

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/276115>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Психология

ВВЕДЕНИЕ

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОМПЛЕКСА КОММУНИКАТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

1.1. Основные понятия комплекса коммуникаций, цели, задачи и возможности

1.2. Разработка стратегии комплекса коммуникаций

2. ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИИ

2.1. Оценка эффективности комплекса коммуникативного взаимодействия

2.2. Совершенствование комплекса коммуникативного взаимодействия

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ВВЕДЕНИЕ

Функционирование любой организации осуществляется в определенном социальном пространстве, которое, в свою очередь, ограничивает и устанавливает рамки этого функционирования. Внутренняя среда организации может рассматриваться как ресурс для укрепления ее существования и развития. Вот почему состояние внутренней среды и ее оптимизация – актуальный вопрос для любого организованного объединения. Для предприятий эти утверждения приобретают свою, присущую хозяйствующим объектам, специфику.

Комплекс коммуникативного взаимодействия представляет собой передачу информации от одного объекта к другому, причем субъектами могут быть отдельные личности, группы или организации.

В первую очередь коммуникативный процесс призван обеспечить доступность информации для всех его участников, обеспечить передачу сообщений. При этом обмен последними не является гарантом качества коммуникации участвующих в процессе людей. Для возможности понимания процесса коммуникации и ее качества важно рассмотреть стадии коммуникации, которая осуществляется в диалоге или полилоге. Актуальность исследования определяется тем фактом, что знание основ коммуникативного взаимодействия дает возможность снизить риски коммерческого уровня на предприятии и помогает оптимизации деятельности организации на внутреннем и внешнем уровнях, в силу включения коммуникации во все сферы функционирования коммерческой организации.

Объектом исследования является ООО «Газпром добыча Уренгой», которое является структурным подразделением ПАО «Газпром» - с 1984 года ведет добычу газа на территории Ямало-Ненецкого автономного округа, обладает лицензиями на разработку Уренгойского, Заполярного, Тазовского, Северо-Парусового и Южно-Парусового месторождений.

Предмет исследования – коммуникативное взаимодействие на предприятии.

Цель настоящей работы – рассмотрение особенностей коммуникативного взаимодействия.

В процессе работы решались следующие задачи:

-рассмотреть основные понятия комплекса коммуникативного взаимодействия, цели, задачи и возможности;

-оценить эффективность комплекса коммуникативного взаимодействия на предприятии;

-провести анализ возможностей комплекса коммуникаций.

1. Баканов Н.И., Шеремет А.Д. Теория анализа хозяйственной деятельности. – М.: Финансы и статистика, 2018. – 395 с.

2. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом? – М.: Финансы и статистика, 2019. – 315 с.

3. Берман Р.Т. Основы маркетинга. Учебн. Пос. – СПб.: ПИТЕР, 2021. - 280с

4. Голубков Е.П. Проблемы маркетинговых исследований на российском рынке. //Вопросы экономики. 2016. №8. с.8.-15.

5. Гольдштейн Г.Я., Катаев А.В. Маркетинг. М.: Юнити, 2016. –310 с.

6. Гореев М.М. Маркетинг и маркетинговые исследования в России. Учебник. – М.: Внешторгиздат, 2018.- 325с
7. Гречков В.Ю., Соколова М.И. Маркетинговые исследования. Учебник. М.: Кнорус, 2017. – 390 с.
8. Данилов И.С. Маркетинг. М.: БЕК, 2016. – 255 с.
9. Егоров В.И., Злотникова Л.Г., Победоносцев Н.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия нефтяной и газовой промышленности. Учебник для техникумов. 2-е изд., переработанное и дополненное. – М.: Недра, 2017. – 386 с.
10. Орлова А.Р., Карягин И.Д. Основы маркетинга. М.: Приор, 2019. – 410 с.
11. Самиханов Д.М. Управленческие решения. – М.: Юнити, 2020. – 516 с.
12. Сергеев И.В. Экономика предприятия: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2018. – 480 с.
13. Середа Н.Г. Маркетинговые коммуникации. – М.: Кнорус, 2018. – 318 с.
14. Сивцов В.Н. Статистика промышленности: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2018. – 480 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/276115>