

SADRŽAJ:

UVOD.....	3
POJAM KOMUNIKACIJE.....	5
PROCES KOMUNIKACIJE.....	6
VERBALNA I NEVERBALNA POSLOVNA KOMUNIKACIJA.....	8
3.1. Verbalna poslovna komunikacija.....	8
3.2. Neverbalna poslovna komunikacija.....	9
3.3. Usmena komunikacija.....	11
3.4. Pisana komunikacija.....	11
3.5. Teškoće u komunikaciji.....	11
4. NENASILNA POSLOVNA KOMUNIKACIJA.....	13
ZAKLJUČAK.....	15
LITERATURA.....	16

UVOD

Kao nauka u kojoj se najviši akcenat stavlja upravo na socijalni i psihološki odjek komunikacije među ljudima, komunikologija je neizbježan kanal preko kojeg se najbolje može upoznati komunikacija u okvirima poslovne dimenzije. Ljudska komunikacija doživljava osjetnu transformaciju u poslovnom svijetu, od neposredne i refleksne do formalne i idejno temeljne, te je iz ovog razloga komunikologija neophodna da definiše određene kodekse ponašanja i razmjene informacija i iskustava u okviru poslovne kulture, te da te iste kodekse opravda i objasni.

Komunikologija se bavi istaživanjem, definisanjem i praktičnom analizom i elaboracijom komuniciranja u svim segmentima društva, te na ovaj način posjeduje i određena nepisana pravila, zakone i vrlo relativne definicije u okviru komunikacije u poslovanju.

Kao i mnogi drugi aspekti, grane komunikologije nisu precizno određene i uokvirene. Međutim, područja istraživanja u komunikologiji su podijeljena na: interpersonalno, komuniciranje u malim grupama i masovno komuniciranje.

Interpersonalno komuniciranje zasniva se na komunikaciji između dva ili više komunikatora, u opuštenoj, ležernijoj, prisnijoj atmosferi, u kojoj lica komuniciraju u najširem polju tematike.

Komuniciranje u malim grupama zasniva se na komunikaciji između malog broja osoba okupljenih oko zajedničkog cilja i ideje.

Masovno komuniciranje se smatra najzastupljenijim i njemu je u komunikologiji, posvećeno najviše pažnje.

Zastupljena je jednosmjerna komunikacija raznih ideja, informacija i stavova. U nju se ubraja i komunikacija putem medija, što joj pridaje dodatnu važnost.

POJAM KOMUNIKACIJE

Pod komuniciranjem u najopštijem smislu riječi se veoma često podrazumijeva prenošenje podataka.

Međutim, komuniciranje nije samo „prsto“ slanje podataka, odnosno informacija. Riječ je o procesu razmjene informacija koje razumiju dva ili više lica koja međusobno komuniciraju.

Komunikacija je potrebna za:

Uspostavljanje i provođenje ciljeva preduzeća,

Razvoj planova za njihovo ostvarivanje,

Organizovanje ljudskih i drugih resursa na najuspješniji način,

Izbor, razvoj i ocjenjivanje članova organizacije,

Vođenje, usmjeravanje, motivisanje i kreiranje klime u kojoj ljudi žele doprinostiti,

Kontrola ostvarenja.

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

www.maturskiradovi.net

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