

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ
ТАДЖИКИСТАН
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет Управления и информационных технологий

Кафедра Менеджмента и маркетинга

«УТВЕРЖДАЮ»

«29» сентября 2023 г.

Зав. кафедрой к.э.н., доцент

ф.и.о. Салиева Н.Ш.



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине (модулю)
«Методы принятия управленческих решений»

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Форма подготовки - очная

Уровень подготовки - бакалавриат

Душанбе 2023 г.

ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине (модулю) Методы принятия управленческих решений

| № п/п | Контролируемые разделы, темы, модули ¹ | Формируемые компетенции | Индикаторы достижения компетенций | Оценочные средства | |
|-------|---|-------------------------|---|---------------------------|------------|
| | | | | Другие оценочные средства | |
| | | | | Вид | Количество |
| 1 | | ОПК-6 | <p>Знать: основные результаты новейших исследований по проблемам менеджмента; модели поведения экономических агентов и рынков; методы расчета и анализа основных экономических показателей проектов и сетей.</p> <p>Уметь: разрабатывать и оценивать планы, проекты с учетом нормативно-правовых, ресурсных, административных и иных ограничений; применять инновационный подход при разработке проектов; организовать работу малого коллектива, рабочей группы; организовать выполнение конкретного порученного этапа работы.</p> <p>Владеть: методологией экономического исследования; современными методами организации малого коллектива для реализации экономических проектов; навыками самостоятельной работы, самоорганизации и</p> | реферат | 1 |

¹Наименования разделов, тем, модулей соответствуют рабочей программе дисциплины.

| | | | | | |
|---|--|-------------|--|----------------|---|
| | | | организации выполнения поручений | | |
| 2 | | ПК-3 | <p>Знать: методы и основные теории стратегического менеджмента; содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления; подходы к анализу систем качества продукции, услуг – с целью обеспечения её конкурентоспособности.</p> <p>Уметь: разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации; проводить анализ конкурентной сферы отрасли.</p> <p>Владеть: методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы; методами анализа отраслевых рынков в целях повышения конкурентоспособности организаций – участников этих рынков.</p> | Написание ЭССЕ | 1 |
| 3 | | ПК-5 | <p>Знать: принципы взаимосвязи функциональных стратегий компании</p> <p>Уметь: анализировать содержание и особенности функциональных стратегий и готовить предложения по повышению эффективности их взаимосвязи.</p> <p>Владеть: технологией разработки функциональных стратегий и методами формирования</p> | Написание ЭССЕ | 1 |

| | | | | | |
|---|--|--------------|---|--|--|
| | | | сбалансированных управленческих решений. | | |
| 4 | | ПК-15 | Знать: принципы организации финансового планирования и прогнозирования. Уметь: разрабатывать и выполнять планы и программы финансового планирования и прогнозирования. Владеть: технологиями финансового планирования и прогнозирования. | | |

Перечень оценочных средств

| № п/п | Наименование оценочного средства | Характеристика оценочного средства | Представление оценочного средства в ФОС |
|--------------------------------------|----------------------------------|---|---|
| УСТНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА | | | |
| 1. | Вопросы-ответы, дискуссия. | Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. | Вопросы по темам/разделам дисциплины |
| 2. | Контроль самостоятельной работы | Самостоятельная работа - это планируемая работа студентов, выполняемая по заданию и при методическом руководстве и под контролем преподавателя. | Темы КСР |
| ПИСЬМЕННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА | | | |
| 5. | Контрольная работа | Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу | Комплект контрольных заданий по вариантам |

МОУ ВО «Российско-Таджикский (Славянский) университет»
Кафедра _____ Менеджмента и маркетинга _____

**ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ И ПИСЬМЕННЫХ РАБОТ
(рефератов, докладов, сообщений)**

Тема 1. Инновационный менеджмент в системе управленческих наук (общее и специфическое). Теоретические и практико-управленческие основы курса

1.1. Нововведенческий процесс — важнейшая составляющая современной экономики. Инновационный менеджмент как наука о развитии предприятия и функциональная управленческая дисциплина.

1.2. Инновационная деятельность — источник и средство реализации стратегических изменений в деятельности предприятия. Место инновационного менеджмента в системе управленческих наук. Общие управленческие функции инновационного менеджмента (анализ, целеполагание, мотивация, организация, координация, контроль и регулирование).

1.3. Неопределенность, повышенные риски и креативно-психологическая составляющая разработки инноваций — основные факторы специфики науки об управлении нововведенческим процессом.

1.4. Развитие инновационного ресурса и эффективное его использование — цель инновационного менеджмента.

1.5. Иерархические уровни инновационного менеджмента (стратегический, тактический и операционный).

Тема 2. Инновационная экономика и воспроизводственный процесс

2.1. Понятие «новой экономики» и ее инновационная интерпретация.

2.2. Высокотехнологичные предприятия и отрасли. Значение инноваций как стратегического ресурса. Информационная составляющая современного инновационного процесса.

2.3. Ранняя капитализация инноваций — основная финансовая особенность инновационной экономики.

2.4. Воспроизводственный процесс и его составляющие (накопление, инновации, инвестиции). Простое и расширенное воспроизводство. Инновационное содержание воспроизводственного процесса — основное условие его расширенного характера.

2.5. Краткий обзор теорий процесса развития XX в. и его инновационной составляющей.

Тема 3. Нововведение как процесс и как объект. Классификация инноваций

3.1. Новшества, нововведения (инновации), нововведенческий процесс. Финансирование, управляемость и регулируемость инновационного процесса — коренное отличие от процесса создания иных типов новшеств в научной и духовной сферах. Возможность экономической оценки ожидаемых результатов инновации и их потенциальная коммерциализуемость и /или капитализуемость — характерные черты объектов инноваций.

3.2. Сводное определение инновации (как объекта и как процесса).

3.3. Классификация видов инноваций: по степени новизны (радикальности), по

источнику возникновения инновационной идеи, по сфере приложения (по характеру объектов инноваций).

3.4. Основные модели инновационного процесса: модель «технологического толчка» и модель «рыночного вызова».

3.5. Характеристика основных типов инноваций: товарно-продуктовых, технико-технологических, организационно-управленческих, комплексных (комбинированных). Инвестиционные, информационные особенности типов инноваций. Экономико-технологический потенциал инноваций. Его характеристики.

Тема 4. Жизненные циклы инноваций. Их инновационная, инвестиционная и операционная составляющие

4.1. Жизненный цикл инновации и инновационный цикл (период) инновационного проекта. Этапы жизненного цикла инновации. Динамика результатов и финансирования в течение жизненных циклов. Жизненные циклы инноваций и жизненные циклы различных видов инноваций. Товарно-продуктовые инновации. Длительности жизненных циклов продуктов различной степени переработки. Жизненный цикл сырьевых ресурсов и длинная цикличность экономик. Бизнес-цикличность и жизненные циклы продуктовых инноваций в области потребительских товаров.

