

Министерство здравоохранения Ростовской области
государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Ростовской области
«Таганрогский медицинский колледж»

Комплект оценочных средств
для проведения промежуточной аттестации в форме дифференцированного
зачета
по учебной дисциплине ОГСЭ.05 ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ
в рамках программы подготовки специалистов среднего звена по специальности
СПО
33.02.01 Фармация

г. Таганрог 2025

РАССМОТРЕНО:

на заседании ЦК
протокол № 8
от «28» 05 2025 г.

Председатель 

УТВЕРЖДАЮ:

Замдиректора по учебной работе
«10» 06 2025 г.

 А.В. Вязьмитина

ОДОБРЕНО:

на заседании методического совета
протокол № 6
от «10» 06 2025 г.

Методист  А.В. Чесноков

Комплект контрольно-оценочных средств для проведения промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета по учебной дисциплине **ОГСЭ.05 Психология общения** в рамках ППССЗ разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 33.02.01 Фармация, утвержденный приказом Министерства просвещения РФ от 13.07.2021 г. № 449, зарегистрирован в Минюсте РФ 18.08.2021 г. № 64689, рабочей программы учебной дисциплины ОГСЭ.05 Психология общения 2025 г., Положения о текущем контроле знаний и промежуточной аттестации студентов (обучающихся) ГБПОУ РО «ТМК».

Организация - разработчик: © ГБПОУ РО «ТМК»

Разработчики:

Овсянникова И.А., преподаватель ГБПОУ РО «ТМК»

I. Паспорт комплекта оценочных средств

1. Область применения комплекта оценочных средств

Комплект оценочных средств предназначен для оценки результатов освоения учебной дисциплины Психология.

Таблица 1

Результаты освоения (объекты оценивания)	Основные показатели оценки результата и их критерии	Тип задания; № задания	Форма аттестации (в соответствии с учебным планом)
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - цели, функции, виды общения; - средства общения; - психологические основы межличностного понимания <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности, этические нормы и принципы делового общения; - техники слушания, ведения беседы и убеждения; - правила использования вопросов и ответов в деловой коммуникации; - пути формирования эмпатии в общении; 	<p>тестовый опрос, выполнение самостоятельной работы; комбинированный опрос, проведение психологических опытов, выполнение практических упражнений;</p> <p>фронтальный опрос, решение психологических тестов, выполнение письменной работы;</p> <p>устный индивидуальный опрос, выполнение психологических методик, обоснование результатов</p> <p>комбинированный опрос, проведение психологических тренингов, наблюдение в процессе теоретических и практических занятий;</p> <p>тестовый опрос, выполнение самостоятельной работы, решение психологических тестов, наблюдение в процессе теоретических и практических занятий;</p> <p>устный индивидуальный опрос, проведение психологических тренингов, наблюдение в процессе теоретических и практических занятий;</p> <p>тестовый опрос, проведение психологических тренингов;</p> <p>устный опрос, проведение психологических тренингов,</p>	<p>Задание № 1 (теоретическое) Выберите один правильный ответ, установите соответствие, дополните.</p> <p>Задание № 2 (практическое) Определите психографический тип аптечного клиента, опишите тактику общения с данным психографическим типом, перечислите правила бесконфликтной аптеки в предлагаемой ситуации.</p>	<p>Дифференцированный зачет</p>

<p>- психологические основы формирования первого впечатления</p> <p>Уметь:</p> <p>- использовать полученные знания в процессе осуществления своей профессиональной деятельности;</p> <p>- использовать вербальные и невербальные средства общения в деятельности;</p> <p>- психологически грамотно строить свое общение;</p> <p>- эффективно вести переговоры в процессе реализации товара;</p> <p>- эффективно пользоваться рекомендациями и правилами.</p> <p>Знать:</p> <p>- техники, приемы, правила общения и механизмы межличностного взаимодействия;</p> <p>- особенности ролевого</p>	<p>наблюдение в процессе теоретических и практических занятий;</p> <p>комбинированный опрос, проведение психологических тренингов, наблюдение в процессе теоретических и практических занятий;</p> <p>устный индивидуальный опрос, проведение психологических тренингов, наблюдение в процессе теоретических и практических занятий.</p> <p>комбинированный опрос, проведение психологических тренингов, наблюдение в процессе теоретических и практических занятий;</p> <p>устный индивидуальный опрос, оценка выполнения внеаудиторной самостоятельной работы; наблюдение в процессе теоретических и практических занятий;</p> <p>комбинированный опрос, проведение психологических тренингов, наблюдение в процессе теоретических и практических занятий;</p> <p>комбинированный опрос, проведение психологических тренингов, наблюдение в процессе теоретических и практических занятий;</p> <p>устный индивидуальный опрос, проведение психологических тренингов, наблюдение в процессе теоретических и практических занятий.</p> <p>проведение психологических тренингов, наблюдение в процессе теоретических и практических</p>	<p>Задание № 3 (практическое) Назовите вид конфликта, определите стратегию поведения</p>	
---	--	--	--

<p>взаимодействия; - особенности межличностной аттракции; - способы управления эмоциями и чувствами.</p> <p>Уметь: - общаться с коллегами и посетителями аптек в процессе профессиональной деятельности; - управлять эмоциональным состоянием в процессе взаимодействия; - найти адекватные способы поведения в ситуации конфликта; - выявлять факторы эффективного общения.</p>	<p>занятий; комбинированный опрос, проведение психологических тренингов, наблюдение в процессе теоретических и практических занятий; устный индивидуальный опрос, проведение психологических тренингов, проведение психологических тренингов, наблюдение в процессе теоретических и практических занятий.</p>	<p>фармацевта и сформулируйте способ саморегуляции в данной ситуации.</p>	
--	---	---	--

Комплект оценочных средств.

Задания для проведения дифференцированного зачета.

