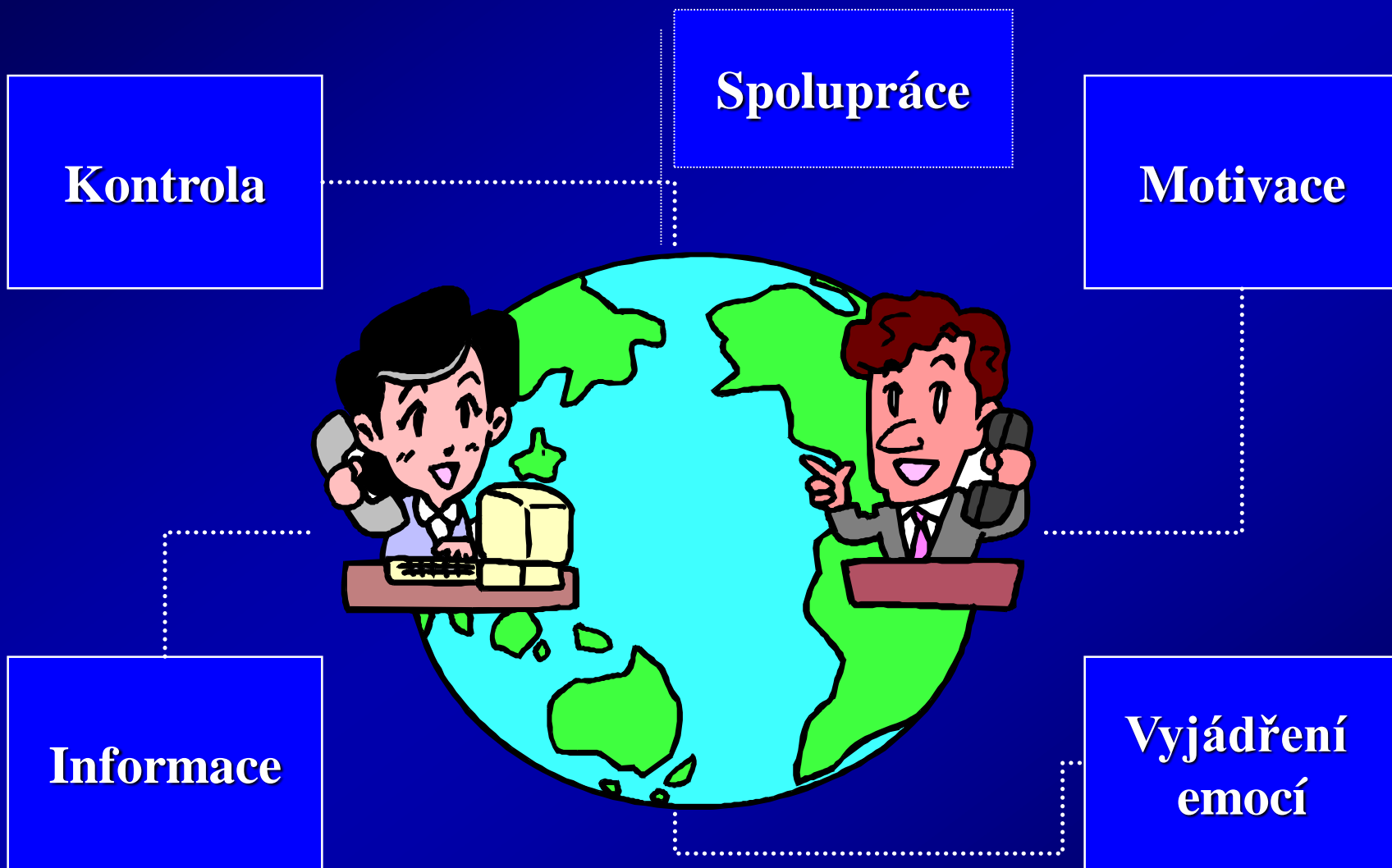

Organizační chování – část 2

Mgr. Dana Mudd, Ph.D.

