

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО НАУЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ НАУКИ
«ВОЛОГОДСКИЙ НАУЧНЫЙ ЦЕНТР РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ НАУК»

**ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ
В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Тестовые материалы и задания
для текущего и итогового контроля**

Направление подготовки: 38.04.01 Экономика

Профиль: Региональная экономика и развитие территорий

**Вологда
2017**

УДК 159.9(075.8)

ББК 88.53(075.8)

Д29

Д29 Деловые коммуникации в профессиональной деятельности [Текст] :
тестовые материалы и задания для текущего и итогового контроля / сост.
А. Б. Кулакова. – Вологда : ФГБУН ВолНЦ РАН, 2017. – 44 с.

Рекомендовано к печати

Учебно-методическим советом ФГБУН ВолНЦ РАН

Тестовые материалы и задания для текущего и итогового контроля предназначены для магистрантов всех форм обучения и содержат варианты тестовых заданий, контрольные вопросы для зачета, список рекомендуемых источников.

УДК 159.9(075.8)

ББК 88.53(075.8)

Составитель:

Кулакова А.Б.,

младший научный сотрудник ФГБУН ВолНЦ РАН

Рецензент:

Соколова В.А.,

кандидат психологических наук,
доцент кафедры иностранных языков
для технических направлений ВоГУ

© Кулакова А.Б., 2017

© ФГБУН ВолНЦ РАН, 2017

Оглавление

Введение.....	4
Тестовые задания для текущего и итогового контроля	6
Контрольные вопросы для зачета	34
Список рекомендуемых источников	37

Введение

Дисциплина «Деловые коммуникации в профессиональной деятельности» входит в модуль общепрофессиональных дисциплин базовой части блока 1, изучается во втором семестре.

Цель освоения дисциплины – получение теоретических знаний и практических навыков в области деловых коммуникаций.

Задачи:

- изучение теоретических основ деловой коммуникации;
- развитие практических навыков делового общения, устного и письменного видов деловой коммуникации;
- формирование навыков публичного выступления.

В результате освоения курса магистрант должен:

Знать:

- правила и нормы деловой коммуникации;
- специфику форм делового общения;
- механизмы взаимодействия в деловом коммуникативном процессе;
- модели деструктивного и конструктивного делового общения.

Уметь:

- устанавливать контакт, использовать эффективные стратегии взаимодействия;
- находить пути достижения взаимоприемлемого решения и консенсуса с партнерами по взаимодействию в практике управления;
- диагностировать и учитывать психотипы субъектов и объектов систем управления, разрабатывать и применять коммуникативные сценарии поведения;

- преодолевать коммуникативные и психологические барьеры в практике управления;
- вычленять и учитывать специфику и проблематику социально-психологических факторов в структуре коммуникаций управленческих действий и ситуаций.

Владеть:

- вербальными и невербальными средствами воздействия на партнера;
- способами формирования привлекательного имиджа;
- способами осуществления самопрезентации;
- приемами развития навыков эффективного слушания;
- техникой психологической защиты при общении с деструктивным партнером;
- способностью приобретать новые знания в данной сфере и использовать современные социально-психологические технологии в управлении;
- навыками публичного выступления.

Тестовые материалы и задания для текущего и итогового контроля

Тема 1. Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной сфере

Понятие общения. Коммуникация, перцепция и интеракция как составные элементы процесса общения. Коммуникативный процесс и его элементы. Деловая коммуникация и роль эффективного общения в профессиональной сфере. Характеристики делового общения.

1. Что такое общение? Дайте характеристику составным элементам процесса общения: коммуникации, перцепции и интеракции.
2. Опишите коммуникативный процесс и его элементы.
3. Что такое «деловая коммуникация», и какую роль она играет в профессиональной сфере?
4. Какие характеристики присущи деловому общению?

5. Общение это:
 - а) взаимодействие людей, не имеющих общих или взаимозаменяющих интересов либо потребностей;
 - б) взаимодействие людей, имеющих общие или взаимозаменяющие интересы либо потребности;
 - в) отношение к поступающей информации.

6. Структура делового общения состоит из:
 - а) коммуникативной стороны;
 - б) интерактивной стороны;

- в) перцептивной стороны;
- г) субъективной стороны.

7. Стиль общения это:

- а) индивидуально-психологические особенности взаимодействия между людьми;
- б) индивидуально-типологические особенности взаимодействия между людьми;
- в) индивидуально-субъективные особенности взаимодействия между людьми.

8. Механизм общения включает в себя:

- а) заражение;
- б) внушение;
- в) убеждение;
- г) принуждение;
- д) копирование.

9. Содержание общения:

- а) передача от человека к человеку информации;
- б) восприятие партнерами по общению друг друга;
- в) ориентация в коммуникативной ситуации;
- г) взаимооценка партнерами по общению друг друга;
- д) взаимодействие партнеров друг с другом.

10. Функции общения:

- а) инструментальная;
- б) интегративная;
- в) деловая;
- г) трансляционная;
- д) экспрессивная.

11. Какие формы общения существуют?

- а) межличностное;
- б) деловое;

- в) публичное выступление;
- г) общение через электронные средства;
- д) общение с друзьями и близкими.

Литература

1. Кривокора, Е.И. Деловые коммуникации [Текст] : учебное пособие / Е.И. Кривокора. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 190 с.
2. Чудинов, А.П. Деловое общение [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.П. Чудинов, Е.А. Нахимова. – 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2015. – 192 с. – Режим доступа : <http://www.knigafund.ru/books/175783>
3. Яковлева, Н.Ф. Деловое общение [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.Ф. Яковлева. – 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2014. – 269 с. – Режим доступа : <http://www.knigafund.ru/books/1752474>.
4. Руднев, В.Н. Риторика. Деловое общение [Текст] : учеб. пособие / В.Н. Руднев. – М. : КНОРУС, 2013. – 352 с.
5. Назарова, Д.А. Современные подходы к проблеме повышения эффективности делового общения [Текст] / А.Д. Назарова. – Лаборатория книги, 2012. – 154 с.

