

Тест

- При бизнес кореспонденцията изключителна роля имат:
 - Езиковата компетентност;
 - Личните взаимоотношения;
 - Образи на документи;
 - Уменията за преписване.
 - Правно-юрдическите и служебни отношения между институциите се осъществяват с помощта на:
 - Различни по вид документи;
 - Телефонни разговори;
 - Ясно изразяване на личното мнение;
 - Точно определени реквизити.
 - При преминаване от един ред на друг не се разделят:
 - Сложни думи;
 - Инициални съкращения;
 - Съкратени думи;
 - Цифри, изписани с думи;
 - Елементите на дизайна на писмената работа включват:
 - Позиция на пишещия;
 - Въпроси и отговори;
 - Графики за онагледяване;
 - Грамматически правила и пунктуация.
 - Редактирането на текст може да стане с:
 - Редактиране на обръщението;
 - Проверка на обема на писмената работа;
 - Проверка на наличието на чужди мисли;
 - Изглаждане на постройката на речта.
 - При изграждане на абзаците би следвало да се спазва следната структура:
 - Увод, изложение, заключение;
 - Употреба на сложни изречения;
 - Анализ и опровергаване;
 - Повдигане на въпроса-позиция-дискусия.
 - Служебното писмо се съставя по определена форма. За него са приложими определени принципи на доброто писане. Един от тях е:
 - Ултимативен тон;
 - Нестандартност;
- Изразяване на лично мнение.
- Логическа структура;
 - Меморандумът служи за:
 - Докладване във връзка с определени дейности;
 - Обявяване на свободни работни места;
 - Определяне приносът на двете страни;
 - Уточняване задълженията на едната страна.
 - В CV-то се включва следната информация:
 - Размер на желаната заплата;
 - Данни за семейството;
 - Причини за уволненията;
 - Лични данни.
 - При оформяне на мотивационното писмо кандидатът трябва да е информиран за:
 - Местонахождението на компанията;
 - Деловите партньори на компанията, постъпили не етично;
 - Основна насоченост и бизнес стратегия;
 - Продуктите и услугите, които са непродаваеми.
 - С референцията се цели:
 - Разгласяване на информация за конкурентите;
 - Установяване на коректни взаимоотношения;
 - Установяване на епизодични отношения;
 - Предоставяне на подвеждаща информация.
 - Един от критериите, определящ вида на офертата, е:
 - Стоката да е в наличност;
 - Наличие на банкова сметка;
 - Цели, които тя преследва;
 - Проформа фактура.
 - За правилен електронен мениджмънт е необходимо:
 - Огласяване на поверителната информация на колегите;
 - Спазване на авторското право;
 - Владеене на английски език;
 - Цел, която се преследва.
 - Договорът съдържа една от следните клаузи:
 - Количество и качество на стоката;
 - Права и задължения на едната страна;
 - Спецификация;
 - Фирмено наименование на контрагентите.

15. При договор с богата асортиментна структура, тя се описва в:
- Предмет на договора;
 - Франкировка;
 - Други условия;
 - Спецификация към договора.
16. Договорът за франчайзинг е правото на ползване на:
- Правото на ползване на ноу-хау;
 - Пазари на интелектуална собственост само в страната;
 - Продукти на един производител;
 - Собствена търговска марка.
17. Докладът, като форма на бизнес комуникация:
- Съдържа само личното мнение на автора;
 - Очертава рамките на разискванията;
 - Съдържа стратегията на преговорите;
 - Идентифицира участниците в определен форум и тяхната роля;
18. Един от четирите вида реторични средства при презентации, е:
- Въпроси и отговори;
 - Казуси;
 - Антитеза;
 - Реферати.
19. Принципи, при оформяне на слайдовете за презентация:
- Богат на анимации и цветове слайд;
 - Оформяне само с главни букви;
 - Повече от една идея в един слайд;
 - Премерено използване на анимации.
20. Задължително условие при осъществяване на комуникации е:
- Задаване на реторични въпроси;
 - Недоверието;
 - Да се знае ефектът от използваните думи и поведение;
 - Негативното поведение.
21. За да са успешни бизнес комуникациите е необходимо:
- Сигурна печалба от сделката;
 - Огласяване на поверителна информация за конкурентите;
 - Освобождение от негативни мисли;
 - Добър външен вид и обноски.
22. Не вербалната комуникация се реализира при:
- Проява на неразбирание и отегчение;
 - Укриване на емоционални състояния;
 - Управление на социалната ситуация;
- d. Представяне на събеседника; Не
23. Доверието е един от големите помощници в комуникациите, то е:
- Трансформиране на емоциите;
 - Усещане за почитеност;
 - Наличие на отрицателни емоции в общуването;
 - Насока за бъдещи не етични действия.
24. По „емоционалната банкова сметка“ се внасят следните депозити:
- Не разбираме на индивида;
 - Големи парични суми;
 - Проява на нелоялност;
 - Обръщане внимание на дребните неща.
25. При конфликтна ситуация ръководителят:
- Води разговор на „четири очи“ със спорещите; Не
 - Взема страна в спора; Не
 - Приканва страните да изложат своята гледна точка;
 - Предлага компромисно решение.
26. Емоционална интелигентност е набор от характеристики, като:
- Контрол над собствените настроения;
 - Неспособност за мотивация;
 - Склонност към агресия;
 - Способност за образно представяне.
27. Ценностите са цели и средства. Ценност-средство е:
- Развитие на кариерата;
 - Щастие, любов, мир;
 - Емоционално състояние, чувства и вътрешни преживявания;
 - Спорт, разходки, собственост.
28. Една от задачите на лявата половина на мозъка е:
- Интуиция;
 - Способност за образно представяне;
 - Анализ, логика, деловитост;
 - Желание за между човешка близост.
29. Навиците са пресечна точка между:
- Знание, умения, желание;
 - Служебните задължения и свободното време;
 - Положителни и отрицателни емоции;
 - Целите на бизнеса и средствата за постигането им.
30. Какви ценности са необходими на личността за изграждане на ефективни комуникации (според вас)?: