

Содержание:

Введение

Эффективная организация труда на предприятии возможна лишь при нормальной организации приема, переработки и передачи информации. В данном случае необходимо обеспечить полную синхронность управления, чтобы данная передаваемая информация была достоверной, а последующие действия имели определенную цель.

Управление организацией во много зависит от построения коммуникативной структуры, от коммуникативной связи внутри коммуникативной группы.

Процесс коммуникации, который формируется между руководителем и подчиненным, руководителями одного уровня, подчиненными одного уровня, является жизненно необходимым условием существования организации в целом. Ведь именно благодаря процессу коммуникации формируется возможность реализации на практике стратегии управления предприятием.

Процесс коммуникации позволяет руководителю более эффективно выполнять свою работу, принимать верные и рациональные управленческие решения, а также выбрать правильный курс для того, чтобы достичь желаемого результата.

Организационные коммуникации - это процесс, с помощью которого руководители развивают систему предоставления информации и передачи сведений большому количеству личностей в группе и отдельным личностям за пределами данной группы. Коммуникации необходимы для того, чтобы координировать деятельность по всем параметрам управления, а также получать необходимый объем достоверной информации.

Таким образом, этим и определяется актуальность выбранной темы данной курсовой работы «Влияние процесса коммуникаций на эффективное управление организацией».

Объектом курсового исследования является коммуникация.

Предметом курсового исследования это теоретическая сущность процесса коммуникаций, а также определение их практического значения.

В соответствии с этим **целью курсовой работы** является рассмотрение и исследование, как с теоретической, так и с практической стороны аспектов коммуникативного процесса.

Исходя из данной цели, в работе ставятся и решаются следующие **задачи**:

В первой главе планируется рассмотреть теоретическую характеристику процесса коммуникаций. Для этого необходимо провести подробное исследование по следующим вопросам:

- рассмотреть содержание понятия коммуникаций;
- рассмотреть элементы и этапы процесса коммуникаций;
- роль коммуникаций в системе управления.

Во второй главе планируется исследовать коммуникативный процесс на предприятии ООО Милана. Для этого необходимо провести подробное исследование по следующим вопросам:

- проанализировать управление на предприятии ООО Милана;
- проанализировать коммуникации на предприятии ООО Милана;
- проанализировать повышение эффективности деятельности предприятия ООО Милана за счет инновационных коммуникаций.

Прикладная значимость данного исследования определяется возможностью использования выводов работы в дальнейших разработках по дисциплине «Теория менеджмента», а также при написании выпускной квалификационной работы.

При написании курсовой работы были использованы нормативные акты Российской Федерации, в том числе Трудовой Кодекс РФ с последними изменениями и дополнениями на 2016 год. Также теоретическую базу написания данной курсовой работы составили книги, изданные в период 2011-2014 годов, такими известными издательствами, как Проспект, Юнити, Юнити-Дана, Юрайт.

Проблеме конфликтов на предприятии посвящено множество работ. Это работы Лебедева, Урсул, Зайцева.

Важную роль в написании данной курсовой работы имели и научные статьи, которые позволили более полно и подробно раскрыть выбранную тематику данной

курсовой работы.

Цели и задачи курсовой работы обусловили следующую её **структуру**. Работа состоит из содержания, введения, двух глав («Теоретическая характеристика процесса коммуникаций», «Исследование коммуникативного процесса на предприятии ООО Милана»), заключения, библиографии, приложений.

Глава 1. Теоретическая характеристика процесса коммуникаций

1.1. Содержание понятия коммуникаций

Коммуникации в широком смысле слова рассматриваются как процессы социального взаимодействия, взятые в их знаковом контексте. Цель коммуникации заключается в достижении принимающей стороны точного понимания отправленного сообщения. Организации без коммуникации не существует[1]. В отсутствие коммуникаций работники не имеют информации о том, что делают коллеги, менеджмент не получает первичных данных, а руководители и лидеры не в состоянии отдавать указания. Следовательно, невозможными оказываются координация различных видов деятельности и сотрудничество работников[2].

Термин «коммуникация» прочно вошел в обыденную жизнь. Данный термин используется не только профессионалами управленцами, менеджерами, руководителями, но и обычными людьми в повседневной жизни. Дословный перевод данного слова с латинского означает общее. Лицо, передающее информацию, информацию старается в момент передачи информации установить так называемую общую связь с обществом. На основании этого можно утверждать, что коммуникация представляет собой не только передача простой информации, но это закодированная передача некоего смысла, который необходимо донести до окружающих[3].

Существующие представления о коммуникативных процессах в организации построены на следующей трактовке коммуникаций.

Коммуникация (единовременный акт) - это процесс передачи сообщения от источника к получателю с целью изменить поведение последнего. Коммуникация

(коммуникационный процесс) - это обмен информацией между сторонами. Основная цель коммуникационного процесса - обеспечение понимания информации, поступающей к потребителю посредством обмена, общения.

Управленческую деятельность невозможно представить без осуществления коммуникаций. Любая управленческая деятельность основана на осуществлении различных коммуникаций. Поэтому коммуникации являются процессами, которые связываются в управленческой деятельности и обеспечивают существование и взаимодействие данной взаимосвязи[4].

