

# 1. Informatika v podjetju

## 1.1. Cilji

- Spoznati, ponotiviti in utrditi koomunikacijski proces ter cilje, namen, oblike/vrste poslovnega komuniciranja,
- prepoznati pomen razlicnih vrst komuniciranja in jih uporabiti v razlicnih poslovnih situacijah,
- vaditi ustno poslovno komunikacijo - predstavitev samega sebe, razgovor za sluzbo, prezentacija, ...,
- upostevati pomen neverbalne komunikacije pri komuniciranju nasploh in v poslovnem svetu,
- ponoviti zunanjo in notranjo zgradbo poslovnih dopisov, elektronskih sporocil,
- zapisati prosnjo za delovno mesto/motivacijsko pismo, CV ter druge vrste poslovnih dopisov.

## 2. Komunikacija - splosno

- beseda **communicare** pomeni obcevat, posvetovati se, razpravljati in omogociti ljudem navezovanje stikov z drugimi.
- Komunikacija je osnovna potreba vsakega cloveka in predstavlja temelj sodelovanja med ljudmi
- Komunikacija je proces izmenjave podatkov in informacij za medsebojno sporazumevanje. Namenjena je vzpostavljjanju stikov, pridobivanju znanja, izmenjavi stalisc, prenasanju izkusenj, dogovarjanju in oblikovanju odnosov.
- komuniciramo ze ob rojstvu, zato je komunikacija odlocilna prvina clovekovega razumevanja z jezikom, ki traja vse zivljenje,
- Ali ves, kako komunicirajo menihi, samotarji (puscavniki, eremiti, modreci)? S kom komunicirajo?
  - Menihi, pusčavnik, eremiti in modreci, ki živijo v osami, pogosto prakticirajo obliko komunikacije, ki je notranja in duhovna, namesto klasične verbalne ali socialne. Njihova "komunikacija" je vecinoma introspektivna - gre za molitev, meditacijo, razmisljanje ali dialog z visjo silo (npr. Bogom v krščanski tradiciji) ali z naravo. Na primer:
    - Krščanski eremiti (kot sveti Anton Puščavnik) so se pogovarjali z Bogom skozi molitve in tišino, včasih tudi z demoni v svojih vizijah, kar je simbolična notranja bitka.
    - Budistični menihi v samoti (npr. v tibetanskih votlinah) meditirajo, kar je oblika "komunikacije" z lastnim umom ali osnovno zavestjo (npr. prek mantre ali zen praks).
    - Modreci v drugih tradicijah (npr. sufijski mistiki ali taoisti) pišejo dnevnike, poezijo ali se pogovarjajo z elementi narave, kot so drevesa ali veter, kar je metaforična komunikacija z vesoljem.
- Kako imenujemo komuniciranje s samim seboj? Ste ze kdaj srečali koga, ki se je pogovarjal sam s seboj? Se vi kdaj pogovarjate s samim seboj?
  - Komuniciranje s samim seboj imenujemo intrapersonalna komunikacija ali preprosteje samopogovor (angl. self-talk). To je povsem normalen in koristen proces - pomaga pri razmisljanju, odlocanju, čustvenem procesiranju ali celo motivaciji (npr. "Danes boš to zmogel!"). Psihologi pravijo, da je to osnova za samozavedanje; prevec negativnega samopogovora pa lahko vodi v stres.

## 2.1. Student tutors

- Jan Dajcman,
- Emalija Slamberger,

## 2.2. Komunikacijski model

Posiljatelj	→	Sporocanje	→	Prejemnik
Misel	Pretvorba	Sporocilo	Pretvorba	Misel

Odposiljatelj je oseba, ki posilja sporocilo. Odposiljatelj se moa pripraviti in pri tem vedeti: kaj, zakaj, komu, kako in kdaj posilja sporocilo.

Odgovori na pet vprasanj, ki odposiljatelju pomagajo pri oblikovanju vsebine in oblike sporocila. Poslano sporocilo mora biti cim bolj razumljivo zato, da bo prejemnik vedel, kaj mu posiljatelj zeli sporociti.

