

Komunikowanie w organizacjach gospodarczych.

Arkadiusz Potocki, Renata Winkler, Agnieszka Żbikowska

W publikacji czytelnik może odnaleźć odpowiedź na pytania dotyczące istoty, metod, barier i warunków sprawnej komunikacji w obrębie organizacji, jak również w zakresie komunikacji organizacji z otoczeniem. Pozycja umożliwi zdobycie i pogłębienie wiedzy z zakresu tak aktualnych zagadnień związanych z komunikacją, jak: audyt komunikacyjny, komunikacja marketingowa, komunikacja interkulturowa, wykorzystanie komunikacji w zarządzaniu wiedzą oraz negocjacje. W książce omówiono również szereg metod i narzędzi służących usprawnianiu procesów komunikacji wewnętrznej w organizacji. Publikacja zawiera wiedzę niezbędną osobom zajmującym stanowiska kierownicze bez względu na szczebel zarządzania czy realizowane funkcje.

Prof. dr hab. Kazimierz Perechuda, Katedra Zarządzania Informacją Wiedzą, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu:

Śmiało można stwierdzić, że efektywne procesy komunikacji i informowania stanowią w nowoczesnych organizacjach jedną z sił napędowych sukcesu rynkowego, finansowego i ekonomicznego. Stąd też tego typu publikacja jest wielce pożądana na polskim rynku wydawnictw menedżerskich. (...)

Autorzy uniknęli tutaj pułapki sterylnego, fachowego języka stosowanego w publikacjach poświęconych komunikowaniu, informowaniu oraz transferowi wiedzy, pisanych z perspektywy informatyki gospodarczej. Myślę, że niniejsza pozycja wydawnicza, wysoko przeze mnie oceniana, znajdzie wielu czytelników wśród menedżerów, organizatorów, wykładowców i studentów uczelni ekonomiczno-menedżerskich. (...)

Spis treści:

Wstęp

Rozdział 1. Potrzeby komunikacyjne w organizacji

- 1.1. Szkic o komunikowaniu się w organizacji
- 1.2. Kategoria potrzeby w relacji do systemów
- 1.3. Obszary potrzeb komunikacyjnych

Rozdział 2. Teoria komunikowania

- 2.1. Istota i składniki procesu komunikowania się
- 2.2. Wybrane modele komunikacji

Rozdział 3. Elementy komunikacji interpersonalnej w przedsiębiorstwie

- 3.1. Komunikacja interpersonalna: formalna pisemna i formalna ustna. Zasady mówienia i słuchania
- 3.2. Komunikacja nieformalna i sieć przepływu pogłosek
- 3.3. Języki niewerbalne, ich narzędzia i znaczenia
- 3.4. Typy zachowań uczestników komunikowania się

Rozdział 4. Komunikacja przedsiębiorstwa z otoczeniem

- 4.1. Komunikacja marketingowa organizacji gospodarczych
 - 4.1.1. Promocja jako narzędzie wspierania sprzedaży
 - 4.1.2. Rola public relations w kształtowaniu wizerunku przedsiębiorstwa
 - 4.1.3. Badania marketingowe jako element komunikowania się przedsiębiorstwa z rynkiem
- 4.2. Wykorzystanie internetu w komunikacji organizacji z otoczeniem
- 4.3. Negocjacje zewnętrzne

Rozdział 5. Komunikacja, wiedza organizacyjna a zmiany i innowacje zarządcze

- 5.1. Komunikacja jako proces zarządzania wiedzą
 - 5.1.1. Model komunikacji jako narzędzia zarządzania wiedzą w organizacji
 - 5.1.2. Komunikacja, wiedza organizacyjna a byt przedsiębiorstwa w gospodarce rynkowej
 - 5.1.3. Komunikacyjne zachowania menedżerów i ich współpracowników a zmiany organizacyjne i cele komunikowania w organizacjach opartych na wiedzy
- 5.2. Grupy, zespoły zadaniowe, komitety
- 5.3. Obrady i ich formy
- 5.4. Wspólnoty praktyków (*communities of practice*)
- 5.5. Grupy wspólnych interesów
- 5.6. Grupy i zespoły wiedzy, tzw. *Group-TeamWare*
- 5.7. Technologia otwartej przestrzeni (*Open Space – Technology*)
- 5.8. *Quality Audit Meeting*
- 5.9. Zespoły twórczego kształtowania jakości D. Petersena
- 5.10. Koncepcja „fermentacji drożdży”
- 5.11. „Gorąca grupa”

Rozdział 6. Komunikacja interkulturowa w organizacji

- 6.1. Kultura a komunikacja
- 6.2. Zakres komunikacyjnych uwarunkowań kulturowych
 - 6.2.1. Płaszczyzna werbalna
 - 6.2.2. Płaszczyzna niewerbalna
 - 6.2.3. Płaszczyzna kognitywna
- 6.3. Interkulturowa kompetencja komunikacyjna
 - 6.3.1. Kompetencja komunikacyjna – zarys problematyki
 - 6.3.2. Międzykulturowa kompetencja komunikacyjna
- 6.4. Kształtowanie procesu komunikowania się w zróżnicowanym kulturowo środowisku organizacji

Rozdział 7. Audyt komunikacji wewnętrznej

- 7.1. Audyt komunikacyjny – rys historyczny
- 7.2. Cele audytu komunikacyjnego
- 7.3. Metody wspomaganie audytu systemu komunikowania w organizacji
- 7.4. Ramowe wytyczne dla przeprowadzania audytu systemu komunikowania w organizacji

Bibliografia

Spis rysunków

Spis tabel