ЗАДАНИЕ № 1. (теоретическое)

А. Выберите один правильный ответ:

1. Общение - это:

1. определенное речевое табу
2. сложный многоплановый процесс установления контактов между людьми
3. совместная ролевая деятельность
4. жесткое противостояние сторон друг другу

2. Аксиологический аспект общения - это:

1. взаимодействие индивидов в процессе кооперации
2. вид личностной коммуникации в обмене информации
3. процесс передачи и закрепления норм поведения
4. изучение общения как процесса обмена ценностями

3. Коммуникация - это процесс:

1. прямолинейного навязывания человеку своего варианта решения
2. двустороннего обмена информацией, ведущей к взаимодействию
3. принятие наиболее приемлемого для обеих сторон решения
4. демонстрация равнодушия одного из партнеров по общению

4. По содержанию общение может быть:

1. материальное, когнитивное, кондиционное
2. закрытое, устное, частное
3. контактное, информационное, координационное
4. деловое, неформальное, ритуальное

5. Под содержание общения понимают информацию которую:

1. используют для построения умений и навыков
2. используют для разрешения конфликтов
3. сообщают люди друг другу в процессе общения
4. учитывают в совместной деятельности

6. Цель общения - это то:

1. что служит установлением контактов друг с другом
2. служит основой в процедуре общения
3. является передачей эмоций и чувств
4. ради чего у человека возникает данный вид активности

7. Информационная функция общения заключается в:

1. обмену информацией между взаимодействующими индивидами
2. регламентации поведения и деятельности
3. изменении состояния индивида
4. ориентировке в целях и в ситуации общения

8. Межличностное императивное общение - это:

1. достижение целей партнеров
2. авторитарный, директивный стиль общения
3. уход от контактов, потеря собственных целей
4. ориентация на свои цели без учета целей партнера

9. Ритуальное общение характеризуется:

1. знанием личности собеседника
2. стремлением учитывать особенности личности собеседника
3. поддержанием определенных норм, ритуалов общения
4. контактами между коллегами и близкими людьми

10. Код в речевой коммуникации - это:

1. естественный звуковой язык, т.е. система фонетических знаков
2. процесс одновременного речевого взаимодействия
3. передача информации и неречевых знаковых систем
4. язык или его разновидность, который используют участники коммуникативного акта

11. Речь - это:

1. закон процесса общения
2. неизбежность межличностной коммуникации
3. социальный феномен коммуникации
4. процесс использования языка в коммуникативных целях

12. Реципиент в межличностной коммуникации - это:

1. способ передачи информации
2. кто передает информацию
3. кому передается информация
4. содержание передаваемой информации

13. Деловая беседа - это:

1. форму устного обмена информацией между несколькими людьми
2. одна из важнейших форм управленческой деятельности
3. непосредственное речевое воздействие выступающего на аудиторию
4. деловое письмо, служебное послание в виде официального документа

14. Дефекты общения - это:

1. формы и особенности контактов, которые пагубно сказываются на личности партнера
2. помехи, создаваемые человеком, обладающим определенными личностными свойствами
3. слушание собеседника с активным использованием невербальных средств
4. установление активной обратной связи с говорящим

15. Барьеры понимания и восприятия - это:

1. барьеры в общении, связанные с обменом информацией между собеседниками в ходе общения
2. барьеры, связанные с восприятием и познанием друг друга
3. когда вы и ваш собеседник под одними и теми же понятиями подразумеваете совершенно разные вещи.
4. плохая техника речи, когда непонятно, что говорит собеседник

16. Социальный барьер возникает когда:

1. в общении может быть разный социальный статус партнеров
2. нам не нравится, как выглядит собеседник
3. приходится общаться с расстроенным или разозленным человеком
4. партнер изначально имеет не очень хорошее мнение о вас

17. Кинесика - изучает поведение человека в его:

1. невербальных проявлениях
2. вербальных проявлениях
3. эмоциональных проявлениях
4. поведенческих проявлениях

18. Зона общественной дистанции составляет:

1. от 1,2 до 3 метров
2. до 60 см
3. от 0,6 до 1,2 метров
4. более 3 метров

19. Мимика, как невербальный компонент общения изучает:

1. жесты
2. движение всего тела
3. движение мышц лица
4. интонацию, тембр голоса

20. Пантомимика, как невербальный компонент общения изучает:

1. проявления чувств, переживаний
2. ритм, вибрато голоса
3. движение мышц лица
4. движения всего тела

21. Невербальная акустическая система - это:

1. жесты, мимика, вздохи, кашель
2. различные качества голоса коммуникатора
3. движения всего тела и мышц лица
4. жесты, речевые паузы, смех, плач

22. Прием рефлексивного слушания - резюмирование - это:

1. высказывание подытоживание мыслей и чувств говорящего
2. прямое обращение к говорящему за уточнениями
3. умение сформулировать ту же мысль иначе
4. основное внимание уделяется не содержанию сообщений, а чувствам

23. Активное слушание - это:

1. огромный объем речевой информации, который обрушивается на нас ежедневно
2. нерефлексивный, рефлексивный и эмпатический стили слушания
3. коммуникативная техника, при которой роль слушателя заключается в поддержке говорящего
4. погруженность в собственные заботы, которые имеют для нас большую важность

24. Идентификация - это способ:

1. эмоциональное вчувствование или сопереживание другому.
2. механизм самопознания в процессе общения
3. механизм интерпретации поступков и чувств другого человека
4. познания другого человека

25. Эмпатию определяют как:

1. прогнозирование поведения партнера по общению
2. познания и понимания людьми друг
3. эмоциональное вчувствование или сопереживание другому

4. интерпретации поступков и чувств другого человека

Б. Установите соответствие:

1. Содержание общения может быть:

1. Когнитивное	А. обмен побуждениями, целями, интересами
2. Мотивационное	Б. обмен действиями, операциями
3. Деятельное	В. обмен знаниями
4. Кондиционное	Г. обмен психическими или физиологическими состояниями

2. Формы общения:

1. Примитивное общение	А. когда оценивают другого человека как нужный или мешающий объект
2. Неформальное общение	Б. когда учитывают особенности личности, характера, возраста настроения собеседника
3. Манипулятивное общение	В. направлено на извлечение выгоды от собеседника
4. Деловое общение	Г. всевозможные личностные контакты людей за пределами официальных отношений

