

Značaj neverbalnih poruka u poslovnoj komunikaciji

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 15 | Nivo: Visoka poslovna škola strukovnih studija, Blace

UVOD

Komunikacija kao osnova za sporazumevanje razvojem čoveka podignuta je na viši nivo u odnosu na komunikaciju među ostalim živim bićima. Tako komunikacija postaje uzrok i posledica mnogih interakcija među osobama. Može se reći da ona čini osnovu opstanka čoveka, jer čovek je društveno biće i u stalnom je kontaktu s drugim ljudima. Ona je sredstvo pomoću kojeg stvaramo prijatelje, razgovaramo s drugim ljudima, izražavamo svoja mišljenja, stavove, molimo za pomoć i mnogo drugih stvari. Čovek od svog rođenja uči kako komunicirati da bi te sposobnosti dalje kroz život razvijao. Ljude razlikujemo prema veštini odnosno kompetentnosti komuniciranja. Visinu komunikacijske kompetencije definišemo ko stupanj u kome su nečija ponašanja primerena situaciji i tako omogućuju osobi da ostvari svoje individualne i relacijske ciljeve. Stvar stupnja deo je kompetencije koji govori o ponašanju koje može biti manje ili voše kompetentno u odnosu na postojeću situaciju. Komunikacijska kompetencija pokazuje na uspešnost ostvarivanja individualnih ali i relacijskih ciljeva. Ostvarivanje samo individualnih ciljeva bez obzira na ciljeve ostalih može dovesti do toga da čovek ostane bez prijatelja. U interakcijama s ljudima važnije je održavanje odnosa od ostvarivanja vlastitih ciljeva. Ne postoji neko opšte prihvaćeno kompetentno komunikacijsko ponašanje nego je situacija ta koja zahteva određeno ponašanje. Komunikacijska kompetencija obuhvata i tri vrste ponašanja: spontano, uvežbano i planirano. Spontano ponašanje karakteriše odsutnost svesnog planiranja ili vođenja. Uvežbano ponašanje zahteva promišljenost i vođenje, ono je komunikacijski čin na najvišem nivou. Kompetencija nekog sagovornika je pod uticajem njegovog sagovornika, jer komunikacija je ono što se čini s ljudima. Lakše je ostvariti komunikaciju kada drugi saraduju. Za kompetenciju nisu dovoljne samo veštine nego i relacijski i situacijski činitelji. Komunikacijska kompetencija stvar je kompromisa. Ona traži pronalaženje konstruktivnih rešenja za istodobno primerenost i uspešnost.

2. POSLOVNI RAZGOVOR

Razgovor licem u lice klasičan je istorijski najstariji oblik interpersonalne komunikacije. Poslovni razgovor je takođe i najviše upotrebljavani oblik poslovnog komuniciranja, kojim se može obaviti širok krug aktivnosti aplikativnog karaktera. U te aktivnosti spadaju: pokretanje inicijative za obavljanje određenih poslova, razmena informacija i davanje uputstva itd. Kako bi se poslovni razgovor kvalitetno obavio potrebno je da se komunikator pažljivo pripremi za njega i da poznaje i primenjuje odgovarajuće tehnike razgovora, zasnovane i na poznavanju psihologije sagovornika, logike ubeđivanja, filozofije međunarodnih odnosa i ekonomije vremena i ponašanja. Dobri retoričari su uglavnom i kulturni i obrazovani ljudi.

Poslovni razgovori mogu biti spontani i pripremljeni. Spontani razgovori sprovode se po unapred pripremljenom planu.

3. NEVERBALNE PORUKE

Prema načinu ostvarivanja interakcije komuniciranje se može klasifikovati na verbalno i neverbalno. Neverbalna komunikacija- nesvesno i automatsko slanje informacija putem signala o osećanjima, stavovima, mišljenju-omogućava ljudima da komuniciraju bez upotrebe reči. Može se ostvariti na različite načine: vizuelnim putem (preko čula vida), taktičkim putem (dodirom i drugim fizičkim kontaktima), putem mirisa (npr. hrane, pića, ljudskog tela,ambijenta) idr. Komunikator koji u komunikaciji koristi čulne neverbalne podsticaje, treba da zna da različite osobe saglasno svojim opredeljenim preferencijama na njih mogu razlicito da reaguju. Svi ljudi koriste neverbalnu komunikaciju. Iako se misli da svoje želje i namere najbolje iskazijemo rečima, neverbalno sporazumevanje ima značajniju ulogu, jer je više od 50% komuniciranja licem u lice neverbalnog tipa. Engleski komunikolog Albert Mehrabijan je otkrio da se pri komuniciranju celokupni utučaj poruke sastoji od sledećih delova: verbalnog dela-sadržaj poruke (7%), vokalnog dela-ton glasa i njegove promene (38%), i neverbalnog dela (55%).

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

www.maturskiradovi.net

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