Тема 2. Вербальные средства в деловой коммуникации

Человеческая речь как источник информации. Речевые средства общения. Принципы деловой коммуникации. Стили письма и речи. Значение и акцент, правописание, грамматика и пунктуация в речевой коммуникации. Подтекст.

1. Дайте характеристику человеческой речи как источника информации.
2. Что такое «вербальная коммуникация»? Каковы функции языка в общении?
3. Перечислите речевые средства общения и раскройте их содержание.

4. Стили письма и речи: официально-деловой, научный, публицистический, разговорная речь.

5. Чем отличается официально-деловой стиль речи?

6. Чем отличается научный стиль речи?

7. Чем отличается публицистический стиль речи?

8. Вспомните типы приема и передачи информации.

9. Обоснуйте основные принципы и правила деловой коммуникации.

10. Значение и акцент, правописание, грамматика и пунктуация в речевой коммуникации. Подтекст.

11. Расскажите об одном и том же событии, используя различные стили речи.

12. Из чего складывается речевая структура:

а) словарный запас;

б) точная передача мысли посредством слова;

в) просторечие;

г) чистота речи;

д) правильное произношение слов.

13. Виды слушания:

а) нерефлексивное пассивное;

б) рефлексивное активное;

в) продуктивное.

14. Составные части языка:

а) литературный язык;

б) просторечие;

в) профессиональная лексика;

г) нормативная лексика.

15. Наиболее распространенная форма общения в деловой переписке:

а) товарищ;

б) уважаемый;

в) гражданин.

16. Каковы функции языка в общении?

- а) коммуникативная и познавательная;
- б) аккумулятивная, конструктивная;
- в) эмоциональная, контактоустанавливающая, этническая;
- г) психологическая;
- д) реорганизационная.

17. Чем отличается официально-деловой стиль речи?

- а) точностью;
- б) обезличенностью;
- в) стандартностью;
- г) отвлеченностью;
- д) тенденциями к стереотипам.

18. Чем отличается научный стиль речи?

- а) отвлеченностью;
- б) обобщенностью;
- в) подчеркнутой логичностью и связными выражениями;
- г) точностью;
- д) стандартностью.

19. Чем отличается публицистический стиль речи?

- а) экспрессивностью;
- б) эмоциональностью;
- в) наличием гибкого стандарта;
- г) точностью;
- д) отвлеченностью.

20. Каких способов рекомендуется придерживаться при общении через электронную почту?

- а) получение выгоды, которую дает задержка обратной связи;
- б) включение тех же формулировок, которые были получены;
- в) обращение внимания на отсутствие значимых невербальных сигналов;
- г) отсутствие тайны переписки;
- д) никаких.

21. Что такое денотация?

- а) положение слова в предложении и расположенные вокруг него слова;
- б) прямое точное значение, которое языковое сообщество формально приписывает слову.

22. Что представляет собой процесс слушания?

- а) выбор и концентрацию на конкретных стимулах из всего множества стимулов, достигающих наших органов чувств;
- б) направленное восприятие слуховых и зрительных стимулов и приписывание им значения.

23. Перечислите аспекты слушания:

- а) сосредоточение;
- б) понимание;
- в) запоминание;
- г) оценка;
- д) взвешивание.

24. Деловое общение можно условно разделить на:

- а) прямое;
- б) косвенное;
- в) опосредованное.

25. Прокомментируйте ошибки в выражениях: криминальное преступление, свободная вакансия, преЙскурант цен, памятный сувенир, будущие перспективы, смелый риск, первая премьера, моя автобиография, первое боевое крещение, хронометраж времени.

26. Устраните многословие в выражениях: каждая минута времени, отступить назад, в декабре месяце, впервые познакомиться, завещать в наследство, в летний период времени, ошибочное заблуждение.

27. Объясните значения слов-паронимов и придумайте обороты со словами: сравнивать и сравнить; надевать и одевать; эф-

фектный и эффективный; экономный и экономичный; невежа и невежда; ванна и ванная; одинарный и ординарный; апробировать и опробовать; представить и предоставить; акционерный и акционерский; планировка и планирование; абонент и абонемент; хозяйничать и хозяйствовать; адресат и адресант; парламентар и парламентарий.

28. Объясните значение слов: импортировать, приоритет, гармонизировать, конфиденциально, пролонгация, легитимность, адекватный, консенсус, менталитет, реноме, дивиденд, плебисцит.

29. Объясните смысл крылатых выражений и фразеологизмов: яблоко раздора, сизифов труд, гордиев узел, авгиевы конюшни, играть первую скрипку, вариться в собственном соку, снять стружку, через пень-колоду, зубы заговаривать, водить за нос, поставить на карту.

Литература

1. Штукарева, Е.Б. Культура речи и деловое общение [Текст] : учебное пособие / Е.Б. Штукарева. – Перо, 2015. – 315 с.
2. Рязанова, Л.З. Культура речи [Текст] : учебное пособие / Л.З. Рязанова, Н.К. Гарифуллина, Г.С. Гаязова. – КНИТУ, 2013. – 144 с.
3. Коробейникова, А.А. Речевая служебная культура [Текст] : практикум / А.А. Коробейникова. – ОГУ, 2015. – 172 с.

Тема 3. Коммуникативные барьеры в деловом общении

Виды барьеров. Преодоление барьеров в деловой коммуникации. Значение слушания в деловом общении. Вопросы в деловой коммуникации. Виды вопросов. Ответы на вопросы.

1. Что такое коммуникативные барьеры?
2. Назовите основные характеристики логического барьера и пути его преодоления.
3. Назовите основные характеристики барьера восприятия и понимания и пути его преодоления.

4. Назовите основные характеристики семантического барьера и пути его преодоления.

5. Назовите основные характеристики фонетического барьера и пути его преодоления.

6. Назовите основные характеристики барьера взаимодействия и пути его преодоления.

7. Зачем нужны вопросы в деловой коммуникации?

8. Какие виды вопросов вы знаете?