3. Формы общения:

1. Общение "контакт - масок"	А. межличностное общение, когда можно затронуть любую тему
2. Формально - ролевое общение	Б. поддержание определенных норм, ритуалов общения
3. Духовное общение	В. отсутствует стремление понять и учитывать особенности личности собеседника
4. Ритуальное общение	Г. вместо знания личности собеседника обходятся знанием его социальной роли

4. Ведущие тактики поведения во взаимодействии:

1. Сотрудничество	А. направлено на полное удовлетворение участниками взаимодействия своих потребностей
2. Компромисс	Б. принесение в жертву собственных целей для достижения целей партнера
3. Избегание	В. уход от контакта, потеря собственных целей
4. Уступчивость	Г. реализуется в частичном достижении целей партнеров ради условного равенства

5. Обязательные компоненты структурной модели коммуникации:

1. Коммуникатор или отправитель	А. каким способом передается информация
2. Содержание информации	Б. что передается
3. Кому передается информация	В. кто передает информацию
4. Канал	Г. реципиент

6. Формы делового общения:

1. Деловое совещание	А. это непосредственное речевое воздействие выступающего на аудиторию
2. Деловая беседа	Б. служебное послание в виде официального документа, а также в форме запросов, предложений, претензий, поздравлений
3. Публичное выступление	В. это одна из важнейших форм управленческой деятельности
4. Деловая переписка	Г. представляет собой форму устного обмена информацией между несколькими людьми

7. Барьеры коммуникации:

1. Логический барьер	А. характер, и некоторые его черты могут кого-то не устраивать
2. Личностный барьер	Б. плохая техника речи, когда непонятно, что говорит собеседник
3. Фонетический барьер	В. встает на вашем пути тогда, когда вы и ваш собеседник под одними и теми же понятиями подразумеваете совершенно разные вещи
4. Семантический барьер	Г. это неумение выражать свои мысли

8. Барьеры понимания и восприятия:

1. Эстетический барьер	А. заключается в том, что мы невольно думаем о нашем собеседнике как о самом себе
2. Социальный барьер	Б. очень часто общение осложняется, если ваш партнер изначально имеет не очень хорошее мнение о вас
3. Барьер установки	В. возникает тогда, когда нам не нравится, как выглядит собеседник
4. Барьер «двойника»	Г. причиной затруднений в общении может быть разный социальный статус партнеров

9. Зоны индивидуального пространства в общении:

1. Интимная	А. дистанция до 60 см, зона для самых близких людей, с которыми допускается тактильный контакт
2. Социальная	Б. расстояние более 3 метров, находиться в этой зоне может кто угодно без ущерба для человека
3. Личная	В. расстояние от 0,6 до 1,2 метров, место для друзей, родственников, близких знакомых
4. Общественная	Г. дистанция от 1,2 до 3 метров, в эту зону допускаются деловые партнеры и другие не близкие собеседники

10. Кинесика, изучает поведение человека в его невербальных проявлениях:

1. пантомимика	А. выразительность, сила проявления чувств, переживаний
2. «вокальная мимика»	Б. движение мышц лица
3. пространственный рисунок	В. движения всего тела
4. мимика	Г. интонация, тембр, ритм, вибрато голоса

11. Типы жестов:

1. жесты-регуляторы	А. жесты, передающие разнообразные оттенки чувств
2. жесты – адапторы	Б. используются для пояснения сказанного
3. жесты иллюстраторы	В. играют важную роль в начале и конце беседы
4. жесты-символы	Г. к ним прибегают часто, когда не владеют языком, на котором говорит партнер, но все же стремятся объясниться

12. Основные приёмы рефлексивного слушания:

1. Выяснение	А. значит сформулировать ту же мысль иначе
2. Отражение чувств. составляющей его высказываний	Б. это прямое обращение к говорящему за уточнениями
3. Резюмирование	В. высказывания подытоживает мысли и чувства говорящего
4. Перефразировать	Г. основное внимание уделяется не содержанию сообщений, а чувствам, выраженным говорящим, эмоциональной

13. Клиентов аптеки можно разделить на несколько групп:

1. Посетители	А. все, кто знает о существовании вашей аптеки
2. Покупатели	Б. кто хоть однажды зашел в вашу аптеку
3. Постоянные клиенты	В. регулярно пользуются услугами вашей аптеки
4. Потенциальные покупатели	Г. уже приобрели у вас что – то, хоть одна покупка было совершена.

В. Дополните:

1. _____ - сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятия и понимания другого человека.
2. _____ - формальное общение, когда отсутствует стремление понять и учитывать особенности личности собеседника, используются привычные маски.
3. _____ - коммуникативная техника, при которой роль слушателя заключается в поддержке говорящего.
4. _____ - субъективно переживаемые связи между людьми, объективно проявляющиеся в характере и способах взаимных влияний, оказываемых людьми друг на друга в процессе совместной деятельности и общения.
5. _____ - это способ познания другого человека, при котором предположение о его внутреннем состоянии строится на основе попытки поставить себя на место партнера по общению.
6. _____ - это механизм самопознания в процессе общения в основе которого лежит способность человека представлять то, как он воспринимается партнером по общению.
7. _____ - механизм интерпретации поступков и чувств другого человека.
8. _____ - форма познания другого человека, основанная на формировании по отношению к нему устойчивого позитивного чувства.
9. _____ - формы и особенности контактов, которые пагубно сказываются на личности партнера и осложняют взаимоотношения.
10. _____ - изучает поведение человека в его невербальных проявлениях.
11. _____ - это столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций, мнений или взглядов субъектов взаимодействия.
12. _____ - острое негативное переживание, вызванное затянувшейся борьбой структур внутреннего мира личности, отражающее противоречивые связи с социальной средой и задерживающее принятие решения.
13. _____ - столкновение противоположных целей, мотивов, точек зрения интересов участников взаимодействия.
14. _____ - конфликт, в котором в качестве субъектов выступают группы, преследующие цели, несовместимые с целями противостоящей группы.

