



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета
экономики, управления и права

Пироженко Н.Т.
«30» августа 2016 г.



**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПО ДИСЦИПЛИНЕ
Б1.Б.6 ТЕХНОЛОГИИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ**

основной образовательной программы высшего образования – программы
прикладного бакалавриата
по направлению подготовки: 54.03.01 Дизайн
направленность (профиль): Графический дизайн
Квалификация: бакалавр

Разработчики:

должность	подпись	ученая степень и звание, ФИО
Доцент		Канд. пед. наук, доц. Зорина Н.М.

Оценочные средства рассмотрены и одобрены на заседании кафедры:

должность	подпись	ученая степень и звание, ФИО
заведующий кафедрой философии и социально- гуманитарных знаний		Д-р философ. наук, проф. Кортунов В.В.

Оценочные средства согласованы и одобрены руководителем ООП:

должность	подпись	ученая степень и звание, ФИО
Профессор кафедры «Художественное проектирование предметно- пространственной среды»		к.ф.н., проф. Ермилова Д.Ю.

1. 1. Тестовые задания

Примеры оценочных средств текущего контроля (блок 1)

1. Языковой компетенцией выступающего можно считать:
 1. великолепное владение материалом темы выступления, основанное на широкой образованности;
 2. его высокую эрудированность во многих областях знания;
 3. прекрасное знание языка как средства общения;
 4. широкое привлечение фактического материала.

2. Максимумы, которые являются составляющими принципа кооперации П..Грайса:
 1. максима способа выражения;
 2. максима количества;
 3. максима качества;
 4. максима великодушия.

3. Умение учитывать возраст, пол, национальность слушателей, их общественное положение и образ жизни относится:
 1. к лингвопрагматической части компетенции оратора;
 2. к предметной компетенции;
 3. к аргументационному компоненту ораторской компетенции;
 4. к практическому опыту в политической сфере.

4. Для успешного делового общения наиболее эффективной является стратегия:
 1. сотрудничества;
 2. соперничества;
 3. конфронтации.

5. Единицей языка является
 1. дискурс;
 2. высказывание;
 3. текст;
 4. предложение.

6. Социальная роль определяется:
 1. позицией участника общения (говорящий/слушающий);
 2. позицией, которую занимает человек в обществе;
 3. речевым поведением;
 4. психологическими качествами.

7. Паралингвистические средства общения – это:
 1. интонация;
 2. жесты;
 3. позы;
 4. шумы.

8. Стилистически возвышенным будет считаться жест:
 - 1 кивок головой в знак согласия;
 - 2 указание рукой на что-либо;



3. изображение размера предмета;
4. широкий жест рукой как предложение пройти.

9. Участник переговоров задает вопрос, ответ на который обнажит несостоятельность позиции оппонента. Используется речевая тактика:

1. блеф;
2. искажение позиции оппонента;
3. открытие позиций;
4. упреждающая аргументация.

10. Жаргонным жестом является:

1. щелканье себя по горлу пальцем;
2. хвататься за голову в отчаянии;
3. таращить глаза;
4. крутить усы.

11. Жест пожать плечами означает:

1. недоумение;
2. разочарование;
3. недоверие;
4. юмористическое настроение.

12. Одним из компонентов закрытой позы партнера по общению может быть

1. сидение его в позе нога на ногу;
2. похлопывание собеседника по плечу;
3. оттопыривание больших пальцев сложенных рук;
4. вытягивание одной ноги в положении сидя.

13. Нервозность выражается:

1. быстрым хождением взад-вперед, из угла в угол;
2. обхватыванием ладонями щек;
3. неожиданным принятием позы нога на ногу;
4. делаемым время от времени жестом поднятия вверх указательного пальца при производстве реплик или монологической речи.

14. Поза заложить руки за спину может вызвать представления:

1. о надменности субъекта;
2. о растерянности субъекта;
3. об искренности субъекта;
4. о хорошем воспитании, полученном субъектом.