Следует отметить, что коммуникация и информация – это понятия не тождественные друг другу. Коммуникация включает информацию, которая передается и включает условия, в которых данная информация передается. То есть коммуникация это более полное и обширное понятие. Коммуникация возможна хотя бы при наличии двух людей.

Классификация коммуникаций подробно представлена на рисунке в приложении к данной работе[5].

Коммуникации обеспечивают реализацию основных функций управления - планирования, организации, мотивации и контроля. Эффективные коммуникации способствуют повышению показателей деятельности организации и уровня удовлетворенности работников трудом, формированию чувства сопричастности к работе организации.

Одна из главных сфер возникновения проблем в организациях - неэффективные коммуникации. Если у людей нет возможности обмениваться информацией, они не смогут работать вместе и достигать общих целей. Значит, эффективные коммуникации являются условием успешной работы любой организации. Соответственно эффективность управления персоналом пропорциональна эффективности коммуникационных процессов в организации[6].

Коммуникации играют важную роль для руководителей всех звеньев и уровней. И этому есть свои причины.

1) 80% времени руководителей, согласно исследованиям, проводятся в коммуникациях на самые разнообразные тематики и с самыми разнообразными людьми. Руководитель должен владеть искусством и техникой коммуникации в совершенстве[7]. Поэтому каждый руководитель, если он желает быть успешным, должен стремиться к совершенствованию своих знаний относительно

коммуникаций.

2) Коммуникации крайне необходимы для того, чтобы эффективно управлять организацией. Коммуникации, которые отлично налажены, успешно содействуют организационной эффективности.

3) Руководитель, который активно владеет техникой коммуникации и умело ее использует, пользуется у своих коллег и подчиненных, а даже и у конкурентов, большим авторитетом, уважением. Это дает ему возможность более активно проявлять свою волю[8].

Таким образом, в завершении раздела можно прийти к следующему выводу.

- коммуникация представляет собой процесс, в ходе которого информация передается от одного лица к другому лицу для того, чтобы повлиять каким-то образом на действия получателя информации в интересах отправителя информации.

- нельзя отождествлять понятия коммуникация и информация. Информация – это сведения, которые передаются. Коммуникация же представляет собой не только сведения, которые передаются, но и условия, в которых данные сведения передаются. Поэтому, можно утверждать, что коммуникация – это понятие наиболее охватывающее и полное[9].

- коммуникации необходимы руководителям по причине того, что они поддерживают высокий уровень эффективного управления в организации, а также, без сомнения, повышают уровень уважения, авторитета и оценки действий самого руководителя среди подчиненных, коллег и конкурентов.

1.2. Элементы и этапы процесса коммуникаций

Чтобы лучше понять процесс обмена информацией, условия его эффективности, назовем элементы и стадии процесса коммуникаций. В процессе обмена информацией выделяют четыре элемента[10].

1. Отправитель. Это лицо, задумавшее передать информацию (идею, сообщение) или выразить эмоции, чувства[11].

2. Сообщение, собственно информация, ясно сформулированная мысль, закодированная с помощью символов. Смысл и значение сообщения представляют собой идеи отправителя, факты, ценности, чувства и отношения. При этом отправитель рассчитывает, что сообщение будет получено с тем же значением, которое в него заложено.

3. Канал, средство передачи информации. С его помощью она направляется к заданному адресату. Каналами могут быть телефонная линия, радиоволна, воздух, передающий устную речь, компьютерные сети, каналы доставки письменной корреспонденции и т. д. Если канал в момент передачи или обмена информацией связывает более двух организационных единиц, он образует информационную сеть[12].

4. Получатель, лицо, которому предназначена информация и которое интерпретирует ее.

Процесс коммуникации проходит в несколько этапов. Рассмотрим каждый этап в отдельности и проанализируем их.

1) Этап, на котором зарождается идея или сообщение. Формируется желание данную идею или желание передать.

2) Этап, на котором сформированная идея или сообщение претерпевает кодирование и выбор канала передачи. Кодирование идеи или сообщения – это преобразование информации, которую необходимо передать, в сигнал. Преобразование происходит при помощи символов, знаков. Идея или сообщение, которое было закодировано, передается через речь, письмо, послание, текст, рисунок, тон голоса, жест, выражения лица и прочие вербальные и невербальные методы общения. Канал передачи сообщения должен всегда соответствовать закодированному сообщению.

3) Этап передачи – использование канала для доставки сообщения;

4) Этап декодирования – перевод символов отправителя в мысли получателя[13]. Декодирование включает восприятие послания, его интерпретацию и оценку. Эффективное декодирование предполагает понимание идеи получателем, что означает, что смысл сообщения для отправителя и получателя одинаков. Эффективность обмена информацией повышает обратная связь, при которой отправитель и получатель меняются местами и ролями, и процесс коммуникации осуществляется в обратном порядке, проходя все этапы обмена информацией.

Обратная связь – это реакция получателя на сообщение отправителя и учет этой реакции отправителем[14].

4) Этап обратная связь делает коммуникацию динамическим двухсторонним процессом. Она может рассматриваться как сообщения отправителю, которые содержат данные об эффективности акта коммуникации[15].

