

ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

ХАРАКТЕРИСТИКА КУРСА

**"Умение общаться с людьми - это товар
и я заплачу за него больше, чем за что-либо другое на свете"**
(Джон Д. Рокфеллер)

Мы живем в эпоху коммуникаций. Существование и функционирование многих полезных и развивающих компанию инициатив и проектов было бы невозможно без системного подхода к построению системы взаимодействия и коммуникаций на внутреннем и внешнем уровне. Успех достижения целей компании зависит от уровня компетенций его сотрудников в сфере деловых коммуникаций и правильности их применения на вертикально-горизонтальном уровне.

Коммуникативные способности, как в спорте, необходимо постоянно развивать и совершенствовать, осваивая новейшие технологии и инструменты.

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСА

- Сформировать у участников четкое представление о процессе коммуникации; факторах, препятствующих ее эффективности, месте коммуникации в управленческом цикле.
- Обобщить опыт участников в области бизнес-коммуникаций, повысить их осознанность, активность и профессиональную компетентность.
- Рассмотреть особенности и развить навыки разноуровневой коммуникации в организации.

Программа курса

№	Тема
1	Понятие и роль коммуникаций в бизнес-процессах. Элементы и этапы коммуникационного процесса. Модели коммуникаций. Основные виды коммуникаций в организации. Место коммуникации в управленческом цикле (планирование-организация-мотивация-контроль). Критерии эффективной коммуникации. Карта коммуникации.
2	Типологические модели коммуникационного менеджмента. Коммуникационные барьеры. Интегрированные коммуникации. Понятие ключевых аудиторий. Принципы планирования информационной кампании: определение целей, выбор аудитории и средств коммуникации. Обратная связь. Организационные и межличностные коммуникационные барьеры. Методы и инструменты преодоления коммуникационных барьеров.
3	Служба по связям с общественностью и прессой. Группа по связям с общественностью и коммуникационная политика. Выявление коммуникационных проблем. Базовые информационные потребности. Коммуникационный менеджмент и отношения с потребителями. Паблицити и управляемый имидж.

4	<p>Особенности коммуникационного менеджмента в кризисных и конфликтных ситуациях. Понятие кризисных ситуаций в контексте коммуникационного менеджмента. Объективные и субъективные факторы риска в современных условиях. Меры по недопущению углубления кризиса и выхода из кризисной ситуации. Типичные ошибки организационного поведения в кризисе. Преодоление слухов как функция коммуникационного менеджмента.</p>
5	<p>Деловые коммуникации и переговоры. Бизнес-коммуникации и методы влияния или воздействия на людей. Виды, особенности деловых онлайн/офлайн коммуникаций. Функции, методы и стили ведения переговоров. Правила проведения переговоров. Этапы эффективных переговоров. Подготовка к переговорам и анализ собственной позиции.</p>
6	<p>Личностный фактор деловых коммуникаций. Личностный фактор деловых переговоров. Типология поведенческого имиджа. Первое впечатление: вербальные и невербальные составляющие. Типы собеседников и стиль взаимодействия. Личностный фактор в управлении переговорами.</p>
7	<p>Технологии эффективных коммуникаций Эффективное управление переговорами. Профессиональные техники ведения переговорами. Тактика ведения переговоров. Методы аргументации. Методы убеждения.</p>