9. Что означает «правильно сформулировать вопрос»?

10. Как отвечать на некорректные вопросы?

11. Что вы знаете о таких приемах, как «возвратный удар» и «подхват реплики»?

12. Барьеры в общении – это:

а) различия в особенностях личности;

б) препятствия на пути к психологическому контакту;

в) неправильная речь;

г) незнание правил общения.

13. К барьерам восприятия в общении относятся:

а) эстетический барьер;

б) барьер «возраста»;

в) состояние здоровья;

г) некомпетентность;

д) барьер «боязни контактов».

14. Какие бывают виды контрсуггестии, которые встают на пути коммуникации?

а) избегание;

б) авторитет;

в) убеждение;

г) непонимание;

д) эффект ореола.

15. Барьеры восприятия и понимания:

- а) эстетический;
- б) социальный;
- в) барьер отрицательных эмоций;
- г) психологическая защита;
- д) психологическая атака.

16. Причинами плохой коммуникации могут быть:

- а) стереотипы;
- б) предвзятые представления;
- в) отсутствие взаимоуважения;
- г) плохие отношения между людьми;
- д) отсутствие внимания и интереса собеседника.

17. Какая формулировка высказывает явное и глубокое возмущение?

- а) В данном случае вы совершенно не правы!
- б) В данном случае вы возможно не правы!
- в) Может быть, в данном высказывании вы и не правы?

Литература:

1. Панфилова, А.П. Психология общения [Текст] : учебник для студентов сред. проф. образования / А.П. Панфилова. – М. : Издательский центр «Академия», 2013. – 368 с.
2. Сердюк, И.И. Социальная психология [Текст] : учебно-методическое пособие / И.И. Сердюк. – Краснодар : КубГУ, 2012. – 136 с.
3. Бороздина, Г.В. Психология делового общения [Текст] : учебник / Г.В. Бороздина. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 295 с.
4. Бороздина, Г.В. Психология и этика делового общения [Текст] : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г.В. Бороздина, Н.А. Кормнова. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 463 с.
5. Виговская, М.Е. Психология делового общения [Текст] : учебное пособие для бакалавров / М.Е. Виговская, А.В. Лисевич. – М. : Дашков и К, 2016. – 140 с.

6. Логутова, Е. Психология делового общения [Текст] : учебное пособие / Е. Логутова, И. Якиманская, Н. Биктина. – ОГУ, 2013. – 196 с.

Тема 4. Невербальные средства в деловой коммуникации

Образные средства коммуникации. Язык жестов в деловом общении. Средства невербальной коммуникации. Организация пространственной среды в деловой коммуникации. Визуальные средства в коммуникативном процессе. Преимущества и недостатки их использования в деловой коммуникации.

1. Почему важно понимать язык телодвижений?
2. Почему язык телодвижений неоднозначен?
3. Как с помощью соответствующих жестов и позы можно попытаться снять напряженное состояние партнера?
4. Перечислите жесты, свидетельствующие об уверенном и неуверенном поведении.
5. Как вы понимаете выражение «программировать пространство»?
6. Что означает организация пространственной среды?
7. Как цели делового взаимодействия отражаются в организации пространственной среды?

8. Вербальные средства общения являются:
 - а) коммуникативной стороной общения;
 - б) интерактивной стороной общения;
 - в) перцептивной стороной общения.

9. Какие элементы невербального общения можно выделить?
 - а) позы, жесты, мимика;
 - б) паралингвистика;
 - в) проксемика;
 - г) контакт глаз;
 - д) эмпатия.

10. Что включает в себя паралингвистика или просодика?

- а) особенности произношения;
- б) тембр голоса;
- в) темп речи;
- г) слова;
- д) паузы между словами.

11. О чем могут сообщить невербальные средства общения?

- а) указать собеседнику на особенно важные моменты сообщения;
- б) свидетельствуют об отношении к собеседнику;
- в) дают возможность судить о человеке, о его состоянии в данный момент, о его психологических качествах;
- г) могут дополнить содержание высказывания;
- д) о характере речи.

12. Какие системы специальных знаков-символов выработаны людьми в рамках невербального общения?

- а) знаки управления движением транспорта;
- б) форменная одежда;
- в) знаки отличия;
- г) звуковая речь;
- д) награды.

13. Какие жесты свидетельствуют об искренности и желании говорить откровенно?

- а) раскрытые руки;
- б) расстегивание пиджака;
- в) закладывание рук за спину с обхватом запястья;
- г) хождение по кабинету;
- д) закладывание рук за голову.

14. На какие группы можно разбить жесты?

- а) жесты-иллюстраторы;
- б) жесты-регуляторы;

- в) жесты-эмблемы;
- г) жесты-адапторы;
- д) жесты-аффекторы;
- е) жесты-указатели.

15. Что не относится к невербальным средствам общения?

- а) походка;
- б) пауза;
- в) просьба.

16. Какие невербальные средства общения входят в группу кинетических?

- а) мимика;
- б) беседа;
- в) визуальный контакт.

17. Зрительно воспринимаемые движения другого человека, выполняющие выразительно-регулятивную функцию в общении, – это ...

- а) кинесические средства общения;
- б) просодические средства общения;
- в) такесические средства общения.

18. Просодические средства общения связаны с (со) ...

- а) прикосновением;
- б) тембром голоса;
- в) взглядом.

19. Что не относится к такесическим средствам общения?

- а) рукопожатие;
- б) похлопывание по плечу;
- в) движения руками (жесты).

20. Похлопывание по плечу возможно при ...

- а) моральной поддержке человека;
- б) равенстве социального положения участников общения;
- в) поддержке оптимальной близости между партнерами по общению;
- г) встрече с коллегами по работе.