Если обратная связь положительная, то в таком случае можно говорить о том, что требуемый и желаемый результат достигнут. Если обратная связь отрицательная, то это свидетельствует о том, что желаемый результат достигнут не был.

В идеале обратная связь должна быть сознательной, а поэтому планироваться заранее, облекаться в оптимальную форму, соответствующую ситуации, возможности восприятия партнером (а не собственному удобству), устанавливаться без промедления, в ответ на конкретный сигнал (особенно, если о ней просят) и характеризоваться доброжелательностью. Сигналами сознательной обратной связи при устной передаче информации бывают уточнение, перефразирование, обобщение, выражение чувства. Поскольку такие сигналы могут быть достаточно слабыми, то за реакцией партнеров нужно внимательно наблюдать.

Таким образом, в заключении данного раздела можно прийти к следующим выводам:

- были рассмотрены элементы и этапы коммуникационного процесса.
- элементами коммуникационного процесса выступают получатель, сообщение или идея, канал передачи данного сообщения или идеи и получатель информации в виде сообщения и идеи.
- также существуют и четыре этапа коммуникационного процесса, в ходе которого осуществляется непосредственная коммуникация. Каждый из этапов имеет свои особенности, которые были рассмотрены.

1.3 Роль коммуникаций в системе управления

В самом широком смысле коммуникации представляют собой следующее:

- это совокупность информации и информационных потоков, которые обеспечивают реализацию принципа согласованности в управлении организацией[16].
- это совокупность связей, которые взаимодействуют друг с другом в системе управления[17].
- это пространство, в котором формируется процесс управления.

Управленческие коммуникации — это совокупность информационных связей между субъектами управленческой деятельности по вертикали, горизонтали (внутренняя среда) и с внешней общественной средой.

Следует отметить, что коммуникация имеет двойкий смысл. Во –первых, она фиксирует статику взаимодействия, например акт, письменный документ, несущий информацию, выполняющий функции: информативную, эмоциональную (побуждает эмоции, мотивацию взаимодействия), в том числе правовой акт, выполняющий управленческую функцию (побуждает правоотношения) и через это устанавливающий и поддерживающий фактические контакты. А во-вторых, коммуникация фиксирует динамику, процесс взаимодействия, контакты, отношения. Взаимодействие имеет объективную и субъективную стороны[18].

Под объективной стороной процесса взаимодействия подразумевают связи, которые не зависят от характеристики отдельных личностей. Под объективной стороной имеют в виду систему служебных отношений.

Под субъективной стороной процесса взаимодействия подразумевают отношение индивидов к друг другу. Известен тот факт, что разные люди по-разному ведут себя в той или иной ситуации. Это носит название социальной роли. У каждого индивида своя социальная роль. Социальная роль — это модель поведения, направленная на выполнение прав и обязанностей, предписанных данному конкретному статусу. Таким образом, статус дает статическую, а роль — динамическую картину социального взаимодействия.

Можно выделить шесть сфер коммуникаций или коммуникативного воздействия между сотрудниками и руководителями определенного предприятия[19].

1. Процедура приема на работу. В ходе реализации данного коммуникативного воздействия руководитель стремится убедить потенциального сотрудника в том, что его организация является самой лучшей и выгодным вариантом для соискателя [20].

2. Ориентация[21]. Задача — ознакомить с базовыми целями организации, конкретными программами, условиями их выполнения, формировать у сотрудников уверенность в общественной необходимости успешного решения поставленных перед коллективом задач.

3. Индивидуальная оценка сотрудников.

Данный этап характеризуется следующей задачей. Необходимо убедить соискателя в том, что руководитель будет регулярно высказывать мнение о работе соискателя, независимо от того, положительное оно или отрицательное. Также руководитель будет оценивать вклад данного соискателя, если он станет сотрудником организации, в деятельность предприятия в целом.

4. Обеспечение безопасности (физической, экологической, психологической). Задача — представить сотрудникам информацию об условиях работы, степени их безопасности и мерах, принимаемых для ее обеспечения, создания творческого морально-психологического климата в коллективе[22].

5. Обеспечение дисциплины. Задача — ознакомить сотрудников с действующими в организации правилами, инструкциями, традициями, контролировать их выполнение[23].

6. Функционирование. Задача — обеспечить сотрудников необходимой служебной информацией, оказывать необходимую организационно-методическую поддержку [24].

Таким образом, в завершении данного раздела можно прийти к следующим выводам:

- роль коммуникации в системе управления определяется тем, что коммуникация – это совокупность информации и информационных потоков, которые находятся друг с другом во взаимодействии.

- роль коммуникации в системе управления также определяется тем, что коммуникация представляет собой пространство, в котором осуществляются и реализовываются данные коммуникации.

Выводы по главе 1.

В первой главе раскрыта теоретическая характеристика процесса коммуникаций и определена роль коммуникационного процесса в общей системе управления

предприятием.

- коммуникация представляет собой процесс, в ходе которого информация передается от одного лица к другому лицу для того, чтобы повлиять каким-то образом на действия получателя информации в интересах отправителя информации.

- нельзя отождествлять понятия коммуникация и информация. Информация – это сведения, которые передаются. Коммуникация же представляет собой не только сведения, которые передаются, но и условия, в которых данные сведения передаются. Поэтому, можно утверждать, что коммуникация – это понятие наиболее охватывающее и полное.