15. _____ - конфликт, возникающий в случае, если личность займет позицию, отличающуюся от позиции группы, когда ожидания группы находятся в противоречии с ожиданиями отдельной личности.
16. _____ - конфликт, непосредственной причиной возникновения которого становятся разногласия социальных групп.
17. _____ - поведение в конфликтной ситуации, которое выражается самоустранением, игнорированием или фактическим отрицанием конфликта.
18. _____ - это поведение, проявляющееся в изменении действий и установок под реальным или воображаемым давлением противоположной стороны, податливость чужому мнению в ущерб собственным интересам.
19. _____ - это разрешение конфликтной ситуации путём взаимных уступок.
20. _____ - это стратегия поведения, при которой на первое место ставится не решение конкретной конфликтной ситуации, а удовлетворение интересов всех её участников.

ЗАДАНИЕ (практическое) № 2.

Текст задания: определите психографический тип аптечного клиента, опишите тактику общения с данным психографическим типом, перечислите правила бесконфликтной аптеки в предлагаемой ситуации.

Задача 1.

К вам обращается посетительница В., с просьбой о продаже препарата «Н» от боли в суставах, предлагаемые вами варианты препаратов она отвергает. Клиентка нервничает и злобно заявляет, что о них она ничего не знает, а именно этот препарат все время рекламируют по телевидению, а телевизионная реклама у нее всегда вызывает доверие.

Задача 2.

К вам обращается посетительница А., с просьбой о продаже препарата «Д» от болей в желудке после приема пищи, предлагаемые вами варианты препаратов она отвергает. Клиентка нервничает и злобно заявляет, что о них она ничего не знает, а именно этот препарат все время рекламируют по телевидению, а телевизионная реклама у нее всегда вызывает доверие.

Задача 3.

К вам обращается посетитель Г., с просьбой о продаже препарата «Л» от боли в суставах, предлагаемые вами варианты более дешевых препаратов он отвергает. Клиент повышенным тоном заявляет, что цена для него не имеет значения, а положительные отзывы в печатных изданиях внушают ему большее доверие и он готов платить любые деньги.

Задача 4.

К вам обращается посетитель Ш., с просьбой о продаже препарата «Ф» от боли в поясничной области. Предлагаемые вами варианты более дешевых препаратов он отвергает. Клиент злобно и повышенным тоном заявляет, что цена для него не имеет значения, а положительные отзывы в интернет - сети внушают ему большее доверие и он готов платить любые деньги.

Задача 5.

К вам обращается посетительница Ж., с просьбой о продаже препарата «О» от боли в сердце. На ваш вопрос о наличии рецепта или назначении врача вы получаете

отрицательный ответ. Главный аргумент клиентки «Моей соседке помогает!». Клиентка нервничает и настаивает на покупке препарата.

Задача 6.

К вам обращается посетительница А., с просьбой о продаже препарата «Т» от боли в сердце. На ваш вопрос о наличии рецепта или назначении врача вы получаете отрицательный ответ. Главный аргумент клиентки «Моим знакомым сразу помогло!». Клиентка нервничает и настаивает на покупке препарата.

Задача 7.

К вам обращается посетительница А., с просьбой о продаже нового препарата от морщин, рекламу которого накануне увидела впервые. На ваш вопрос о наличии возможных аллергических реакций и противопоказаний, вы слышите: «Я всегда слежу за рекламой, и все новое стараюсь приобретать незамедлительно!». Клиентка раздражительна, импульсивна. Вам приходится выслушать от нее информацию о том, насколько она озабочена собственной внешностью и ничего для себя не жалеет.

Задача 8.

К вам обращается посетительница Ш., с просьбой о продаже нового средства от давления – аппликатора «Кардиомаг», рекламу которого накануне увидела. На ваш вопрос о наличии возможных противопоказаний, вы слышите: «Я всегда слежу за рекламой, и все новое стараюсь приобретать незамедлительно!». Клиентка раздражительна, импульсивна. Вам приходится выслушать от нее информацию о том, насколько она озабочена собственным здоровьем и ничего для себя не жалеет.

Задача 9.

К вам обращается посетитель А., с просьбой о продаже аппарата лазерной терапии «Милта», рекламу которого накануне увидел впервые. На ваше предположение о наличии возможных противопоказаний и большой стоимости аппарата, вы слышите: «Я всегда слежу за рекламой, меня интересует все новое!». Клиент очень настойчив, агрессивен. Вам приходится выслушать от него информацию о том, насколько он внимателен к своему здоровью и ничего для себя не жалеет, цена прибора не является препятствием для его приобретения.

Задача 10.

К вам обращается посетитель Ф., с просьбой о продаже назального аспиратора, рекламу которого накануне увидел в интернет - магазине. На ваше предположение о наличии возможных противопоказаний, вы слышите: «Я всегда слежу за рекламой, меня интересует всю новое!». Клиент ведет себя агрессивно, постоянно вас перебивает. Вам приходится выслушать от него информацию о том, насколько он внимателен к своему здоровью и ничего для себя не жалеет.

Задача 11.

К вам обращается посетительница Т., с просьбой о продаже аппарата «Витафон», рекламу которого накануне увидела в интернет - магазине. На ваше предположение о наличии возможных противопоказаний и необходимости проконсультироваться с врачом, вы слышите: «Я всегда слежу за рекламой, интересуюсь всем новым, читаю медицинскую литературу и надеюсь только на себя!». Клиентка ведет себя излишне шумно, постоянно вас перебивает. Вы долгое время выслушиваете, насколько она внимательна к своему здоровью, сколько различных методов нетрадиционной медицины уже перепробовала.

Задача 12.

