

Коммуникационные процессы в организации. Методы Pull и Push.

Доклад по проекту предмета
«Управление знаниями»
подготовил студент 5-го курса ОД-5
Воронин Э. Ф.

Вступление

- В работе любой организации существуют **коммуникационные процессы**, которые являются неотъемлемыми элементами этой работы.
- Через коммуникационные процессы осуществляется обмен информацией, между всеми участниками организации по всей её иерархии. Той информацией, которая организует всю деятельность организации.

Коммуникационный процесс

- То есть, **Коммуникационный процесс** – это обмен информацией.
- **Цель** коммуникационного процесса — обеспечение понимания информации, являющейся предметом обмена.



Элементы КП

При этом выделяют четыре базовых элемента коммуникационного процесса:

1. отправитель
2. сообщение
3. канал связи
4. получатель



Этапы обмена информацией

Процесс обмена информацией реализуется следующими этапами:

1. Зарождение идеи
2. Кодирование и выбор канала
3. Передача
4. Декодирование



Обратная связь

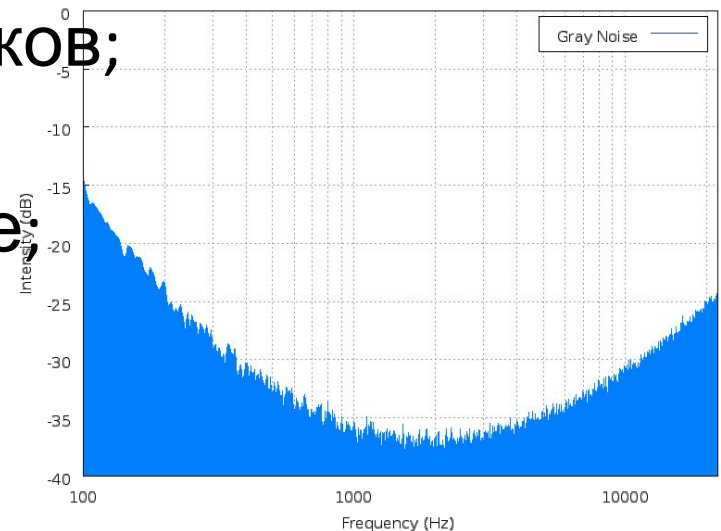
Обратная связь позволяет улучшить обмен информацией, подавляет шум в системе.



Шум в системе

Шум в системе присутствует всегда вследствие различных причин. К нему относятся:

1. Языковой барьер;
2. Компетенция участников обмена информацией;
3. Различие статусов работников;
4. Горизонтальные барьеры;
5. Географическое расстояние;
6. Влияние другой работы;
7. Специальные ограничения.



Информационная система

Таким образом, в организации возникает некая **информационная система**. Задача функционирования которой заключается в следующем:

1. информация должна попадать по назначению;
2. не должна быть использована нежелательным образом.

Информационная система: факторы

Эффективность информационной системы (коммуникационных процессов) зависит от многих факторов.

1-й фактор:

Необходимо определять потребность в информации.

2-й фактор:

Персонал должен быть осведомлен о наличии информации.

Методы Pull и Push

Существует два основных подхода к поиску информации:

1. **Активный**, когда определенный набор данных ищется либо непосредственно, либо опосредованно. Этот подход на языке носителей информационных технологий называется «**pull**» — «вытягивание».
2. **Пассивный**, когда сотрудник оповещает свое подразделение или организацию в целом, какая ему требуется информация, то есть, «**push**» — «выталкивание».

Методы Pull и Push

ОТ СЕБЯ
PUSH



НА СЕБЯ
PULL

Информационная система: факторы

3-й фактор:

Обеспечение доступа к информации.

Для получения информации методами «pull» и «push» необходимо обеспечивать пользователю наиболее удобные средства и поддерживать баланс между этими методами.

Сравнение методов Pull и Push

	Метод «вытягивания» («пулл»)	Метод «выталкивания» («пуш»)
Цель	Поиск информации (навигация)	Поглощение (захват) информации
Пользователь	Активен: инициативно ищет информацию	Пассивен: некий источник посылает информацию
Пригоден для	Одноразовой потребности в знаниях Проведения исследования Получения детальной информации	Долговременного спроса на знания получения срочной или быстроустареваяющей информации
Основное преимущество	Позволяет получить доступ к информации в нужное время	Привлекает внимание к важным материалам
Основной недостаток	Пользователь тратит много времени (на овладение технологией поиска)	Перегрузки пользователя, так как он не контролирует процесс поступления информации
Примеры	Каталоги, указатели, браузер (просмотровая система)	E-mail, Социальные и корпоративные сети

Информационная система: факторы

4-й фактор:

Система коммуникаций в организации должна характеризоваться завершенностью и полнотой.



Правила успешности коммуникации

Для успешного осуществления коммуникации менеджеры должны руководствоваться следующими правилами:

1. Четкое определение идей, вкладываемых в послания.
2. Анализ истинной цели каждой коммуникации.
3. Анализ физического и человеческого окружения при любой коммуникации.
4. Консультация с другими сотрудниками.
5. Стил, интонация и основное содержание сообщения.
6. Включение в сообщение нечто полезного и ценного для его получателя.
7. Установление коммуникаций не только на сегодняшний день, но и на будущее.

Спасибо за внимание!

Кто слушал – тот Тяни-Толкай!