Литература

1. Чудинов, А.П. Деловое общение [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.П. Чудинов, Е.А. Нахимова. – 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2015. – 192 с. – Режим доступа : <http://www.knigafund.ru/books/175783>
2. Яковлева, Н.Ф. Деловое общение [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.Ф. Яковлева. – 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2014. – 269 с. – Режим доступа : <http://www.knigafund.ru/books/1752474>
3. Экман, П. Узнай лжеца по выражению лица [Электронный ресурс] / Э. Пол. – Режим доступа : http://www.bookol.ru/nauka_obrazovanie/psihologiya/209520/fulltext.htm
4. Чалдини, Р. Психология убеждения. 50 доказанных способов быть убедительным [Текст] / Р. Чалдини, С. Мартин, Н. Гольдштейн. – Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 224 с.
5. Пиз, Б. Новый язык телодвижений. Расширенная версия [Электронный ресурс] / Б. Пиз, А. Пиз. – Режим доступа : <https://knigopoisk.com/files/2016/02/novyy-yazyk-telodvizheniy.-rasshirennaya-versiya.a4.pdf>

Тема 5. Психолого-коммуникативный фактор в деловом общении

Репрезентативная система в деловой коммуникации. Виды сенсорных каналов. Психологические характеристики личности. Коммуникативные роли. Манипуляции в деловом общении. Психологические аспекты убеждения. Убеждение в деловой коммуникации, его структура и организация. Этические аспекты убеждения. Дискуссии, полемика, дебаты. Спор.

1. Что собой представляет репрезентативная система в деловой коммуникации?

2. Перечислите виды сенсорных каналов. Какова их роль в общении?

3. Классифицируйте типы личностей по психологическим характеристикам.

4. Какие могут быть коммуникативные роли?

5. Что такое «манипуляции в общении»?

6. Какие стратегии поведения типичны для манипуляторов?

7. Как противостоять манипуляциям в деловом общении?

8. Назовите и охарактеризуйте манипулятивные роли по Эрику Берну.

9. Каким образом можно распознать эго-состояния Родителя, Взрослого, Ребенка?

10. К каким приемам манипуляции прибегают недобросовестные работники?

11. Набором коммуникационных эффектов являются:

а) эффект визуального имиджа;

б) эффект первых фраз;

в) эффект аргументации;

г) эффект квантового выброса информации;

д) эффект анкетирования;

е) эффект интонации и пауз;

ж) эффект художественной выразительности;

з) эффект релаксации.

12. Используя психологические доводы и приемы, постарайтесь убедить:

1. Совершать пробежки:

а) даму средних лет;

б) пожилого мужчину.

2. Бросить курить:

а) восьмиклассника;

- б) тридцатилетнюю женщину.
- 3. Сдавать одежду в химчистку:
 - а) малообеспеченного гражданина;
 - б) преуспевающего.
- 4. Застраховать имущество:
 - а) многодетную семью;
 - б) одинокого мужчину;
 - в) директора фирмы.
- 5. Изучить курс эффективного общения:
 - а) нового сотрудника фирмы;
 - б) директора фирмы.
- 6. Сделать пожертвование в общество защиты бездомных собак:
 - а) молодую женщину;
 - б) преуспевающего директора фирмы.

- 13. Убеждения представляют собой:
 - а) веру людей в те или иные идеи;
 - б) причины тех или иных поступков;
 - в) присущие отдельным личностям или целым социальным группам представления, идеи, концепции, которые предопределяют их поступки, их целенаправленную деятельность.

- 14. Общая структура логического доказательства (опровержения) включает в себя:
 - а) посылку;
 - б) тезис;
 - в) аргументы;
 - г) демонстрацию;
 - д) факты.

Литература

1. Бороздина, Г.В. Психология делового общения [Текст] : учебник / Г.В. Бороздина. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 295 с.

2. Лаундес, Л. Как говорить с кем угодно и о чем угодно. Психология успешного общения. Технологии эффективных коммуникаций [Текст] / Л. Лаундес. – М. : Добрая книга, 2016. – 384 с.
3. Макеев, В.А. Психология делового общения. Имидж и нормы этикета [Текст] / В.А. Макеев. – М. : КД Либроком, 2015. – 272 с.
4. Краянский, А.Ю. Философия конфликта [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям / А.Ю. Краянский. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 55 с. – Режим доступа : <http://www.knigafund.ru/books/173272>
5. Берн, Э. Игры, в которые играют люди [Электронный ресурс] / Э. Берн. – Режим доступа : http://bookscafe.net/read/bern_erik-lyudi_kotorye_igrayut_v_igry-16811.html#p1

Тема 6. Виды и формы делового общения

Деловая беседа как основная форма делового общения. Структура деловой беседы. Вопросы собеседников и их психологическая сущность. Парирование замечаний собеседников. Психологические приемы влияния на партнера. Деловой разговор по телефону. Деловое совещание.

1. Что влияет на успех деловой беседы?
2. На какие вопросы нужно подготовить ответы перед деловой беседой?
3. Каковы особенности делового телефонного разговора?
4. Как правильно подготовиться к деловому разговору по телефону?
5. Какие элементы включает в себя грамотное общение по телефону, когда речь идет о звонящем?
6. Какие элементы включает в себя грамотный ответ по телефону?
7. Какие типы совещаний вы знаете?
8. Что включает в себя подготовка деловых совещаний?
9. Каковы профессиональные цели деловых совещаний?

10. Что необходимо предусмотреть организатору совещания?
11. Что нужно знать, чтобы контролировать дискуссию?
12. Какие можно выделить типы участников совещания?
13. Какие требования предъявляются к ведущему деловое совещание?
14. Почему деловой человек должен владеть методами и приемами ведения дискуссий?
15. Что представляет собой спор как вид деловой коммуникации?
16. Охарактеризуйте основные требования к культуре спора.
17. Является ли спор эффективной формой деловой коммуникации? Почему?
18. «В споре рождается истина», «Споры погубили Рим!». Чем, на Ваш взгляд, вызвано такое противоречивое отношение к спору?
19. Предложите новую услугу своего рекламного агентства по телефону различным типам клиентов. Разыграйте ситуации в парах.
20. Вы звоните новому (старому) клиенту, потребности и вкусы которого вам неизвестны (известны). Вам необходимо:
 - расположить к себе клиента;
 - убедить его сделать заказ.
21. Вам необходимо напомнить о себе после продолжительного перерыва. Как вы построите беседу по телефону? Как беседа по телефону будет зависеть от типа партнера? Приведите две-три различные ситуации.

