

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.08.2026 11:57:39
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Деловые коммуникации» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 1 из 17	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	--------------	------------------------	---------------

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

по дисциплине (модулю)

Деловые коммуникации

Направление подготовки (специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности

Присваиваемая квалификация
бакалавр

Форма обучения
очная

Челябинск 2026 г.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Деловые коммуникации» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 1 из 21

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности, Деловые коммуникации, очная

Фонд оценочных средств дисциплины (модуля) одобрен и рекомендован:

Проректор по учебной работе _____ утверждено 00.02.2026 А.А. Саламатов

Ученым советом факультета журналистики

Протокол заседания № 8 от 19.02.2026

Председатель Ученого совета

факультета журналистики

согласовано

Б.Н. Киршин

Заседанием кафедры теории медиа

Протокол заседания № 8 от 12.02.2026

Заведующий кафедрой

согласовано

С.А.Гладков

Автор (составитель)

С.А. Гладков

Структура фонда оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от 27.09.2022 г. № 573-1 «Об утверждении шаблонов документов».



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Деловые коммуникации» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 2 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств.
2. Перечень формируемых компетенций:
 - 2.1. компетенции, закрепленные за дисциплиной.
3. Содержание оценочных средств по дисциплине:
 - 3.1. виды оценочных средств;
 - 3.2. содержание оценочных средств.
4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации:
 - 4.1. порядок проведения промежуточной аттестации;
 - 4.2. критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств;
 - 4.3. результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Деловые коммуникации» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*

Направленность (профиль) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности»

Дисциплина: *Деловые коммуникации*

Семестр (семестры) изучения: 8

Форма (формы) промежуточной аттестации: *экзамен*

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Деловые коммуникации» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС)	Содержание компетенций согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: Для достижения УК-2.2.: Знать правила выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора. Уметь: Для достижения УК-2.2.: Уметь выявлять и анализировать различные способы решения задач в рамках цели проекта и аргументировать их выбор. Владеть: Для достижения УК-2.2.: Владеть навыками выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора.
УК-3:	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знать: Для достижения УК-3.3.: Знать правила участия в командной работе Уметь: Для достижения УК-3.3.: Уметь принимать участие в командной работе Владеть:



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Деловые коммуникации» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 4 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		Для достижения УК-3.3.: Владеть навыками командной работы
УК-4:	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знать Для достижения УК-4.2.: Знать правила деловой коммуникации в устной и письменной формах, правила использования методов и навыков делового общения Уметь Для достижения УК-4.2.: Уметь осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах, использовать методы и навыки делового общения Владеть Для достижения УК-4.2.: Владеть навыками коммуникации в устной и письменной формах и навыками делового общения
УК-5:	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Знать: Для достижения УК-5.2.: Знать о принципах толерантного восприятия культурного многообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах Уметь: Для достижения УК-5.2.: Уметь применять принципы толерантного восприятия культурного многообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах Владеть Для достижения УК-5.2.: Владеть навыками толерантного поведения



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Деловые коммуникации» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 5 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/№ задания
1	Знать: Для достижения УК-2.2.: Знать правила выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора. Уметь: Для достижения УК-2.2.: Уметь выявлять и анализировать различные способы решения задач в рамках цели проекта и аргументировать их выбор. Владеть: Для достижения УК-2.2.: Владеть навыками выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора.	1. Предмет, задачи, историко-философский подход к определению общения/Лек/ 2. Общение в профессиональной деятельности /Лек/ 3. Коммуникация как двусторонний процесс обмена информацией /Лек/	Рефераты	Вопросы к экзамену



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Деловые коммуникации» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

2	Знать: Для достижения УК-3.3.: Знать правила участия в командной работе Уметь: Для достижения УК-3.3.: Уметь принимать участие в командной работе Владеть: Для достижения УК-3.3.: Владеть навыками командной работы	4. Невербальные формы общения /Лек/ 5. Роль лидера в процессе влияния /Ср/ 6. Социальные проблемы исследования личности /Ср/	Рефераты	Вопросы экзамену к
3	Знать Для достижения УК-4.2.: Знать правила деловой коммуникации в устной и письменной формах, правила использования методов и навыков делового общения Уметь Для достижения УК-4.2.: Уметь осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах, использовать методы и навыки делового общения Владеть Для достижения УК-4.2.: Владеть навыками коммуникации в устной и письменной формах и навыками делового	7. Социально-психологические проблемы исследования личности/Ср/ 8. Роль лидера в процессе влияния /ИКР/ 9. Технология воздействия на аудиторию/Пр/	Рефераты	Вопросы экзамену к



