

Sadržaj:

1.Uvod.....	3
2.Komunikacioni kanali I tokovi u marketingu.....	4
2.1.Komunikacije odozgo prema dole i odozdo prema gore.....	4
2.2.Horizontalna komunikacija.....	7
2.3.Unapređenje procesa komunikacija.....	8
2.3.1.Različite percepcije.....	8
2.3.2.Kako prevazići problem različitih percepcija.....	9
2.3.3.Emotivne reakcije.....	9
2.3.4.Nedosljedna verbalna I neverbalna komunikacija.....	9
2.3.5.Nepovjerenje.....	10
2.4.Upotreba komunikacionih vještina.....	10
2.4.1.Pregovori radi rješavanja sukoba.....	10
3.Zaključak.....	12
4.Literatura.....	13

1.Uvod

Komunikacija predstavlja kontaktiranje, prenošenje I razmijena nekih sadržaja, podataka, informacija, mišljenja, zaključaka, vjerovanja, stavova, predrasuda itd.

Komuniciranje među ljudima je kulturno-civilizacijska posljedica učenja, kultura i kao potreba koja nastaje iz opšte socijalne situacije. U psihološkom smislu komunikacija označava kontaktiranje među ljudima, svakako radi postizanja zajedničkog cilja. Ostvaruju se u neposrednom verbalnom i neverbalnom dodiru, a može biti personalan sa konkretnim ljudima, ili depersonalizovana sa institucijama.

Komunikacija proizilazi iz društvene interakcije i služi kao njen glavni posrednik.

Komunikacija među ljudima je osnovni preduslov opstanka svake organizacije i najveći broj nesporazuma koji nastaju među ljudima unutar organizacije ili društvene zajednice uopšte jeste nestručnost i nespremnost za komuniciranje.

Nesposobnosti ljudi da komuniciraju, usljed porasta smetnji koje su nastupile u komunikacijskom procesu su osnovni uzrok neefikasnosti organizacije.

Često se kao problem komuniciranja javlja nedostatak vremena vremena za širu eksploataciju ideja, podataka, informacija i problema, međusobne udaljenosti ljudi koji komuniciraju, zamora ljudi koji komuniciraju, usljed neposjedovanja motivacije da se uopšte komunicira.

2.Komunikacioni kanali i tokovi u marketnigu

Struktura organizacije marketing sektora treba da bude postavljena tako da obezbeđuje kanale za protok poruka, na gore i u stranu, te smanji mogućnost izvora neformalnih poruka i komunikacija.

Da bi komunikacija bila moguća potrebno je da postoji odgovarajuća socijalna situacija, u smislu oko saglasnosti zajedničkih definicija realnosti i značenja bazičnih pravila komunikacije koja omogućuje dijalog.

Problem u komunikaciji nastaje kada postoje globalne predrasude tj. ideje koje mnoge individue uzimaju kao tačne i nepomirljive. U tom slučaju primalac percipira određeni komunikacijski stimulans i pripisuje mu značenje između ostalog na osnovu anticipacije svojih sopstvenih i tuđih reakcija i u takvom slučaju najčešće dolazi do smetnji u komunikaciji.

----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU. -----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com