К вам обращается посетительница Х., с просьбой о продаже аппликатора «Кардиомаг», рекламу которого накануне увидела в рекламном проспекте. На ваше предположение о наличии возможных противопоказаний и необходимости обязательно проконсультироваться с врачом, вы слышите: «Я интересуюсь всем новым, читаю медицинскую литературу и довольно успешно справляюсь сама со своими проблемами!». Клиентка ведет себя излишне шумно, постоянно вас перебивает. Вы долгое время выслушиваете насколько она внимательна к своему здоровью, сколько различных методов лечения уже перепробовала, и никогда не было никаких проблем.

Задача 13.

Покупательница Б. очень долго выбирает препарат от давления, она изучает аннотации лекарственных средств, которые у вас попросила. Периодически уточняет, какой производитель препарата на рынке продаж пользуется большим спросом. На ваши советы не реагирует. В итоге приобретает дженерик.

Задача 14.

Покупательница К. очень долго выбирает препарат от перхоти, она изучает аннотации лекарственных средств, которые у вас попросила. Периодически уточняет, какой производитель препарата на рынке продаж пользуется большим спросом. На ваши советы не реагирует. Во время очередной попытки повлиять на ее выбор, она уходит из аптеки.

Задача 15.

Покупатель Ч. очень долго выбирает препарат от боли в суставах, он внимательно изучает аннотации лекарственных средств, которые у вас попросил. Периодически уточняет, какой препарат пользуется большим спросом. На ваши советы не реагирует. В итоге приобретает дженерик.

Задача 16.

Покупатель Л. очень долго выбирает препарат от боли в суставах, он внимательно изучает аннотации лекарственных средств, которые у вас попросил. Периодически уточняет, какой производитель препарата на рынке продаж пользуется большим спросом. На ваши советы не реагирует. Во время очередной попытки повлиять на его выбор, он уходит из аптеки.

Задача 17.

Покупательница А. очень долго выбирает препарат от перхоти, внимательно изучает аннотации лекарственных средств, которые у вас попросила. Периодически уточняет, какой производитель препарата на рынке продаж пользуется большим спросом. На ваши советы не реагирует. Во время очередной попытки повлиять на ее выбор, она уходит из аптеки.

Задача 18.

Покупательница Н. очень долго выбирает кварцевый облучатель. Покупательница ведет себя достаточно высокомерно. Предлагаемые вами более дешевые аналоги сразу отвергает, давая понять, что ее не интересует цена изделия, а она опирается на бренд продукции.

Задача 19.

Покупательница С. очень долго выбирает ионизатор воздуха. Предлагаемые вами более дешевые аналоги сразу отвергает. Ведет себя достаточно высокомерно, давая понять, что ее не интересует цена, а она опирается на бренд продукции.

Задача 20.

Покупатель Ш. очень долго выбирает многофункциональный тонометр на запястье. Вы обращаете внимание покупателя на тот факт, что данные тонометры более требовательны к самой процедуре измерения давления. Покупатель ведет себя достаточно высокомерно, давая понять, что его не пугает процедура измерения давления, а важна мобильность прибора и его бренд.

Задача 21.

Покупательница Д. обращается к вам с просьбой ознакомиться со списком назначений участкового терапевта. Вы знакомите её со стоимостью препаратов. Покупательница просит подсказать, какие препараты можно заменить дешевыми аналогами.

Задача 22.

Покупательница П. обращается к вам с просьбой ознакомиться со списком назначений участкового терапевта и назвать стоимость ЛС. Покупательница просит подсказать, какие препараты можно заменить дешевыми аналогами. Вы называете препараты, подтверждаете их качество и надежность.

Задача 23.

Покупательница В. обращается к вам с просьбой ознакомить её с препаратами по профилактике гиповитаминоза. Покупательница немного напряжена, но внимательно вас выслушивает. Вы называете препараты, их стоимость, подтверждаете качество и надежность, при этом обращаете внимание на возможность приобретения недорогих аналогов.

Задача 24.

Покупательница Л. обращается к вам с просьбой ознакомить её с наличием гипотензивных препаратов, главное требование – качество. Покупательница немного напряжена, но внимательно вас выслушивает. Вы называете препараты, их стоимость, подтверждаете качество и надежность, при этом обращаете внимание на возможность приобретения недорогих аналогов.

Задача 25.

Посетитель Ж. просит проконсультировать его по поводу препаратов от насморка. Вы предоставляете полную информацию о наличии лекарственных препаратов. Посетитель внимательно выслушивает, нервозно и недоверчиво относится к названию новых, неизвестных ему препаратов. В итоге свой выбор останавливает на привычном проверенном и дешевом средстве.

Задача 26.

Посетитель Д. просит проконсультировать его по поводу имеющихся в продаже тонометрах. Вы предоставляете полную информацию об имеющихся у вас аппаратах. Посетитель внимательно выслушивает, задает уточняющие вопросы, отмечает, как шагнула вперед медицинская промышленность. В итоге свой выбор останавливает на привычном проверенном механическом тонометре.

Задача 27.

Посетительница В. просит проконсультировать её по поводу имеющихся в продаже ингаляторах. Вы предоставляете полную информацию об имеющихся у вас аппаратах. Посетительница внимательно выслушивает, задает уточняющие вопросы, отмечает, как шагнула вперед медицинская промышленность. В итоге свой выбор останавливает на привычном проверенном препарате от кашля.

Задача 28.

Посетительница Т. просит проконсультировать её по поводу имеющихся в продаже средств, применяемых при простудных заболеваниях. Вы предоставляете необходимую информацию, советуете приобрести ЛС, пользующееся последнее время большим спросом. Посетительница внимательно выслушивает, отмечает, как шагнула вперед фармакологическая промышленность. В итоге свой выбор останавливает на привычном проверенном препарате.

Задача 29.

Посетитель Ф. просит проконсультировать его по поводу имеющихся в продаже массажеров. Вы предоставляете информацию об имеющихся у вас современных аппаратах, даете инструкции для ознакомления. Посетитель внимательно выслушивает, задает уточняющие вопросы, отмечает, как шагнула вперед медицинская промышленность. В итоге свой выбор останавливает на дешевом ручном массажере, так как не уверен, что остальные не являются подделкой.