15. Жест потирать руки удовлетворенно или предвкушая удовольствие является:

1. стилистически сниженным;
2. стилистически возвышенным;
3. вульгарным;
4. стилистически нейтральным.



16. Свободное, практическое владение речью на данном языке, умение говорить правильно, бегло и динамично можно считать:

1. языковой компетенцией;
2. речевой компетенцией;
3. коммуникативной компетенцией.

17. Интенция – это:

1. то же самое, что и тезис;
2. намерение;
3. то же самое, что и тема;
4. обоснованность речи.

18. Максимы, которые являются составляющими принципа вежливости Дж. Лича:

1. максима такта;
2. максима скромности;
3. максима качества;
4. максима количества.

19. Недопустимыми уловками в споре является:

1. оттягивание возражения;
2. «довод к городскому»;
3. выход из спора;
4. «палочные доводы».
- 5.

20. Единицей общения является:

1. дискурс;
2. текст;
3. фраза;
4. предложение.

Ключи	1-3; 2-1,2,3; 3-1; 4-1; 5-3,4; 6-2; 7-1; 8-4; 9-4; 10-1; 11 -1; 12-1; 13-1; 14-1; 15-1; 16-2; 17-2; 18-1,2; 19-2,3,4; 20-1
--------------	---

Примеры оценочных средств текущего контроля (блок 2)

1. При чтении документа используется

1. изучающее чтение;
2. сканирование;
3. ознакомительное чтение;
4. поисковое чтение.

2. Аудирование, при котором собеседник слушает внимательно и не вмешивается в чужую речь своими замечаниями, в основном молчит, – это:

1. нерефлексивное слушание;
2. рефлексивное слушание;
3. эмпатическое слушание;
4. апперцепция.

3. Рецептивными видами речевой деятельности являются:

1. письмо;
2. говорение;



3. чтение;
 4. аудирование.
4. Продуктивными видами речевой деятельности являются:
1. письмо;
 2. говорение;
 3. чтение;
 4. аудирование.
5. Аудирование, при котором совмещается понимание и сочувствие-переживание, – это:
1. нерефлексивное слушание;
 2. рефлексивное слушание;
 3. **эмпатическое слушание;**
 4. апперцепция.
6. Аудирование, при котором совершается вероятностное прогнозирование, – это:
1. нерефлексивное слушание;
 2. рефлексивное слушание;
 3. эмпатическое слушание;
 4. **антиципация.**
7. Ссылки в речи на результаты социологических исследований – это аргумент:
1. к силе
 2. **к массам**
 3. к делу
 4. к авторитету.
8. Батос – это:
1. разновидность бурлескного стиля, состоящая в описании низких тем высоким слогом;
 2. вид иронического высказывания;
 3. то же, что и высокий стиль речи;
 4. разновидность бурлескного стиля, состоящая в тематическом и стилистическом снижении.
9. Тезис – это:
1. основная мысль;
 2. доказательство;
 3. украшение речи;
 4. композиционно- риторический прием.
10. К высокому стилю относится высказывание:
1. Мы не дрогнем в бою За столицу свою (песня).
 2. Скучно на этом свете, господа! (Н.Гоголь).
 3. Не искушай меня без нужды Возвратом нежности своей (Е.Баратынский).
 4. Я правду о тебе порасскажу такую, Что хуже всякой лжи! (А.Грибоедов).
11. Произнося юбилейную речь, следует придерживаться правила:
1. такая речь должна быть выдержана в самых торжественных тонах;
 2. говорить насколько возможно безыскусно, чтобы речь как можно меньше напоминала типичное ораторское выступление;



3. речь должна произноситься не более трех минут;
 4. не следует употреблять церковнославянские слова и выражения.
12. Митинговая речь как разновидность относится:
1. к социально-политической речи;
 2. к социально-бытовой речи;
 3. к парламентской речи;
 4. к приветственному типу речей.
13. Выступление, посвященное вопросам ротации кадров, должно быть:
1. в высоком стиле;
 2. в среднем стиле;
 3. в простом стиле;
 4. в бурлескном стиле.
14. К высокой лексике относятся слова:
1. зодчий, благополучие, блаженство;
 2. живописный, головотяпство, коллега;
 3. стоический, пурпурный, доблестный;
 4. созерцающий, минимальный, пророческий.
15. В высоком стиле следует говорить:
1. о вопросах производственно-хозяйственной деятельности;
 2. об инфляции;
 3. о любимом эстрадном певце;
 4. о юбиляре.
16. Классификация вводится в исследование для того, чтобы:
1. установить типы или виды чего-либо;
 2. дать более последовательное и понятное описание какого-либо явления;
 3. перечислить все основные признаки какого-либо явления;
 4. представить все аспекты рассматриваемого явления.
17. . Не рекомендуется заканчивать выступление
1. шуткой, не относящейся к делу;
 2. извинением, что задержал аудиторию;
 3. общей фразой – Вот и все, что я хотел сказать;
 4. благодарностью за внимание.
18. Дискурс –это
1. система взаимосвязанных, взаимообусловленных элементов, языковых знаков
 2. процесс говорения
 3. речевое произведение, в котором находят разрешение коммуникативные целеустановки, интенциональные замыслы автора.
 4. то же, что и текст
19. Неоправданно торжественный, напыщенный стиль – это:
1. высокий стиль;
 2. бомбаст;
 3. батос;
 4. средний стиль речи.
20. .. Недопустимыми уловками в споре является:
1. оттягивание возражения;



2. «довод к городовому»;
3. выход из спора;
4. «палочные доводы».

Ключи	1-1; 2-1; 3-3,4; 4-1,2; 5-3; 6-4; 7-2; 8-4; 9-1; 10-3; 11 -1; 12-1; 13-2; 14-1; 15-4; 16-1; 17-1,2,3; 18-3; 19-2; 20-2,3,4
--------------	---

1. Коммуникативная роль определяется:
 1. позицией участника общения (говорящий/слушающий);
 2. позицией, которую занимает человек в обществе;
 3. речевым поведением;
 4. психологическими качествами.
2. Паузы в ораторской речи следует делать:
 1. до представления важной информации;
 2. до и после представления важной информации;
 3. после представления важной информации;
 4. не делать вообще.
3. При чтении малоизвестного, сложного текста используется:
 1. изучающее чтение;
 2. сканирование;
 3. ознакомительное чтение;
 4. поисковое чтение.
4. Стилистически нейтральным будет считаться жест:
 - 1 кивок головой в знак согласия;
 - 2 указание рукой на что-либо;
 3. изображение размера предмета;
 4. широкий жест рукой как предложение пройти.
5. Отвечая на вопросы интервьюера, интервьюируемый дает поверхностный ответ, переводит разговор в иное русло. Используется речевая тактика:
 1. содействия;
 2. противодействия;
 3. уклонения;
 4. упреждающая аргументация.
6. В переговорах о купле-продаже «мертвых душ» Чичиков говорит Ноздреву: Не хочешь уступить, продай». Используется речевая тактика:
 1. ссылка на здравый смысл;
 2. частичная уступка в цене;
 3. выдвигание нового предложения;
 4. перевоплощение в «незнайку».
7. Отчетливая, но тихая речь как фонационная особенность есть признак:
 1. осторожности, рассудительности
 2. боязливости, несобранности
 3. ненадежности, несдержанности
 4. тщеславия, эгоизма
8. Классификация вводится в исследование для того, чтобы



