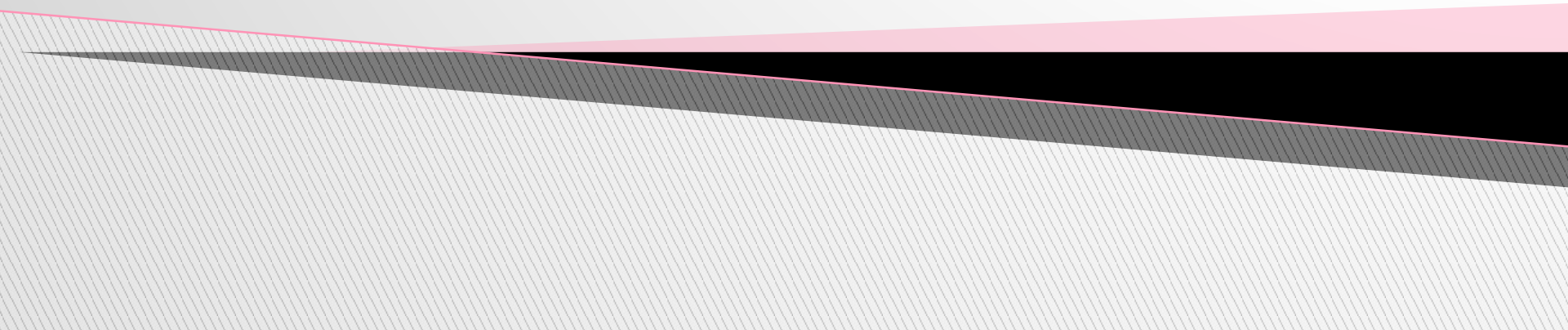


Курстық жұмыс

Менеджмент



Қазақстан Республикасы Білім және Ғылым Министрлігі
Халықаралық Туризмнің Менеджмент Колледжі

Курстық жұмыс

Тақырыбы: «Басқару процесіндегі коммуникацияның рөлі»

Орындаған: Сатыбалдиева А.Т. 301 топ
Ғылыми жетекші: Курганбаева Г.Е

Алматы 2013

Мазмұны

Кіріспе.....3

I бөлім. Менеджменттегі коммуникация

1.1.Басқарудағы коммуникацияның ролі және оның түрлері.....4

1.2. Коммуникация процесі.....7

II бөлім.Кәсіпорындағы коммуникациялық процесі

2.1 «Отрар Тревел» ТОО ға сипаттама.....11

2.2.Кәсіпорындағы коммуникациялық процесін талдау14

Қорытынды.....24

Қолданылған әдебиеттер26

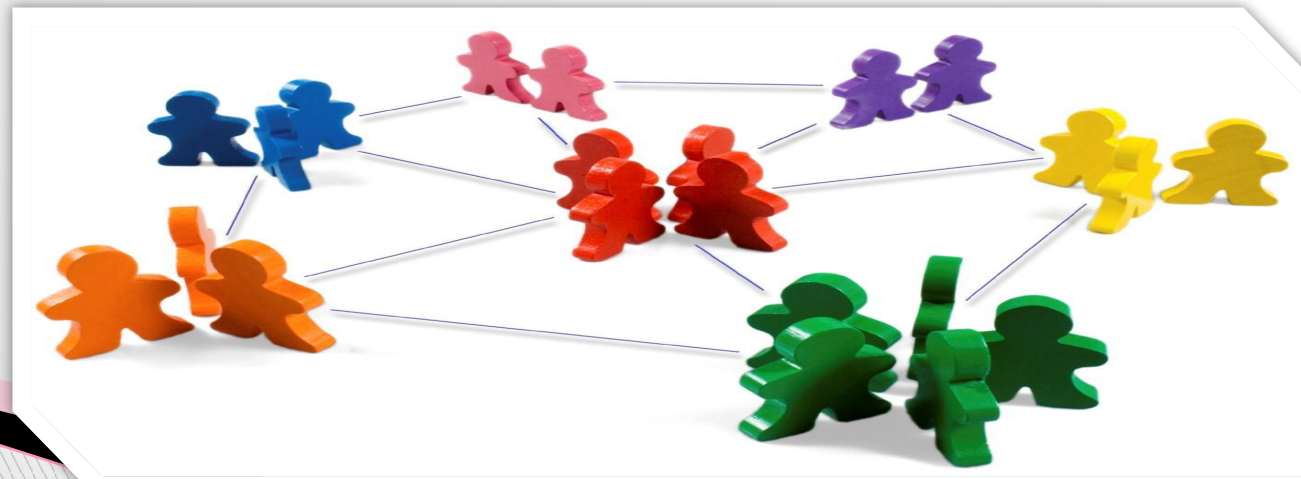
Қосымша

Курстық жұмыстың мақсаты: Кез келген адам өз жұмысын ойдағыдай орындау үшін тиімді қарым-қатынас орнатуы қажет. Сол себептен кәсіпорынның жетілдіру мақсатымен ондағы басқарушылардың оңтайлы қарым қатынаста болуы керек. Яғни адамдар арасындағы мәліметтің түсінікті болуын қамтамасыз ету.