Литература

1. Кривокора, Е.И. Деловые коммуникации [Текст] : учебное пособие / Е.И. Кривокора. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 190 с.
2. Константинова, Л.А. Деловая риторика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.А. Константинова, Е.П. Щенникова, С.А. Юрманова. – 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2013. – 304 с. – Режим доступа : <http://www.knigafund.ru/books/175363>

3. Руднев, В.Н. Риторика. Деловое общение [Текст] : учебное пособие / В.Н. Руднев. – М. : КНОРУС, 2013. – 352 с.
4. Бороздина, Г.В. Психология делового общения [Текст] : учебник / Г.В. Бороздина. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 295 с.
5. Чалдини, Р. Психология убеждения. 50 доказанных способов быть убедительным [Текст] / Р. Чалдини, С. Мартин, Н. Гольдштейн. – Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 224 с.

Тема 7. Публичное выступление

Виды речи. Выбор темы. Определение целевой установки. Подбор материала. План речи. Подготовка речи – конспект. Внешний облик оратора. Голос, произношение, артикуляция, язык. Как завоевать и удержать внимание аудитории. Культура речи делового человека.

1. Каковы требования к публичной речи?
2. Какой должна быть внутренняя структура речи?
3. Какие виды речей вы знаете?
4. Что влияет на эффективность речи?
5. Как произвести положительное впечатление, выступая перед аудиторией?
6. Нарушение правил композиции ведет к ошибкам:
 - а) наличие важных частей и деталей, ведущих к раскрытию темы, что облегчает восприятие выступления;
 - б) неоправданная неравномерность частей: затянутое вступление, скомканный конец, недостаточное внимание основному вопросу в сравнении с второстепенными;
 - в) конкретность изложения: соответствие между общими теоретическими положениями и фактами, подкреплённость теоретических рассуждений ссылками на реальные обстоятельства;
 - г) уход от основной темы: увлечение деталями, привлечение фактов, положений, лежащих в стороне от достижения цели.
 - д) отсутствие четких выводов по разделам изложения.

7. Соотнесите между собой правила композиции и их определения:

- а) последовательность;
- б) экономия средств;
- в) органическое единство;
- г) усиление.

1) мысли должны быть связаны логически, вытекать одна из другой, дополнять друг друга;

2) с учетом того, что сильные доводы, новая информация всегда привлекают внимание, необходимо делать сильное начало, эмоциональные «аргументы» помещать в середине изложения, самые сильные аргументы приводить в конце;

3) должна быть максимальная согласованность структуры выступления и его содержания, разбивка изложения на пункты и их последовательность должны вытекать из самого материала, диктоваться им;

4) необходимо использовать минимум слов, фактов, доказательств, только то, что ведет к раскрытию темы, уяснению сущности.

8. Цель добросовестного оратора состоит в том, чтобы способствовать формированию:

- а) конструктивных или критических прогрессивных сознательных убеждений;
- б) конструктивных прогрессивных сознательных убеждений;
- в) конструктивных или критических прогрессивных и в то же время стихийных убеждений;
- г) критических регрессивных сознательных убеждений;
- д) критических прогрессивных стихийных убеждений.

9. Благожелательное внимание слушателей могут привлечь следующие способы:

- а) громко постучать по столу, сделать выговор всем слушателям;
- б) бурно жестикулировать, изображать события в лицах;

в) отойти от трибуны или стола, приблизиться к слушателям, если это возможно;

г) подчеркивать определенные места в выступлении с помощью повторения, замедления речи, пауз, ускорения речи;

д) повторять конец каждой фразы;

е) перенимать жесты у других выступающих;

ж) задавать вопросы самому себе и, рассуждая на глазах у слушателей, намечать и рассматривать возможные варианты ответов на эти вопросы, анализировать ответы, искать и находить убедительные решения;

з) задавать проблемные вопросы аудитории, если это возможно;

и) инициировать формулирование самими слушателями различных вариантов решения некоторого вопроса, высказывание различных точек зрения, оценок, используя заранее заготовленные примеры, затем эти ответы использовать при окончательной формулировке ответов и оценок.

10. Характерные ошибки полемики – это:

а) разбор чужих взглядов вместо развития своих;

б) правдивость;

в) широкий кругозор, хорошее знание предмета спора;

г) формирование принципиальной позиции и ее последовательное отстаивание;

д) простая, хотя, может быть, и настойчивая формулировка положений и требований без их обоснования, доказательства;

е) эмоциональная приподнятость;

ж) принципиальное отношение к собственным ошибкам;

з) подмена делового спора популистскими лозунгами.

11. В публичном выступлении не допускается использование:

а) крылатых слов;

б) разговорной лексики;

в) просторечных слов;

г) заимствованных слов.

12. Убеждающая речь должна:

- а) содержать не более одного аргумента;
- б) содержать общенаучные слова и термины;
- в) апеллировать (обращаться) к чувствам слушателей и воздействовать на систему их убеждений;
- г) выражать абстрактную мысль.

13. Для агитирующего (указующего) типа речи важно умение:

- а) приводить аргументы;
- б) делать правильные умозаключения;
- в) обсуждать факты, разъяснять выдвинутые положения;
- г) оказывать психологическое давление.

14. К основным качествам публичной речи не относится:

- а) массовость;
- б) эмоциональность;
- в) строгость изложения;
- г) доступность.

15. Отношение оратора к аудитории должно определяться:

- а) многократным возвращением к недосказанному;
- б) хорошим информационным обеспечением и речевым оформлением;
- в) не выраженным личностным «Я» в тексте;
- г) обилием малозначимых фактов, сведений, примеров.

16. Мешает установлению контакта с аудиторией при публичном выступлении:

- а) учет особенностей аудитории;
- б) затянутое вступление;
- в) уверенность оратора;
- г) авторитет личности оратора.