1. установить типы или виды чего-либо;
 2. дать более последовательное и понятное описание какого-либо явления;
 3. перечислить все основные признаки какого-либо явления;
 4. представить все аспекты рассматриваемого явления.
9. Невербальные средства общения – это:
1. речь;
 2. жесты;
 3. мимика;
 4. позы.
10. Вульгарным жестом является:
1. хлопнуть дверью, уходя недовольным;
 2. хвататься за голову в отчаянии;
 3. разинуть рот от удивления;
 4. развалиться в кресле.
11. Нервозность выражается:
1. быстрым хождением взад-вперед, из угла в угол;
 2. обхватыванием ладонями щек;
 3. неожиданным принятием позы нога на ногу;
 4. делаемым время от времени жестом поднятия вверх указательного пальца при производстве реплик или монологической речи.
12. Авторитарная поза собеседника, как правило, несет информацию:
1. о его недоверии или антипатии к партнеру по общению;
 2. о стремлении оказать давление на оппонента;
 3. о его некомпетентности в обсуждаемом вопросе;
 4. о его снисходительности к партнеру по общению.
13. Одним из компонентов авторитарной позы партнера по общению может быть:
1. скрещивание рук;
 2. оттопыривание больших пальцев сложенных рук;
 3. взгляд поверх очков.
 4. похлопывание собеседника по плечу.
14. Кинесика – это:
1. жесты;
 2. интонация;
 3. пространственно-временная организация общения;
 4. часть этикета, относящаяся к правилам общения мужчины и женщины.
15. Чересчур замедленная речь как фонационный недостаток наиболее ощущается и не приемлется
1. в ораторской речи;
 2. в условиях светской беседы;
 3. на деловых переговорах;
 4. в философских рассуждениях.
16. Поза заложить руки в бока может вызвать представления:
1. о надменности субъекта, подчеркивании им собственного достоинства;
 2. о растерянности субъекта;



3. об отсутствии интереса к высказываниям собеседника;
4. о хорошем воспитании, полученном субъектом.

17. Жест *развалиться в кресле* является:

1. стилистически сниженным;
2. стилистически возвышенным;
3. вульгарным;
4. стилистически нейтральным.

18. Максимы, которые не являются составляющими принципа кооперации П.Грайса:

1. максима такта;
2. максима релевантности;
3. максима качества;
4. максима количества.

19. Умение учитывать возраст, пол, национальность слушателей, их общественное положение и образ жизни относится:

1. к лингвопрагматической части компетенции оратора;
2. к предметной компетенции;
3. к аргументационному компоненту ораторской компетенции;
4. к практическому опыту в политической сфере.

20. Жестом-манеризмом является:

1. сжимание рук и оттягивание пальцев с извлечением из них хруста;
2. вытирание рук и рта носовым платком вместо салфетки во время еды;
3. держание чашки двумя руками во время чаепития;
4. использование ложки вместо вилки.

21. Жест потирать руки удовлетворенно или предвкушая удовольствие является:

1. стилистически сниженным;
2. стилистически возвышенным;
3. вульгарным;
4. стилистически нейтральным.

22. Отвечая на вопросы интервьюера, интервьюируемый дает полный, исчерпывающий ответ, Используется речевая тактика:

1. содействия;
2. противодействия;
3. уклонения;
4. упреждающая аргументация.

23..Риторический этос – это:

- 1. то же самое, что и речевой этикет;**
2. эмоциональность;
3. украшения речи;
4. юмор.

24. Речевая деятельность – это:

1. процессы производства и понимания речи.
2. процессы понимания речи.
3. процессы производства речи.



25. Максима релевантности П..Грайса – это то же самое, что и
1. максима способа выражения;
 2. максима количества;
 3. максима качества;
 4. максима отношения.
26. Не отклоняйтесь от темы, говорите по существу – это содержание одного из правил кооперации П.Грайса, а именно:
1. максимы способа выражения;
 2. максима количества;
 3. максимы качества;
 4. максимы отношения.
27. Избегайте в высказываниях ложных утверждений– это содержание одного из правил кооперации П.Грайса, а именно:
1. максимы способа выражения;
 2. максима количества;
 3. максимы качества;
 4. максимы отношения.
28. Недопустимыми уловками в споре является:
1. оттягивание возражения;
 2. «довод к городовому»;
 3. выход из спора;
 4. «палочные доводы».
29. Основная функция номинативных жестов:
1. заменять, дополнять вербальные средства;
 2. выражать оценку чего-либо в ходе общения;
 3. использовать для игры;
 4. выделять предмет в коммуникативном пространстве.
30. Антиципация –это:
1. вероятностное прогнозирование;
 2. то же самое, что и апперцепция;
 3. нерефлексивное слушание;
 4. рефлексивное слушание.

