

«УТВЕРЖДАЮ»

Заведующий кафедрой фармации ИФМиБ

д.фарм.н. профессор Д.Х. Шакирова

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ по дисциплине:

«Коммуникативные основы фармацевтической деятельности»

(33.05.01. Фармация)

1. Понятие о коммуникации, коммуникативном процессе. Виды и типы коммуникации.
2. Вербальная и невербальная коммуникация
3. Интерактивная модель межличностной коммуникации
4. Психологические и социальные характеристики коммуникации
5. Коммуникативные барьеры. Язык жестов.
6. Виды коммуникативных барьеров: логический, стилистический, фонетический, семантический. Факторы, влияющие на коммуникативную компетентность.
7. Особенности коммуникации в соответствии с типом личности
8. Деловая переписка по электронной почте. Правила оформления делового письма
9. Деловая переписка по электронной почте. Принципы и правила общения по e-mail
10. Сетевой коммуникационный порядок. Цифровой этикет.
11. Принципы цифрового этикета. Особенности деловой переписки в мессенджерах
12. Публичное выступление как вариант коммуникации с аудиторией. Преимущества и недостатки
13. Виды публичных выступлений. Основные этапы публичных выступлений.
14. Подготовка к публичному выступлению. Требования к выступающему
15. Типы покупателей. Принцип коммуникации в соответствии с каждым типом. Эмоциональный тип поведения.
16. Типы покупателей в аптеке. Правила коммуникации с клиентом-холериком
17. Типы покупателей в аптеке. Правила коммуникации с клиентом-сангвиником
18. Типы покупателей в аптеке. Правила коммуникации с клиентом-флегматиком
19. Типы покупателей в аптеке. Правила коммуникации с клиентом-меланхоликом
20. Особенности коммуникации в соответствии с типом личности. Особенности общения с пожилыми людьми.
21. Особенности коммуникации в соответствии с типом личности. Особенности общения с молодежью.
22. Особенности коммуникации в соответствии с типом личности. Особенности общения с мамами с детьми.
23. Как провести рабочую встречу: план проведения совещания
24. Деловая беседа, переговоры. Структура деловой беседы
25. Рекомендации по ведению деловой беседы
26. Виды возражений клиентов. Причины и типы возражений.
27. Техника работы с возражениями клиентов.
28. Small talk как инструмент для установления контактов. Рекомендации к Small talk
29. Характеристика коммуникативной культуры
30. Факторы, влияющие на формирование коммуникативной культуры