- коммуникации необходимы руководителям по причине того, что они поддерживают высокий уровень эффективного управления в организации, а также, без сомнения, повышают уровень уважения, авторитета и оценки действий самого руководителя среди подчиненных, коллег и конкурентов.

- были рассмотрены элементы и этапы коммуникационного процесса.

- элементами коммуникационного процесса выступают получатель, сообщение или идея, канал передачи данного сообщения или идеи и получатель информации в виде сообщения и идеи.

- также существуют и четыре этапа коммуникационного процесса, в ходе которого осуществляется непосредственная коммуникация. Каждый из этапов имеет свои особенности, которые были рассмотрены.

- роль коммуникации в системе управления определяется тем, что коммуникация – это совокупность информации и информационных потоков, которые находятся друг с другом во взаимодействии.

- роль коммуникации в системе управления также определяется тем, что коммуникация представляет собой пространство, в котором осуществляются и реализовываются данные коммуникации.

Глава 2. Исследование коммуникативного процесса на предприятии ООО Милана

2.1. Анализ управления на предприятии ООО Милана

Предприятие ООО Милана – это трикотажная фабрика, которая осуществляют свою деятельность на территории России. Бренд, под которым предприятие выпускает трикотажную продукцию, носит название MILANA STYLE. MILANA STYLE – это крупнейший Российский производитель женского трикотажа. Более 11 лет компания успешно выпускает продукцию, которая пользуется высоким спросом во всех регионах России и странах СНГ.

С 2014 г. открыты новые направления: производство швейных изделий и выпуск лимитированных коллекций аксессуаров совместно с ведущими европейскими производителями, по эскизам дизайнерской группы MILANA STYLE.

Фабрика предлагает ассортимент моделей с 42 по 64 размеры соответствующий сезонам, современной моде и оптовому спросу с учетом различных возрастных групп. Вся продукция сертифицирована (сертификат ЕАС), изделия индивидуально упакованы и снабжены необходимой маркировкой.

- Блузки женские и детские.
- Брюки мужские, женские и детские.
- Джемпера мужские, женские и детские.
- Жакеты женские и детские.
- Жилеты женские и детские.
- Кардиганы женские и детские.
- Костюмы мужские, женские и детские.
- Платья женские и детские.
- Пончо женские и детские.
- Сарафаны женские и детские.
- -Трикотажные платья женские и детские.

-Юбки женские и детские.

В процессе управления предприятиями, необходимо эффективное решение комплекса задач, основные виды которых в общем случае могут быть определены следующим образом

-управление финансами;

-управление производством;

-управление сбытом и снабжением;

-управление внутренними службами;

-управление кадрами.

В зависимости от особенностей и масштаба предприятия каждый из выделенных видов может включать в себя значительное число отдельных задач. В принципе подобные задачи возникают и при управлении малым предприятием, однако их реальный объем позволяет обеспечить удовлетворительное решение традиционными средствами бухгалтерского учета.

Напомним, кстати, что в общем случае на предприятии можно выделить как минимум три вида учета:

-оперативный учет – обеспечивает сбор первичной информации и является основным поставщиком данных для остальных видов учета;

-управленческий учет – направлен на получение информации для детального анализа деятельности предприятия, прогнозирования и принятия решений;

-бухгалтерский учет – обеспечивает получение необходимой бухгалтерской отчетности;

Особенностью решения задач управления на средних и крупных предприятиях является необходимость использования в качестве одной из основ для принятия решений данных управленческого учета.

Управленческий учет представляет собой систему сбора, обработки и предоставления информации высшему менеджменту для принятия последним различных управленческих решений. В этом его главное отличие от традиционного финансового (бухгалтерского) учета, ориентированного главным образом на

внешних пользователей – кредиторов, акционеров, фискальные органы. Существующая система бухгалтерской отчетности все в меньшей степени отвечает современным требованиям к полноте, достоверности, оперативности информации, необходимой руководству предприятия. Управленческий учет является информационным инструментом контроллинга – концепции управления деятельностью предприятия путем реализации следующей циклической последовательности действий: оценка текущего состояния - принятие управленческих решений – составление плана реализации принятых решений – контроль реализации плана – анализ нового текущего состояния (сравните с «петлей управления», рассмотренной выше).

Отметим, что для анализируемого предприятия особенно важна комплексность при решении выделенных видов задач управления.

Таким образом, в завершении раздела можно прийти к следующему выводу.

- была рассмотрена общая организационная характеристика предприятия ООО Милана. Определена основная деятельность, а также направления его производственной деятельности.

- также были рассмотрены особенности управления, которые оказывают значительное влияние на характер деятельности анализируемого предприятия.

2.2. Анализ коммуникаций на предприятии ООО Милана

Коммуникации, которые происходят на предприятии ООО Милана, делятся на внутренние и внешние коммуникации. Для того, чтобы дать подробный анализ, необходимо проанализировать внутренние вертикальные коммуникации.

Исследование коммуникационного процесса, который происходит на анализируемом предприятии, проведем на конкретных примерах.

Пример 1. Внутренняя вертикальная коммуникация – запрос.

