

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/referat/355703>

Тип работы: Реферат

Предмет: Реклама и PR

Введение 3

1 Сущность и виды внутрикорпоративных коммуникаций 4

2 Инструменты управления внутренними корпоративными коммуникациями 7

3 Улучшение методов и подходов построения внутренних коммуникаций для совершенствования работы предприятия. 11

Заключение 12

Список используемой литературы 13

1 Сущность и виды внутрикорпоративных коммуникаций

В ходе управления бизнес-процессами и выполнения повседневных задач, сотрудники, из-за отсутствия стимула к общению и обмену информации между отделами и подразделениями, регулярно сталкиваются с противоречиями, конфликтами и недопониманием. Это в первую очередь влияет на вовлеченность и корпоративный дух сотрудников, и конечно, на эффективность, затрудняет сплоченность, увеличивает стоимость человеческих ресурсов и даже приводит к ликвидации компании (т.к. сотрудники не чувствуют себя защищенными). Поэтому, важно понимать, что база построения корпоративной культуры – общение. Предприятие - это всегда люди. И каждая транзакция по управлению бизнесом требует, чтобы её исследовали, приняли решение, выполнили указания и сформировали/получили/обработали обратную связь. Люди – самый ценный ресурс предприятия, но и самый нестабильный ресурс.

С совершенствованием экономики, ориентированной на человека, и улучшением режима управления корпоративной культурой, внутренняя коммуникация приобретает все более важное стратегическое значение и активно способствует:

- 1) формированию нужной атмосферы корпоративной культуры,
- 2) сотрудничеству и взаимодействию между функциональными отделами,
- 3) мотивации сотрудников и формированию единства,
- 4) удовлетворению психологических потребностей сотрудников,
- 5) саморегулирующемуся управлению, ориентированному на людей,
- 6) повышению чувства сопричастности к единому делу и ответственности,
- 7) энтузиазму и творчеству сотрудников,
- 8) преобразованию человеческих ресурсов в человеческий капитал,
- 9) поддержанию сети корпоративной культуры и обмену информационными ресурсами,
- 10) созданию прогрессивной платформы для обучения, обмена опытом, а также созданию самобучающейся «рабочей среды»

Именно коммуникации помогают уменьшить трения, разрешить конфликты, устранить недопонимание, избежать возможных конфликтов в будущем и добиться максимальной производительности команды и руководства.

Коммуникация представляет собой двустороннее взаимодействие. Но если внутри организации отсутствует коммуникативная атмосфера, на ее руководителей лежит большая ответственность. Коммуникация является основным лидерским качеством и базой управленческой работы. Чтобы внутренние коммуникации работали действительно хорошо и показательно, предприятию необходимо построить современную корпоративную культуру, обозначить концепцию общения между сотрудниками и создать благоприятствующую для этого атмосферу, где каждый сможет общаться в любое время и обо всем (в разумных пределах). Важно, чтобы руководители отделов брали на себя инициативу в общении, проводили приемные дни, бизнес-завтраки, брифинги по ситуации на предприятиях и др.. Контактных и поводов к общению должно быть как можно больше, чтобы улучшить взаимопонимание и доверие, а внутренние каналы связи сделать беспрепятственными за счет двусторонней коммуникации. Согласно опросам, 73% американских, 63% английских и 85% японских управляющих считают проблемы в коммуникациях основной причиной, по которой их компании не могут достигнуть нужного уровня эффективности. Другой опрос

показал, что для 250 тысяч работников из 2 тысяч разных компаний, обмен информацией является одной из наиболее сложных проблем. Эти данные говорят о том, что неэффективные коммуникации – одна из главных причин возникновения проблем.

- 1) Жилинская В. О. Проблемы внутрикорпоративных коммуникаций в сетевых компаниях//СИНЕРГИЯ НАУК. 2019. № 31. С. 292-298
- 2) Лаптев В. В, Галиева Р. В. Современные инструменты внутрикорпоративных коммуникаций//СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ: ПРОБЛЕМЫ, ЗАКОНОМЕРНОСТИ, ПЕРСПЕКТИВЫ. сборник статей II Международной научно-практической конференции: в 2 частях. Том Часть 2. 2017. С. 165-168
- 3) Мойса А. В. Значение внутренних коммуникаций в построении корпоративной культуры организации// ГЛОБАЛЬНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ 4.0: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННЫХ ОБЩЕСТВ. Сборник статей. Четвертая социологическая конференция молодых ученых. Санкт-Петербург, 2023. С. 16-23
- 4) Поддубная Н.С. Корпоративные средства внутренних коммуникаций// ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ. Сборник научных статей по итогам четвертой международной научной конференции.. Том Часть 2. 2020. С. 104-105
- 5) Чернявская К. А., Харьков В. А. Эффективность внутренних корпоративных коммуникаций//СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ. Сборник материалов III Международной научно-практической конференции. 2021. С. 170-178

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/referat/355703>