Задача 30.

Посетительница Х. просит проконсультировать её по поводу имеющихся в продаже массажеров. Вы предоставляете информацию об имеющихся у вас современных аппаратах, предлагаете новый современный электрический массажер. Посетительница внимательно выслушивает, отмечает, как шагнула вперед медицинская промышленность. В итоге свой выбор останавливает на дешевом ручном массажере, так как считает электрический массажер опасным в использовании.

Условия выполнения задания:

1. Место (время) выполнения задания - кабинет Психологии и психологии общения.
2. Максимальное время выполнения задания: 10 минут

ЗАДАНИЕ (практическое) № 3.

Текст задания: назовите вид конфликта, определите стратегию поведения фармацевта и сформулируйте способ саморегуляции в данной ситуации.

Задача 1.

Заведующая аптекой в категоричной форме поручает фармацевту отдела готовых лекарственных форм заменить заболевшую коллегу на воскресное дежурство. У нее другие планы на выходные, связанные с решением личных проблем. Заведующая настаивает, фармацевт после некоторого колебания дает свое согласие.

Задача 2.

Дневная смена фармацевтов обвиняет коллег, работавших в ночную смену в плохом обслуживании клиентов. Фармацевты, работавшие в ночь объясняют, что причина создавшейся ситуации в большой нагрузке и недостатке персонала. В дальнейшем обещают выполнять свои функциональные обязанности в полном объеме.

Задача 3.

Провизоры отдела запасов обвиняют менеджеров по продажам в нарушении оформления документов при оформлении поступающих лекарственных препаратов.

Менеджеры по продажам объясняют, что причина создавшейся ситуации в большой нагрузке и недостатке персонала. В дальнейшем обещает выполнять свои функциональные обязанности в соответствии с требованиями.

Задача 4.

Провизор отдела безрецептурной продажи обвиняет фармацевта в нарушении правил при оформлении одной из витрин – отсутствие ценников.

В ответ на замечание фармацевт демонстративно и обиженно уходит с полным отказом от дальнейших деловых отношений.

Задача 5.

Провизор отдела готовых лекарственных средств настаивает на приобретении дополнительного оборудования, необходимого для проведения реконструкции зала продаж, так как увеличился прием клиентов. Заведующий аптекой молчит, пытается уходить от решения вопроса, после чего демонстративно уходит.

Задача 6.

Провизор рецептурно – производственного отдела обвиняет свою коллегу в нарушении правил при проведении утилизации отработанного материала.

В ответ на замечание фармацевт язвительно отпускает замечание в адрес оппонента и демонстративно удаляется, прекращая обсуждение вопроса.

Задача 7.

Фармацевт отдела безрецептурной продажи получила задание от заведующей отдела – провести срочное списание лекарственных препаратов, через некоторое время со срочным поручением к ней обратился заведующий аптекой. Фармацевт растеряна, не может расставить приоритеты, так как ей надо срочно домой, где ее ждет больной ребенок. Затем принимает решение – остаться после работы, но выполнить оба поручения.

Задача 8.

Клиент обвиняет фармацевта в грубом и невнимательном к нему отношении, и при этом хвалит предыдущую смену, где такого поведения никогда не замечал. Фармацевт пытается его убедить в ошибочной оценке их общения, и связывает это, скорее всего, с плохим самочувствием клиента.

Задача 9.

Заведующая отдела запасов обвиняет свою коллегу в нарушении оформления документов при приеме товаров. В ответ на замечание фармацевт язвительно отпускает замечание в адрес оппонента, обвиняя ее в предвзятом к ней отношении, и демонстративно удаляется, прекращая обсуждение вопроса.

Задача 10.

Фармацевты отдела безрецептурной продажи обвиняют коллег из отдела запасов в нарушении оформления документов поступающих товаров. Сотрудники отдела запасов объясняют, что причина создавшейся ситуации в большой нагрузке и недостатке персонала. В дальнейшем обещают выполнять свои функциональные обязанности в соответствии с требованиями.

Задача 11.

Клиенты аптеки предъявляют претензии заведующей отделом готовой продукции в плохом оформлении витрины «Новости месяца»: мелкий шрифт, не везде указаны цены и т.д. Заведующая отделом обещает учесть все замечания и провести правильную и четкую рубрикацию товара.

Задача 12.

Клиенты аптеки N обвиняют фармацевта А. в грубом и невнимательном отношении при обслуживании. Заведующая отделом заступает за своего сотрудника, пытается доказать примерами о наличии у фармацевта высокого профессионального уровня. Клиенты не согласны с доводами заведомо и принимают решение обратиться к заведующему аптекой. Заведующая отделом своей позиции не меняет.

Задача 13.

Клиенты аптеки Z. обвиняют заведующую рецептурно – производственного отдела в плохом контроле за работой сотрудников, т.к. изготовление, оформление и отпуск лекарств проводится с задержкой, настаивают на наказании виновных.

Заведующая объясняет причину создавшейся ситуации и примерами пытается доказать о наличии высокого профессионального уровня у своих сотрудников.

Задача 14.

Сотрудники отдела запасов в середине рабочего дня стали настаивать на приеме лекарственных препаратов в отдел готовых лекарственных форм. Заведующая отделом готовых лекарственных форм просит учитывать напряженность рабочего дня и перенести прием лекарственных препаратов на более позднее время, сотрудники отдела запасов не принимают во внимание просьбу и настаивают на приеме препаратов.

Задача 15.

Сотрудники отдела запасов в середине рабочего дня стали настаивать на приеме лекарственных препаратов в отдел готовых лекарственных форм. Заведующая отделом готовых лекарственных форм считает, что необходимо учитывать напряженность рабочего дня и перенести прием лекарственных препаратов на более позднее время, сотрудники отдела запасов считают, что заведующая не принимает во внимание ничью работу кроме своей, но готовы подождать и перенести время передачи лекарственных препаратов.

Задача 16.