Ключи	1-1; 2-2; 3-1; 4-1,2,3; 5-3; 6-3; 7-1; 8-1; 9-2,3,4; 10-1; 11 -1; 12-2; 13-3; 14-1; 15-1,3; 16-1; 17-1; 18-1; 19-1; 20-1; 21-1; 22-1; 23-1; 24-1; 25-4; 26 -4; 27-3; 28 -2,3,4; 29 -1; 30-1.
-------	--

2. Типовые практические задания для практических занятий

Проанализировать деловые беседы (дописать сценарий деловой беседы от лица специалиста): интенции, аргументы, тактики речевого поведения коммуникантов – по плану.

1) Допишите фрагменты сценариев, принимая во внимание коммуникативную задачу, стоящую перед специалистом в области сервиса– урегулировать коммуникативную ситуацию, снять речевую агрессию, используя тактики речевого



поведения, аргументы, этикетные формулы. Охарактеризуйте тактики речевого поведения, аргументы, особенности речи клиента.

Гостиница – общение администратора с клиентом

Клиент: Для меня забронирован номер на фамилию Смирнов с 3 по 11 мая.

Менеджер:

Клиент: Что значит такой брони нет? Как нет? Чем Вы здесь вообще занимаетесь? Позовите главного администратора или хозяина гостиницы! Срочно!

Менеджер:

Клиент: Я объясняю: неделю назад наша компания забронировала в Вашей гостинице для меня номер

Менеджер:

Клиент: Да, я приехал на конференцию

Менеджер:

Клиент: Все вопросы нужно решать оперативно.

Менеджер:

Гостиница – общение администратора с клиентом

Клиент: С кем мне поговорить по поводу уборки номеров?

Менеджер:

Клиент: Горничные плохо убирают номер. Постельное белье, полотенца не меняются уже 3 дня.

Менеджер:

Клиент: Что значит отель 3 звезды? Убираться не нужно, если 3 звезды? Я заплатил деньги. Будьте любезны позаботиться о качестве.

Менеджер:

Клиент: Я вам устрою рекламу, мало не покажется!

Менеджер:

2) Допишите фрагмент сценария, принимая во внимание коммуникативную задачу, стоящую перед специалистом в области сервиса – поддержать репутацию компании, используя тактики речевого поведения, аргументы, этикетные формулы.

Туристическое агентство – общение менеджера по продажам с клиентом

Клиент: Моя фамилия – Степанов. Я пришел, чтобы выразить свое возмущение вашей работой и предъявить рекламацию на несоблюдение условий договора по туру.

Менеджер:

Клиент: Да, Турция, сентябрь, гостиница «Соната».

Менеджер:

Клиент: Я заплатил на номер в гостинице «Соната». Нас же разместили в гостинице «Аквамарин»

Менеджер:



Клиент: И что из того, что 5 звезд? Мы настроились на одно – получили другое: номер маленький, без вида на море. Я был вынужден доплатить 100 евро за то, чтобы нас перевели в более комфортабельный номер.

Менеджер:

Клиент: Вы испортили нам весь отдых. Я требую компенсации. С кем из более компетентных специалистов я могу переговорить?

Менеджер:

Клиент: Я вас выведу на чистую воду. Вы меня надолго запомните!

Менеджер:

3) Допишите фрагмент сценария, раскрывающего речевое поведение специалиста сервиса, работающего в контактной зоне. Проанализируйте речевые тактики, используемые специалистом сервиса при общении с клиентом.

Туристическое агентство – общение менеджера по продажам с клиентом

Клиент: Добрый день! Я хотел бы приобрести семейную путевку в пансионат на Черноморском побережье Крыма и обязательно в период с 25 июля по 20 августа.

Менеджер:

Клиент: Это дорого. Мне не нравится.

Менеджер:

Клиент: Это меня не интересует.

Менеджер:

Клиент: Мы с ребенком. Этот вариант нам не подходит.

Менеджер:

Клиент: Вот это то, что нужно.