Komunikace v organizaci

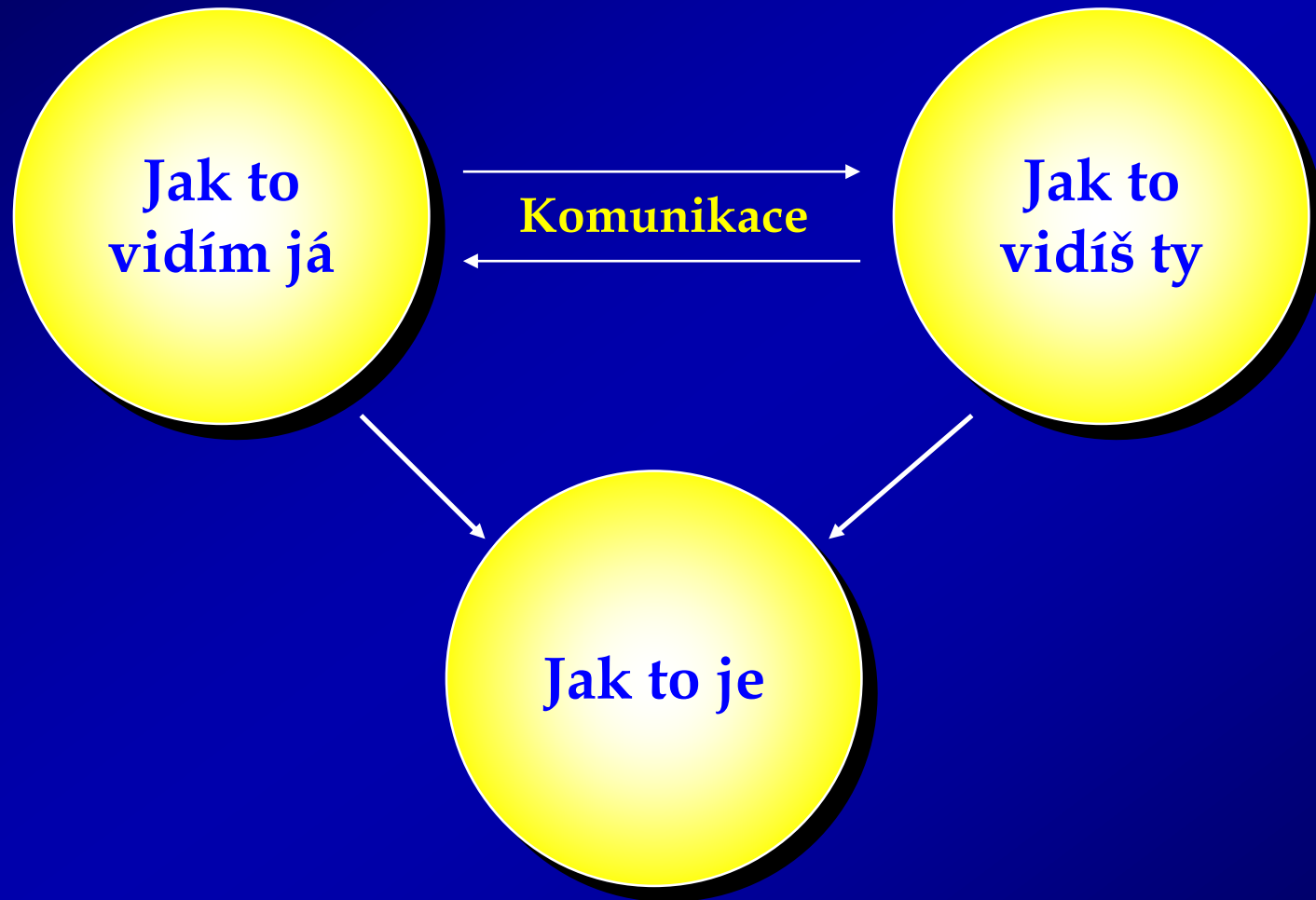
Funkce komunikace



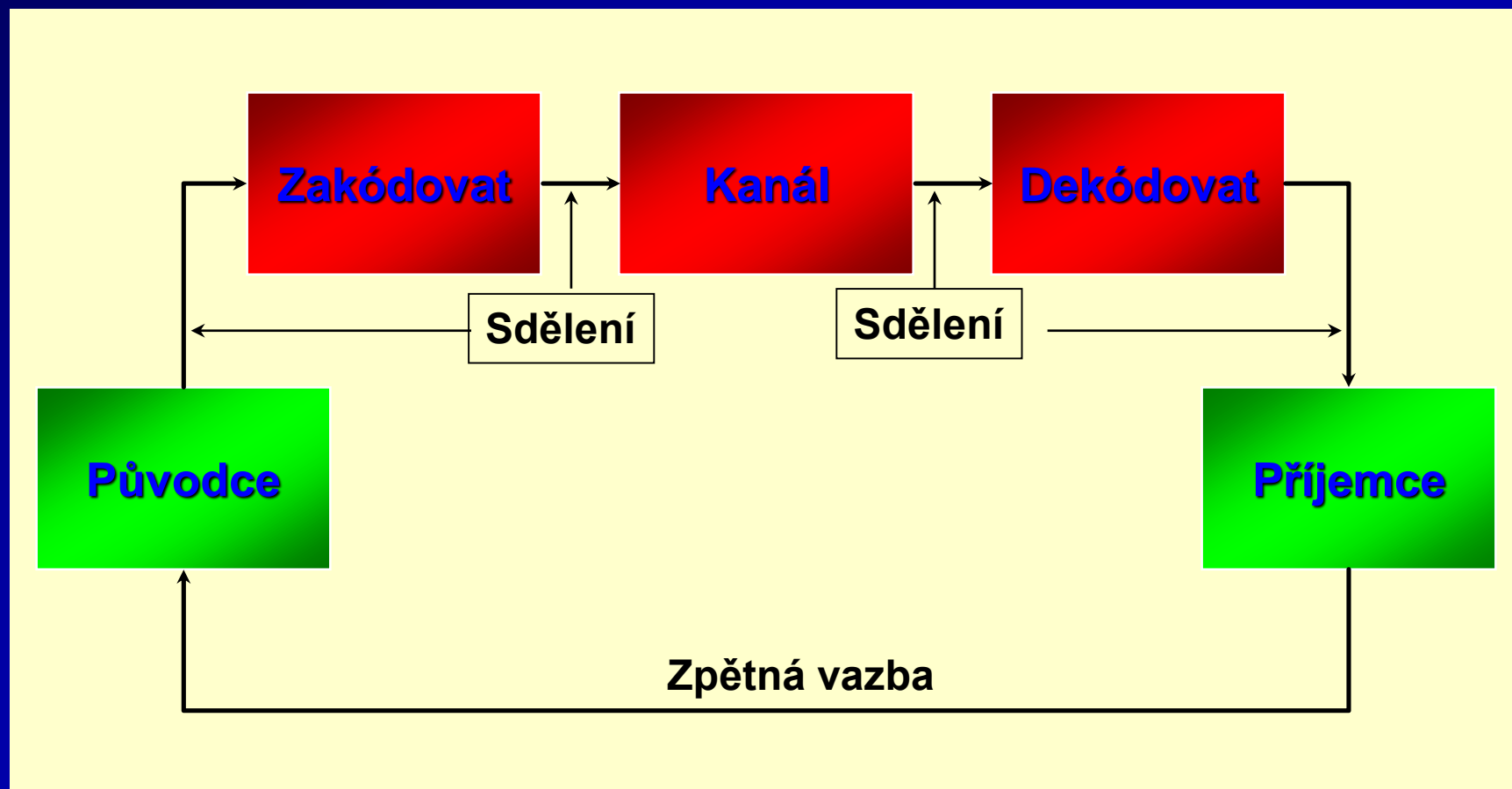
Cíle komunikace

1. Informovat
2. Získat informace
3. Ovlivnit, přesvědčit
4. Vyjádřit své pocity, postoje
5. Umožnit kooperaci

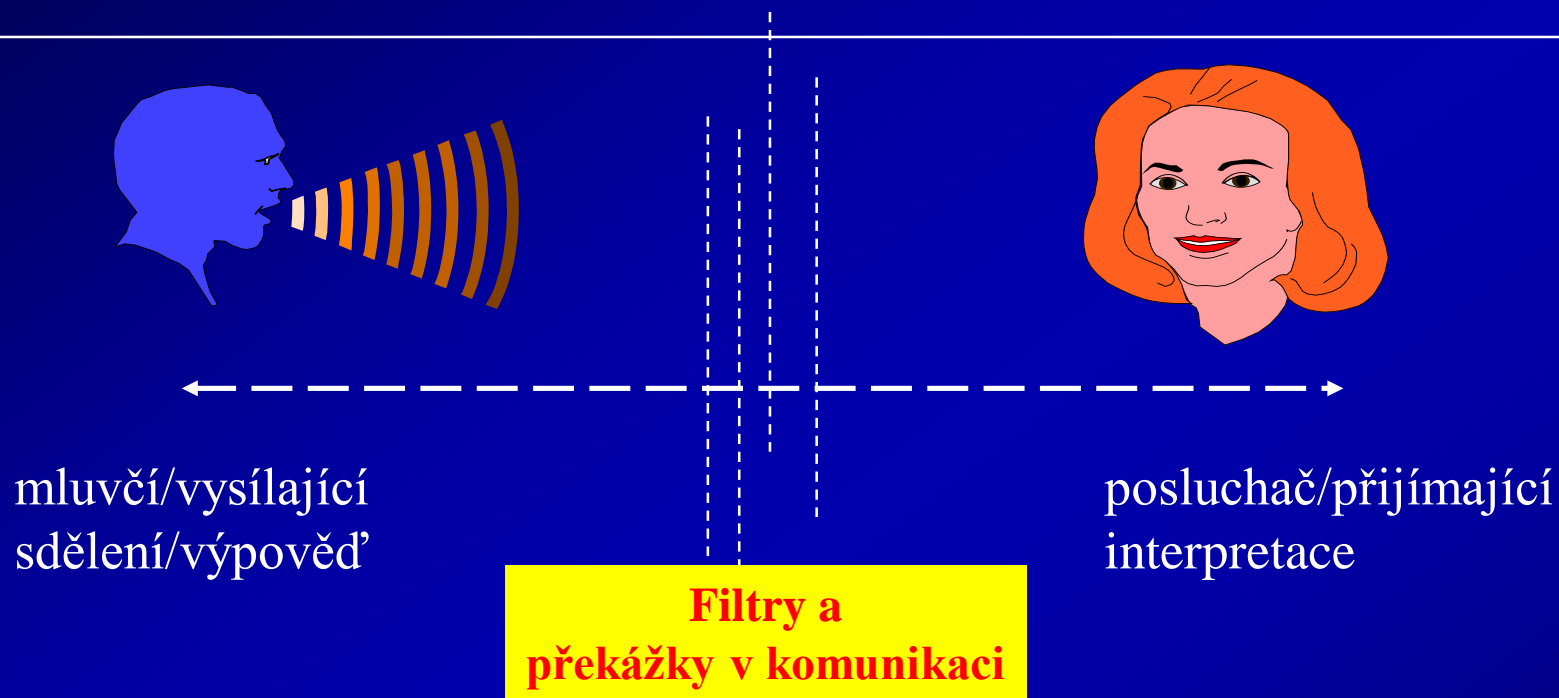
Sociální komunikace



Proces komunikace



