

УВОД

“Говорити не значи увек логично мислити, али логично мислити значт у исти мах логично говорити.”

Бенедето Кроце

Промене, које су се нарочито у последње две деценије, збиле у нашем окружењу, на плану друштвеног и политичког живота, социјалних и економских прилика, географских и територијалних подела, као и развој технике и технологије, изменили су начине рада и пословања, као и методе у пословном комуницирању. Коришћење рачунара на радном месту, мобилна телефонија и електронска пошта, разговори путем компјутера (четовање, веб камера), брзина, темпо и услови рада, захтевају изразито јаке и образоване људе, веште комуникаторе, менаџере који претендују да буду лидери у свом послу. Од њих се, такође, очекује самосталност у доношењу одлука, осмишљавање и спровођење нових програма, ширење смелих и необичних идеја и иновација, као и припремљен, убедљив приступ у односима са јавношћу. Ово подразумева перманентно образовање, непрекидно напредовање, стицање нових знања, креирање имиџа и стила.

Мењају се говор и језик (иако представљају основне и незаменљиве цивилизацијске тековине), начин одевања и кретања, дизајн и сценографија, па је значајно упознати, оплемени и унапредити вештине, средства и методе у пословној комуникацији. Питање је како задржати и развити индивидуалност и креативност, карактеристике сопствене личности, а истовремено се, на добар и позитиван начин уклопити у задато окружење, мењајући себе, али и околности.

Истраживање и едукација на плану комуникологије никада нису сасвим довршени процеси и ова чињеница представља посебан изазов, како за оне који тек савладавају основне вештине комуникације, тако и за педагоге, тренере, комуникологе. Увек може да се сазна нешто ново, да се унапређује и усавршава у оквиру високо постављених циљева. Другачији политички системи, различите традиције и културе, креирају одређене стандарде, сходно социјалним, психолошким, комуниколошким, лингвистичким и другим карактеристикама.

За многе сегменте се може рећи да су заједнички готово свим људима на планети; за неке друге, пак, да су особени и својствени само одређеним културама. Стога се, у едукацији и образовању, не може усмеравати само према личним навикама и потребама једне културе. Морају се пратити догађања, пре свега, у најближем окружењу - на Балкану, потом, стандарди у Европи (са уочавањем карактеристика у пословању Немаца, Енглеза или Холанђана, на пример), развој теорије и праксе бизниса у Америци, специфичност пословног комуницирања у Кини и Јапану, итд.

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

www.maturskiradovi.net

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