Сотрудники аптеки N проводят переучет. Неожиданно приезжает менеджер по продажам и настаивает на срочном оформлении документов. Сотрудники аптеки раздражаются, потому что менеджер не позвонил и не предупредил о своем приезде, а он переживает, поскольку еще несколько учреждений ожидают его приезда. Менеджер обвиняет сотрудников в неоправданном затягивании процесса оформления документов и обещает проинформировать руководство о данном случае.

Задача 17.

Заведующая отделом безрецептурной продажи обвинила сотрудников отдела запасов в несвоевременной доставке лекарств в отдел, в результате чего не смогли своевременно оформить одну из витрин.

Сотрудники отдела запасов язвительно отпустили замечания в адрес заведующей отделом о чрезмерной требовательности и демонстративно покинули кабинет, не завершив разговор.

Задача 18.

Заведующая отделом безрецептурной продажи обвинила сотрудников отдела запасов в несвоевременной доставке лекарств в отдел, в результате чего не смогли

своевременно оформить одну из витрин, обещая доложить о случившемся руководству.

Сотрудники отдела запасов извинились за произошедшую задержку, объяснили проблему, из - за которой пришлось изменить график доставки лекарств, обещая в дальнейшем заблаговременно предупреждать о возможных сбоях в работе.

Задача 19.

Сотрудники административно - хозяйственной части рецептурно – производственного отдела обвиняют фармацевтов в том, что им отводится недостаточно времени для поддержания чистоты и порядка. В результате чего заведующая отделом постоянно делает им замечания, а в последний раз вынесла выговор за нарушение санитарного режима.

Фармацевты, желая установить приоритеты в отделе, рекомендовали младшему персоналу «меньше рассуждать и больше работать».

Задача 20.

В отдел запасов не вышла на работу одна из сотрудниц. Заведующий отделом просит взять фармацевта Н. на себя его обязанности, т.к. это срочная работа. Фармацевт Н. огорчается и категорически заявляет, что не будет этим заниматься, поскольку уже выполнила свою работу и данное поручение не входит в ее функциональные обязанности.

Задача 21.

В отдел запасов не вышла на работу одна из сотрудниц. Заведующий отделом просит взять фармацевта М. на себя его обязанности, т.к. это срочная работа. Фармацевт М. огорчается и категорически заявляет, что не будет этим заниматься, поскольку уже выполнила свою работу и данное поручение не входит в ее функциональные обязанности. Заведующий отделом просит фармацевта проанализировать обстановку и обещает отгул за увеличение рабочей нагрузки. Фармацевт М. соглашается выполнить дополнительные обязанности.

Задача 22.

В отдел запасов не вышла на работу одна из сотрудниц. Заведующий отделом просит взять фармацевта А. на себя его обязанности, т.к. это срочная работа. Получив такое задание, фармацевт А. огорчается, понимая, что придется позже уйти с работы. Заведующий отделом просит фармацевта проанализировать обстановку и объясняет, что в отделе, действительно, сложилась напряженная обстановка с распределением обязанностей. Фармацевт М. соглашается выполнить дополнительные обязанности.

Задача 23.

В аптеке Д. проходило собрание сотрудников, на котором составлялся график отпусков на текущий год. Сотрудники отдела готовых лекарственных форм категорически отказывались от предложенного порядка предоставления отпусков, мотивируя тем, что сотрудники отдела запасов второй год подряд выбирают весеннее и летнее время. Сотрудники отдела запасов не реагируют на замечания и выкрики, и в категоричной форме аргументируют свое решение тяжелой работой в отделе.

Задача 24.

Сотрудники отдела безрецептурной продажи не могут приступить к оформлению

витрин, так как сотрудники отдела запасов задерживают необходимые лекарственные средства, поскольку один из сотрудников заболел, а замену ему пока не нашли. Когда позвонили в отдел запасов, чтобы узнать причину задержки, их нетерпение было воспринято как критика, и с ними прервали разговор, бросив трубку.

Задача 25.

Сотрудники отдела безрецептурной продажи не могут приступить к оформлению витрин, так как сотрудники отдела запасов задерживают необходимые лекарственные средства, поскольку один из сотрудников заболел, а замену ему пока не нашли. Когда позвонили в отдел запасов, чтобы узнать причину задержки, им объяснили причину и попросили еще немного подождать и извинились за создавшуюся ситуацию.

Задача 26.

Заведующий отделом готовых лекарственных форм и заведующий отделом безрецептурной продажи конкурируют за выделение денег для приобретения нового оборудования. Между ними по этому поводу постоянно возникают конфликты, свое недовольство, при каждом удобном случае, они демонстрируют заведующему аптекой. На совещании представителей обоих отделов заведующий аптекой принимает решение, что их заявки следует удовлетворить частично.

Задача 27.

Заведующая аптекой в категоричной форме поручает фармацевту отдела готовых лекарственных форм заменить заболевшую коллегу на воскресное дежурство. У нее другие планы на выходные, связанные с решением личных проблем. Заведующая настаивает, фармацевт отказывается выйти на дежурство.

Задача 28.

Провизоры отдела запасов обвиняют менеджеров по продажам в нарушении оформления документов при оформлении поступающих лекарственных препаратов. Менеджеры по продажам в категоричной форме отказываются, объясняют причину создавшейся ситуации и демонстративно прекращают разговор.

Задача 29.

Провизор отдела готовых лекарственных форм обвиняет фармацевта в нарушении правил при оформлении одной из витрин: ценники расположены хаотично и покупатели не могут определить к какому конкретно препарату они относятся. В ответ на замечание фармацевт демонстративно и обиженно уходит с полным отказом от дальнейших деловых отношений.

Задача 30.

Провизор отдела готовых лекарственных форм обвиняет фармацевта в нарушении правил при оформлении одной из витрин: ценники расположены хаотично и покупатели не могут определить к какому конкретно препарату они относятся. В ответ на замечание фармацевт спокойно выслушивает претензии и обещает все исправить в течение дня.

Условия выполнения задания:

1. Место (время) выполнения задания - кабинет Психологии и психологии общения.