Жалпы бұл тақырып «Басқару процесіндегі коммуникацияның рөлі» деп аталады. Басшы өзінің көпшілік уақытын мәліметтер алу және шешім қабылдау үшін, біреулермен байланысуға, қарым-қатынас орнатуға арнайды. Коммуникация – басшылық етудің байланыстырушы процесі болып саналады. Ұйым ішінді де, одан тысқары жерде де тиімді қарым-қатынас ұйым аралықтары үшін де, сыртқы орта үшін де аса қажетті, сол мақсатта олар түрлі амалдарды пайдаланады.



Коммуникация туралы ұғым

□ «Коммуникация» латынның «communis» - «ортақ» деген мағынаны білдіретін сөзінен шыққан. Ол ақпарат, қатынастар және идеяны ұғынуға ұмтылады. Коммуникацияны жетілдіру мақсатымен оны процесс модельдері ретінде зерттеу жүргізуге талаптандырды. Қазіргі кезде коммуникациялық процестің сансыз көп модельдері бар.



Коммуникация процесі

Шуыл (бөгет)

транс-
миттер

кодталған
хабар

канал

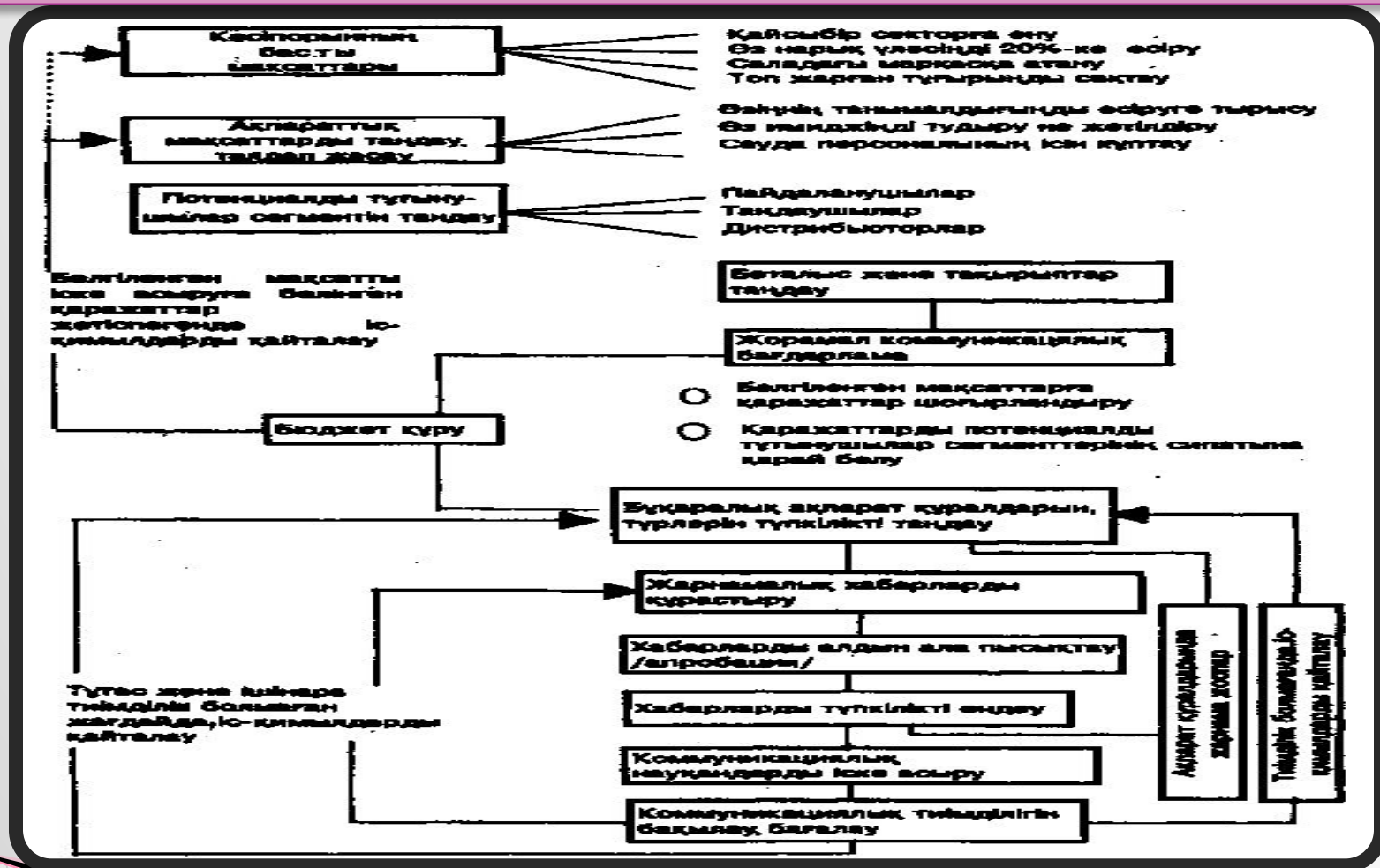
қабыл-
даушы

мағынасы
ашылған
хабар

Кері байланыс. Шуыл (бөгет)