Komunikace v praxi



Paralingvistika

- hlasitost řeči, výška tónu, rychlost řeči, plynulost řeči
- intonace, chyby řeči, výslovnost, frázování
- proxemika, haptika

Objektivní podmínky

Subjektivní podmínky- pohlaví, zdravotní stav, věk

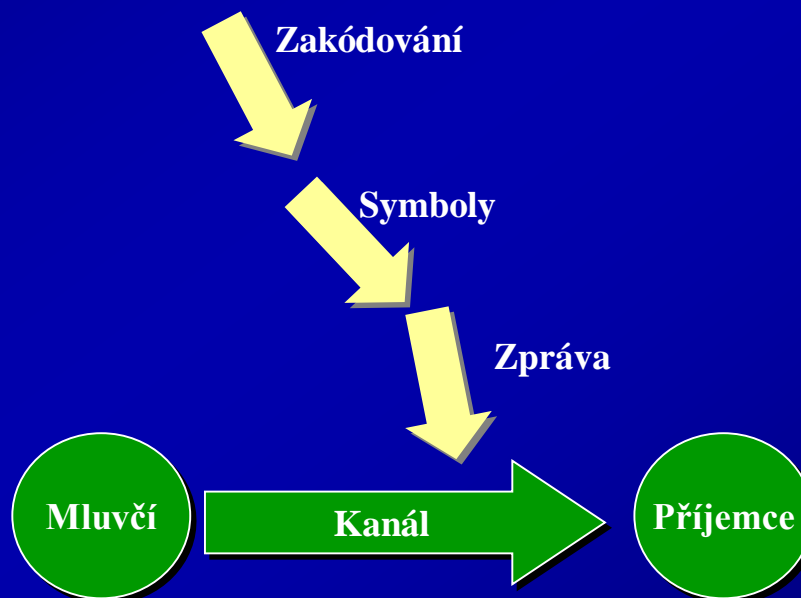
Neverbální projevy, gesta, řeč těla (body language)