2. Максимальное время выполнения задания: 10 минут

3. Пакет экзаменатора.

ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА		
Результаты освоения (объекты оценки)	Критерии оценки результатов	Отметка о выполнении
<p>Задание (теоретическое) № 1 Выберите один правильный ответ, дополните.</p>		
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - цели, функции, виды общения; - средства общения; - психологические основы межличностного понимания. 	<ul style="list-style-type: none"> - студент знает цели, функции, виды и уровни общения, взаимосвязь общения и деятельности; - владеет механизмами взаимопонимания в общении; - студент знает роль и ролевые ожидания в общении; - виды социальных взаимодействий; - использует техники и приемы общения, правила слушания, ведение беседы, убеждение. - применение техник и приемов эффективного общения в профессиональной деятельности. 	<p>Суммарная оценка задания №1 Max – 5 баллов Min – 3 баллов</p> <p>5 б. – 0-1 ошибка 4 б. – 2 ошибки 3 б. – 3 ошибки</p>
<p>Задание (практическое) № 2 Определите психографический тип аптечного клиента, опишите тактику общения с данным психографическим типом, перечислите правила бесконфликтной аптеки в предлагаемой ситуации.</p>		
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности, этические нормы и принципы делового общения; - техники слушания, ведения беседы и убеждения; - правила использования вопросов и ответов в деловой коммуникации; - пути формирования эмпатии в общении; - психологические основы формирования первого впечатления. 	<ul style="list-style-type: none"> - знание основных сторон этических норм и принципов делового общения, - перечисление правил бесконфликтного общения с клиентами, -определение психографического типа клиентов, - определение стратегии общения с пациентами 	<p>Суммарная оценка задания № 2 – 5 баллов:</p> <p>5 баллов ставится, если:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.правильно продемонстрировано решение задачи; 2. материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, точно используется терминология; 3.продемонстрирована способность к анализу и составлению различных подходов к решению заявленной в билете проблематике;

<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать полученные знания в процессе осуществления своей профессиональной деятельности; - использовать вербальные и невербальные средства общения в деятельности; - психологически грамотно строить свое общение; - эффективно вести переговоры в процессе реализации товара; - эффективно пользоваться рекомендациями и правилами. 	<p>различных психографических типов.</p>	<p>4. продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков;</p> <p>5. ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов.</p> <p>4 балла ставится, если:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; 2. допущены один-два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию экзаменатора. <p>3 балла ставится, если:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но общее понимание вопроса и продемонстрированы умения достаточные для дальнейшего усвоения материала; 2. имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии. <p>2 балла ставится, если:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. не раскрыто основное содержание учебного материала; 2. обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала.
--	--	---

Задание (практическое) № 3

Назовите вид конфликта, определите стратегию поведения фармацевта и сформулируйте способ саморегуляции в данной ситуации.

<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - техники, приемы, правила общения и механизмы межличностного взаимодействия; - особенности ролевого взаимодействия; - особенности межличностной аттракции; - способы управления эмоциями и чувствами. 	<ul style="list-style-type: none"> - знание основных правил и механизмов межличностного взаимодействия, - определение вида конфликтной ситуации, - определение основных стратегий поведения в конфликтных ситуациях, 	<p>Суммарная оценка задания № 3 – 5 баллов:</p> <p>5 баллов ставится, если:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. правильно продемонстрировано решение задачи; 2. материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, точно используется терминология; 3. продемонстрирована спо-
---	---	--

<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - общаться с коллегами и посетителями аптек в процессе профессиональной деятельности; - управлять эмоциональным состоянием в процессе взаимодействия; - найти адекватные способы поведения в ситуации конфликта; - выявлять факторы эффективного общения 	<ul style="list-style-type: none"> -назвать основные методы саморегуляции, -определение факторов стрессовой ситуации. 	<p>способность к анализу и составлению различных подходов к решению заявленной в билете проблематике;</p> <p>4. продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков;</p> <p>5. ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов.</p> <p>4 балла ставится, если:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; 2. допущены один-два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию экзаменатора. <p>3 балла ставится, если:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но общее понимание вопроса и продемонстрированы умения достаточные для дальнейшего усвоения материала; 2. имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии. <p>2 балла ставится, если:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. не раскрыто основное содержание учебного материала; 2. обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала. <p>Общая оценка</p> <p>15-14 б. – 5 («отлично») 13-12 б. – 4 («хорошо») 10-11 б. – 3 («удовлетворительно») <10 б. – 2 («неудовлетворительно»)</p>
---	---	--

Условия выполнения заданий

Время выполнения задания: 25 минут.

Требования охраны труда: проведен инструктаж по технике безопасности.

Оборудование: учебный столы, стулья, таблицы, плакаты, компакт-диски с учебным материалом, ТСО – ноутбук.

Литература для экзаменующихся (справочная, методическая и др.):

Основные печатные издания:

1. Островская И.В. Психология общения: Учебник / И.В. Островская – Москва: ГЭОТАР–МЕДИА, 2019. – 192 с.
2. Столяренко Л.Д. Психология общения / Л.Д. Столяренко. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2019. – 317 с.

Основные электронные издания:

1. Лавриненко, В. Н. Психология общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова; под редакцией В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 350 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9324-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/489968> (дата обращения: 25.12.2021).
2. Бороздина, Г. В. Психология общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова; под общей редакцией Г. В. Бороздиной. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 463 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00753-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/469702> (дата обращения: 25.12.2021).
3. Коноваленко, М. Ю. Психология общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 476 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11060-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/469732> (дата обращения: 25.12.2021).
4. Леонов, Н. И. Психология общения: учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. И. Леонов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 193 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10454-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/474640> (дата обращения: 25.12.2021).

Дополнительные источники:

1. Волкова А.И. Психология общения: Учебник / А.И. Волкова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2018. – 446 с.
2. Харова М.Н. Психология общения: Учебник / М.Н. Жарова. – Москва: Академия, 2018. – 256 с.