4) Прочитайте дискурс и проанализируйте речевые тактики, используемые специалистом сервиса при общении с клиентом. Охарактеризуйте социопсихологические портреты языковых личностей (способность к кооперации в речевом поведении, коммуникативные черты характера)

Туристическое агентство – общение менеджера по продажам с клиентом

Менеджер: Добрый день. Вас приветствует турагентство «Бюро путешествий «Горизонт». Рада Вам помочь в организации отдыха.

Клиент: Добрый день. Я хочу купить семейную путевку на июль куда-нибудь на Средиземноморье.

Менеджер: Для начала уточним географию Вашего отдыха. Вас привлекает Италия, Испания, Франция, Греция?

Клиент: Наверное, Испания.

Менеджер: Хорошо. Какого класса отель мы будем с Вами смотреть?

Клиент: Я предпочитаю отели высокого класса.

Менеджер: В таком случае я рекомендую Вам Rigat Park: прекрасный отель, 5 звездочек, расположен на модном курорте Лорет де Мар (Коста Брава). В 80 километров от аэропорта Барселоны. Рядом с отелем великолепный сосновый бор. Хорошее питание: завтрак и обед – шведский стол; ужин – по меню. Вам, несомненно, понравится. Но мы сейчас посмотрим что-нибудь еще интересное, хотя этот вариант один из лучших. Там, как, правило, места бронируют заранее. Сейчас еще остались свободными ряд номеров.



Клиент: Мне все нравится. Нам этот вариант подходит. Оформляем договор, лишь уточним цену.

Менеджер: Вас, я поняла, трое?

Клиент: Да.

Менеджер: На 2 недели это будет стоить 11800 \$. Сейчас переведу на рубли...

Клиент: Сколько?

Менеджер: 11800 \$.

Клиент: Мои друзья в прошлом году отдыхали в Испании, и им весь отдых обошелся в 2000 \$.

Менеджер: Извините, а на каком курорте они были и в каком отеле?

Клиент: Ну, я не знаю. Они, как и мы, ездят только на хорошие.

Менеджер: Мы можем посмотреть отели 3 звезды. В Испании они прекрасные. Наверное, Ваши друзья, зная это, не стали тратить лишние деньги.

Клиент: Хорошо.

Менеджер: Вот посмотрите на монитор: Аквамарина – отличный отель, рядом с набережной, близко от торгового центра. Чудная анимация, питание по системе все включено. Сейчас Европа практически это не использует. Стоимость приблизительно 6500 \$ на две недели на троих.

Клиент: Но наши приятели....

Менеджер: Скорее всего, это была стоимость одной путевки.

Клиент: Что Вы нам посоветуете?

Менеджер: Испания – дорогая страна. Может быть, мы с Вами посмотрим Турцию?

Клиент: Категорически, нет.

Менеджер: А как Вы относитесь к Болгарии?

Клиент: Нормально.

Менеджер: Очень хорошо. Смотрим Солнечный берег и Золотые пески.

Клиент: Давайте вначале уясним цену отдыха.

Менеджер: Сейчас посмотрим. Я думаю найдем что-нибудь в разумных пределах.

Клиент: Ну что же. Едем в Болгарию!

5) Вашему вниманию предлагается дискурс, в котором неправильно избранная специалистом сервиса при общении с клиентом интенция и, соответственно, речевые тактики привели к коммуникативной неудаче.

*Туристическое агентство – общение менеджера по продажам
с клиентом*

Менеджер: Добрый день. Вас приветствует турагентство «Бюро путешествий «Горизонт». Рада Вам помочь в организации отдыха.

Клиент: Спасибо. Добрый день. 2 месяца назад я приобрел путевку для дочери и ее подруги на 2 недели со 2 по 15 января и заплатил аванс 50% стоимости. Однако обстоятельства изменились, и я хочу аннулировать заказ и вернуть деньги.