4.2. Модифицирующие инновации различных видов на различных этапах жизненного цикла базового инновационного проекта.

4.3. Организационно-управленческое содержание этапов жизненного цикла (формирование исходной идеи, исследование рынка, прикладные исследования, технологические разработки, опытные работы, предпроектная стадия, внедрение, распространение, эффективное использование, спад и прекращение использования).

Тема 5. Инвестиционные стратегии по отношению к нововведенческому процессу

5.1. Инвестиционные стратегии по отношению к нововведенческому процессу. Их место среди прочих стратегических подходов к инвестиционной деятельности предприятия.

5.2. Инновационная стратегия инвестирования. Преимущества и опасности стратегии «первого шага». Аккумуляция специфических инновационных и регулярных рисков. Способы преодоления недостатков инновационной инвестиционной стратегии.

5.3. Имитационная стратегия инвестирования. Условия эффективной ее реализации. Характер проявления рисков. Варианты имитационной стратегии.

5.4. Венчурная инновационная стратегия (использование в деятельности крупных предприятий услуг специализированных фирм, продуктом которых являются инновации). Финансовый и инновационный аспекты венчурных стратегий. Организационные формы реализации инновационной венчурной стратегии.

5.5. Специфические риски инвестиционных стратегий (инновационный, технологический, коммерческий, финансовый). Проявление регулярных рисков при различных видах инвестиционных стратегий. Научно-технический перенос и его влияние на специфические риски.

Тема 7. Управление инновационным процессом. Инновационный анализ и экономическая оценка инноваций

7.1. Инновационный потенциал и инновационные ресурсы организации. Инновационный потенциал — важнейший стратегический актив предприятия. Критерии

оценки инновационного потенциала. Факторы инновационного потенциала: инновационные ресурсы предприятия и достигнутый технико-технологический уровень.

7.2. Инновационные ресурсы: финансовые, инновационность руководства и персонала (специально инновационного и обще корпоративного), «портфель» инноваций. Характеристика инновационных ресурсов предприятия. Диагностика инновационной деятельности предприятия — схема технологического здоровья McKinsey.

7.3. Направления инновационного анализа: (анализ) диагностика инновационного здоровья, анализ конкурентной среды, анализ технологической среды, анализ внутренней среды. Основная цель инновационного анализа — оценка инновационного потенциала и инновационных ресурсов организации.

7.4. Методы инновационного анализа: деловая разведка, сценарии эволюции отрасли и ее логики, технологические прогнозы, выявление ключевых факторов неопределенности, оценка рисков.

7.5. Методы оценки перспективности инновационных проектов: оценка инноваций как инвестиций (дисконтированные и не дисконтированные показатели), оценка инноваций как научной продукции, пофакторная экспертная оценка.

Тема 8. Финансирование инновационного процесса на предприятии

8.1. Финансирование НИОКР — обеспечение материальных источников осуществления инновационного процесса. Связь финансирования со стратегическими целями развития предприятия и с видами инвестиционно-инновационной стратегии.

8.2. Факторы, определяющие величину сводного бюджета НИОКР предприятия: стратегическая приоритетность инновационной деятельности; уровень финансирования и науки в других компаниях отрасли; краткосрочные показатели рентабельности фирмы; прошлый вклад научных подразделений в доходность фирмы; необходимость поддержания стабильного состава научного персонала; обеспечение престижа фирмы путем демонстрации инновационного потенциала.

8.3. Источники финансирования инновационной деятельности.

8.4. Распределение средств сводного бюджета НИОКР между инновационными проектами. Оценка сравнительной значимости инновационных проектов.

8.5. Инновационные затраты (состав, структура) для различных видов инноваций. Механизм управления инновационными затратами (разработка смет и контроль их выполнения; бюджетирование).

Критерии оценивания Рефератов и Письменных работ

Общая часть

1. Введение

0-1 балл

Обозначена актуальность работы, указаны основные цели и задачи, указаны аргументы, чем интересна данная компания с точки зрения этики ведения бизнеса

2. Информационная справка об организации

0-1 балл

Определена сфера деятельности, указаны: краткая история, размер организации (численность персонала), описаны основные бизнес-процессы и подход компании в области ведения этики бизнеса

3. Заключение

0-1 балл

Подведены итоги работы, освещены проблемные зоны и возможности совершенствования ситуации в области этики ведения бизнеса

4. Качество представления текста

4А. Структурированность

Выделены основная идея, приведены аргументы для ее доказательства, присутствует логика рассуждений при переходе от одной мысли к другой. 0-1 балл

4Б. Ясность изложения, стиль

Текст представлен профессионально и грамотно, построен логично, присутствует ясный академический стиль изложения, фразы разработаны 0-1 балл

4В. Обоснованность положений автора

Приведены аргументы для доказательства своих утверждений 0-3 балла

5. Релевантность использованной литературы

Ссылки на релевантную литературу и список литературы должны быть оформлены по стандартам, обязательны ссылки внутри текста, подтверждающие обращение к указанным источникам. При подготовке письменной работы используется литература, указанная в программе в качестве дополнительной по соответствующим темам, источники для подготовки докладов, а также литература, самостоятельно подобранная авторами. В работе должны присутствовать ссылки на не менее чем 5 источников, литература используется правильно

6. Оформление работы

Оформление титульного листа в соответствии со стандартами, отсутствие грамматических и орфографических ошибок, продуманное форматирование, соблюдение требований к работе, касающихся объема текста, шрифта, интервалов 0-1 балл

МОУ ВО «Российско-Таджикский (Славянский) университет»
Кафедра _____ Менеджмента и маркетинга _____

**ТЕМЫ ЭССЕ
(рефератов, докладов, сообщений)**

по дисциплине (модулю) _____ *Инновационный менеджмент* _____

Тема 6. Организационная инфраструктура инновационного процесса

6.1. Инновационная деятельность как специфический сектор экономики. Инновационная инфраструктура государства — необходимое условие результативности и эффективности инновационного процесса.

6.2. Образовательная, информационная, исследовательско-организационная, финансовая составляющие инновационной инфраструктуры.

6.3. Организационные формы инновационной деятельности: венчурные инжиниринговые фирмы, венчурные внедренческие фирмы, малые предприятия по обслуживанию крупных исследовательских программ, малые творческие группы, консорциумы (пулы), исследовательские подразделения предприятий, вузов, НИИ, ФПГ, технопарковые структуры, инновационные инкубаторы и т.д.

6.4. Особенности инновационного менеджмента в академических, вузовских, научно-исследовательских, производственных и малых инновационных предприятиях.

Тема 9. Управление инновационными проектами. Маркетинг инноваций

9.1. Инновационный проект как форма целевого управления инновационной деятельности на предприятии. Позиционирование инновационного проекта в рамках инновационной программы. Функции инновационного проекта: инновационное целеполагание, организационно-управленческая, контрольная. Основные элементы проекта. Задачи проекта. Участники проекта. Экспертиза проекта.