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Деловые коммуникации» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 7 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	общения			
4	Знать: Для достижения УК-5.2.: Знать о принципах толерантного восприятия культурного многообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах Уметь: Для достижения УК-5.2.: Уметь применять принципы толерантного восприятия культурного многообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах Владеть Для достижения УК-5.2.: Владеть навыками толерантного поведения	10. Роль имиджа в деловом контакте /Пр/ 11. Активные методы общения/Пр/ 12. Роль репрезентативных систем в общении /Пр/ 13. Личностное влияние и противостояние влиянию /Ср/ 14. Социально-психологические аспекты социализации личности в процессе общения/Ср/	Рефераты	Вопросы экзамену к

Типовые задания, критерии и показатели оценивания в рамках текущего контроля представлены в рабочей программе дисциплины (модуля). Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.

3.2 Содержание оценочных средств



Рефераты

Вариация ответа:

1. Понятие делового общения. Формы делового общения, функции, отличия от других видов общения.

Вариация ответа

Введение

Деловое общение является фундаментальной основой взаимодействия в профессиональной среде. Это специфический процесс, без которого невозможно эффективное функционирование любой организации. Данная работа раскрывает сущность делового общения, его ключевые формы, функции и принципиальные отличия от других видов коммуникации.

1. Понятие делового общения

Деловое общение — это вид межличностного взаимодействия, направленный на достижение конкретной цели (производственной, научной, коммерческой) в контексте профессиональной деятельности. Его главная особенность — ориентация на результат, а не на поддержание социальных связей. Это общение, подчиненное установленным правилам, нормам и ограничениям, определяемым служебными ролями его участников, корпоративной культурой и официальным поводом.

2. Формы делового общения

Деловое общение реализуется в нескольких основных формах, которые можно классифицировать по способу взаимодействия:

Устное: Включает в себя деловые беседы, совещания, переговоры, презентации и телефонные разговоры. Это наиболее гибкая и оперативная форма, позволяющая быстро принимать решения.

Письменное: Охватывает всю деловую документацию — служебные письма, отчеты, приказы, договоры, протоколы. Его преимущество — документальная фиксация информации и высокая точность.



Публичное (массовая коммуникация): Выступления на конференциях, корпоративные мероприятия, пресс-брифинги. Направлено на передачу информации группе людей.

Электронное: Современная форма, включающая общение по электронной почте, в мессенджерах и корпоративных чатах. Сочетает черты устной и письменной речи, требуя особого этикета.

3. Функции делового общения

Деловое общение выполняет ряд важных функций:

Информационно-коммуникативная: Передача и обмен служебной информацией.

Интерактивная (побудительная): Организация взаимодействия между сотрудниками и отделами для решения задач (координация, распоряжение, мотивация).

Перцептивная: Взаимное восприятие и понимание партнерами друг друга, установление взаимопонимания и доверия.

Регулятивно-коммуникативная: Регулирование поведения и деятельности, поддержание корпоративных стандартов.

Аффективно-коммуникативная: Управление эмоциональным климатом в коллективе, формирование благоприятной психологической атмосферы.

4. Отличия делового общения от других видов общения

Деловое общение имеет принципиальные отличия от бытового или светского:

Целесообразность: Оно всегда имеет четкую деловую цель, ради которой инициируется.



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Деловые коммуникации» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 10 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Регламентированность: Подчиняется установленным правилам, протоколу и этикету, ограничивающим проявление эмоций и личных тем.

Формальность и статусность: Роли участников определяются их должностным положением, а не личными симпатиями. Субординация часто играет ключевую роль.

Соблюдение норм деловой этики: Обязательность, ответственность, пунктуальность, уважение к партнеру и конфиденциальность являются не пожеланием, а требованием.

Направленность на результат: В отличие от бытового общения, где важен сам процесс, в деловом главным является достижение практического результата.

2. Структура делового общения.
3. Социальная перцепция в деловом общении.
4. Вербальные и невербальные средства общения. Конгруэнтность общения.
5. Кинетические средства общения в деловом общении (мимика, жесты, пантомимика).
6. Понятие барьеров общения. Основные виды барьеров.
7. Позиционирование в деловом общении.
8. Основные способы психологического воздействия в деловом общении.
9. Виды убеждающего воздействия.
10. Способы манипуляций в деловом общении.
11. Коммуникативное умение говорить.
12. Психотехника активного и пассивного слушания.
13. Виды вопросов.
14. Рефлексия в деловом общении.
15. Понятие малой группы. Основные психологические характеристики малой группы.
16. Понятие групповой динамики. Основные этапы развития группы.
17. Групповое давление и феномен конформизма.



