

Содержание

Введение.....	3
Краткая теоретическая часть.....	4
Расчётная часть.....	6
Заключение.....	9
Список литературы.....	10

Введение

Цель работы: изучить коммуникации и процесс принятия решений на примере реальных производственных ситуаций в различных компаниях, показать влияние коммуникации и процесса принятия решений на конкурентоспособность бизнеса.

Задачи работы:

- найти и изучить интернет- ресурсы, описывающие коммуникации и процесс принятия решений на примере реальных производственных ситуаций в различных компаниях,
- показать влияние коммуникации и процесса принятия решений на конкурентоспособность бизнеса,
- подготовить краткую аналитическую записку и сообщение на практическом занятии.

Краткая теоретическая часть

Коммуникативные барьеры – это различные препятствия, мешающие взаимопониманию участвующих в коммуникации сторон. Если говорить простыми словами, это всё то, что мешает людям правильно понимать друг друга. Главная проблема, которую создают коммуникативные барьеры, заключается не в том, что часть информации может быть утеряна, а в том, что она может быть принята или интерпретирована неправильно. Это может приводить к конфликтам и прочим негативным последствиям.

Одна из главных ошибок, которую допускают люди в общении, заключается в том, что им кажется, будто собеседник всегда понимает высказанные ими мысли в точности так же, как и они сами. В действительности же всегда есть какие-то факторы, которые могут приводить к неправильному пониманию. Собеседник может понять сказанное совершенно иначе из-за окружающей обстановки, настроения, наличия или отсутствия определённых знаний и множества других факторов. И такую возможность всегда нужно учитывать при общении.

Коммуникативные барьеры могут возникать по внешним причинам, но чаще всего их вызывают внутренние причины психологической природы. Участники коммуникации могут создавать их сознательно или бессознательно. Одной из наиболее частых причин возникновения коммуникативных барьеров является то, что у каждого из участников уже есть субъективное мнение по обсуждаемой теме.

Нередко препятствия в понимании возникают как защитный механизм психики. К примеру, если человек не готов к какой-то информации, он на бессознательном уровне «защищается» от неё и интерпретирует услышанное неправильно. Иногда это может быть и осознанная (по крайней мере, частично) защита от чужого влияния или манипуляций.

Ещё одной распространённой причиной возникновения коммуникативных барьеров является разница в знаниях и опыте. К

примеру, профессиональная деформация заставляет человека особым образом воспринимать всё, что связано с его работой. Соответственно, это может создавать барьеры в коммуникации с неподготовленными людьми. Используя какие-то понятия в разговоре, человек даже не будет осознавать, что большую часть сказанного собеседник понять не может.

Расчётная часть

Задание:

- найти интернет- ресурсы по выбранному варианту задания;
- составить перечень ссылок на найденные ресурсы;
- проанализировать представленные на них сведения (взаимодействие в рабочей группе в выбранной компании; влияние на конкурентоспособность бизнеса);
- подготовить краткую аналитическую записку (цель, задачи работы, найденные ресурсы и их краткая характеристика, достоинства, недостатки, выводы, предложения);
- подготовить сообщение (презентацию) на практическом занятии;
- ответить на контрольные вопросы.

<https://mic.org.ru/phocadownload/1-mc-gusev.pdf>

Среди основных особенностей сетевой коммуникации в рамках данного исследования необходимо выделить следующие.

- Упор на вербальное общение. Собеседники в большинстве случаев не имеют возможности видеть друг друга, поэтому мощная невербальная составляющая в виде жестов, мимики, положения тела и прочего оказывается исключённой из процесса коммуникации.
- Разорванность, «клиповость» коммуникации. Интернет-общение в этом плане представляет гибрид почты и личного разговора: от почты ему досталась схема сообщений "до востребования", на которые можно ответить не сразу; от разговора - тяготение к непрерывному диалогу.
- Высокая степень анонимности. Сюда стоит включить не только «классическую» анонимность, при которой собеседники не знают личности друг друга, но и ту анонимность, которую можно назвать «эмоциональной».

- Глобализация общения. Развитие технологий сделало возможным общение между почти каждым жителем планеты, независимо от географического положения и социального статуса.

https://studbooks.net/706513/sotsiologiya/barery_interneta

Интернет выделяет три основных вида барьеров: технический, психологический и социальный. Рассмотрим более подробнее.

· Технический барьер

В телевизионно-компьютерных системах, надо надеяться, не будет угрожать качеству коммуникации, ибо надежность и качество электронной техники XXI века достигнут высочайших кондиций. Вероятно, будут беспокоить компьютерные бандиты и хулиганы, для борьбы с которыми понадобится компьютерная полиция. Однако, говоря о социальной коммуникации нового века, человечеству следует опасаться не слабостей техники, а зависимости от техники.

· Психические барьеры

Психические барьеры, возникающие в электронной коммуникации, вызывают озабоченность современных ученых. Они обращают внимание на следующие негативные последствия постоянного общения с телевизионной техникой для нормального развития человеческой психики.

<https://www.sostav.ru/publication/viber-36078.html>

Одна из главных причин всемирной популярности мессенджеров — это оперативность. Сообщение может быть отправлено в любое время суток, сразу же после того, как произошло важное событие — недаром последние новости в мессенджерах разлетаются за считанные минуты, опережая даже информагентства!

Контент в мессенджерах должен быть актуален, полезен и интересен читателю. Если вам есть, о чем рассказать — сообщайте об этом пользователям, не дожидаясь прайм-тайма: за несколько часов даже

«горячая» тема или свежий мем может остыть. Благодаря возможности настроить удобный формат уведомлений, пользователи прочтут ваши сообщения тогда, когда им будет удобно.

Конечно, увлекаться круглосуточной бомбардировкой пользователей в мессенджерах контентом тоже не стоит — осознав, что вы злоупотребляете их доверием, от вашего аккаунта безжалостно отпишутся. Найдите золотую середину, где оперативность сочетается с уважением к пользователям. И, конечно, делитесь тщательно отобранным контентом регулярно — это демонстрирует пользователям, что вы помните о них.

<https://www.likeni.ru/analytics/funktsionalnye-vozmozhnosti-viber-dlya-marketologov/>

Viber – сравнительно новый канал общения с целевой аудиторией, и, если в вашей системе маркетинговых коммуникаций, включающей SMS и email-рассылки, его еще нет – нужно срочно восполнить этот пробел. Особенно если его уже используют ваши конкуренты.

Viber признан самым популярным мессенджером, например, в Украине. По данным аналитического исследования компании Similar Web, это приложение установлено на 65% устройств с операционной системой Android, и пользователи ежедневно общаются в нем в среднем 16 минут.

Заключение

Одним из ключевых способов преодоления почти всех упомянутых барьеров является распространение медиаобразования и, возможно, отдельной дисциплины по интернет-общению. Учитывая растущую вовлечённость общества в интернет-общение вкпе с глобализацией, такие учебные программы приобретают всё большую актуальность.

Список литературы

1. Арестова О. Н., Бабанин Л. Н., Войскунский А. Е. Коммуникация в компьютерных сетях: психологические детерминанты и последствия //Вестник Московского университета. –2019. – №. 4. – С. 14-20.
2. Михайлов В. А., Михайлов С. В. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества //Актуальные проблемы теории коммуникации: сб. науч. тр.—СПб. – 2018. – С. 34-52.
3. Одегов Ю. Г. Психология делового общения. – 2019. – 233 с.
4. Тищенко В. А. Барьеры общения в электронной коммуникации //Образовательные технологии и общество. – 2018. – Т. 11. – №. 2.