Сотрудница предприятия ООО Милана была на больничном, то есть в медицинском отпуске, более четырех месяцев. В сентябре 2015 года она предоставила в отдел по персоналу справку об установлении ей инвалидности со степенью трудоспособности 35% и последний лист о медицинском отпуске, в котором было

отмечено, что ей была установлена группа инвалидности. И в тоже время в этом листке о медицинском отпуске было написано, что она продолжает болеть, что является грубым нарушением действующего российского законодательства.

Так как согласно медицинским документам данная сотрудница продолжала находится в состоянии болезни, то уволить ее руководство предприятия не имело права. Чтобы разъяснить данную ситуацию, менеджер по персоналу предприятия ООО Милана отправил в медицинское учреждение запрос о том, действительно ли данная сотрудница находится в медицинском отпуске.

Спустя некоторое время, из медицинского учреждения пришел ответ, что произошла нелепая ошибка по вине врача. Согласно ответу из медицинского учреждения данная сотрудница уже не болела и могла приступать к выполнению своих функциональных обязанностей.

На основании вскрывшихся фактов у предприятия ООО Милана появились основания для увольнения работницы в связи с тем, что со степенью трудоспособности в 35 % она не имела права занимать прежнюю должность.

Пример 2. – Внутренняя вертикальная коммуникация – предоставление отчетов.

Предоставление отчетов также относится к примеру коммуникаций. В данном случае подчиненный передает отчет о своей деятельности или о показателях результативности работы предприятия высшему руководству. В качестве примера рассмотрим отчет главного бухгалтера предприятия ООО Милана перед Советом Директоров о количестве потребленных энергетических ресурсов за определенный период времени.

Таблица 1

Отчет о потреблении энергоресурсов предприятием ООО Милана за 2015 год

Месяц	Электрическая энергия в рублях	Тепловая энергия в рублях	Вода в рублях
Январь	50000	90000	26000

Февраль	60000	90000	21000
Март	50000	80000	25000
Апрель	60000	70000	22000
Май	65000	-	20000
Июнь	75000	-	31000
Июль	50000	-	37000
Август	51000	-	35000
Сентябрь	53000	30000	38000
Октябрь	57000	40000	37000
Ноябрь	52000	50000	45000
Декабрь	50500	70000	32000

Следует отметить, что в летние периоды 2015 года отсутствовали платежи за тепловую энергию. Это связано с тем, что отопительный сезон начинается в сентябре и заканчивается в апреле. А в летний период отопительный сезон отсутствует.

Главный бухгалтер осуществила коммуникацию также в идее передачи сообщения в виде символа – рисунка.

image not found or type unknown



Рисунок 1 - Динамика расходов на электроэнергию по предприятию ООО Милана в 2015 году

Из диаграммы видно, что наибольшее потребление электрической энергии наблюдается в июле. Это пик продаж, который требует от предприятия больших производственных мощностей. Мощность растет – растет и потребляемое количество электрической энергии.

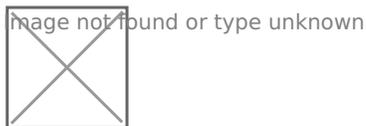


Рисунок 2 - Динамика расходов на тепловую энергию по предприятию ООО Милана в 2015 году

Видно, что в летние месяцы график опускается на ось, что свидетельствует об отсутствии платежей за отопление.

Рассмотрим последний график – отчет за потребленную воду.



Рисунок 3 - Динамика расходов на воду по предприятию ООО Милана в 2015 году

Таким образом, в завершении раздела можно отметить следующее:

- были рассмотрены коммуникации, которые имели место на предприятии ООО Милана.
- был рассмотрен пример вертикальной внутренней коммуникации в виде отправления запроса в медицинское учреждение и получение ответа из данного учреждения.
- также был рассмотрен пример вертикальной внутренней коммуникации в виде предоставления отчетов главного бухгалтера вышестоящему руководству. Отчет был передан в устной форме коммуникации, а также в форме кодирования коммуникации в виде символа рисунка.

2.3 Повышение эффективности деятельности предприятия ООО Милана за счет инновационных коммуникаций

Предприятию ООО Милана с целью повышения эффективности своей деятельности необходимо внедрить инновационную коммуникацию в виде программного обеспечения SKYPE.

Согласно последним данным статистики, в США уже более 25% сотрудников компаний работают в удаленном режиме и очень редко посещают офисы. Как же это делается? Через интернет и при помощи специальных программ.

В частности, существует версия SKYPE, которая может работать и в телефоне и необходима для бизнеса, в которой реализованы некоторые ненужные на бытовом уровне, но необходимые для организации удаленной работы функции.

Возможности SKYPE для осуществления бизнеса очень широки и включают в себя ряд следующих опций.

- 1) Возможность проведения расширенной видеоконференции на 250 участников.
- 2) Возможность передавать сообщения, которые зашифрованы и защищены. Поэтому можно не опасаться передавать данное сообщение по сети.
- 3) Через SKYPE можно искать сотрудников, которые находятся в удаленном режиме работы.
- 4) Программное обеспечение SKYPE интегрировано с MICROOSOFT, поэтому можно обсуждать рабочие проекты, не выходя из офиса.

