

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/6567>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Туризм

Введение 2

1 Теоретические основы коммуникативной культуры менеджера 5

1.1 Коммуникативная культура в деловом общении 5

1.2 Маркетинговые коммуникации в туризме, их взаимосвязь и взаимовлияние 23

2 Анализ коммуникативной культуры менеджера туризма как средства повышения конкурентоспособности туристского предприятия «Интернешнл Трэвлинг Эвридей» 40

2.1 Организация работы компании «Интернешнл Трэвлинг Эвридей» 40

2.2 Коммуникативная культура менеджера туризма в туристическом предприятии «Интернешнл Трэвлинг Эвридей» 40

3 Рекомендации по улучшению коммуникативной культуры менеджера туризма 48

Заключение 58

Список литературы 60

Введение

Актуальность темы исследования. В последнее десятилетие значительно возросла социальная значимость туризма во всех сферах современного общества и основными предпосылками успешного развития туризма является проведение целенаправленной государственной политики, формирование эффективно действующей системы подготовки специалистов туристского профиля. Однако, в Российской Федерации проблемы туризма, его кадрового обеспечения находились вне поля зрения законодательных и исполнительных органов государственной власти, что нанесло туристской индустрии значительный урон. Только в последнее время были приняты Федеральные законы "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" и Федеральная целевая программа "Развитие туризма в Российской Федерации", призванные принципиальным образом изменить ситуацию в туристской деятельности России. Принципиально новая социально-экономическая ситуация в Российской Федерации актуализировала проблемы кадрового обеспечения туристской индустрии России высокопрофессиональными специалистами. Поэтому задача совершенствования подготовки специалистов туристской деятельности, формирование их профессиональных и деловых качеств выдвинулась на передний план в общей программе дальнейшего развития туризма. В связи с этим, проблема формирования коммуникативной культуры менеджеров туристской деятельности приобретает особую актуальность. Коммуникативная культура является составной частью профессионализма менеджеров туризма всех уровней, деятельность которых связана с общением, поэтому в педагогике, в качестве одного из приоритетных направлений деловое общение выделяется как самый сложный вид коммуникации и как актуальная проблема для специалистов туризма, вступающих в профессиональные контакты. Принадлежность менеджеров туризма к миру бизнеса не только не исключает, а, напротив, предполагает овладение высокой культурой профессиональной речи и имеет решающее значение для роста престижа, конкурентоспособности специалиста. Вместе с тем, коммуникативная культура активизирует процесс формирования личности человека. Коммуникативная культура определяется как комплекс мер по закреплению и воспроизводству организационных коммуникаций посредством генерализации их одобряемых форм и результатов. Переменными коммуникативной культуры организации как объекта социологического исследования являются структурные, динамические, типологические, функциональные и факторные. В коммуникативной культуре организации могут быть выделены информационный, перцептивный, интерактивный, эмоциональный и процессуальный уровни, для каждого из которых соответственно разработаны информационные, перцептивные, интерактивные, эмоциональные и процессуальные. Состояние и развитие коммуникативной культуры организации зависят от следующих групп факторов: личностных, тендерных, социально-психологических, информационных, управленческих, социоэкологических, социокультурных и ситуационных. Эмпирический анализ уровня информационного обеспечения деятельности организации выявил, что

показатели чувствительности и оценки качества служебной информации в целом зависят от ее размера и не зависят от профиля деятельности организации.

Повышение коммуникативной культуры организации требует диагностики и преодоления коммуникативных барьеров посредством использования социокоммуникативных технологий.

Проблема состоит в том, что наблюдается противоречие между важностью формирования коммуникативной культуры менеджера в турнирах и недостаточным вниманием к ней в реальной социокультурной практике.

Цель исследования – рассмотреть коммуникативную культуру как средство повышения конкурентноспособности турфирмы.

Задачи исследования:

- 1) изучить теоретические основы коммуникативной культуры менеджера;
- 2) проанализировать коммуникативную культуру менеджера туризма в туристическом предприятии «Интернешнл Трэвлинг Эвридей»;
- 3) дать рекомендации по улучшению коммуникативной культуры менеджера туризма.

Научно-практическая значимость работы состоит в том, что ее результаты могут быть использованы при разработке и осуществлении целевых программ повышения коммуникативной культуры в организации, а разработанный инструментальный социологический анализ позволит расширить возможности исследователя, работающего в соответствующем проблемном поле.

Теоретическая значимость исследования заключается в разработке целостной концепции коммуникативной культуры организации, ее диагностике и повышении. Дана характеристика понятия коммуникативной культуры организации, определены ее критерии и показатели. Разработан инструментальный для эмпирического измерения коммуникативной культуры организации, определены условия и пути ее повышения.