18.Понятие лидерства. Типы лидерства. Отличие лидерства от руководства.

19.Стили руководства группой.

20.Понятие коллектива и корпорации.

21.Социальные роли и социальные экспетации (ожидания).

22.Основные психологические роли индивидов в группе.

23.Этапы деловой беседы.

24.Приемы эффективного установления контакта в деловой беседе.

25.Тактика постановки вопросов в деловой беседе.

26.Обработка возражений в деловой беседе.

27.Семантические расхождения и обратная связь в деловой беседе.

28.Самоанализ деловой беседы.

29.Основные особенности телефонного общения и требования к деловому телефонному разговору.

30.Подготовка к деловому телефонному разговору.

31.Основные структурные элементы телефонного разговора.

32.Психологические особенности ведения телефонной беседы.

33.Содержательная подготовка к переговорам.

34.Психологические приемы воздействия на собеседника в деловых переговорах.

35.Эмоциональная экспрессия на переговорах.

36.Приемы конструктивной критики в деловом общении.

37.Презентация: понятие, цель, структура.

38..

39.Приемы эффективной подготовки к выступлению.

40.Взаимодействие с аудиторией в деловом выступлении: установление контакта, коммуникативный контроль, ответы на вопросы, завершение выступления.

41.Основные правила ведения совещаний.

42.Этапы принятия решений на совещаниях.

43.Анатомия и динамика конфликта.

44.Решение и управление конфликтом.

45.Структурные методы управления конфликтами в организациях.

46.Посредничество в разрешении конфликтов.



Вопросы к экзамену

1. Общение как предмет изучения.

Вариация ответа:

1. Общение как предмет изучения

Общение — это сложный, многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями в совместной деятельности. Как предмет изучения, общение является междисциплинарным феноменом, который исследуется с разных сторон целым рядом наук.

1. Междисциплинарный подход к изучению общения

Каждая наука изучает общение в своем специфическом ракурсе:

Философия: Рассматривает общение как фундаментальное условие человеческого бытия, способ связи человека с миром и другими людьми. Анализирует проблемы взаимопонимания, «Другого», диалога и отчуждения.

Социология: Изучает общение как социальный процесс, который связывает индивидов в общество. Предметом интереса являются формы, средства и каналы общения в больших и малых социальных группах, его роль в функционировании социальных институтов.

Психология: Фокусируется на внутренних механизмах, содержании и функциях общения в психической жизни человека. Изучает:

Когнитивные процессы: восприятие, понимание, идентификацию партнеров по общению.

Личностные аспекты: мотивы, цели, установки, влияющие на коммуникацию.

Социально-психологические феномены: сплоченность, лидерство, конфликты, возникающие в процессе общения.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Деловые коммуникации» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 13 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Психолингвистика: Исследует процессы речепорождения и речевосприятия, связь между языковыми структурами и коммуникативными целями.

Культурология: Анализирует общение как феномен культуры, изучает межкультурную коммуникацию, национально-специфические стили общения.

Коммуникативистика (наука о коммуникации): Изучает технические и информационные аспекты передачи сообщений, эффективность коммуникативных каналов и кодов.

2. Ключевые аспекты (стороны) общения

В науке принято выделять три взаимосвязанные стороны общения:

Коммуникативная сторона: Это аспект обмена информацией. Важно понимать, что в человеческом общении происходит не просто движение информации, а ее активное совместное обсуждение и выработка общего смысла. Партнеры по общению являются активными субъектами: они кодируют и декодируют сообщения, пытаются понять друг друга, оказывают взаимное влияние.

Интерактивная сторона: Это аспект организации взаимодействия между участниками общения. Речь идет о том, как люди строят совместную деятельность: координируют цели, распределяют функции, влияют друг на друга. Стили взаимодействия могут быть разными: кооперация (сотрудничество) или конкуренция (соперничество).

Перцептивная сторона: Это аспект взаимного восприятия и понимания людьми друг друга. Включает в себя:

Социальную перцепцию — восприятие внешних признаков человека, их соотнесение с его личностными характеристиками.

Эмпатию — эмоциональное сопереживание другому.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Деловые коммуникации» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 14 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Рефлексию — осознание индивидом того, как он воспринимается партнером по общению.