17. Под коммуникативным равновесием в риторике понимают:
а) отведение собеседнику в процессе общения роли не ниже той, которая обусловлена его социальной ролью и представлением о его собственном достоинстве;

б) знание законов общения;

в) достижение говорящим поставленной цели;

г) трудности в общении, возникающие как у выступающего, так и у слушателей.

18. Заканчивая вступление, не следует:

а) заострять проблему, чтобы усилить впечатление от речи;

в) благодарить за внимание;

г) повторять основные этапы развития темы, с тем чтобы она предстала в целом, а не по частям;

д) извиняться («Я вижу, что несколько утомил вас»).

19. Укажите, в каком ряду оба утверждения являются правильными:

а) первая фраза выступления должна быть подготовлена заранее;

б) первая фраза выступления должна быть импровизационной;

в) оратор должен выбрать в аудитории симпатичное лицо и все рассказывать этому слушателю;

г) надо смотреть во время выступления на всех слушателей, разбив аудиторию по секторам.

1) а, в;

2) а, г;

3) б, в;

4) а, б.

Литература

1. Непряхин, Н. Как выступать публично: 50 вопросов и ответов [Текст] / Н. Непряхин. – М. : Альпина Паблишер, 2012. – 245 с.
2. Пильчена, С. Страхи публичных выступлений [Электронный ресурс] / С. Пильчена. – Режим доступа : <http://litread.me/pages/575647/567000-568000?page=1>
3. Вайсман, Д. Мастера слова. Секреты публичных выступлений [Текст] / Д. Вайсман. – Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 288 с.
4. Карнеги, Д. Как выработать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично [Электронный ресурс] / Д. Карнеги. – Режим доступа : http://librebook.ru/public_speaking_for_brinzza_success
5. Лешутина, И. Риторика. Искусство публичного выступления [Электронный ресурс] / И. Лешутина. – Режим доступа : http://loveread.ec/read_book.php?id=49392&p=1
6. Гандапас, Р. 101 совет оратору [Электронный ресурс] / Р. Гандапас. – М. : Альпина Паблишер, 2012. – 65 с. – Режим доступа : https://www.radislavgandapas.com/upload/101_sovet_oratoru_promo_3-32.pdf
7. Себаг-Монтефиоре, С. Речи, которые изменили мир [Текст] / С. Себаг-Монтефиоре. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 260 с.

Тема 8. Информация в деловом общении

Понятие информации. Деловая информация. Методы и приемы работы с информацией. Работа с анкетами. Составление резюме. Составление и работа с вопросниками. Деловые письма и прямая почта. Структура делового письма, стиль и содержание. Информационные технологии в деловой коммуникации.

1. В чем отличие деловой информации от любой другой?
2. Обоснуйте сущность управленческих документов? Перечислите их виды.
3. В чем сущность понятия коммерческой тайны?
4. Какой существует порядок учета, хранения и использования конфиденциальной информации?

5. Какие правила необходимо учитывать при написании резюме?

6. Структура делового письма и правила его написания.

7. Охарактеризуйте стиль делового письма.

8. Какие информационные технологии применяются в деловой коммуникации?

9. Дайте определение служебного письма:

а) сведения о чем-нибудь, полученные в ответ на запрос;

б) документ, адресованный руководству, в котором излагается какой-либо вопрос с выводами и предложениями составителя;

в) обобщенное название различных по содержанию документов, выделяемых в связи с особым способом передачи текста.

10. Автором служебного письма является:

а) организация, фирма, от имени которой посылается письмо;

б) должностное лицо, которое подписывает письмо;

в) исполнитель, который готовит текст письма.

11. В каком служебном письме проставляется ссылка на номер и дату входящего документа:

а) гарантийном;

б) сопроводительном;

в) письме-ответе;

г) циркулярном;

д) на всех видах писем.

12. Индекс служебного письма – это:

а) порядковый номер письма;

б) порядковый номер с буквенным обозначением;

в) зашифрованная в цифрах информация о месте исполнения и хранения документа.

13. Исходящий номер служебного письма – это:

- а) регистрационный номер, проставляемый адресатом;
- б) регистрационный номер, проставляемый автором письма.

14. Какое служебное письмо имеет отметку о наличии приложения:

- а) письмо-запрос;
- б) информационное письмо;
- в) сопроводительное письмо;
- г) все служебные письма.

15. В каком случае правильно оформлен реквизит, если о приложении не упоминалось в тексте служебного письма:

- а) Приложение: на 3л. в 2 экз.;
- б) Приложение: Справка о согласовании проекта на 4 л. в 1 экз.

16. В каком случае правильно оформлен реквизит «Подпись» в служебном письме, оформленном на бланке:

- а) Директор ООО «Мария» В.А. Щегольникова;
- б) Директор В.А. Петров;
- в) Директор школы Колесова И.А.;
- г) Директор И.П. Новиков.

17. С какой целью в письме указывают фамилию и телефон исполнителя:

- а) для оперативной связи;
- б) для придания документу юридической силы.

18. На каких служебных письмах ставится печать:

- а) сопроводительных;
- б) письмах-запросах;
- в) гарантийных письмах;
- г) информационных;
- д) на всех служебных письмах.

19. В каком случае письма оформляют на бланке формата А5:

- а) если текст не превышает семи строк;
- б) если текст не имеет заголовка;
- в) если письмо содержит одну заключительную часть текста.

20. Какие виды служебных писем перед текстом не имеют заголовка:

- а) письма-ответы;
- б) сопроводительные письма;
- в) рекламные письма;
- г) инициативные письма.

21. С каких слов может начинаться письмо-просьба:

- а) Направляем информацию...
- б) Напоминаем Вам, что...
- в) Просим выслать в наш адрес...
- г) В соответствии с Вашим письмом...

22. Какие выражения не рекомендуется употреблять в текстах служебных писем:

- а) институт не считает возможным...
- б) в порядке обмена...
- в) уважаемые коллеги!
- г) с глубоким почтением...