9.2. Распределение финансирования в рамках «портфеля» инновационных проектов.

9.3. Виды проектов (исследовательские, инициативные, внедренческие, восходящие-нисходящие и т.д.).

9.4. Управленческие подходы к реализации инновационных проектов.

9.5. Специфические особенности реализации инновационных проектов

(неопределенность, риски, интерактивность и т.д.). Целесообразность поведенческого подхода к управлению инновационной деятельностью. Распределение «ролей» в ходе реализации инновационного проекта: инноваторы-энтузиасты (генераторы идей), проект-менеджеры, исследовательский персонал, «крестные отцы», «деловые ангелы», «информационные звезды», «золотые воротнички» и др.

9.6. Виды контроля инновационных проектов.

9.7. Маркетинг инновационной деятельности предприятия. Ранняя капитализация инновационных затрат и привлечение инвестиций — цель общекорпоративного инновационного маркетинга.

9.8. Маркетинг инновационных проектов — ориентация на повышение восприимчивости рынка к объектам инноваций за счет: определения позиционирования новшеств на рынке; формирования каналов продвижения; определения способов закрепления; разработки ценовой стратегии. Формирование бренда инноваций.

Тема 10. Макроэкономические аспекты инновационного процесса. Задачи государственной инновационной политики (ГИНП) по стимулированию развития инновационной сферы экономики

10.1. Экономический рост и инновационный процесс. Инновационные изменения как генератор нового качества экономики. Структурообразующее значение инноваций. Цикличность развития экономики и инновации. Инновации как основной динамический фактор экономики.

10.2. Государственная инновационная политика и ее роль в стимулировании инновационной сферы, формировании и развитии инновационной инфраструктуры.

10.4. Функции государства в инновационной сфере: аккумуляция средств на обеспечение инновационной деятельности (ИД), координация ИД, страхование рисков ИД, обеспечение эффективной правовой базы ИД и защиты интеллектуальной собственности; кадровое обеспечение ИД, обеспечение ИД в отраслях государственного сектора, обеспечение социальной и экологической направленности ИД, повышение общественного статуса ИД, региональное регулирование ИД, регулирование международных аспектов ИД.

10.5. Инструменты государственного регулирования ИД: прогнозирование и определение приоритетов, государственно-административные и рыночные регуляторы, федеральные и региональные инновационные программы и бюджеты, государственные заказы и т.д.

10.6. Формы государственной поддержки ИД: прямое финансирование, льготное кредитование, участие в венчурном учредительстве и стимулировании венчурного капитала, снижение патентных пошлин, участие в формировании инновационной инфраструктуры.

10.7. Органы государственного регулирования инновационных процессов.

Критерии оценивания Эссе

Общая часть

1. Введение

0-1 балл

Обозначена актуальность работы, указаны основные цели и задачи, указаны аргументы, чем интересна данная компания с точки зрения этики ведения бизнеса

2. Информационная справка об организации

0-1 балл

Определена сфера деятельности, указаны: краткая история, размер

| | |
|--|-----------|
| организации (численность персонала), описаны основные бизнес-процессы и подход компании в области ведения этики бизнеса | |
| <i>3. Заключение</i> | 0-1 балл |
| Подведены итоги работы, освещены проблемные зоны и возможности усовершенствования ситуации в области этики ведения бизнеса | |
| <i>4. Качество представления текста</i> | |
| 4А. Структурированность | |
| Выделены основная идея, приведены аргументы для ее доказательства, присутствует логика рассуждений при переходе от одной мысли к другой. | 0-1 балл |
| 4Б. Ясность изложения, стиль | 0-1 балл |
| Текст представлен профессионально и грамотно, построен логично, присутствует ясный академический стиль изложения, фразы разработаны | |
| 4В. Обоснованность положений автора | 0-3 балла |
| Приведены аргументы для доказательства своих утверждений | 0-1 балл |
| <i>5. Релевантность использованной литературы</i> | |
| Ссылки на релевантную литературу и список литературы должны быть оформлены по стандартам, обязательны ссылки внутри текста, подтверждающие обращение к указанным источникам. При подготовке письменной работы используется литература, указанная в программе в качестве дополнительной по соответствующим темам, источники для подготовки докладов, а также литература, самостоятельно подобранная авторами. В работе должны присутствовать ссылки на не менее чем 5 источников, литература используется правильно | |
| <i>6. Оформление работы</i> | 0-1 балл |
| Оформление титульного листа в соответствии со стандартами, отсутствие грамматических и орфографических ошибок, продуманное форматирование, соблюдение требований к работе, касающихся объема текста, шрифта, интервалов | |

КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

по дисциплине (модулю) _____ *Инновационный менеджмент* _____

4.2.2. Тематика рефератов, контрольных и курсовых работ по дисциплине «Инновационный менеджмент»²

(При написании работы, в конце прилагается решение не менее пяти тестов)

*Обязательным требованием к работе является отражение в нем
личной позиции автора с конкретными примерами.*

1. Инновационный менеджмент: возникновение, становление и основные черты.³
2. Цели, задачи и функции инновационного менеджмента.
3. Нововведения как объект инновационного менеджмента.
4. Жизненный цикл инноваций.
5. Основные направления инновационной деятельности.
6. Развитие конкуренции в инновационной деятельности.
7. Классификация и кодирование инноваций.
8. Формы малого инновационного бизнеса.
9. Методы инновационного менеджмента.
10. Инновационный потенциал организации. Его анализ и оценка.
11. Альянсы, консорциумы и совместные предприятия как форма межфирменного инновационного сотрудничества.
12. Особенности организации инновационных процессов.
13. Планирование технологического освоения производства новой продукции.
14. Консалтинговые услуги в инновационной деятельности.
15. Задачи, принципы и этапы НИОКР.
16. Основные этапы инновационного процесса, осуществляемые на макро- и микроуровне.
17. Цели и задачи научно-технической политики фирмы.
18. Направления реализации научно-технической политики государства

² **Важное замечание.** Работа с минимальным объемом теории (не более пяти страниц) должна базироваться **только на конкретном примере** (предприятии, фирме) и в итоге с подробным анализом фактов, выводами и предложениями

³ **Студенты могут предлагать и согласовывать с преподавателем темы работ – проектов управленческих решений по интересующим их проблемам социально-экономической политики.**

и фирмы.