**Sredstva**, ki jih je odposiljatelj uporabil za prenos sporočila (govor, papir, tabla, telefon, pc) imenujemo **kanał** (prenosnik oz pot). Če imamo v postopku prenasanja sporočila več prenosnikov, se velikokrat zgodi, da pride sporočilo do prejemnika "okrnjeno." - Game of telephone.

### 3. Vrste, oblike in smeri komunikacije

V komunikaciji ločimo več vrst komunikacije:

- Glede na obliko:**
  - besedna (ustna, pisna),
  - nebesedna (govorica telesa, mimika, gestika, proksemika, simboli, slike, znaki).
- Glede na razdaljo:**
  - neposredna (iz oči v oči),
  - posredna (preko telefona, pisem, emaila).
- Glede na smer:**
  - enosmerna (brez povratne komunikacije),
  - dvosmerna (z izmenjavo informacij),
  - vecsmerna (skupinsko komuniciranje).
- Glede na udeležence:**
  - intraosebno (znotraj sebe),
  - medosebno (med dvema ali več osebami),
  - skupinsko, organizacijsko, javno.
- Glede na modaliteto:**
  - vizualna (vid),
  - avditivna (sluh),
  - kinestetična (dotik),
  - olfaktorna (vonj),
  - gustatorna (okus).

#### 3.1. Besedna (verbalna) in nebesedna (neverbalna) komunikacija

Besedna komunikacija	Nebesedna komunikacija
Uporablja besede - govorjene ali pisane	Ne uporablja besed - izraza se z gibi, mimiko, drzo telesa, ocesnim stikom, tonom glasu (parajezik)
jezik je glavno orodje - uporablja se slovnica, besedisce, ton glasu	Komunikacija poteka intuitivno - pogosto nezavedno
Lahko je formalna ali neformalna - odvisno od konteksta	dopolnjuje verbalno komunikacijo - lahko potrjuje ali nasprotuje izrecnemu
Omogoca natančno izražanje misli - primerna za razlago, argumentacijo, navodila	univerzalna do neke mere - nekateri znaki so kulturno pogojeni, drugi pa splosno razumljivi
Odvisna od razumevanja jezika - sogovorniki morajo poznati isti jezik	Pomaga izrazati čustva in odnose - pogosto bolj iskreno kot besede

Parajezik *explanation goes here*

### 4. Poslovna komunikacija - namen in cilji

#### 4.1. Posebnosti poslovne komunikacije

Posebnosti poslovne komunikacije so:

- ima praktičen namen,
- odgovarja na konkretna vprašanja,
- biti mora prilagojena prejemniku,
- ustvariti mora dober (pozitiven) vtis,
- mora biti ekonomska.

## 4.2. Nacin poslovne komunikacije

Nacin poslovne komunikacije je odvisen od:

- izbranega nacinu komuniciranja,
- nasih pristojnosti (kompetenc),
- sredstev, ki so na razpolago za komuniciranje.

## 4.3. Ciljna naravnost poslovne komunikacije

Ciljna naravnost poslovne komunikacije:

- v poslovnem svetu si ne izbiramo sami sodelavcev, nadrejenih, poslovnih partnerjev,
- prizadevamo si za navezavo poslovnih stikov (vedno novih) in uresnicitev poslovnih ciljev,
- pri komunikaciji smo jasni nedvoumni, odkriti,
- postavljamo jasne in natančne cilje, ter si prizadevamo za njihovo uresnicitev.

## 4.4. Cilji komuniciranja

- Cilj komuniciranja = cilj poslovanja organizacije,
- Cilji morajo biti dosegljivi, merljivi, realni in koristni,

## 4.5. Namen komuniciranja

Vodje komunicirajo, da bi:

- pridobivali koristne informacije za svoje delo,
- informirali sodelavce in zunanje ljudi,
- vplivali na sodelavce in druge, kajti:

Tisti, ki ima veliko informacij oz. dostop do njih, ima tudi moc vplivanja

## 4.6. Vodje - cilji

Vodje poskusajo z ustrezno komunikacijo dosegati naslednje cilje:

- informiranje zaposlenih,
- vplivanje na obnasanje zaposlenih,
- svetovanje delavcem,
- prepricevanje sogovornikov.