

Sadržaj

Uvod

Komunikacija je oblik socijalne interakcije koji podrazumeva prenošenje iskustvenih sadržaja putem znakova, bilo da su oni signali ili simboli ili njihova kombinacija. Znak je draž koja stoji umesto nečega i predstavlja prvu kariku u procesu komunikacije. Signali, kao vrsta znakova, izražavaju unutrašnja stanja čoveka. U psihologiji se poklanja posebna pažnja proučavanju ove vrste znakova budući da se one teže kontrolišu od strane pojedinca, te su značajan izvor informacija o osobi. Takođe, u poslovnom svetu ljudi se obučavaju da percipiraju signale i/ili da ih kontrolišu zbog različitog značaja koje imaju u pojedinim kulturama. Simboli su nosioci značenja. Primeri su reči, tj. jezik, zastave, grbovi zemalja, logo kompanije i slično. U poslovnom svetu se mnogo ulaže u kreiranje simbola koji dobijaju značenje imena kompanije, za koji se vezuju emocije poverenja, motivacije da se kupovinom nekog proizvoda bude član grupe sa zaštitnim znakom kompanije i sl.

Osnovna podela komunikacije je na:

verbalnu (sredstva prenošenja su simboli) i

neverbalnu koja se zatim deli na:

kinezičku i

proksemičku komunikaciju.

Verbalna komunikacija se ostvaruje putem simbola. Brojne su situacije u okviru poslovanja organizacije u kojima dolazi do izražaja važnost verbalne komunikacije. Nabrojaću samo neke od njih: pregovaranje, motivisanje zaposlenih, prezentacija kompanije, dogovori oko poslova i slično. Pri tome, u okviru organizacije verbalna komunikacija može biti usmena i pismena. Budući da je komunikacija jedan od najvažnijih instrumenata za rad organizacije, treba definisati koje poruke zahtevaju pisanu, a koje usmenu formu, kao i edukovati zaposlene o efikasnim načinima komunikacije. Savremeni načini sistemske komunikacije među zaposlenima su Internet, i-mejl, različiti vidovi biltena, oglasne table i slično. Komunikacija je, takođe, značajan instrument motivacije i uspešnost zaposlenih. Brojna su psihološka istraživanja koja ukazuju na značaj davanja povratne informacije za efikasnost u nekoj aktivnosti. Zaposleni često izražavaju nezadovoljstvo ili „glad“ za povratnom informacijom o svom poslu. Izostanak pohvale i kritike deluju demotivisano, zato što je zaposlenima potrebna orijentacija, kao i utisak da je neko obratio pažnju na njihov rad. Komunikološki treninzi imaju za cilj da edukuju menadžere kako i u kojim situacijama da iskažu povratnu informaciju.

Kinezička komunikacija se ostvaruje putem kinezičkih znakova, kao što su: mimika, govor tela, kretanje i položaj u prostoru. Ovaj vid komunikacije je manje uočljiv što ne umanjuje dejstvo ovih znakova na ljude i njihovo shvatanje poruka. U situacijama kada postoji raskorak između izrečenog i kinezičkih znakova, mnogo veći efekat će ostaviti na sagovornika upravo „skrivena“ poruka. U poslovnom svetu se poklanja značajna pažnja edukaciji menadžera i zaposlenih u pogledu govora tela, odevanja, izraza lica i slično.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com