Бесплатные сервисы или программы распространяются «как есть, на ваш собственный страх и риск». Разработчик не несет за программу со свободной лицензией никакой ответственности.

Disclaimer – «отказ от ответственности» как обязательный пункт Лицензионного Соглашения всякого бесплатного сервиса.

Если предприятие из-за некачественной работы бесплатной версии Скайп потеряете деньги или недополучите прибыль из-за отсутствия связи и перебоев в передаче данных, не сможете заключить контракты и договориться с партнерами,

передать задания сотрудникам – компания владелец SKYPE умывает руки и даже не станет отвечать на письма с претензиями.

А вот когда подрядчик берет деньги за оказание услуг – здесь уже и служба клиентской поддержки будет обращаться с заказчиками более вежливо. Любая техническая проблема будет решена в течение нескольких часов. Ну и качество сервисов в платном SKYPE ожидаемо и справедливо будет намного выше и надежнее, чем в SKYPE бесплатном.

На сегодняшний день SKYPE используется очень активно во всех сферах бизнеса. Ранее многие компании запрещали использовать внутри своего предприятия данное программное обеспечение. Это объяснялось тем, что в результате сбоя программы могут быть потеряны все данные, которые были переданы через данную сеть. Однако на сегодняшний день данное программное обеспечение настолько усовершенствовано, что не представляет никакой опасности для бизнеса.

Автоматический переводчик в SKYPE позволит вам общаться с зарубежными партнерами на чистом русском языке, при этом они будут видеть/слышать фразы на своем родном (например, китайском). В течении последнего года SKYPE проводил закрытое тестирование этой функции, а сегодня она стала доступна всем желающим.

Таким образом, в заключении раздела можно прийти к следующим выводам:

- предприятию ООО «Милана» было предложено повышение эффективности деятельности за счет инновационных коммуникаций.
- данная инновационная коммуникация состояла во внедрении повсеместно в компании программного обеспечения SKYPE.
- SKYPE дает широчайшие возможности для проведения видеоконференций до 250 участников, для контроля работы удаленных сотрудников и прочие преимущества.

Выводы по главе 2.

Во второй главе данной работы было проведено исследование коммуникативного процесса на предприятии ООО Милана.

- была рассмотрена общая организационная характеристика предприятия ООО Милана. Определена основная деятельность, а также направления его

производственной деятельности.

- также были рассмотрены особенности управления, которые оказывают значительное влияние на характер деятельности анализируемого предприятия.
- были рассмотрены коммуникации, которые имели место на предприятии ООО Милана.
- был рассмотрен пример вертикальной внутренней коммуникации в виде отправления запроса в медицинское учреждение и получение ответа из данного учреждения.
- также был рассмотрен пример вертикальной внутренней коммуникации в виде предоставления отчетов главного бухгалтера вышестоящему руководству. Отчет был передан в устной форме коммуникации, а также в форме кодирования коммуникации в виде символа рисунка.
- предприятию ООО «Милана» было предложено повышение эффективности деятельности за счет инновационных коммуникаций.
- данная инновационная коммуникация состояла во внедрении повсеместно в компании программного обеспечения SKYPE.
- SKYPE дает широчайшие возможности для проведения видеоконференций до 250 участников, для контроля работы удаленных сотрудников и прочие преимущества.

Заключение

В заключении данной курсовой работы были сделаны следующие выводы:

В первой главе раскрыта теоретическая характеристика процесса коммуникаций и определена роль коммуникационного процесса в общей системе управления предприятием.

- коммуникация представляет собой процесс, в ходе которого информация передается от одного лица к другому лицу для того, чтобы повлиять каким-то образом на действия получателя информации в интересах отправителя информации.

- нельзя отождествлять понятия коммуникация и информация. Информация – это сведения, которые передаются. Коммуникация же представляет собой не только сведения, которые передаются, но и условия, в которых данные сведения передаются. Поэтому, можно утверждать, что коммуникация – это понятие наиболее охватывающее и полное.

- коммуникации необходимы руководителям по причине того, что они поддерживают высокий уровень эффективного управления в организации, а также, без сомнения, повышают уровень уважения, авторитета и оценки действий самого руководителя среди подчиненных, коллег и конкурентов.

- были рассмотрены элементы и этапы коммуникационного процесса.

- элементами коммуникационного процесса выступают получатель, сообщение или идея, канал передачи данного сообщения или идеи и получатель информации в виде сообщения и идеи.

- также существуют и четыре этапа коммуникационного процесса, в ходе которого осуществляется непосредственная коммуникация. Каждый из этапов имеет свои особенности, которые были рассмотрены.

- роль коммуникации в системе управления определяется тем, что коммуникация – это совокупность информации и информационных потоков, которые находятся друг с другом во взаимодействии.

- роль коммуникации в системе управления также определяется тем, что коммуникация представляет собой пространство, в котором осуществляются и реализовываются данные коммуникации.

Во второй главе данной работы было проведено исследование коммуникативного процесса на предприятии ООО Милана.

- была рассмотрена общая организационная характеристика предприятия ООО Милана. Определена основная деятельность, а также направления его производственной деятельности.

- также были рассмотрены особенности управления, которые оказывают значительное влияние на характер деятельности анализируемого предприятия.