Предмет исследования – коммуникативная культура менеджмента.

Объект - «Интернешнл Трэвлинг Эвридей».

Работа по структуре состоит из введения, трех глав основного текста, заключения и списка использованной литературы.

1 Теоретические основы коммуникативной культуры менеджера

1.1 Коммуникативная культура в деловом общении

Коммуникация – это процесс передачи сведений и обмена информацией между двумя людьми или небольшой группы людей.

Коммуникация представляет собой процесс обмена информацией, происходящий между двумя людьми или группой. В любой организации эффективность работы во многом зависит от того, насколько персонал осведомлен в том или ином вопросе. Важное место в менеджменте занимает момент делегирования обязанностей и полномочий, при этом также основную роль играет общение.

Рассмотрим виды коммуникаций. В менеджменте их подразделяют на внутренние и внешние.

К первому виду можно отнести коммуникации, которые происходят между подразделениями, отдельными работниками организации. Обычно подобное общение происходит в связи с координацией действий внутри предприятия.

Внешние коммуникации.

Внешние коммуникации возникают при контакте организации с внешней средой. К ним относят: общение с потребителями, с государственными структурами, с общественностью. По иерархической организации виды коммуникаций можно подразделить на горизонтальные, вертикальные и диагональные.

К горизонтальным относят обмен информацией между работниками. Данные коммуникации важны для координирования действий людей, занимающихся одним производственным процессом. В этом случае рабочие чаще всего имеют общего менеджера, директора. Горизонтальные коммуникации помогают в оптимальном распределении ресурсов, в сбыте товаров и т.п. Они также позволяют установить равноправные связи между всеми подразделениями одного уровня.

Вертикальные коммуникации – обмен информацией между руководством и подчиненными. К ним можно отнести: рекомендации, приказы, распоряжения. Данные документы помогают руководителю эффективно доносить информацию до работников. В свою очередь, подчиненные отчитываются в том, что распоряжение принято к сведению или порученное задание выполнено. К вертикальным коммуникациям

также относят общение между подразделениями, которые находятся на разных уровнях иерархии. Диагональные коммуникации совмещают в себе признаки двух предыдущих видов. Происходит общение между начальниками и подчиненными разных отделов.

Внутренние коммуникации.

Внутренние виды коммуникации подразделяются на межличностные и организационные.

Первые происходят между двумя или более людьми. Организационные отношения подразумевают под собой общение между группами. Но к данному виду коммуникаций также относят обмен информацией одного человека с группой людей.

Можно выделить следующие виды коммуникаций: неформальные и формальные.

Неформальные обычно не имеют отношения к иерархии организации, они образуются в рамках одной группы. Подобные коммуникации возникают в любой компании. Руководство может с большой для себя выгодой использовать подобное общение. При неформальных коммуникациях передача информации происходит очень быстро, чаще всего в форме сплетен. Поэтому руководитель может любую выгодную для него новость пустить именно в виде слухов. Так информация дойдет до подчиненных быстро, но иногда с изменениями и дополнениями в виде выдумок сотрудников.

Формальные коммуникации связывают между собой различные элементы в структуре организации. Они устанавливаются официальными правилами, нормативами, распоряжениями, инструкциями. Данные документы регламентируют взаимодействие подразделений и работников.

Виды коммуникаций в менеджменте можно также рассматривать с точки зрения средств передачи информации. Люди общаются вербально (письменная и устная речь) и невербально (жесты, мимика, изображения и прочее).

Виды организационных коммуникаций можно разделять в зависимости от потребностей участников:

- коммуникация с целью получения какой-либо информации;
- для передачи информации кому-либо;
- коммуникация, чтобы удовлетворить эмоциональные потребности собеседников;
- направленная на согласование каких-либо действий между людьми или группой.

Общение играет важную роль в функционировании организации. Мудрый руководитель при правильном использовании всех видов коммуникаций может максимально повысить производительность труда.

Термин «коммуникативная культура» педагогическая наука заимствовала в лингвистике, но единой трактовки понятия «коммуникативная культура» в этой науке до сих пор нет. В лингвистике понятие коммуникативной культуры рассматривается в совокупности с понятиями культуры речи и культуры речевого общения.

Итак, понятия коммуникативной культуры и культуры речевого общения в лингвистике рассматриваются как составляющие общей и профессиональной культуры человека.