19. Понятия, виды и особенности инновационных стратегий.
20. Выбор инновационных стратегий.
21. Инновационный проект, как форма организации инноваций: основные понятия, виды и характеристики проекта.
22. Содержание основных фаз и этапов создания и реализации проекта.
23. Методы оценки эффективности проекта.
24. Инновационная деятельность как объект инвестирования.
25. Инвестиционная привлекательность проектов и программ в инновационной деятельности. Критерии инвестиционной привлекательности.
26. Экспертиза инновационного проекта.
27. Прогнозирование в инновационном менеджменте.
28. Основные понятия и категории управления рисками в инновационной деятельности.
29. Характеристики основных видов риска, возникающих в инновационном предпринимательстве.
30. Основные методы оценки рисков. Методы управления риском.
31. Роль координационной группы в управлении инновационным проектом.
32. Государственное регулирование инновационной деятельности. Зарубежный опыт.
33. Государственная инновационная программа развития РТ.
34. Рынок интеллектуальной собственности: роль и значение.
35. Правовая защита интеллектуальной собственности.
36. Понятие и методы технологического прогнозирования.
37. Управление персоналом в инновационной организации.
38. Принятие решений в инновационном менеджменте.
39. Внедрение новшеств и инноваций.
40. Особенности маркетинга инноваций.
41. О пяти парадоксах инновационного процесса (по Янсону) (*Один по собственному выбору*)

МОУ ВО РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ

Факультет _____ Управления и информационных технологий _____

Кафедра _____ Менеджмента и маркетинга _____

по _____ Этике бизнеса _____

_____ для 38.03.02 Менеджмент _____

_____ дневная и заочная _____

Утверждено на заседании кафедры

_____ протокол № _____ от «___» _____ 20 __ г.

Заведующий кафедрой _____

Тестовые задания

Тесты

по дисциплине: «Этика бизнеса»

@1. Кто впервые ввел термин «Этика»:

- \$A) Аристотель;
- \$B) Гегель;
- \$C) Кант;
- \$D) Сократ;

@2. Этика делового общения это –:

- \$A) Совокупность нравственных норм, правил и представлений, регулирующих поведение и отношения людей в процессе их производственной деятельности;
- \$B) Правила хорошего отношения между коллективами;
- \$C) Правильные современные манеры поведения;
- \$D) Принятые в обществе нормы общения;

@3. Выделите принцип, на котором не может быть основано деловое общение:

- \$A) Порядочность;
- \$B) Тактичность;
- \$C) Уважительность;
- \$D) Эгоизм;

@4. К невербальным средствам делового общения относятся:

- \$A) Деловая переписка;
- \$B) Мимика, жесты;
- \$C) Профессиональный жаргон;
- \$D) Речевые конструкции;

@5. Принцип утилитаризма означает:

- \$A) Что действие считается морально оправданным, если оно приносит или имеет тенденцию принести максимальную пользу максимальному числу лиц;
- \$B) Что действие считается морально оправданным, если оно приносит или имеет тенденцию принести максимальную пользу минимальному числу лиц;

- \$C) Что действие считается морально оправданным, если оно приносит или имеет тенденцию принести минимальную пользу максимальному числу лиц;
- \$D) Что действие считается морально оправданным, если оно приносит или имеет тенденцию принести минимальную пользу минимальному числу лиц;

@6. Каковы основные причины неправильного поведения менеджеров%

- \$A) Уверенность в том, что данная деятельность не выходит за рамки этических и юридических норм, т. е. что она на самом деле не является нелегальной или аморальной;
- \$B) Уверенность в том, что данная деятельность отвечает интересам индивида или организации и что от индивида ожидают именно подобных действий;
- \$C) Уверенность в том, что данная деятельность «безопасна», так как никогда не будет обнаружена и обнародована;
- \$D) Все ответы верны;

@7. Каковы пять категорий современных этических проблем:

- \$A) Взятничество, принуждение, обман (введение в заблуждение), воровство и несправедливая дискриминация;
- \$B) Не гуманность, невежество, неумение вести себя в обществе, необразованность, обман;
- \$C) Нетактичность, неуважение других людей, эгоизм, неучтивость, непунктуальность;
- \$D) Неаккуратность, недальновидность, неграмотность, обман, воровство;

@8. Этический кодекс это -:

- \$A) Свод правил и норм поведения, которые разделяют участники группы;
- \$B) Документ, разработанный для «галочки»;
- \$C) Правила которые должны соблюдаться клиентами;
- \$D) Отчетные документы для комиссий;

@9. Что регулируют профессиональные кодексы:

- \$A) Кодексы регламентируют поведение специалиста в сложных этических ситуациях, характерных для данной профессии, повышают статус профессионального сообщества в социуме, формируют доверие к представителям данной профессии;
- \$B) Кодексы показывают поведение людей в чрезвычайных ситуациях;
- \$C) Кодексы указывают на неправильное поведение специалистов в сложных ситуациях;
- \$D) Кодексы указывают как вести себя людям определенных профессий в чрезвычайных ситуациях;

@10. Кодексы корпоративной этики:

- \$A) Определяет порядок разрешения конфликтных или нерегламентированных ситуаций;
- \$B) Определяет и регулирует нормы поведения и морали в корпоративной среде;
- \$C) Регулирует порядок принятия решений в сложных экономических или других ситуациях;
- \$D) Все ответы верны;

@11. Этикет делового общения – это -:

- \$A) Установленный порядок поведения;
- \$B) Система нравственных норм и принципов, правил и стандартов, ритуалов и традиций, обычаев и представлений, регулирующих деятельность и поведение людей, их речевую культуру в сфере деловых отношений;
- \$C) Правила, которые разработали люди определенной профессии;
- \$D) Правила, которые должны соблюдать люди определенного коллектива;

@12. Кто должен первым приветствовать другого:

- \$A) Младший по возрасту старшего;
- \$B) Старший по возрасту младшего;
- \$C) Кто первый кого заметит;
- \$D) Кто более воспитан;

@13. Кто должен быть инициатором рукопожатия:

- \$A) Старший является инициатором рукопожатия;
- \$B) Женщина подает руку мужчине;
- \$C) Замужняя женщина — незамужней;
- \$D) Все ответы верны;

@14. В иерархии служебных отношений необходимо:

- \$A) Соблюдать субординацию;
- \$B) Быть либеральным;
- \$C) Принимать решения самостоятельно;
- \$D) Обращаться напрямую к директору;

@15. Когда необходимо сделать замечание подчиненному, это делается:

- \$A) При всех сотрудниках;
- \$B) На общем собрании;
- \$C) Наедине с подчиненным;
- \$D) При его непосредственном руководителе;

@16. Принимать граждан по личным вопросам необходимо:

- \$A) В определенные часы работы;
- \$B) Когда возникла необходимость у самого сотрудника;
- \$C) Только в неформальной обстановке;
- \$D) Никогда;

@17. Способы деловой переписки:

- \$A) На бумажных носителях;
- \$B) Электронная почта;
- \$C) И на бумажных носителях и электронная почта;
- \$D) все ответы верны;

@18. Структура делового письма:

- \$A) обращение; преамбула; основной текст; заключение; подпись; постскриптум и приложения;
- \$B) обращение; основной текст; заключение; постскриптум;
- \$C) преамбула; основной текст; подпись; постскриптум и приложения
- \$D) обращение; заключение; подпись; приложения;