Менеджер: Я сейчас все проверю по компьютеру, но **хочу** Вас огорчить: путевка включает каникулярные дни и согласно принятой в туристическом бизнесе практике (это прописано в договоре) клиент должен оплатить ее 100% стоимость, т.е. аванс не только не возвращается, но и Вы должны доплатить вторую часть путевки.

Клиент: Вы сами понимаете, что говорите. Я должен проплатить путевки, по которым не еду. Чушь какая-то. Так, милочка, с Вами говорить бесполезно, я это понял. Кто-нибудь из



квалифицированных работников сейчас на месте и сможет грамотно разобраться в вопросе?

Менеджер: Я Вам совершенно ответственно заявляю: таковы правила. Я понимаю Ваше положение, но ничем Вам помочь не могу.

Клиент: Какое-такое положение? Вначале научитесь говорить

Менеджер: Я работаю в компании давно, у меня высшее образование, и я достаточно квалифицирована.

Клиент: Это видно. Знаете, как людей обманывать. Но не такого напали.

Менеджер: Мужчина, ведите себя прилично. Вы не у себя дома. Вам нужно обратиться к нашему директору. Может, он сможет Вам помочь.

Задания по анализу дискурса:

1. Охарактеризуйте основную интенцию менеджера и ответную реакцию клиента. Определите интенцию специалиста, реализация которой способствовала бы достижению коммуникативной цели – сохранению в будущем постоянной клиентской базы и выполнению условий договора.
2. Проанализируйте речевые тактики, используемые специалистом сервиса при общении с клиентом. Предложите иные речевые тактики, используя которые менеджер мог бы предотвратить речевую агрессию клиента.
3. Определите ошибки менеджера в отборе языковых средств, приводящие к коммуникативной неудаче. Обозначьте языковые средства, с помощью которых, на Ваш взгляд, должна быть реализована основная коммуникативная интенция специалиста.

3. Типовые практические задания для текущего контроля

Профессиональная (монологическая) речь на тему (по выбору преподавателя), дискурс-анализ профессиональной (монологической) речи:

1. Презентация туристического маршрута (внутренний туризм).
2. Презентация туристического маршрута (внешний туризм).
3. Презентация туристической компании (туроператора).
4. Презентация туристической компании (турагентства).
5. Презентация новых услуг, предоставляемых компанией.
6. Презентация проекта.
7. Представление персоналу компании нового сотрудника.
8. Поздравление с юбилеем компании.
9. Поздравление с юбилеем партнеров по бизнесу.
10. Презентация блюд национальной кухни.
11. Ротация кадров.
12. Вопросы трудовой дисциплины.
13. Нарушение трудовой дисциплины.
14. Отчет о деятельности компании.
15. Информирование акционеров о кризисной ситуации, сложившейся в компании.
16. Пути выхода из кризисной ситуации, обусловленной финансовой нестабильностью.

Деловое письмо на тему (по выбору учащегося). Дискурс-анализ делового письма:

1. Письмо-приглашение на выставку партнерам по бизнесу (представителям местной власти, СМИ).
2. Письмо-благодарность за приглашение на выставку/презентацию и т.д.
3. Письмо-приглашение на прием, посвященный юбилею компании.



4. Письмо-рекламация на несоблюдение компанией-партнером условий договора (понижение класса обслуживания, непредоставление страховых услуг, некачественное обслуживание, выполнение работ/предоставление услуг не в обусловленные договором сроки и т.д).
5. Ответ на рекламацию потребителя услуги.
6. Бронирование номеров в гостинице.
7. Бронирование кают на корабле.
8. Бронирование билетов на самолет.
9. Письмо-отказ от брони.
10. Гарантийное письмо на оплату ремонта офиса, оборудования, организацию и проведение рекламной кампании).
11. Сообщение о новом ассортименте услуг.
12. Сообщение об открытии нового офиса.
13. Сообщение/уведомление о повышении стоимости оказываемых услуг.
14. Поздравление партнеров с юбилеем.
15. Уведомление о расторжении договора.
16. Запрос о финансовом состоянии фирмы-заказчика.
17. Уведомление о задержке тура.
18. Письмо-просьба о снижении стоимости заказа.