23. Какое письмо может иметь следующий текст: «Сообщаем Вам о том, что Ваше предприятие не может выступить покупателем в соответствии со статьей закона...»:

- а) письмо-сообщение;
- б) письмо-извещение;
- в) письмо-отказ.

24. Какие слова не могут быть заключительными в тексте письма:

- а) Рассчитываем на предложение взаимовыгодного сотрудничества;
- б) Надеемся на плодотворное сотрудничество;
- в) С глубочайшим уважением...
- г) Просим извинить за задержку с ответом.

25. Кому адресуется письмо-приглашение с предложением принять участие в семинарах, совещаниях:

- а) руководителю организации;
- б) заместителю руководителя организации;
- в) руководителю структурного подразделения, в котором работает сотрудник;
- г) в отдел кадров организации.

26. Сколько адресатов может быть в письме?

- а) не более двух;
- б) не более одного;
- в) не более трех;
- г) не более четырех.

Литература

1. Вайссман, Д. Блестящая презентация. Как завоевать аудиторию [Текст] / Д. Вайссман. – СПб. : Питер, 2011. – 288 с.
2. Аткинсон, М. Выступить легко: все, что вам нужно знать о речах и презентациях [Текст] : пер. с англ. / М. Аткинсон. – 2-е изд. – Альпина Паблишерз, 2011. – 293 с.
3. Чудинов, А.П. Деловое общение [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.П. Чудинов, Е.А. Нахимова. – 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2015. – 192 с. – Режим доступа : <http://www.knigafund.ru/books/175783>
4. Яковлева, Н.Ф. Деловое общение [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.Ф. Яковлева. – 2-е изд., стер. – М. : ФЛИН-

ТА, 2014. – 269 с. – Режим доступа : <http://www.knigafund.ru/books/175247>

5. Руднев, В.Н. Риторика. Деловое общение [Текст] : учеб. пособие / В.Н. Руднев. – М. : КНОРУС, 2013. – 352 с.

Контрольные вопросы для зачета

Итогом изучения курса является зачет в форме устного ответа по билетам (2 вопроса в каждом билете).

Вопросы к зачету:

1. Понятие общения. Коммуникация, перцепция и интеракция как составные элементы процесса общения.
2. Коммуникативный процесс и его элементы.
3. Деловая коммуникация и роль эффективного общения в профессиональной сфере.
4. Характеристики делового общения.
5. Человеческая речь как источник информации. Речевые средства общения.
6. Стили письма и речи: официально-деловой, научный, публицистический, разговорная речь.
7. Краткость и ясность в деловой коммуникации.
8. Значение и акцент, правописание, грамматика и пунктуация в речевой коммуникации. Подтекст.
9. Виды барьеров. Физиологические и психологические барьеры.
10. Виды барьеров. Социальные и культурные барьеры.
11. Преодоление барьеров в деловой коммуникации.
12. Значение слушания в деловом общении.
13. Вопросы в деловой коммуникации. Виды вопросов. Ответы на вопросы.
14. Собеседование как коммуникативный канал в деловом общении. Типы собеседований.
15. Собеседование как коммуникативный канал в деловом общении. Практика организации и проведения.

16. Язык жестов в деловом общении. Средства невербальной коммуникации.
17. Организация пространственной среды в деловой коммуникации.
18. Визуальные средства в коммуникативном процессе. Преимущества и недостатки их использования в деловой коммуникации.
19. Репрезентативная система в деловой коммуникации. Виды сенсорных каналов.
20. Психологические характеристики личности.
21. Коммуникативные роли.
22. Манипуляции в деловом общении. Психологические аспекты убеждения.
23. Убеждение в деловой коммуникации как процесс воздействия, его структура и организация. Этические аспекты убеждения.
24. Дискуссии, полемика, дебаты. Спор.
25. Деловая беседа как основная форма делового общения. Структура деловой беседы.
26. Вопросы собеседников и их психологическая сущность.
27. Парирование замечаний собеседников.
28. Психологические приемы влияния на партнера.
29. Деловой разговор по телефону.
30. Деловое совещание и заседание, практика организации и проведения.
31. Виды речи. Выбор темы. Определение целевой установки.
32. Подбор материала. План речи. Подготовка речи – конспект.
33. Внешний облик оратора. Голос, произношение, артикуляция, язык.
34. Как завоевать и удержать внимание аудитории. Культура речи делового человека.
35. Понятие информации. Деловая информация.
36. Методы и приемы работы с информацией.
37. Работа с анкетами.
38. Составление резюме.

39. Составление и работа с вопросниками.
40. Деловые письма и прямая почта. Структура делового письма, стиль и содержание.
41. Информационные технологии в деловой коммуникации.
42. Критика в деловой коммуникации. Виды критики.
43. Техника нейтрализации замечаний. Compliments в деловом общении.
44. Организация и проведение информационных кампаний.

Список рекомендуемых источников

Основная литература

1. Константинова, Л.А. Деловая риторика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.А. Константинова, Е.П. Щенникова, С.А. Юрманова. – 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2013. – 304 с. – Режим доступа : <http://www.knigafund.ru/books/175363>
2. Деловое общение в тестах и интервью. Business-related topics in tests and interviews [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.А. Колесникова, Л.А. Томашевская. – 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2014. – 216 с. – Режим доступа : <http://www.knigafund.ru/books/175784>
3. Кривокора, Е.И. Деловые коммуникации [Текст] : учебное пособие / Е.И. Кривокора. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 190 с.

Дополнительная литература

1. Архангельская, М. Бизнес-этикет, или Игра по правилам [Текст] / М. Архангельская. – СПб. : Питер, 2011. – 240 с.
2. Аткинсон, М. Выступать легко: все, что вам нужно знать о речах и презентациях [Текст] : пер. с англ. / М. Аткинсон. – 2-е изд. – Альпина Паблицерз, 2011. – 293 с.
3. Берн, Э. Игры, в которые играют люди [Электронный ресурс] / Э. Берн. – Режим доступа : http://bookscafe.net/read/bern_erik-lyudi_kotorye_igrayut_v_igry-16811.html#p1
4. Бороздина, Г.В. Психология делового общения [Текст] : учебник / Г.В. Бороздина. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 295 с.
5. Бороздина, Г.В. Психология и этика делового общения [Текст] : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г.В. Бороздина, Н.А. Кормнова. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 463 с.