Также неоднозначно содержание понятия «коммуникативная культура» рассматривается и в педагогической науке. Научные работы Г.И. Бабий, И.И. Зарецкой, В.В. Соколовой положили начало зарождению понятия коммуникативной культуры в отечественной науке. В исследовании В.В. Соколовой коммуникативная культура рассматривается как совокупность умений и навыков, которые обеспечивают доброжелательное взаимодействие людей между собой, эффективное решение различных задач общения, представляется как важнейшее средство образования и как результат развития личности.

Современные педагогические исследования понятия коммуникативной культуры представляют ее как:

- профессионально значимое качество личности, которое «интегрирует коммуникативные умения, ценности и опыт, позволяющие достигать взаимопонимания субъектов образовательного процесса»;
- качество личности, которое интегрирует коммуникативные компетенции, культурные ценности и опыт эмоционально-ценностного отношения к профессиональной деятельности;
- знания, умения, навыки в области организации взаимодействия людей, позволяющие устанавливать контакт с партнерами, добиваться точного восприятия и понимания в процессе общения, прогнозировать поведение партнеров.

Представление о коммуникативной культуре как о качестве личности и о компоненте профессиональной и общей культуры преподавателя позволяет рассматривать исследуемое понятие в качестве основания становления будущего специалиста. Коммуникативная культура в контексте педагогической этики рассматривается как «такая степень овладения коммуникативными процессами, когда индивид способен разграничить его важнейшие компоненты – взаимоотношения и взаимодействия – и одновременно сознательно управлять каждым из них»; как компонент педагогической культуры.

Основу коммуникативной культуры составляют общепринятые нравственные требования к общению,

неразрывно связанные с признанием неповторимости, ценности каждой личности, такими как вежливость, скромность, тактичность, корректность, точность, предупредительность. Коммуникативная культура - совокупность знаний законов межличностного общения, умений и навыков пользования его средствами в различных жизненных и производственных ситуациях и личностных коммуникативных качеств.

Коммуникативная культура - это и правильное употребление языка, и подстраивание общения под ситуацию, в которой оно происходит. О развитой коммуникативной культуре говорящего свидетельствует не только понятное и грамотное построение речи, которая уместна и приятна для оппонента, но и умение подбирать самые подходящие способы взаимодействия с собеседником. Разумеется, такое умение не появляется само собой. Формирование коммуникативной культуры происходит в процессе частого и долгого общения, когда адресант следит не только за собой, но и за реакцией своих партнеров, совершенствует свое поведение.

Итак, основы для коммуникативной культуры это:

- Соблюдение адекватного тона беседы. В определенных ситуациях уместно повысить или понизить голос, использовать его выразительность, силу и интонации, но не следует срываться на крик.

- Психозомоциональная саморегуляция. Необходимо следить за своим настроением и поведением, контролировать свои жесты и мимику. Немаловажно научиться расслабляться в разговоре, не позволять грубости, резкости или импульсивности разрушить его ровное течение и уважительное отношение друг к другу.

- Грамотное построение фраз и доступная речь. Использование простых слов, выражение своих мыслей ясно и конкретно, без искажения произношения и нарушений правил речи. Образец коммуникативной культуры общения - грамотное использование языка и достойное поведение в любых ситуациях и при любых обстоятельствах. О важном следует говорить доступно, но не слишком долго и много. Отвечать на вопросы нужно кратко и точно, не теряясь и не засоряя речь лишними словами. Соблюдать принятые правила и нормы этикета, быть вежливым и доброжелательным необходимо всегда и везде - при беседе с товарищем и с начальником по работе, в общественном транспорте и в очереди в супермаркете. Ведь доброжелательность и учтивость - главные компоненты коммуникативной культуры личности.

Коммуникация и общение тесно связаны друг с другом. Коммуникация носит недисциплинарный характер, тогда как общение имеет духовный характер. Общение - это сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, включающий в себя восприятие и понимание другого человека, обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия.

Виды общения разделяют:

1) по средствам общения:

- непосредственное;
- опосредованное;

2) - прямое/косвенное;

3) по включенности в процесс общения социальных составляющих:

- неформальное;
- формальное;

4) по используемым знаковым системам:

- вербальное;
- невербальное;

5) по количеству участвующих в общении людей:

- межперсональное;
- массовое;

6) деловое/межличностное.

Взаимосвязанные стороны общения:

- перцептивная сторона - процесс восприятия, оценка характеров друг друга, основа для взаимопонимания;
- коммуникативная сторона - обмен информацией между людьми;
- интерактивная сторона - организация взаимодействия между индивидами, что предполагает определенную организацию совместной деятельности.