Filtrování, selektivní vnímání, přetížení informacemi

Komunikační modely

Lineární model

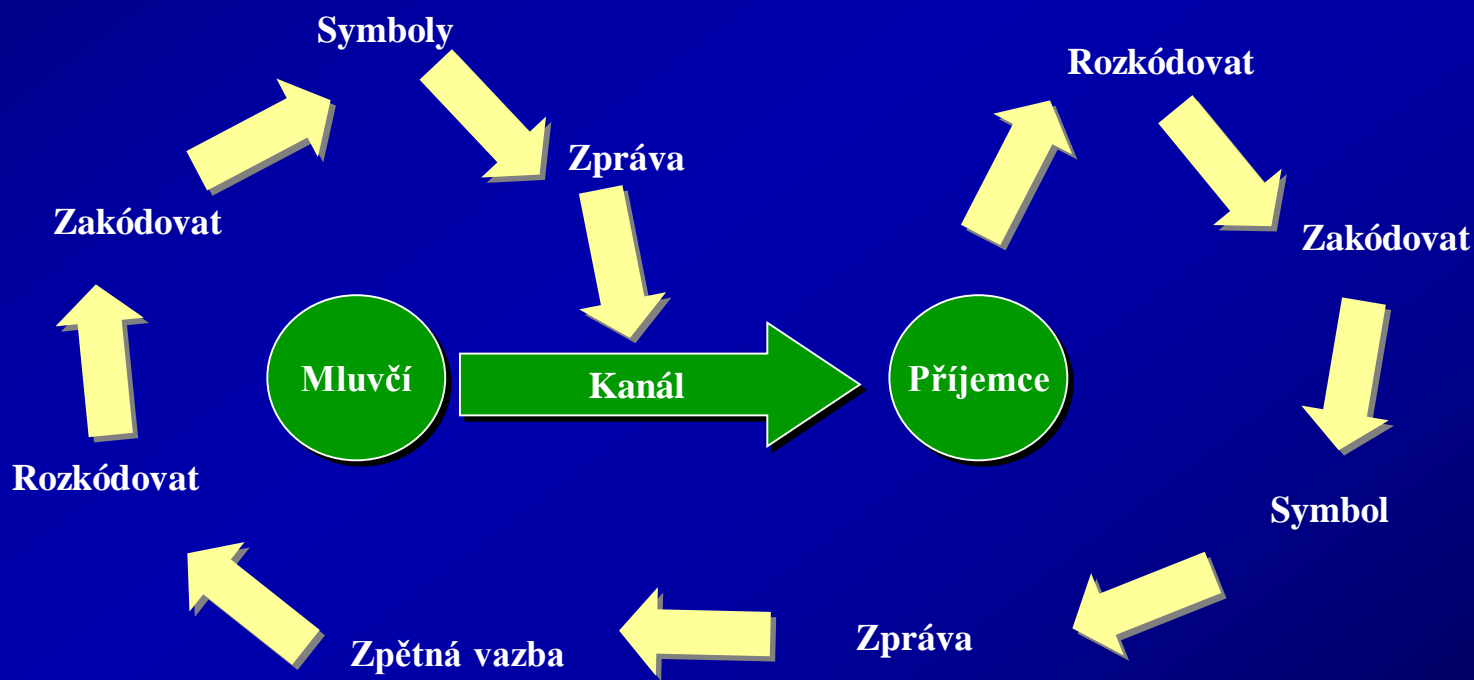
- Jednocestná komunikace (příjemce není zahrnut)
- Billboardy, TV, časopis



