**Фонды оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной тренинг командообразования и групповой работы**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| УК — 8 Способность и готовность К самоорганизации, продолжению образования, к самообразованию на основе принципов образования в течение всей жизни.  УК — 9 Способность к индивидуальной и командной работе,социальном взаимодействию, соблюдению этических норм в межличностном и профессиональном общении. | | |
| 1 | Групповые нормы | это правила, которым должно подчиняться поведение ее членов, чтобы их совместная деятельность была возможна. |
| 2 | Что такое вербальная коммуникация | Это процесс обмена информацией и эмоционального взаимодействия между людьми или группами при помощи речевых инструментов. |
| 3 | Индивидуальные и групповые цели | В процессе совместной деятельности практически полностью удовлетворяются социальные потребности и интересы членов группы. Индивидуальные цели каждого члена группы достигаются только в результате его участия в совместной групповой деятельности. |
| 4 | Ценности участников команды | это четкое представление о том, что в определенной ситуации желательно или приемлемо, а что нет и чем члены команды будут руководствоваться при выборе форм действий и поведения. Ценность в команде или организации в целом представляет собой отношение к делу, выраженное в действиях. |
| 5 | В чем сущность невербальной коммуникации | Невербальная коммуникация включает мимику, тон и высоту голоса, жестикуляцию, отображаемые посредством языка тела , а также соблюдение личного пространства и физического расстояния. |
| 6 | Сущность групповых ролей | это набор способов поведения и выполняемых функций, которые представляются уместными и реализуются в данном социальном контексте. |
| 7 | Групповые роли по Раймонду Бельбину | Рабочая команда наиболее эффективна, когда состоит из людей с разным способностями, образами мышления и личностными качествами. Члены команды должны не только отличаться, но и дополнять друг друга |
| 8 | Ложь | сознательное искажение [истины](https://ru.wikipedia.org/wiki/Истина), высказанное с целью введения кого-либо в заблуждение |
| 9 | Манипуляции | это вид психологического воздействия, при котором один человек принуждает другого к какому-либо действию при помощи скрытой обманной тактики и получает от этого действия выгоду |
| 10 | То, что определяет и формирует общие убеждения и принципы группы, определяет культуру и климат команды | Копоративная культура |
| ПКН-10 Способность проводить оценку эффективности профессиональной деятельности и учитывать эффекты и последствия, следуя принципам социальной ответственности. | | |
| 1 | Как выявить потребности аудитории | Первый шаг — создание потребительского портрета. Следующий этап — собрать фокус-группу.  Использовать активное слушание и открытые вопросы |
| 2 | Что такое потребности клиента | это факторы, побуждающие конкретного человека покупать продукт или услугу. |
| 3 | Что такое целевая аудитория | это группа лиц, потенциально заинтересованных в покупке вашего продукта. Другими словами, это круг потребителей, на которых должен быть ориентирован бизнес. |
| 4 | Что представляет собой коммуникация как процесс | процесс передачи информации от одного человека к другому по разным каналам связи посредством общей системы знаков. |
| 5 | Виды лидерства | Авторитарное руководство характеризуется высокой степенью единоличной власти руководителя: руководитель определяет все стратегии группы; никаких полномочий группе не делегируется.   Демократичное руководство характеризуется разделением власти и участием трудящихся в управлении; ответственность не концентрируется, а распределяется.   Либеральное руководств о характеризуется минимальным участием руководителя; группа имеет полную свободу принимать самостоятельные решения. |
| 6 | Положение и роль массовых коммуникаций в современном обществе | Массовая коммуникация является источником и средством распространения информации, необходимой для функционирования ключевых социальных институтов. |
| 7 | Роль имиджа в современном обществе | Создать на рынке нужное впечатление в соответствии с позиционированием компании |
| 8 | Как предотвратить конфликт в команде | 1. Относитесь лично к человеку, с которым вы выясняете отношения, уважительно и тепло. ... 2. При решении спорного вопроса обсуждайте именно ситуацию, а не личности друг друга. ... 3. Научите себя смотреть на ситуацию со стороны. |
| 9 | Виды команд | локальные функциональные команды, самоуправляемые команды, виртуальные команды и межфункциональные команды. |
| 10 | Что является основным принципом модели Эйзенхауэра при принятии решений | метод тайм-менеджмента, помогающий вычленить из всего потока дел самые важные и срочные, |