@19. Дата и номер письма ставится:

- \$A) В левом верхнем углу письма;
- \$B) В правом верхнем углу письма;
- \$C) В левом нижнем углу письма;
- \$D) В правом нижнем углу письма;

@20. Обращаться к отправителю необходимо:

- \$A) По имени отчеству;

- \$B) По занимаемой должности;
- \$C) По имени;
- \$D) Никак;

@21. Письма информационного характера:

- \$A) письма, основным назначением которых является информирование адресата;
- \$B) письма, целью которых является побудить адресата совершить определенные действия, представляющие интерес для автора письма;
- \$C) письма, составляемые в ситуациях, когда одна из сторон деловых отношений не выполняет или выполняет ненадлежащим образом взятые на себя обязательства или возложенные на нее функции;
- \$D) Письма, целью которых является выражение внимания, участия;

@22. Письма, содержащие просьбу или предложение:

- \$A) письма, основным назначением которых является информирование адресата;
- \$B) письма, целью которых является побудить адресата совершить определенные действия, представляющие интерес для автора письма;
- \$C) письма, составляемые в ситуациях, когда одна из сторон деловых отношений не выполняет или выполняет ненадлежащим образом взятые на себя обязательства или возложенные на нее функции;
- \$D) Письма, целью которых является выражение внимания, участия;

@23. Письма, содержащие требование или претензию:

- \$A) письма, основным назначением которых является информирование адресата;
- \$B) письма, целью которых является побудить адресата совершить определенные действия, представляющие интерес для автора письма;
- \$C) письма, составляемые в ситуациях, когда одна из сторон деловых отношений не выполняет или выполняет ненадлежащим образом взятые на себя обязательства или возложенные на нее функции;
- \$D) Письма, целью которых является выражение внимания, участия;

@24. Этикетные письма:

- \$A) письма, основным назначением которых является информирование адресата;
- \$B) письма, целью которых является побудить адресата совершить определенные действия, представляющие интерес для автора письма;
- \$C) письма, составляемые в ситуациях, когда одна из сторон деловых отношений не выполняет или выполняет ненадлежащим образом взятые на себя обязательства или возложенные на нее функции;
- \$D) Письма, целью которых является выражение внимания, участия;

@25. Отвечать на информационные письма:

- \$A) Необходимо в течении 3 дней;
- \$B) Когда выполните необходимые действия, указанные в письме;
- \$C) В течение неограниченного времени;
- \$D) Не нужно;

@26. В письме – отказ необходимо указать:

- \$A) Согласие с некоторыми доводами, аргументирование отказа, предоставление надежды на дальнейшее сотрудничество;
- \$B) Аргументированные доводы отказа, предоставление надежды на дальнейшее сотрудничество;
- \$C) Не спорить, а согласиться с претензиями;

\$D) Отказ без аргументов;

@27. Среди указанных определений морали (нравственности) одно приведено ошибочно:

\$A) Система миропонимания, содержащая оценку всего существующего с позиций добра и зла;

\$B) Универсальные правила (нормы) поведения;

\$C) Общечеловеческие нормы и образцы поведения, принятые в некотором обществе;

\$D) Система норм, установленных или санкционированных государством.

@28. Основная причина происхождения профессиональной этики:

\$A) Разделение труда;

\$B) Появление городов;

\$C) Создание транснациональных корпораций;

\$D) Появление фабрично-заводского производства;

@29. Уверенность специалиста в справедливости требований профессиональной морали - это:

\$A) Нравственное сознание;

\$B) Нравственная потребность;

\$C) Нравственные убеждения;

\$D) Нравственные нормы.

@30. Этика и мораль соотносятся между собой, как:

\$A) Наука и предмет изучения;

\$B) Теория и практика;

\$C) Правило и поступок;

\$D) Причина и следствие;

31. Среди приведенных ниже категорий этики одно приведено ошибочно. Укажите его:

\$A) Абстракция;

\$B) Добро;

\$C) Справедливость;

\$D) Честь;

@32. Среди явлений, составляющих предмет изучения профессиональной этики, одно приведено ошибочно. Укажите его:

\$A) Взаимоотношения коллектива и общества;

\$B) Качества личности специалиста;

\$C) Взаимоотношения специалиста и объекта его деятельности;

\$D) Взаимоотношения между компаниями;

@32. Среди указанных характеристик нравственной культуры личности одно является ошибочным:

\$A) Совпадение гражданских добродетелей с естественными законами нравственности;

\$B) Стереотип отношений и поведения, ориентированный определенными моральными ценностями;

\$C) Знание о правильном и должном поведении;

\$D) Генетическое достояние человека;

@33. Термин «этика» первоначально означал:

\$A) Место обитания человека, логово зверей;

\$B) Обычай, нрав, характер, образ мыслей;

- \$C) Соблюдение определенных норм поведения;
- \$D) Место проведения праздников;

@34. В разных учебных пособиях неодинаково дается определение понятия «этика». Укажите то, которое наиболее полно отражает современное научное представление о ней:

- \$A) Способ оценки человеческих поступков;
- \$B) Регулятор отношений между людьми;
- \$C) Философское учение о нравственности и морали;
- \$D) Система норм нравственности представителей какой-либо профессиональной группы;

@35. Укажите элементы, которые не входят в структуру морали:

- \$A) Отношение к другим людям;
- \$B) Отношение к технике;
- \$C) Отношение к старшим;
- \$D) Отношение к явлениям природы

@36. Под совестью понимается:

- \$A) Чувство, аналогичное чувству стыда;
- \$B) Чувство ответственности перед самим собой;
- \$C) Способность контролировать свои поступки;
- \$D) Чувство ответственности перед обществом;

@37. Укажите положительную формулировку золотого правила нравственности:

- \$A) Побеждает сильнейший;
- \$B) Поступай по отношению к другому так, как хочешь, чтобы поступали по отношению к тебе;
- \$C) Человек человеку – волк;
- \$D) Не делай другому того, чего не желаешь себе;

@38. Долг:

- \$A) Необходимость считаться с мнением окружающих;
- \$B) Способность ощущать свою вину за дурной поступок;
- \$C) Повеления, исходящие извне (от государства, от коллектива, от семьи, от общества);
- \$D) Внутренняя, потребность человека поступать в соответствии с определенными ценностями;

@39. Достоинство:

- \$A) Осознание личностью своей собственной ценности;
- \$B) Внесоциальная (божественная, природная, "собственно человеческая") сущность человека;
- \$C) Способность ощущать свою вину за дурной поступок;
- \$D) Ответственность человека перед обществом за свои поступки;

@40. Укажите наиболее существенную характеристику этикета:

- \$A) Совокупность правил поведения, принятых в данном обществе или разделяющихся теми или иными группам людей;
- \$B) Внешняя форма поведения;
- \$C) Правила хорошего тона;
- \$D) Универсальные правила поведения;