- были рассмотрены коммуникации, которые имели место на предприятии ООО Милана.

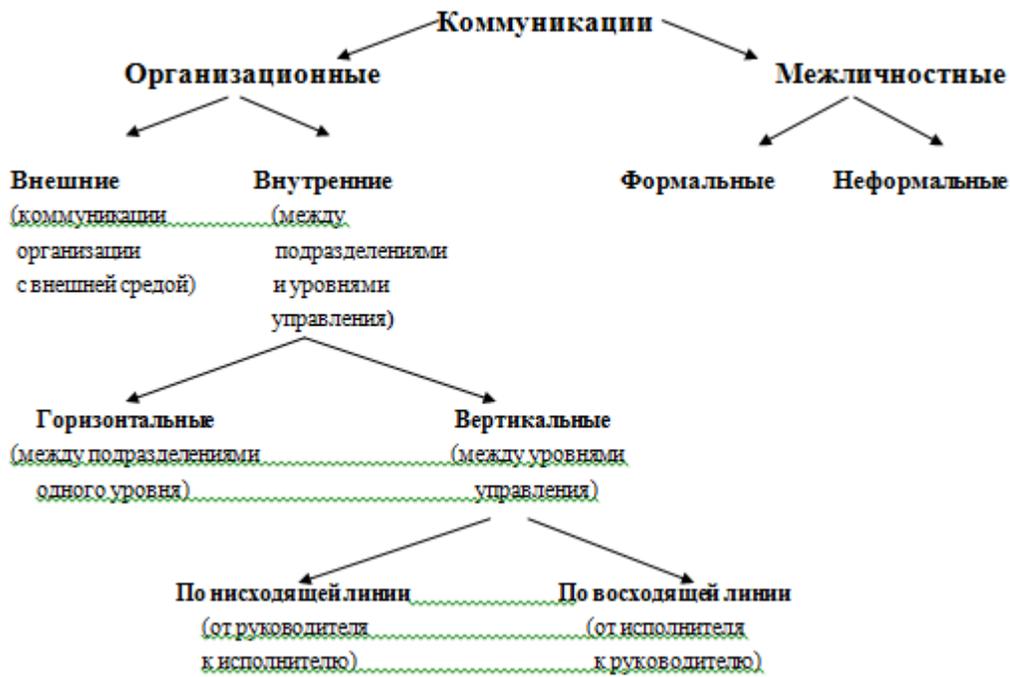
- был рассмотрен пример вертикальной внутренней коммуникации в виде отправления запроса в медицинское учреждение и получение ответа из данного учреждения.
- также был рассмотрен пример вертикальной внутренней коммуникации в виде предоставления отчетов главного бухгалтера вышестоящему руководству. Отчет был передан в вустной форме коммуникации, а также в форме кодирования коммуникации в виде символа рисунка.
- предприятию ООО «Милана» было предложено повышение эффективности деятельности за счет инновационных коммуникаций.
- данная инновационная коммуникация состояла во внедрении повсеместно в компании программного обеспечения SKYPE.
- SKYPE дает широчайшие возможности для проведения видеоконференций до 250 участников, для контроля работы удаленных сотрудников и прочие преимущества.

Библиография

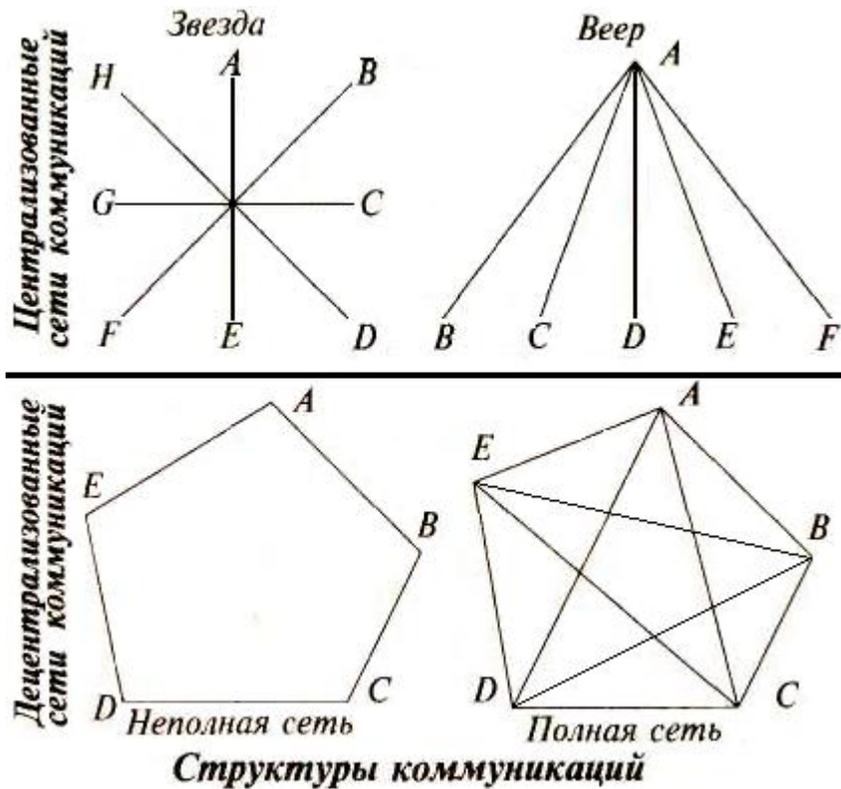
1. Федеральный закон от 30.01.2001 г. (в ред. от 10.01.2016 г.) № 197 – ФЗ. Трудовой Кодекс Российской Федерации.
2. Алавердов, А.Р. Управление персоналом: Учебник для вузов / – М.: МФПУ Университет, 2013. – 392 с.
3. Арзуманова, Т.И. Экономика организации: Учебник для вузов /– М.: Дашков и Ко, 2013. – 240 с.
4. Бабук, И.М. Экономика промышленного предприятия: Учебник для вузов /– М.: ИНФРА-М, 2013. – 439 с.
5. Бедяева, Т.В. Управление персоналом на предприятии туризма: Учебник для вузов /– М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 180 с.
- 6 Вечканов, Г.С. Экономическая теория: Учебник для вузов /– Спб: Питер, 2012. – 512 с.
7. Веснин, В.Р. Менеджмент: Учебник /– М.: Проспект, 2012. – 302 с.