Komunikační modely

Interakční model

- Dvousměrná komunikace, příjemce zahrnut
- Zpětná vazba

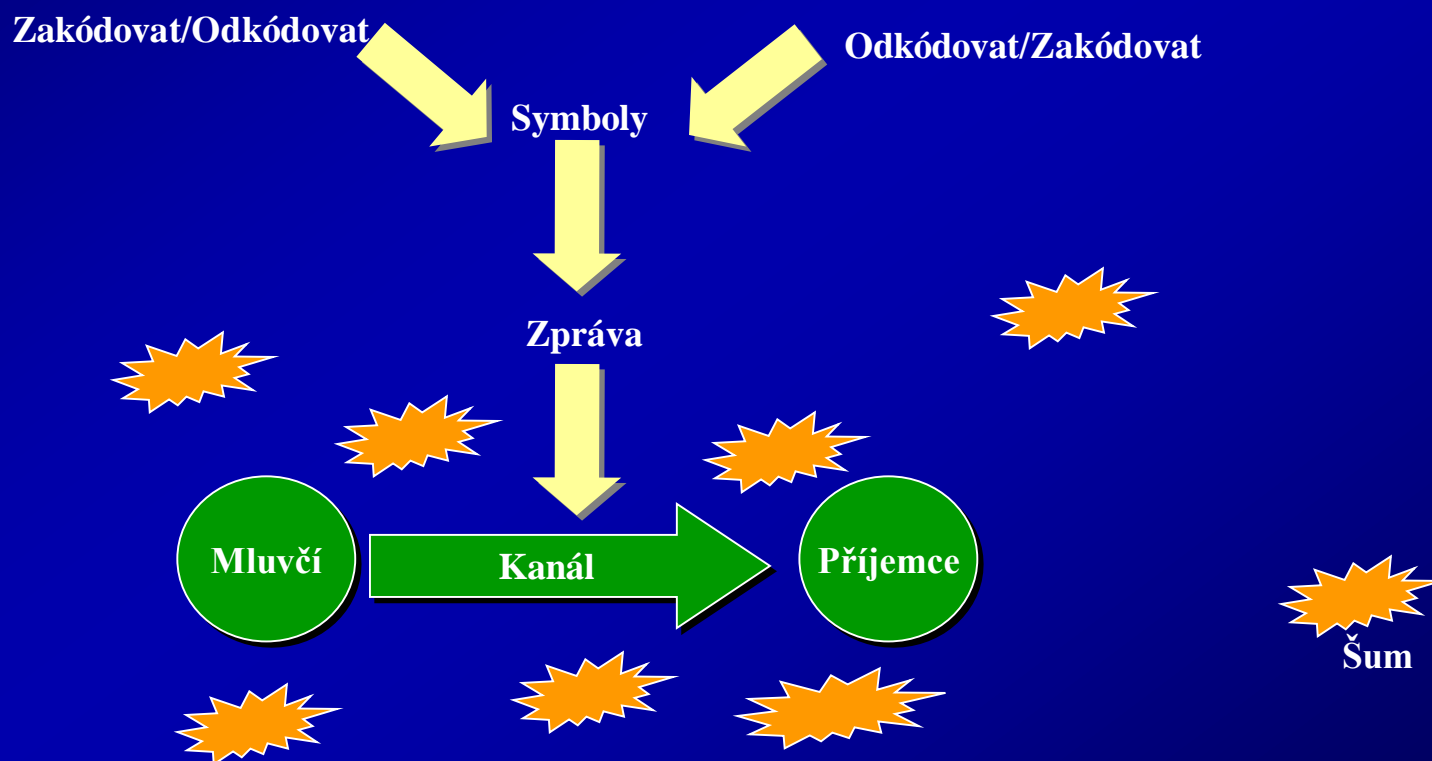




Komunikační modely

Transakční komunikační model

- Komunikace „tváří v tvář“
- “Šum” – externí/interní, sémantický šum



Komunikační kanály a formy

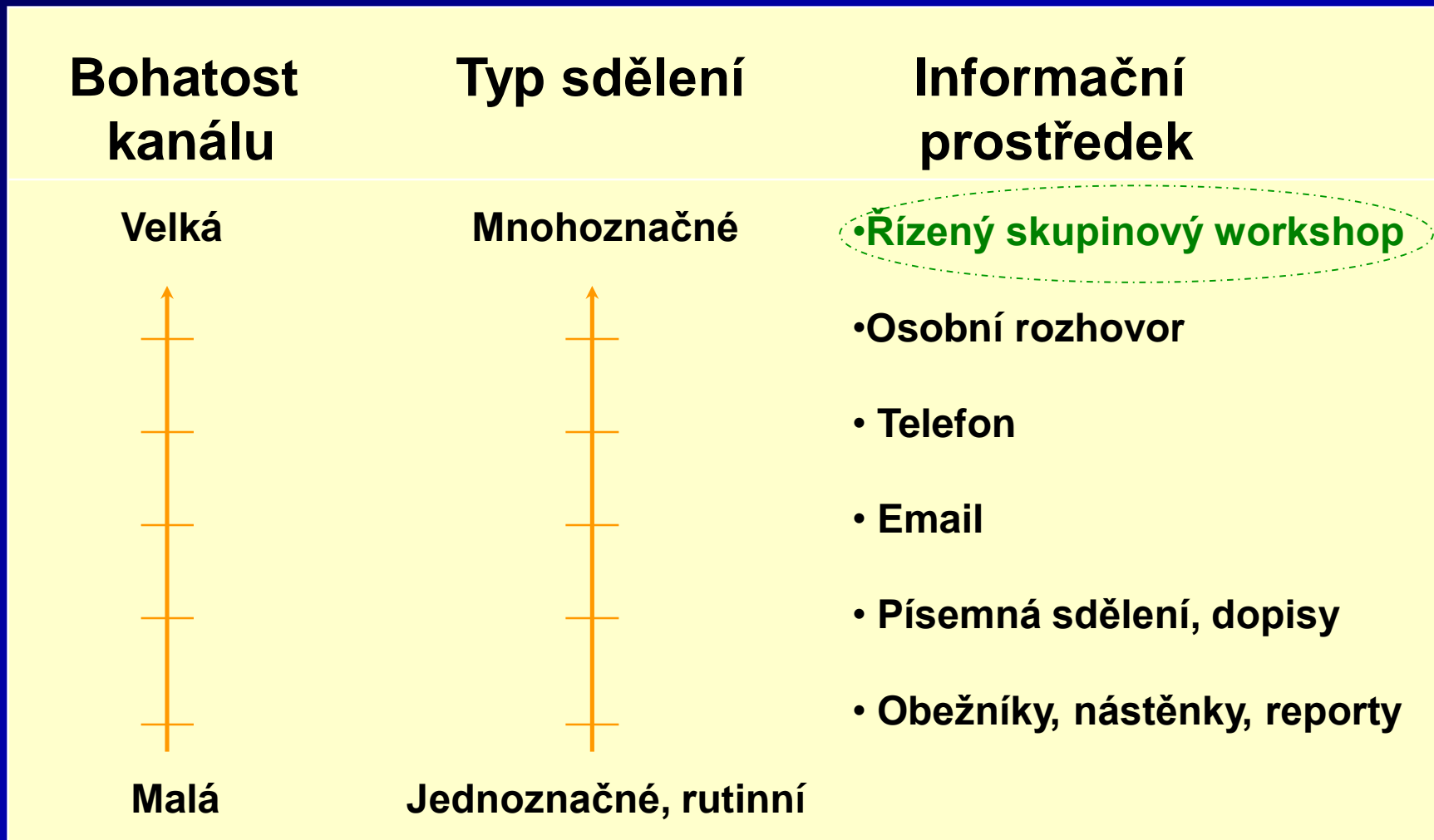
- Verbální (silná, slabá slova)
- Neverbální projevy
 - fyzické okolí
 - body language – gestika, kinezika, mimika
 - paralanguage -proxemika, haptika
- Doplněk řeči
- Náhrada pro některá verbální vyjádření
- Zmírnění verbálních projevů

Komunikace v organizaci

- Externí
- Interní:
 - Formální:
 - Shora dolů
 - Zespoda nahoru
 - Horizontálně
 - Diagonálně
 - Neformální:
 - Šeptanda
 - Sociální sítě

