

Komunikační prostředí firmy

**SLOVO SE UJME SPÍŠE NEŽ MYŠLENKA
A TAKÉ
MÁ VÍCE VEŘEJNÉHO ZÁJMU.**

KAREL ČAPEK

Firemní komunikace :



- Je komunikační sítí umožňující spolupráci či samostatnou existenci organizace
- součástí podnikové kultury
- Významnou konkurenční výhodou

Komunikační proces



- Proces, který charakterizovat jako :
- *"Kdo říká, co, jakým kanálem, ke komu, s jakým účinkem.,,*
- *Kdo – co říká - komu – čím – s jakým úmyslem –
- s jakým účinkem*

Komunikaci rozlišujeme



podle počtu účastníků a charakteru na:

- Intrapersonální
- Interpersonální
- Masová

Komunikaci rozlišujeme



- **Podle užitého komunikačního kanálu na:**
- Verbální
- Neverbální
- Komunikace činem

Funkce komunikace :



- Informovat (in-form= tvarovat uvnitř)
- Vzájemně se domluvit
- Instruovat/ zjišťovat (vede k lepší orientaci ve světě)
- Pobavit
- Přesvědčit
- Navázat kontakt, sdružovat se
- Exhibovat

Motivace ke komunikaci



- existenciální (zaplnění pocitů bezesmyslnosti a prázdnoty),
- přesilové (touha po sebeuplatnění a snaha vyniknout)
- adaptační (v rámci plnění sociální role)

Komunikační kontext



Vnitřní kontext

- Momentální psychický a fyzický stav (vnitřní vyladění)
- Minulé zkušenosti
- Vědomé i nevědomé motivy

Vnější kontext

- Fyzikální - čas, prostor
- Kulturně-společenské - společenské normy, kulturní zvyklosti
- Situační - skupina, vzájemné postavení účastníků

Teorie komunikace



- **Teorie komunikace podle Erica Berneho :**
- E. Berne, autor teorie transakční analýzy definuje tři stavy ega, jenž výrazně ovlivňují interpersonální komunikaci:
 - rodič,
 - dospělý
 - dítě

Teorie komunikace II.



- V rámci svého modelu růstu definuje americká psycholožka **Virginie Satirová (1994) celkem čtyři styly komunikace:**
- Vinič
- smířlivec
- počítač
- rušič

Verbální komunikace



Vyjadřování pomocí slov, prostřednictvím jazyka
Verbální komunikace může být :

- A) přímá x zprostředkovaná
- B) mluvená x psaná
- C) živá x reprodukováná

Jazykové prostředí



- Je tvořeno 4 základními prvky :
 - ❑ lidmi
 - ❑ Jejich úmysly
 - ❑ Komunikačními pravidly, s jejichž pomocí dosahují svých úmyslů
 - ❑ Skutečně používanou řečí v dané situaci

Komunikační styly



- ❑ Konvenční
- ❑ Konverzační
- ❑ Operativní
- ❑ Osobní, intimní

Paralingvistické aspekty verbálního projevu



- Hlasitost verbálního projevu
- Výška tónu řeči
- Rychlost verbálního projevu
- Objem řeči
- Plynulost řeči, pomlky, frázování
- Barva hlasu, emoční náboj
- Kvalita řeči
- Slovní vata
- Chyby v řeči

Neverbální komunikace



- Neverbální projevy v oblasti obličeje a hlavy
- Pohyby rukou a paží
- Pohyby a pozice těla a nohou

Bariéry komunikace



- **Interní**
- **Externí**
 - ❑ nezvyklé prostředí
 - ❑ vyrušování někým třetím
 - ❑ hluk, vizuální rozptylování

Interní bariéry komunikace



- Obava z neúspěchu
- Problémy osobního rázu, emoční stav
- Rozdíly mezi účastníky komunikace
- Bariéry postoje vůči komunikačnímu partnerovi (neúcta, povýšenectví, odpor, nesympatie)
- Skákání do řeči, nenaslouchání,
- Nepřipravenost na komunikování
- Fyzické nepohodlí
- Nesoustředěnost
- stereotypizace

Problémy v komunikaci



Několik komunikačních kanálů:

- Se zaměstnanci
- Komunikace ústředí – složky
- Velkoobchod – maloobchod
- S věřiteli – akcionáři
- S veřejností
- Se sdělovacími prostředky
- S odborníky, s experty
- S postiženými lidmi

Funkční podniková komunikace



Měla by splňovat :

- zam-ci znají podnikové cíle
- Podpora formálních i neformálních vztahů
- Posilování pozitivních vztahů
- Nadřízení znají pracovní kompetence jednotlivců týmu
- Každý zná své cíle
- Každý ví, co má dělat
- Loajalita zam – ce, identifikace zam-ce s podnikovými cíli

Komunikační kanály v podniku



- Rozhovor tváří v tvář
- Skupinový rozhovor – porada, týmová diskuse
- Konference, výroční zpráva, seminář
- Vzdělávání
- Podnikové časopisy a noviny
- Nástěnky, reklama , PR
- Dopisy, písemné zprávy
- Telefonování
- Faxy, emaily, telegramy, teletexy
- Oběžníky, předpisy
- Podnikové obřady a tradice
- Image podniku



- Děkuji za pozornost.