8. Викулина, Т.Д. Экономическая теория: Учебник для вузов /- М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 209 с.
9. Войтов, А.Д. Экономическая теория: Учебник для вузов /- М.: Дашков и Ко, 2013. - 392 с.
10. Гродских, В.С. Экономическая теория: Учебник для вузов /- СПб.: Питер, 2013. - 208 с.
11. Зайцева, И.В. Управление персоналом: /- М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с.
12. Ивановская, Л.В. Управление персоналом: Учебник / - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 695 с.
13. Кибанов, А.Я. Конфликтология: Учебник для вузов /- М.: ИНФРА-М, 2012. - 343 с. - ISBN 5-234-67407-3.
14. Клочкова, Е.Н. Экономика предприятия: Учебник для вузов /- М.: ЮРАЙТ, 2014. - 448 с.
15. Лебедева, М.М. Уметь вести переговоры: практические рекомендации по подготовке и ведению переговоров: Учебное пособие. /- М.: Общество «Анкил», 2012. - 310 с.
16. Масленников, Р. 101 совет по PR: /- М.: Альпина Паблишер, 2012. - 68 с.
17. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / - М.:, 2012. - 501 с.
18. Урсул, В.Д. Природа информации: /- М.: Феникс, 2011. - 267 с.

Приложение 1



Приложение 2



Приложение 3



1. Веснин, В.Р. Менеджмент: Учебник /- М.: Проспект, 2012. – С. 127. [↑](#)
2. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / - М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)
3. Лебедева, М.М. Уметь вести переговоры: практические рекомендации по подготовке и ведению переговоров: Учебное пособие. /- М.: Общество «Анкил», 2012. – С. 235. [↑](#)
4. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / - М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)
5. Веснин, В.Р. Менеджмент: Учебник /- М.: Проспект, 2012. – С. 127. [↑](#)
6. Урсул, В.Д. Природа информации: /- М.: Феникс, 2011. – С. 198. [↑](#)
7. Лебедева, М.М. Уметь вести переговоры: практические рекомендации по подготовке и ведению переговоров: Учебное пособие. /- М.: Общество «Анкил», 2012. – С. 235. [↑](#)
8. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / - М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)

9. Веснин, В.Р. Менеджмент: Учебник /- М.: Проспект, 2012. – С. 127. [↑](#)
10. Лебедева, М.М. Уметь вести переговоры: практические рекомендации по подготовке и ведению переговоров: Учебное пособие. /- М.: Общество «Анкил», 2012. – С. 235. [↑](#)
11. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / – М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)
12. Веснин, В.Р. Менеджмент: Учебник /- М.: Проспект, 2012. – С. 127. [↑](#)
13. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / – М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)
14. Урсул, В.Д. Природа информации: /- М.: Феникс, 2011. – С. 198. [↑](#)
15. Лебедева, М.М. Уметь вести переговоры: практические рекомендации по подготовке и ведению переговоров: Учебное пособие. /- М.: Общество «Анкил», 2012. – С. 235. [↑](#)
16. Веснин, В.Р. Менеджмент: Учебник /- М.: Проспект, 2012. – С. 127. [↑](#)
17. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / – М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)
18. Лебедева, М.М. Уметь вести переговоры: практические рекомендации по подготовке и ведению переговоров: Учебное пособие. /- М.: Общество «Анкил», 2012. – С. 235. [↑](#)
19. Урсул, В.Д. Природа информации: /- М.: Феникс, 2011. – С. 198. [↑](#)
20. Веснин, В.Р. Менеджмент: Учебник /- М.: Проспект, 2012. – С. 127. [↑](#)
21. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / – М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)
22. Веснин, В.Р. Менеджмент: Учебник /- М.: Проспект, 2012. – С. 127. [↑](#)

23. Урсул, В.Д. Природа информации: /- М.: Феникс, 2011. – С. 198. [↑](#)
24. Лебедева, М.М. Уметь вести переговоры: практические рекомендации по подготовке и ведению переговоров: Учебное пособие. /- М.: Общество «Анкил», 2012. – С. 235. [↑](#)