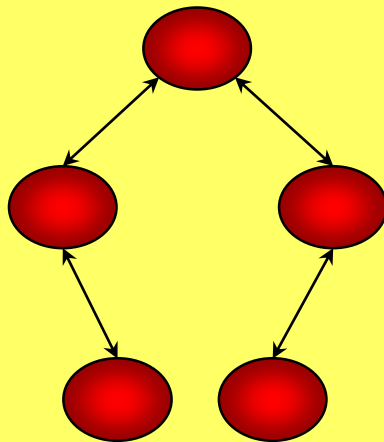


Výběr komunikačního kanálu

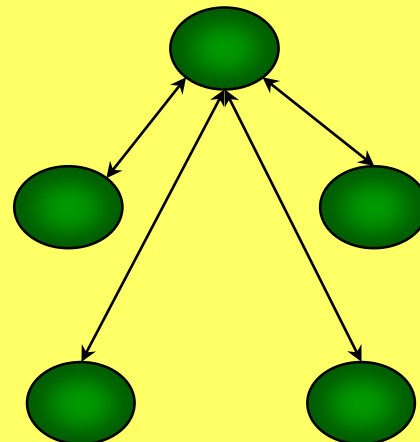


Komunikační sítě

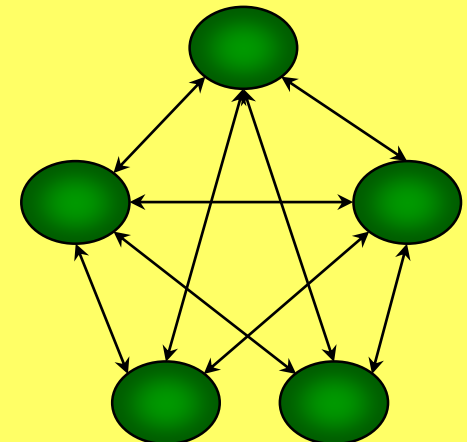
Řetěz



Kormidlo



Všesměrná



Rychlost

Přesnost

Role vedoucího

Uspokojení

Průměrná

Vysoká

Průměrná

Průměrné

Rychlá

Vysoká

Vysoká

Nízké

Rychlá

Průměrná

Chybí

Vysoké

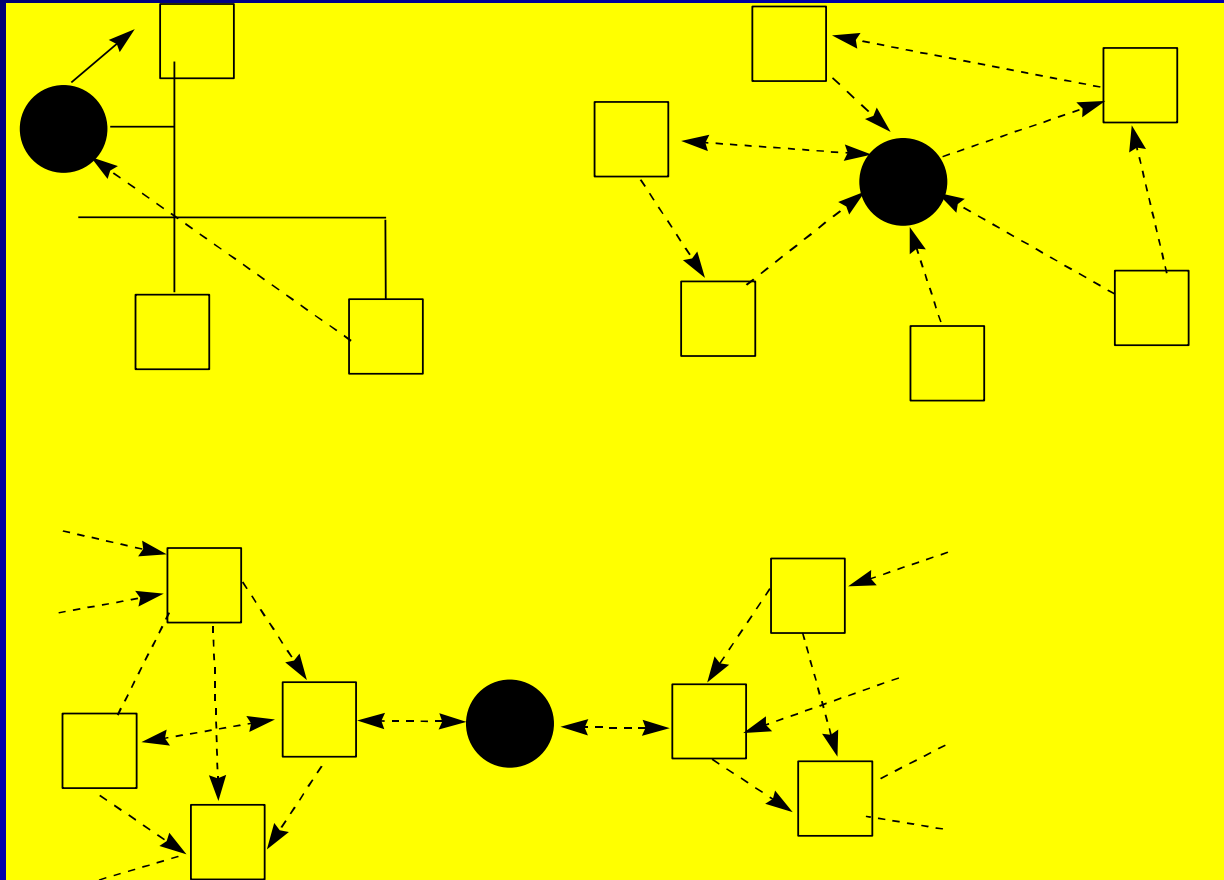
Neformální komunikační sítě

Hlídač u brány, vrátný

- Jedinec ve struktuře
- Kontroluje sdělení

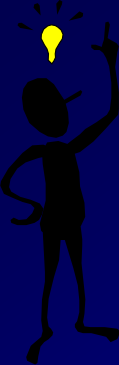
Názorový vůdce

- Jedinec schopný relativně často ovlivnit názory a chování druhých



Styčný důstojník

- Jedinec osobně spojující
- Dvě nebo více klik, aniž by