@41. Эффективное деловое общение отличается от неэффективного тем, что:

- \$A) Эффективное несет большую смысловую нагрузку;

- \$B) Эффективное отличается четко поставленной целью;
- \$C) Эффективное достигает поставленную цель;
- \$D) Эффективное помогает понять смысл общения;

@42. Стил ь делового общения это:

- \$A) Система средств воздействия на партнера;
- \$B) Нормы общения в конкретной ситуации;
- \$C) Индивидуально-типологические особенности взаимодействия партнеров;
- \$D) Правила поведения в отдельных ситуациях;

@43. Черта, не присущая хорошим подчиненным:

- \$A) Стремление выполнить поставленные руководителем задачи;
- \$B) Быть корректными оппонентами;
- \$C) Исполнять приказы начальника без раболепия;
- \$D) Сигнализировать начальству о проступках сотрудников без проверки информации;

@44. Один из приведенных ниже вопросов не относится к предмету этики партнерских взаимоотношений:

- \$A) Этика ведения переговоров;
- \$B) Неписанные правила конкурентной борьбы;
- \$C) Объем поставок;
- \$D) Деловой этикет;

@45. Представьте своего начальника-женщину заказчику-мужчине:

- \$A) Деловые представления людей друг другу должны основываться на рангах, а не зависеть от пола человека;
- \$B) Первой назову своего начальника, поскольку она женщина;
- \$C) Первым назову мужчину-заказчика, т.к. нам необходимо завоевать его расположение;
- \$D) Сами представятся;

@46. Ваша беседа с клиентом слишком затягивается. Следует:

- \$A) Посмотреть на часы;
- \$B) Попросить клиента закончить беседу;
- \$C) Показать клиенту на дверь;
- \$C) Извиниться перед клиентом за свою занятость и предложить перенести встречу;

@47. Деловой протокол – это:

- \$A) Установленный порядок поведения в обществе;
- \$B) Разделение по чинам, сословиям, знатности рода;
- \$C) Свод правил, в соответствии с которыми регулируется порядок различных церемоний, формы одежды, официальной переписки и др;
- \$D) Документ, оформляемый государственными органами;

@48. Определите зону общения, если расстояние между партнерами составляет от полутора метров до полуметра:

- \$A) Публичная зона;
- \$B) Личная зона;
- \$C) Социальная зона;
- \$D) Интимная зона;

49. Подчеркнутая иерархия и четкое соблюдение формальностей характерны для:

- \$A) Торговой культуры;

- \$B) Культуры выгодных сделок;
- \$C) Инвестиционной культуры;
- \$D) Административной культуры;

@50. Свободную рассадку за столом предполагает:

- \$A) Коктейль;
- \$B) Обед-буфет;
- \$C) Ужин;
- \$D) Фуршет;

@51. К дневным приемам относится:

- \$A) Обед;
- \$B) «Бокал шампанского»;
- \$C) Фуршет;
- \$D) Ужин;

@52. Принцип разумного эгоизма в деловом общении:

- \$A) Определенные правила в определенное время, в определенном месте, с определенными людьми;
- \$B) Если нечего сказать приятного или положительного, лучше молчать;
- \$C) Выполняя свои рабочие функции, не мешай другим выполнять свои;
- \$D) Ничего не делать и не мешать ничего не делать другим;

@53. С нетерпеливым собеседником себя следует вести так:

- \$A) Вместе выяснять и рассматривать вопросы;
- \$B) Не допускать никакой критики;
- \$C) Всегда оставаться хладнокровным и компетентным;
- \$D) Делать ему все время замечания;

@54. Обсуждение с целью заключения соглашения по какому-либо вопросу как в рамках сотрудничества, так и в условиях конфликта – это:

- \$A) Интервью;
- \$B) Деловая беседа;
- \$C) Деловые переговоры;
- \$D) Совещание;

@55. К этическим обязанностям руководителя не относится:

- \$A) Забота о благополучии подчиненных;
- \$B) Уважение к личности подчиненного;
- \$C) Справедливость в оценке труда подчиненных;
- \$D) Стремление давать советы, касающиеся личной жизни подчиненных;

@56. Отстаивая свою точку зрения в дискуссии с партнером, Вы должны:

- \$A) Вести аргументацию корректно по отношению к партнеру;
- \$B) Оказывать эмоциональное давление на партнера;
- \$C) Свести разговор к отрицанию позиции партнера;
- \$D) Указать партнеру его место..;

@57. Вы - начальник. Вас отрывают от работы. Ваши действия:

- \$A) Закрыть дверь своего кабинета;
- \$B) Назначить время «открытых дверей» для сотрудников;
- \$C) Показать сотрудникам на дверь;

\$D) Уделить время и внимание каждому сотруднику;

@58. Когда в кабинет входят старший по возрасту или положению человек, или клиент, то для приветствия:

- \$A) Встают мужчины;
- \$B) Встают и мужчины, и женщины;
- \$C) Никому вставать не обязательно;
- \$D) Все в рабочем режиме;

@59. Отчитывать провинившегося работника в присутствии других работников:

- \$A) Вполне этично;
- \$B) Иногда этично, а иногда - нет;
- \$C) Безусловно этично;
- \$D) Неэтично;

@60. Compliment это:

- \$A) Положительная оценка качеств собеседника, высказываемая старшим младшему;
- \$B) Чрезмерное преувеличение достоинств или приписывание достоинств, которых нет;
- \$C) Небольшое преувеличение достоинства, которое каждый желает видеть в себе;
- \$D) Положительная оценка качеств собеседника;

@61. Противоречие между жестами и смыслом высказывания является свидетельством:

- \$A) Забывчивости;
- \$B) Лжи;
- \$C) Враждебности;
- \$D) Глупости;

@62. Первым прекращает телефонный разговор:

- \$A) Подчиненный;
- \$B) Руководитель;
- \$C) Тот, кто начал телефонный разговор;
- \$D) Секретарь берет на себя эту миссию;

@63. Укажите ту ситуацию использования телефона, которая с точки зрения этикета является крайне нежелательной:

- \$A) Проведение переговоров;
- \$B) Передача распоряжений;
- \$C) Обращение с просьбой;
- \$D) Поздравления с праздником;

@64. В случае склонности партнера к спору, высказыванию несправедливых упреков, не следует:

- \$A) Отвечать ему в той же манере, с тем же эмоциональным задором;
- \$B) Набраться терпения, отвечать спокойно, тактично;
- \$C) Частично признать его правоту, кратко изложить свои аргументы;
- \$D) Указать на его «место»;

@65. Среди перечисленных ниже мероприятий, связанных с подготовкой к телефонному разговору одно приведено ошибочно. Укажите его:

- \$A) Подобрать все материалы, документы;
- \$B) Иметь под рукой необходимые номера телефонов, адреса;
- \$C) Определить цель разговора и свою тактику его ведения;

\$D) Навести порядок в кабинете;