Өнеркәсіп саласындағы менеджменттік коммуникация



Екі жақты ақпарат алмасу



Коммуникация ортақ түсінушілікке әкелетін екі жақты ақпарат алмасу. Яғни туристік компаниясында ақпарат алмасу өте маңызды рөл атқарады. Сонымен қатар менеджер мен клиенттің арасында коммуникация нақты орын алу керек. Егер өзара түсінушілік болмаса, коммуникация да болмайды.

Коммуникацияға бөгет жасайтын кейбір факторлар:

- Коммуникация басы (басты стадиясы).
- Қабылдаушы өз қалауы бойынша тыңдайды.
- Жіберуші және қабылдаушы әртүрлі жеке қасиеттерге ие.
- Жіберуші және қабылдаушы ұғым әртүрлі.
- Қабылдаушы жіберушінің жағдайын (қызмет жағдайын) бағалайды.
- Сөздер әртүрлі түсініктерді (заттарды) белгілейді.
- Код түсініксіз.
- Шуыл (бөгеттер).
- Жіберілетін информация блогының бұрмалануы.



Кәсіпорын сипаттамасы



- ❑ «Отрар Тревел» ТОО Қазақстан нарығында 1997 жылдан бері қызмет жасап келеді және өзін әуе тасымалдары нарығының лидері ретінде көрсете білді..
- ❑ «Отрар Тревел» ТОО туристік компаниясы 100% қазақстандық кәсіпорын ретінде тіркелген, және әуе тасымалдары нарығында 13 жылдан бері қызмет жасап келеді. Қазақстан аумағында 20-дан астам офистері бар.

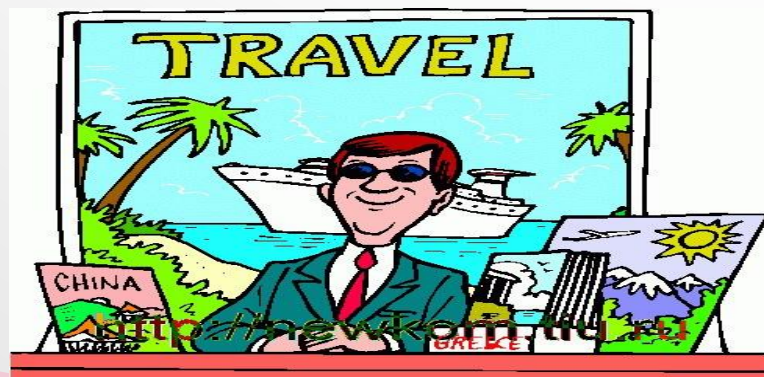


Туристiк фирманын мақсаты

Берiлген өнiмнiң нарықта жылжуы, отандық туристiк фирмалардың арасында жетекшi орында болу. Фирма басшылары экономикалық әдiстi пайдаланады, сол себептен олардың стимулдары жоғары болады.



- Туристiк фирмада коммуникацияның рөлi маңызды орын алады. Яғни басшының өз қызметшiлерiне деген немесе арнайы тұтынушыларға тиiмдi қарым қатынаста болуы қажет. . Бұл процесс тұтынушыларға бағытталған, демек ол барынша тиiмдi болуы үшiн әбден ойластырылып, жүйелi сипатта болуы керек.



OTRAR TRAVEL

- Бұл фирмада үлкен офис менеджері мен жарнама бойынша менеджер қызметін бір адам атқарады. Негізгі жарнамашы ретінде радио таңдалады, себебі ол тәулік бойы, тиімді және арзан бағаға жарнамалайды. Фирманың маркетингтік бюджеті 20000 АҚШ долларын қамтиды.



- Туристік фирмада коммуникацияның рөлі маңызды орын алады. Яғни басшының өз қызметшілеріне деген немесе арнайы тұтынушыларға тиімді қарым қатынаста болуы қажет. .



Бұл процесс тұтынушыларға бағытталған, демек ол барынша тиімді болуы үшін әбден ойластырылып, жүйелі сипатта болуы керек.



□ Қорыта келгенде, қазіргі заманда байланыс түрлері өте көп, және де олар белсенді қолданыста. Комуникациялық байланыс түрлерінің дамуы, әр бір кәсіпорын жұмыскерлерінің әр уақыта шапшаң, жүйелі қарым-қатынас жасауға мүмкіндік береді. Ақпарат алмасады, бұл ең негізгі, маңызды нәрсе. Ақпарат сондай-ақ шешімді іске асыру үшін де қажет.



Тындағандарыңызға Рахмет!



□ «Отрар
Тревел» мен
әрқашанда
саяхаттай
беріңіздер!
Біз сіздерді
асыға
күтеміз!