- Do některé patřil

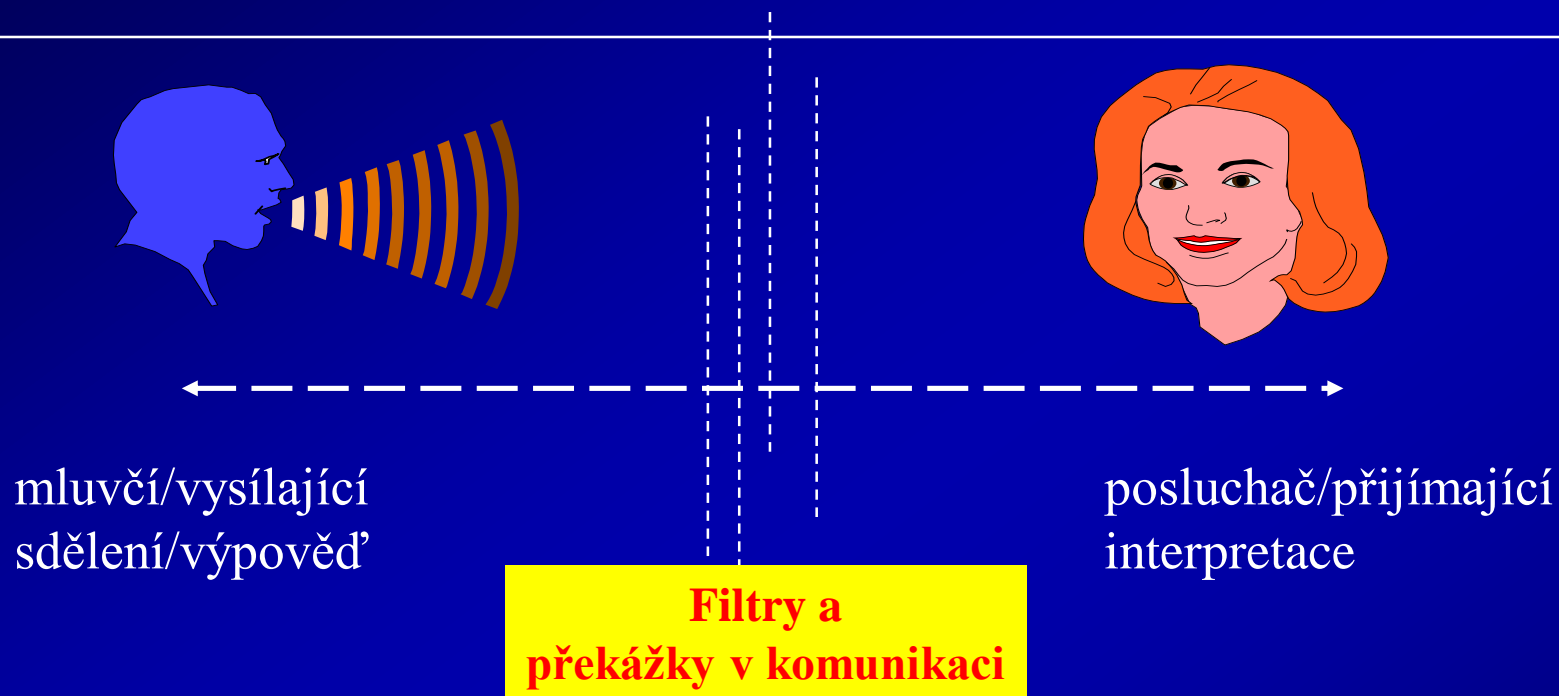


Slunečný dům

Přečtěte si zadání a odpovězte na následující otázky. Diskutujte ve dvojicích.

1. Jaké komunikační kanály, toky, sítě použili zaměstnanci sanatoria?
Uveďte konkrétně.
2. Jaké změny měly být implementovány do systému?
3. Co byste udělali, aby podobná situace nenastala?
4. Co byste udělali nyní?

Komunikace v praxi



Paralingvistika

- hlasitost řeči, výška tónu, rychlost řeči, plynulost řeči
- intonace, chyby řeči, výslovnost, frázování
- proxemika, haptika

Objektivní podmínky

Subjektivní podmínky- pohlaví, zdravotní stav, věk

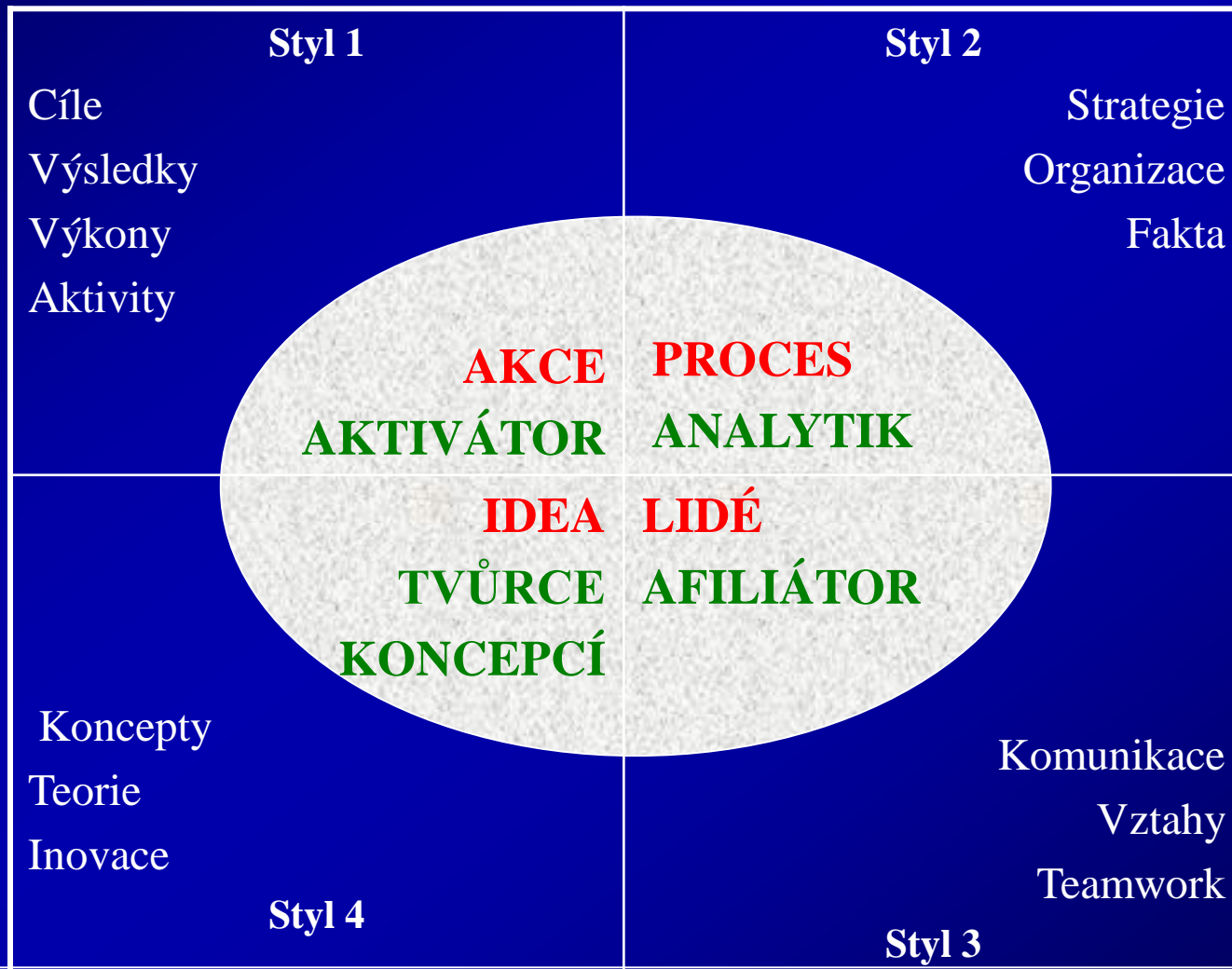
Neverbální projevy, gesta, řeč těla (body language)

