

Лекция КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

- 1. Коммуникация как функция управления организацией.**
- 2. Структура внутренних коммуникаций в организации.**
- 3. Виды коммуникаций в организациях.**
- 4. Формы деловой коммуникации в организации.**

Организация

- Организация - это группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей.

Коммуникации в организации

- ⦿ Коммуникации в организации - это информационные взаимодействия, в которые люди вступают при выполнении своих функциональных обязанностей или должностных инструкций.
- ⦿ Коммуникация — это функция управления, позволяющая при помощи правильно организованной передачи информации обеспечить надежное соединение всех звеньев предприятия и их взаимодействие.

Внутренняя среда организации

- ◎ Каждая организация имеет внутреннюю и внешнюю среды, в которых осуществляется их деятельность.
- ◎ Внутренняя среда организации - это та часть общей среды, которая находится в рамках организации.

Внутренняя среда

- ⦿ кадровая структура;
- ⦿ организационная структура;
- ⦿ производственная структура;
- ⦿ маркетинговая структура;
- ⦿ финансовая структура.

Внешняя среда

К внешней среде прямого воздействия на организацию относятся:

- ⦿ поставщики — организации, поставляющие материалы, оборудование, капитал, рабочую силу;
- ⦿ потребители (клиенты);
- ⦿ партнеры по бизнесу - торговые посредники, распространители продукции и т.д.

Факторы внешней среды (косвенные)

- Конкурирующая среда
- Общественная среда
- Состояние экономики
- Социокультурные факторы
- Политические факторы
- Макросреда, или международное окружение.

Структура организации

- ◎ Социально-демографическая
- ◎ Профессиональная
- ◎ Неформальная
- ◎ Психологическая

Социально-демографическая структура организации

- определяется половым, возрастным, этническим составом работников предприятия, уровнем их образования, квалификацией, опытом и стажем работы.
- Выделяются гомогенные и гетерогенные типы структур.

Профессиональная структура

- ⦿ административный персонал — руководители, в обязанности которых входит организация системы производства;
- ⦿ производственный персонал — работники, занятые производством продукции;

- обслуживающий персонал — работники, занятые обеспечением системы производства (маркетинг, снабжение, сбыт, техника безопасности);
- инженерно-технический персонал — работники, занятые созданием новой техники и технологии, обеспечением бесперебойной работы имеющейся техники.

Типы «коммуникаторов» в организации

- ◎ «сторож» — работник, контролирующий прохождение информации к другим работникам (секретари, диспетчеры и т.д.);
- ◎ «лидер мнений» — работник, оказывающий влияние на мнения и поведение других работников;

- ◎ «связной» — работник, служащий связующим звеном между различными группировками;
- ◎ «пограничник» — работник, имеющий высокую степень связей с внешней средой.

Виды коммуникаций в организации

- ⦿ внешние и внутренние;
- ⦿ вертикальные и горизонтальные;
- ⦿ межличностные и организационные;
- ⦿ формальные и неформальные.

Формы деловой коммуникации в организациях

- беседы, совещания, собрания, переговоры, конференции, разнообразные деловые встречи, обеспечивающие эффективность как внутренних, так и внешних взаимодействий.

Деловой разговор и деловая беседа

Основная цель деловой беседы — обмен информацией по конкретному вопросу:

- ✓ найм и увольнение персонала,
- ✓ «поручение производственного задания»,
- ✓ анализ и разрешение конфликтных ситуаций,
- ✓ внедрение новаций,
- ✓ трудовая и производственная дисциплина,
- ✓ улучшение психологического климата в коллективе.

Деловая беседа

- ◎ Деловая беседа состоит из пяти фаз: начало беседы, передача информации, аргументирование, опровержение доводов собеседника, принятие решений.

Деловое совещание

- ⦿ Деловое совещание — это общепринятая форма делового общения по обсуждению производственных вопросов и проблем, требующих коллективного осмысления и решения.

Типы совещаний в зависимости от управленческих функций:

- ⦿ совещания по планированию;
- ⦿ совещания по мотивации труда;
- ⦿ совещания по внутрифирменной организации;
- ⦿ совещания по контролю за деятельностью работников;
- ⦿ совещания, специфические для организации.

