биотехнологии

Должность, БУП

Костина Е.Д.

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Директор института фармации
и биотехнологии

Наименование БУП

Ромащенко В.А.

Подпись

Фамилия И.О.