Механизмы межличностного восприятия (идентификация, стереотипизация, каузальная атрибуция).

3. Основные функции общения

Общение выполняет ряд ключевых функций в жизни человека и общества:

Инструментальная (деловая): Общение как средство организации совместной деятельности.

Социально-психологическая (контактоустанавливающая): Формирование и развитие межличностных отношений.

Поддерживающая (подтверждающая): Подтверждение собственного существования и значимости в глазах других («Я есть!»).

Информационно-коммуникативная: Обмен сообщениями, знаниями, мнениями.

Аффективно-экспрессивная: Передача и регуляция эмоциональных состояний.

Функция социализации: Усвоение индивидом норм и ценностей общества через взаимодействие с другими.

Вывод: Таким образом, общение как предмет изучения предстает сложным системным явлением, которое является одновременно:

процессом взаимодействия;

видом деятельности (коммуникативная деятельность);

условием развития личности и общества.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Деловые коммуникации» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 15 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Изучение общения требует интеграции знаний из различных научных дисциплин для получения целостной картины этого фундаментального феномена человеческой жизни.

2. Функции и структура общения.

3. Виды общения

4. Определение коммуникативной компетентности.

5. Общение, как процесс восприятие людьми друг друга.

6. Факторы, мешающие восприятию друг друга.

7. Виды и техники слушания.

8. Определение кинесики, как науки о невербальных способах общения.

9. Характеристика невербальных форм общения.

10. Природа невербальных сигналов.

11. Виды невербальной коммуникации.

12. Специфика выражения невербального языка у народов разной национальности (на примере русских людей).

13. Словесное сообщение как установление взаимопонимания.

14. Технология взаимопонимания.

15. Форма вопросов, задаваемых респондентам.

16. Ошибки в технологии постановки вопросов.

17. Установление контакта в беседе.

18. Техники получения свободной информации.

19. Алгоритм психологического анализа высказываний.

20. Роль имиджа в деловом контакте.

21. Активные формы делового общения.

22. Виды коммуникаций в деловом общении.

23. Беседа как форма делового общения.

24. Интервью, как основной метод в деятельности журналиста.

25. Виды интервью.

26. Правила эффективного интервью.

27. Ошибки интервьюирования, приводящие журналиста к отрицательному результату в своей деятельности.

28. Технология интервью.

29. Роль раппорта в интервью.

30. Правила обратной связи

31. Жизненные сценарии человека



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Деловые коммуникации» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 16 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

32. Конфликт как способ общения

33. НЛП как искусство общения.

34. Роль репрезентативных систем в общении.

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Экзамен по дисциплине в 8 семестре выставляется по итогам работы студента в семестре (текущая успеваемость) и результатам собеседования на зачете.

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.

4.2.1 Критерии оценивания творческих заданий

Отлично (зачтено)	Хорошо (зачтено)	Удовлетворительно (зачтено)	Неудовлетворительно (зачтено)
<i>Высокий уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Средний уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Базовый уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций</i>
Задание выполнено в полном объеме; пояснение не содержит ошибок.	Задание выполнено в полном объеме; пояснение содержит 2–3 негрубые ошибки	Задание выполнено не в полном объеме ИЛИ пояснение содержит грубые ошибки.	Задание выполнено в полном объеме; пояснение содержит большое количество ошибок.

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации.

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации. Полученные за текущую аттестацию баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации:

0–49 баллов - неудовлетворительно (2) / незачет;



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Деловые коммуникации» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 17 из 17	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	---------------	------------------------	---------------

50-69 баллов - удовлетворительно (3) / зачет;

70-90 баллов - хорошо (4) / зачет;

91-100 баллов - отлично (5) / зачет.

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. *Низкий уровень* соответствует оценке неудовлетворительно.
2. *Базовый уровень* соответствует оценке удовлетворительно. Он предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знание основных положений дисциплины.
3. *Средний уровень* соответствует оценке хорошо:
☐ предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: формируются комплексное знание содержания дисциплины, умение сбора, анализа информации, необходимой для использования информационных технологий в научно-исследовательской работе;
☐ студент способен давать развернутые ответы на теоретические вопросы дисциплины на уровне не ниже оценки «удовлетворительно».
4. *Высокий уровень* сформированности компетенций соответствует оценке отлично:
☐ предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности;
☐ студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам дисциплины, решать ситуационные задачи, критически оценивать информацию, формулировать собственные выводы.