Правила поведения на совещании для руководителя:

- начать и завершить совещание в точно назначенное время;
- сообщить о регламенте;
- согласовать правила работы, уточнить повестку дня;
- назначить ответственного за регламент и протокол;
- регулировать деловитость и направленность выступлений;
- соблюдать корректность дискуссии;

- ⦿ использовать разнообразные приемы для активизации внимания участников совещания;
- ⦿ подводя итоги, обобщить все сказанное, сформулировать выводы, определить задачи на будущее;
- ⦿ в заключение оптимизировать ситуацию, настроить персонал на эффективную работу.

Правила поведения на совещании для участников:

- ⦿ не следует бояться взять на себя ответственность за то, что вы говорите;
- ⦿ не рекомендуется использовать провокационные вопросы или вопросы-ловушки, которые провоцируют конфликты, становятся причиной ухода от проблемы;
- ⦿ в высказываниях быть конкретным, четким, корректным;
- ⦿ оставаться естественным — самим собой, а «не играть роль»;
- ⦿ выражать собственную позицию.

Пресс-конференция

- Пресс-конференция — мероприятие, направленное на информационную и рекламную поддержку имиджа организации.
- Этот вид деловых контактов во многом обеспечивает эффективность взаимодействия с внешней средой.

Структура пресс-конференции

- ⦿ приветствие;
- ⦿ причина проведения;
- ⦿ программа;
- ⦿ представление выступающих;
- ⦿ материалы для прессы

Деловые переговоры

- ◎ Деловые переговоры — специфический вид деловой коммуникации, имеющий свои правила и закономерности, использующий совместный анализ проблем.
- ◎ Деловые переговоры — инструмент как внутренних, так и внешних коммуникаций.

Конфронтационный и партнерский подходы к переговорам

- Конфронтационный подход к переговорам — это противостояние сторон, т.е. каждая из сторон уверена, что целью переговоров является победа, а отказ от полной победы означает поражение.

- ◎ Партнерский подход реализуется на основе совместного с партнером анализа проблем и поиска взаимоприемлемого решения, при котором в выигрыше оказываются оба участника.

Стили ведения переговоров

- Выделяют следующие стили ведения переговоров: мягкий, жесткий, рациональный

Принципы ведения переговоров

- ⦿ разграничение — следует разграничивать участников переговоров и предмет переговоров;
- ⦿ интересы — сосредоточьтесь на интересах, а не на позициях;
- ⦿ варианты — прежде чем решать, что делать, выявите все возможные варианты решения вопроса (ищите варианты);
- ⦿ критерии — постарайтесь, чтобы результат основывался на каких-то объективных критериях (ищите критерии).

Стадии переговоров

- ◎ стадия анализа, на которой необходимо собрать информацию и обдумать ее; разобраться в проблеме; определить интересы своей и другой стороны;
- ◎ стадия планирования, на которой надо обдумать все возможные варианты решения проблемы, спрогнозировать возможный алгоритм поведения другой стороны и свою реакцию;
- ◎ стадия дискуссии требует использования четырех принципов ведения переговоров.

Маркетинговые коммуникации

- Маркетинговые коммуникации - это процесс передачи обращения от производителя к потребителю с целью предоставить ему товар и услуги организации в привлекательном для целевой аудитории свете.

Задачи маркетинговых коммуникаций

- информирование аудитории о существовании определенных товаров и услуг, объяснение их предназначения;
- убеждение - формирование благоприятного отношения потребителя к организации и ее маркам;
- создание образа - формирование образа организации, связанного с дифференциацией потребителем марок выпускаемого продукта;
- подкрепление - удержание постоянных потребителей.

- Маркетинговые коммуникации включают: личные продажи, рекламу в средствах массовой информации, прямой маркетинг, мероприятия по продвижению продукта и связи с общественностью.
- Наиболее современными формами маркетинговых коммуникаций считаются различные формы прямого ответа потребителям, продвижение через электронные сети и Интернет.

Спасибо за внимание!