

MF0982_3

Administración y gestión de las comunicaciones de la dirección

La asistencia a la dirección en los procesos de información y comunicación de las organizaciones **1**



¿Qué?

Antes de adentrarnos en la administración y gestión pura de la comunicación, debemos conocer una serie de conceptos básicos que nos ayudarán posteriormente a las relaciones interpersonales, de organización y administrativas de la empresa.

Contenidos

- 1.1 La empresa y su organización
- 1.2 La organización empresarial
- 1.3 La dirección en la empresa
- 1.4 Relaciones de interacción entre dirección y la asistencia a la dirección
- 1.5 Funciones del servicio del secretariado

1.1 La empresa y su organización

En este apartado se va a tratar el concepto de empresa, los elementos que la integran, su organización y estructura, así como los objetivos que persigue.

1.1.1 Concepto y fines de la empresa

El concepto de empresa ha variado según ha ido evolucionando la sociedad y los medios organizativos y materiales con ánimo de lucro.

Entre la gran cantidad de definiciones que podemos encontrar del concepto empresa, nos quedaremos con el siguiente:

definición

Empresa.- Sistema social integrado por un conjunto de personas con el fin común de consecución de lucro mediante una organización determinada.

Es imprescindible esa organización que haga funcionar a las personas y otros medios de una forma coordinada y coherente.

La empresa también es el lugar en el que se desarrolla una gran parte del tiempo de las personas que la integran, aunque a día de hoy, no es esencial un centro de trabajo físico para que una empresa pueda existir con un organigrama establecido y unos métodos de trabajo predeterminados.

El fin principal de una empresa es la consecución de los objetivos económicos, el ánimo de lucro empresarial, aunque también puede existir un objetivo social vinculado a las necesidades que cubre la empresa dentro de la sociedad.



La empresa pone a disposición de las personas los bienes y servicios que necesitan para cubrir sus necesidades, a la vez crea una clase media asalariada que consume bienes y servicios producidos por ellos y por otras empresas.

otras definiciones de empresa

Eduardo Bueno Campos.- Conjunto de elementos o factores humanos, técnicos y financieros, localizados en una o varias unidades físico-espaciales o centros de gestión y combinados y ordenados según determinados tipos de estructura organizativa.

Rodrigo Uría.- El ejercicio profesional de una actividad económica planificada, con la finalidad de intermediar en el mercado de bienes o servicios.

RAE.- Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.

Lugar en que se realizan estas actividades.

MF0982_3

Administración y gestión de las comunicaciones de la dirección

El proceso de la comunicación 2



¿Qué?

En este tema analizaremos los procesos de comunicación, tanto formales como informales, dentro de las organizaciones, dando información sobre las necesidades más habituales de información y las respuestas más adecuadas a las mismas.

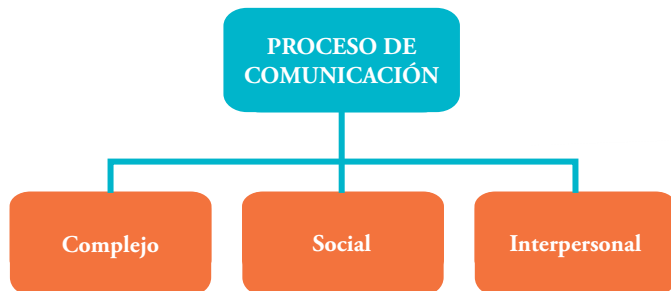
Contenidos

- 2.1 El proceso de la comunicación
- 2.2 La comunicación en la empresa. Su importancia

2.1 El proceso de la comunicación

La comunicación tiene un proceso de emisión y recepción y se compone de unos elementos que se van a analizar en este punto.

La comunicación es un proceso complejo, social e interpersonal, en el que se realiza un intercambio de información, verbal y no verbal, produciéndose una influencia recíproca.



Este contacto comunicativo produce unas relaciones racionales y emocionales de vital importancia para el desarrollo del ser humano.

2.1.1 Elementos del proceso: emisor, mensaje, canal de transmisión, código, receptor, contexto, referente

Estos son los elementos que intervienen en el proceso de comunicación:

- **Emisor.** Es la persona que elabora el mensaje con una finalidad, codifica una información utilizando unos símbolos cuyos significados deben ser entendidos por el receptor para que haya comprensión y pueda haber comunicación.
- **Receptor.** Persona que recibe la información o mensaje, lo descodifica, lo interpreta y lo transforma en información.
- **Mensaje.** Es un conjunto de signos que comunican algo, es lo que contiene la comunicación.
- **Canal de transmisión.** Es el medio por el que se transmite el mensaje.

Puede ser la palabra oral, escrita, el teléfono, correo electrónico o postal, memorando, etc.

! Con todos los medios de comunicación al alcance de una persona en el siglo XXI, la comunicación presencial constituye todavía el canal de mayor riqueza y de más fácil entendimiento por la cantidad de matices que puede percibir el receptor.

MF0982_3

Administración y gestión de las comunicaciones de la dirección

Comunicaciones presenciales

3



¿Qué?

Se exponen técnicas de comunicación oral en situaciones presenciales del entorno profesional, para saber adaptar el mensaje a la situación y al interlocutor de forma precisa y segura, y poder resolver los problemas producidos.

Contenidos

- 3.1 Formas de comunicación oral en la empresa –conversaciones, reuniones, tertulias, debates, mesas redondas, conversaciones telefónicas, entrevistas, discursos o exposiciones
- 3.2 Precisión y claridad en el lenguaje
- 3.3 Elementos de comunicación oral. La comunicación efectiva
- 3.4 La conducción del diálogo
- 3.5 La comunicación no verbal. Funciones
- 3.6 La imagen corporativa de la organización en las comunicaciones presenciales

En la línea seguida en el apartado anterior, se analizarán en este punto aspectos importantes respecto a la comunicación que se produce cuando todos los participantes comparten el mismo espacio físico y se analizarán algunas técnicas y elementos que pueden hacer que se produzca una mejoría en la comunicación y, por ende, del rendimiento de la organización.

Parece que ya existe una conciencia generalizada de cuidar el sistema de comunicación e información, como paso imprescindible a la consecución de los objetivos de la empresa.

3.1 Formas de comunicación oral en la empresa: conversaciones, reuniones, tertulias, debates, mesas redondas, conversaciones telefónicas, entrevistas, discursos o exposiciones

Dentro de la empresa se puede producir comunicación oral en muchos contextos. En cualquiera de los casos en los que se produzca, debe estar cuidado y en un entorno propicio para que la comunicación sea fluida y completa.

La conversación

Es el diálogo de dos o más personas sobre un tema intercambiando opiniones o ideas. No suele tener como finalidad alcanzar una conclusión común entre los interlocutores.

Aunque el número de participantes sea reducido no debe dejar de cuidarse el lenguaje hablado y el corporal.

Las reuniones

Es una comunicación oral entre un grupo de personas para intercambiar información sobre un determinado tema y alcanzar una decisión consensuada.



Las reuniones favorecen la comunicación y ayudan a cohesionar los equipos de trabajo.

Para garantizar una comunicación sin interferencias es preciso que se prepare, organizando espacios confortables, con el tiempo preciso y preparados los temas a tratar, recogidos en un «orden del día».

Es importante la disposición de los participantes para facilitar la comunicación entre los asistentes, en círculo o en forma de U.

El debate

Es una controversia oral entre varias personas con distintas opiniones y propuestas sobre un determinado tema.