6. Вайсман, Д. Мастера слова. Секреты публичных выступлений [Текст] / Д. Вайсман. – Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 288 с.
7. Вайсман, Д. Блестящая презентация. Как завоевать аудиторию [Текст] / Д. Вайсман. – СПб. : Питер, 2011. – 288 с.
8. Виговская, М.Е. Психология делового общения [Текст] : учебное пособие для бакалавров / М.Е. Виговская, А.В. Лисевич. – М. : Дашков и К, 2016. – 140 с.
9. Гандапас, Р. 101 совет оратору [Электронный ресурс] / Р. Гандапас. – М. : Альпина Паблишер, 2012. – 65 с. – Режим доступа : https://www.radislavgandapas.com/upload/101_sovet_oratoru_promo_3-32.pdf
10. Карнеги, Д. Как выработать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично [Электронный ресурс] / Д. Карнеги. – Режим доступа : http://librebook.ru/public_speaking_for_brinzza_success
11. Коробейникова, А.А. Речевая служебная культура [Текст] : практикум / А.А. Коробейникова. – ОГУ, 2015. – 172 с.
12. Краянский, А.Ю. Философия конфликта [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям / А.Ю. Краянский. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 55 с. – Режим доступа : <http://www.knigafund.ru/books/173272>
13. Кривокора, Е.И. Деловые коммуникации [Текст] : учебное пособие / Е.И. Кривокора. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 190 с.
14. Кузнецов, И.Н. Деловой этикет [Текст] : учеб. пособие для вузов / И.Н. Кузнецов. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 348 с.
15. Лаундес, Л. Как говорить с кем угодно и о чем угодно. Психология успешного общения. Технологии эффективных коммуникаций [Текст] / Л. Лаундес. – М. : Добрая книга, 2016. – 384 с.
16. Лешутина, И. Риторика. Искусство публичного выступления [Электронный ресурс] / И. Лешутина. – Режим доступа : http://loveread.ec/read_book.php?id=49392&p=1
17. Логутова, Е. Психология делового общения [Текст] : учебное пособие / Е. Логутова, И. Якиманская, Н. Биктина. – ОГУ, 2013. – 196 с.

18. Макеев, В.А. Психология делового общения. Имидж и нормы этикета [Текст] / В.А. Макеев. – М. : КД Либроком, 2015. – 272 с.
19. Назарова, Д.А. Современные подходы к проблеме повышения эффективности делового общения [Текст] / А.Д. Назарова. – Лаборатория книги, 2012. – 154 с.
20. Непряхин, Н. Как выступать публично: 50 вопросов и ответов [Текст] / Н. Непряхин. – М. : Альпина Паблишер, 2012. – 245 с.
21. Панфилова, А.П. Психология общения [Текст] : учебник для студентов сред. проф. образования / А.П. Панфилова. – М. : Издательский центр «Академия», 2013. – 368 с.
22. Пиз, Б. Новый язык телодвижений. Расширенная версия [Электронный ресурс] / Б. Пиз, А. Пиз. – Режим доступа : <https://knigopisk.com/files/2016/02/novyy-yazyk-telodvizheniy-rasshirennaya-versiya.a4.pdf>
23. Пильчена, С. Страхи публичных выступлений [Электронный ресурс] / С. Пильчена. – Режим доступа : <http://litread.me/pages/575647/567000-568000?page=1>
24. Руднев, В.Н. Риторика. Деловое общение [Текст] : учебное пособие / В.Н. Руднев. – М. : КНОРУС, 2013. – 352 с.
25. Рязанова, Л.З. Культура речи [Текст] : учебное пособие / Л.З. Рязанова, Н.К. Гарифуллина, Г.С. Гаязова. – КНИТУ, 2013. – 144 с.
26. Себаг-Монтефиоре, С. Речи, которые изменили мир [Текст] / С. Себаг-Монтефиоре. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 260 с.
27. Сердюк, И.И. Социальная психология [Текст] : учебно-методическое пособие / И.И. Сердюк. – Краснодар : КубГУ, 2012. – 136 с.
28. Песина, С.А. Философия языка [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.А. Песина. – 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2014. – 376 с. – Режим доступа : <http://www.knigafund.ru/books/175690>
29. Чалдини, Р. Психология убеждения. 50 доказанных способов быть убедительным [Текст] / Р. Чалдини, С. Мартин, Н. Гольдштейн. – Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 224 с.

30. Чудинов, А.П. Деловое общение [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.П. Чудинов, Е.А. Нахимова. – 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2015. – 192 с. – Режим доступа : <http://www.knigafund.ru/books/175783>
31. Штукарева, Е.Б. Культура речи и деловое общение [Текст] : учебное пособие / Е.Б. Штукарев. – Перо, 2015. – 315 с.
32. Экман, П. Узнай лжеца по выражению лица [Электронный ресурс] / П. Экман. – Режим доступа : http://www.bookol.ru/nauka_obrazovanie/psihologiya/209520/fulltext.htm
33. Яковлева, Н.Ф. Деловое общение [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.Ф. Яковлева. – 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2014. – 269 с. – Режим доступа : <http://www.knigafund.ru/books/175247>

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК

Кулакова Анна Борисовна

**ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ
В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Тестовые материалы и задания
для текущего и итогового контроля**

Редакционная подготовка М.В. Чумаченко

Технический редактор И.В. Артамонов

Подписано в печать 03.07.2017.

Формат 70x108/16. Печать цифровая.

Усл. печ. л. 3.68. Тираж 50 экз. Заказ №350

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
«Вологодский научный центр Российской академии наук»
(ФГБУН ВолНЦ РАН)

160014, г. Вологда, ул. Горького, 56а

Телефон: 59-78-03, e-mail: common@vscc.ac.ru