@66. Строгому деловому стилю соответствуют:

- \$A) Брюки;
- \$B) Бриджи;
- \$C) Джинсы;
- \$D) Шорты;

@67. Среди наиболее распространенных стилей мужских деловых костюмов один приведен ошибочно. Укажите его:

- \$A) Английский;
- \$B) Европейский;
- \$C) Милитари;
- \$D) Итальянский;

@68. В официальной обстановке мужской пиджак должен быть:

- \$A) Застегнут на все пуговицы;
- \$B) Расстегнут на нижней пуговице;
- \$C) Полностью расстегнутым;
- \$D) Расстегнут на верхней пуговице;

@69. Деловой мужчина для различных мероприятий должен иметь не менее:

- \$A) Одного костюма;
- \$B) Двух костюмов;
- \$C) Трех костюмов;
- \$D) Четырех костюмов;

@70. В деловом костюме элементы спортивного или военного стиля:

- \$A) Не допускаются;
- \$B) Допускаются;
- \$C) Рекомендуются в летний сезон
- \$D) Приветствуются;

@71. Сорочка с коротким рукавом на деловой встрече как элемент одежды мужчины:

- \$A) Психологически вызывает чувства уважения и власти;
- \$B) Допустима в виде исключения (без пиджака);
- \$C) Удобна и потому приемлема во всех ситуациях;
- \$D) Недопустима;

@72. Среди факторов, определяющих цвет и рисунок галстука один приведен ошибочно. Укажите его:

- \$A) Костюм;
- \$B) Место и время суток;
- \$C) Сезон;
- \$D) Прическа его обладателя;

@73. Какая расцветка галстука делового человека более предпочтительна

- \$A) Репсовый галстук с полосками по диагонали;
- \$B) Галстук в мелкий горошек;
- \$C) Однотонный галстук;
- \$D) Галстук с геометрическим рисунком;

@74. Женский деловой костюм не предполагает цветовой гаммы:

- \$A) Темно-синей;
- \$B) Бежевой;
- \$C) Светло-синей;
- \$D) Чрезмерно ярких оттенков и резких контрастных сочетаний;

@75. В классическом деловом стиле предпочтение отдается

- \$A) Механическим или кварцевым часам со стрелками;
- \$B) Этническим часам;
- \$C) Часы из пластика, резины, с различными украшениями;
- \$D) Часам – кулонам;

@76. В деловом мире только в вечернее время принято носить украшения:

- \$A) Золотые;
- \$B) Серебряные;
- \$C) С жемчугом;
- \$D) Серьги – подвески («висячие»);

@77. Украшения для мужчин, которые допустимы в деловых отношениях:

- \$A) Обручальное кольцо;
- \$B) Кольцо-печатка;
- \$C) Перстень с драгоценным камнем;
- \$D) Серьги;

@78. Избегают употреблять слово «нет» в процессе делового общения:

- \$A) Японцы;
- \$B) Американцы;
- \$C) Арабы;
- \$D) Англичане;

@79. Среди перечисленных ниже особенностей национального характера укажите ту, которая в наименьшей степени свойственна французам:

- \$A) Они находчивы и остроумны;
- \$B) Они скептически и расчетливы;
- \$C) Болезненно реагируют на использование английского или немецкого языка во время деловых встреч, переговоров;
- \$D) Бизнесмены Франции мало эмоциональны и недоверчивы;

@80. Одна из особенностей национального характера свойственна немцам в меньшей степени, чем французам. Укажите ее:

- \$A) Расчетливы и бережливы;
- \$B) Надежны и точны;
- \$C) Обладают развитым чувством юмора и сердечности;
- \$D) Немногословны и сдержаны.

@81. Наименее корректными, а, следовательно, нежелательными темами для застольной беседы с испанцами могут быть вопросы:

- \$A) Высокой оценки качества блюд и напитков;
- \$B) Корриды, религии, режима Франко;
- \$C) Искусства, литературы;
- \$D) Архитектуры, творчества Антонио Гауди, туристских достопримечательностей;

@82. Укажите черты, которые в наименьшей степени характерны для североамериканских бизнесменов:

- \$A) Ориентация на индивидуализм в человеческих взаимоотношениях;
- \$B) Стремление к единоличным решениям;
- \$C) Трудолюбие, бережливость, предприимчивость и прагматизм;
- \$D) Допускают длительные затяжки в ведении переговоров;

@83. При знакомстве с японцами следует избегать обмена:

- \$A) Визитными карточками;
- \$B) Рукопожатиями;
- \$C) Поклонами;
- \$D) Похлопываниями по плечу;

@84. Среди приведенных ниже правил этикета укажите те, которые не соответствуют традициям арабских стран:

- \$A) Цветы женам деловых партнеров и вопросы об их здоровье уместны;
- \$B) Еду за столом принято брать только правой рукой;
- \$C) С арабами не сидят, положив ногу на ногу;
- \$D) Приветствуют деловых партнеров рукопожатием;

@85. В соответствии с велением времени преуспевать будет тот, кто

- \$A) Имеет большие связи;
- \$B) Знает нужное, а не многое;
- \$C) Имеет счет в зарубежном банке;
- \$D) Эффектно выглядит;

@86. Что можно кратко назвать культурой бизнеса?

- \$A) Культурное поведение на совещаниях, во время деловых встреч;
- \$B) Производство товаров, имеющих эстетичный вид;
- \$C) Благородство, порядочность, надежность и солидарность;
- \$D) Умение красиво представить свой товар;

@87. Как еще другими словами называют этикет?

- \$A) Вежливость;
- \$B) Предупредительность;
- \$C) Правила приличия;
- \$D) Скромность;

@88. Чем считают вежливость в сфере деловых отношений?

- \$A) Экономической категорией;
- \$B) Предрассудком;
- \$C) Обязательным качеством партнера;
- \$D) Пережитком прошлого;

@89. Что не дает настоящий деловой человек?

- \$A) Денег взаймы;
- \$B) Номер своего телефона;
- \$C) Пустых обещаний;
- \$D) Визитную карточку;

@90. Какие признаки не играют особую роль при процессе общения?

- \$A) Физический облик человека;
- \$B)Голос;
- \$C)Мимика, жесты;
- \$D) Манеры поведения;

@91. Когда оценивается внутренняя ценность личности и характер?

- \$A) После длительного рукопожатия;
- \$B)Во время рукопожатия;
- \$C)С первого взгляда;
- \$D) По завершении первого общения;

@92. К чему может привести прерывание зрительного контакта при разговоре на долгое время?

- \$A) К изменению темы разговора;
- \$B)К ускорению решения проблемы;
- \$C)К прекращению разговора;
- \$D) К подписанию контракта;

@93. Человек пытается скрыть свою информацию (или лжет), если во время разговора

- \$A) Он рисует каракули в блокноте
- \$B)Его глаза встречаются с глазами партнера менее 1/3 времени разговора
- \$C)Он смотрит в потолок
- \$D) Грызет карандаш

@94. Почему не следует злоупотреблять жестами при общении с иностранцами?