Filtrování, selektivní vnímání, přetížení informacemi

Komunikační styly



Komunikační styly



Zaměření na akci - AKTIVÁTOR

Obsah komunikace:

- Cíle
- Výsledky
- Výkony
- Aktivity
- Zodpovědnost
- Zpětná vazba
- Zkušenost
- Rozvoj do budoucna
- Rozhodnutí
- Výzvy
- Změna
- Dosažené cíle

Proces komunikace:

- Pragmatický
- Přímý (k podstatě problému)
- Netrpělivý
- Rozhodný
- Rychlý (skáče od myšlenky k myšlence)
- Energický (je výzvou pro ostatní)
- Časová orientace je "zde a nyní,,



Zaměření na proces, analýzu - ANALYTIK

Obsah komunikace:

- Fakta, čísla, data a důvody
- Plánování
- Organizování
- Kontrola
- Testování
- Analýza
- Pozorování
- Důkazy
- Detaily



Proces komunikace:

- Analytický, systematický a metodický
- Při řešení úkolu - logická posloupnost kroků
- Bez emocí, zaměřený na fakta
- Opatrný, obezřetný
- Trpělivý
- Rozvláčný, mnohomluvný

Zaměření na ideje, koncepce – TVŮRCE KONCEPCÍ

Obsah komunikace:

- Koncepce, myšlenky, teorie
- Vzájemné závislosti
- Nové metody
- Zlepšení a inovace
- Kreativita
- Možnosti
- Design
- Potenciál
- Alternativy
- Novinky v oboru



Proces komunikace:

- Je vizionářem a idealistou
- Jeví se jako nepraktický člověk
- Charismatický
- Nerealistický
- Kreativní
- Provokativní
- Se spoustou nápadů
- Sebestředný
- Zvídavý
- Orientuje se na budoucnost

Zaměření na lidi - AFILIÁTOR

Obsah komunikace:

- Lidi
- Potřeby
- Motivace
- Týmová práce
- City, pocity
- Pochopení, porozumění
- Seberozvoj
- Citlivost
- Spolupráce
- Hodnoty, víra
- Očekávání
- Vztahy
- Minulost



Proces komunikace:

- Spontánní
- Empatiční
- Vřelý
- Subjektivní
- Emocionální, sentimentální
- Vnímavý

Citlivý

Jak na AKTIVÁTORa

Hledá odpověď na otázky " bude to fungovat?" a "za jak dlouho to můžeme udělat?,,

- Zaměřte se na výsledky, závěry uveďte hned na začátku
- Předložte své nejlepší návrhy, doporučení – nedávejte mnoho alternativ!
- Buďte struční
- Zdůrazněte praktickou stránku svého návrhu
- Použijte vizuální podporu

Jak na ANALYTIKa

Chce znát fakta.

- Bud'te přesní, prezentujte číselné údaje, data, grafy a statistiky
- Zprávu prezentujte uspořádaně:
 - Východiska
 - Současná situace
 - Výsledek
- Rozčleňte doporučení
- Předložte možnosti a alternativy s hodnocením pro a proti
- Podpořte prezentované názory dokumentací
- Poskytněte mu příležitost a čas vše pečlivě prozkoumat.

Jak na AFILIÁTORa

Bude chtít vědět, jaký názor na danou otázku mají jiní lidé.

- Dejte možnost společenské konverzace před zahájením vlastního jednání
- Zdůrazněte souvislost s lidskými stránkami dané situace
- Poukažte jaká byla v minulosti zkušenost s podobnými situacemi
- Naznačte podporu od uznávaných autorit (máte-li ji)
- Použijte neformální psaný styl.

Jak na TVŮRCE KONCEPCÍ

- Bude hledat nové, nebývalé a inovativní stránky zprávy
- Dejte mu prostor pro diskusi
- Nezneklidňujte se, když se občas dostane mimo limity tématu.
- Snažte se diskutované téma zasadit do hlubšího kontextu, filozofie...
- Zdůrazněte specifčnost vašeho návrhu.
- Podtrhněte hodnotu vaší myšlenky a její dopad v budoucnosti
- V psaném stylu podtrhněte své návrhy hned v úvodu. Potom začněte obecnou myšlenkou, tvrzení a rozved'te ji do detailů.