- \$A) Можете нечаянно нанести травму собеседнику;
- \$B)У каждого народа жесты приобретают свое специфическое значение;
- \$C)Это говорит о вашей необразованности;
- \$D) В деловом общении жесты недопустимы;

@95. Какой приоритет действует при деловом знакомстве?

- \$A) Приоритет старшего по положению;
- \$B)Приоритет старшего по возрасту;
- \$C)Приоритет женщины;
- \$D) Приоритет младшего по возрасту

@96. Что необходимо, чтобы завязать знакомство без посредников?

- \$A) Высшее образование;
- \$B)Знание иностранных языков;
- \$C)Наличие повода;
- \$D) Неограниченная власть;

@97. В каком случае представление может быть односторонним?

- \$A) Когда вас представляют известному лицу или многим людям;
- \$B)Когда вас представляют женщине;
- \$C)Когда знакомство происходит в ресторане;
- \$D) Когда вас представляют человеку ниже вас по положению;

@98. С кем принято здороваться, входя в кабинет, приемную?

- \$A) С хозяином кабинета;
- \$B)Только со знакомыми людьми;

- \$C)С хозяином и женщинами;
- \$D) Со всеми находящимися там людьми;

@99. Какое умение является важнейшим в деловом общении?

- \$A) Умение красиво говорить;
- \$B)Умение запутать собеседника;
- \$C)Умение слушать;
- \$D) Умение пользоваться цитатами;

@100. Что нельзя делать во время слушания?

- \$A) Внимательно смотреть на собеседника;
- \$B)Внимательно слушать, даже если вы не согласны с собеседником;
- \$C)Смотреть собеседнику в глаза;
- \$D) Разглядывать свои ногти или смотреть на другого собеседника;

@101. Что происходит во время случайных встреч?

- \$A) Короткий обмен информацией;
- \$B)Обсуждение глобальных проблем;
- \$C)Выработка основных направлений развития;
- \$D) Подготовка к конгрессу;

@102. Какую информацию о собеседнике не надо собирать при подготовке к беседе?

- \$A) Его положение;
- \$B)Какого цвета костюм и носки он носит;
- \$C)Какой он человек;
- \$D) Каковы его намерения;

@103. Почему необходимо систематическое ведение записей?

- \$A) На добрую память;
- \$B)В памяти фиксируется не более 15-20% того, что было сообщено;
- \$C)Так принято среди деловых людей;
- \$D) На случай проверки;

@104. Изложение не должно быть

- \$A) Наглядным;
- \$B)Запутанным и растянутым;
- \$C)Систематизированным;
- \$D) Простым и понятным;

@105. Что является одним из выходов при возникновении конфликтной ситуации во время деловой беседы?

- \$A) Драка;
- \$B)Чашка чая;
- \$C)Букет цветов;
- \$D) Принятие правоты собеседника в мелочах;

@106. С какой целью современные телефонные аппараты снабжаются определителями номера и автоответчиками?

- \$A) Это модно;
- \$B)Позволяет не отвлекаться от дела и получать необходимую информацию;
- \$C)Это говорит о положении владельца такого телефона;
- \$D) Ради спасения своей жизни;

- @107. Что не относится к “реквизитам” телефонного разговора, являющимся составной частью культуры служебного общения?
- \$A) Авторучка, бумага;
 - \$B) Документы и данные, на которые придется ссылаться;
 - \$C) Графин с водой;
 - \$D) Номера телефонов и адреса, которые потребуются сообщить;
- @108. Как принято отвечать по внешнему служебному телефону (не персональному)?
- \$A) Назвать свое имя;
 - \$B) Назвать свою фамилию;
 - \$C) Кто это?;
 - \$D) Назвать фирму, организацию или подразделение;
- @109. Что должен сделать инициатор разговора, услышав ответ?
- \$A) Бросить трубку;
 - \$B) Назвать свой адрес и телефон;
 - \$C) Поблагодарить и поздороваться;
 - \$D) Поздороваться и назвать свою фамилию, имя, отчество, организацию и должность;
- @110. С чего начинается служебный разговор по телефону?
- \$A) С комплиментов;
 - \$B) С дела (с сообщения, о чем пойдет речь);
 - \$C) С вопросов;
 - \$D) С упреков;
- @111. Что нужно сделать, если вы разговариваете с позвонившим вам компаньоном и связь прервалась?
- \$A) Перезваниваете сами;
 - \$B) Уходите из этого кабинета и звоните из другого;
 - \$C) Не перезваниваете, так как это должен сделать звонивший;
 - \$D) Просите секретаря набрать нужный номер;
- @112. Какова должна быть продолжительность служебного телефонного разговора?
- \$A) Пока не будет решен вопрос;
 - \$B) Закончить разговор, когда почувствуете признаки раздражения у себя или своего партнера;
 - \$C) Полчаса;
 - \$D) 2-3 минуты;
- @113. Какие слова нельзя использовать в служебном телефонном разговоре?
- \$A) Понятные;
 - \$B) Трудно выговариваемые;
 - \$C) Простые;
 - \$D) Научные;
- @114. При приветствии...
- \$A) Разрешается подавать руку через стол, не вставая;
 - \$B) Нужно выйти из-за стола;
 - \$C) Разрешается подать руку через стол, обязательно вставая;

\$D) Сидя кивнуть

@115. Мужчина может сесть...

\$A) Сразу после приветствия женщины;

\$B) Только после того, как сядет женщина;

\$C) Он может вообще не вставать;

\$D) Он не должен садиться;

@116. Во время служебного разговора...

\$A) Ни в коем случае нельзя перебивать собеседника;

\$B) Можно, извинившись, перебить собеседника лишь в тех случаях, если он значительно отклонился от темы разговора;

\$C) Извинившись, можно перебить собеседника, если у вас возник вопрос;

\$D) Не давать возможности говорить собеседнику;

@117. Правила приличия требуют приходить в гости...

\$A) Точно в указанное время;

\$B) За четверть часа до указанного времени;

\$C) Через полчаса после указанного времени;

\$D) Как получится;

@118. Принимающий подарок должен:

\$A) Развернуть упаковку, посмотреть, поблагодарить дарящего и показать подарок гостям;

\$B) Развернуть упаковку, посмотреть и поблагодарить дарящего;

\$C) Поблагодарить дарящего и, не разворачивая упаковку, отложить его в сторону;

\$D) Спрятать подарок, потом перезвонить и поблагодарить;

@119. Даря книгу, надо ли ее подписывать?

\$A) Да, всегда;

\$B) Да, если вы – автор;

\$C) Никогда;

\$D) Если попросят;

@120. Мужчине – руководителю организации можно подарить:

\$A) Набор галстуков;

\$B) Набор марочных вин;

\$C) Часы;

\$D) Золотую цепочку;