Социальная перцепция - процесс восприятия и понимания людьми друг друга. Это означает восприятие внешних признаков, соотнесение их с личностными характеристиками индивида и объяснение на этой основе его поступков. В социальную перцепцию включены как минимум 2 человека, каждый из них последовательно становится то наблюдаемым, то наблюдателем. Восприятие человека зависит от следующих факторов:

- возраст;
- опыт;
- чувства, испытываемые в данный момент;
- уровень культуры и эстетических вкусов;
- национальность;
- уровень развития самосознания;
- социальная роль;
- профессия и т.д.

Главная цель коммуникации – обмен информацией различного рода. У коммуникации всегда есть цель.

Коммуникативные ситуации имеют определенную структуру и состоят из следующих компонентов:

- отправитель информации, то есть адресант (говорящий или пишущий человек);
- получатель информации, то есть адресат (слушающий или читающий человек);

1. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация: учебное пособие / Т.З. Адамьянц. - М.: ИС РАН, 2008. - 160 с.
2. Алексунин В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник – М: «Дашков и К», 2010.
3. Безрутенко, Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебник. – М.: Дашков и К, 2010. – 164 с.
4. Быстров С.А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой: Учебное пособие - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014
5. Бражникова Г.Н. Некоторые проблемы коммуникационной составляющей процесса управления в организации / Г.Н. Бражникова// Инновации в науке.- 2012.- №13-2. – С.5-11.
6. Брудный А.А. К теории коммуникативного воздействия: теоретические и методологические проблемы социальной психологии / А.А. Брудный. М.: Инфра-М, 2007. - 220 с.
7. Верховцева К. А. Роль коммуникаций в управлении изменениями // Молодой ученый. — 2016. — №3. — С. 489-491.
8. Веснин В.Р. Управление персоналом: Учеб. пособие. – М.: ТК Велби, изд-во Проспект, 2011. – 240 с. 24.
9. Горбатов А.В., Елескина О.В. Деловая этика: Учебное пособие. - Кемерово: Кузбассвуиздат, 2007. - 142 с.
10. Жалагина Т.А. (ред.) Психология труда и управления в современной России: организация, руководство и предпринимательство 2014. Материалы Международной научно- практической конференции, посвященной 20-летию факультета психологии и социальной работы. — Тверь: Тверской государственный университет, 2014. — 412 с.
11. Дейнека А.В. Управление персоналом. Учебник. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010. — 292 с.
12. Кибанов А.Я. (ред.) Управление персоналом организации. Учебник. 4-е изд., доп. и перераб. — М.: ИНФРА-М, 2010. — 695 с.
13. Коммуникативная культура в структуре профессиональных качеств специалистов сферы сервиса и туризма. // Культура народов Причерноморья. — 2012. — №232. — С.123-126.
14. Копейкин Г.К. Организация труда персонала. Учебное пособие / под ред. засл. деят. науки РФ, д-ра экон. наук, проф. В.К. Потемкина. — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. — 96 с.
15. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. «Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник для студентов вузов» - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012
16. Логунова И.В. Коммуникационные технологии в управлении.- Воронеж: ГОУ ВПО «Воронежский государственный технический университет», 2010.- 83 с.
17. Маркетинг в туризме / сост. Д. Ш. Смирнова. – Астрахань: Астраханский государственный университет, Издательский дом «Астраханский университет», 2012.
18. Морозова Н.А. Управление коммуникациями в организации / Н.А. Морозова // Вестн. Воронеж.ун-та. Серия Экономика и управление. -Воронеж, 2010. -№2. – С.173- 180
19. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства. М.: Экономика, 2009. 486 с
20. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. – М. : Рефл-бук, Ваклер, 2010. – С. 34.
21. Психология делового общения в туризме и гостеприимстве : учебное пособие / коллектив авторов ; под общ. ред. Е. С. Сахарчук. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 192 с.
22. Силантьева М.А. Роль руководителя в организации // Актуальные вопросы менеджмента и маркетинга. 2012. 32 с.
23. Скульмовская Л.Г. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ: ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 2-3. – С. 628-631

24. Соколова В.В. Культура речи и культура общения. – М.: Просвещение, 2009. 154 с.
25. Суровцева Е.С. Актуальные проблемы управления организационными коммуникациями / Е.С. Суровцева // Вестн. Тамбов. ун-та. Серия Гуманитарные науки.- Тамбов, 2008.-№2. – С.125-128.
26. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство: Учеб. пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 735 с.
27. Фахрутдинова А.З. Коммуникации в управлении. Учебное пособие по специальности «ГМУ». — Новосибирск: СибАГС, 2008. — 140 с.
28. Формановская, Н. И. Культура общения и речевого поведения [Текст] / Н.И. Формановская. – М.: Икар, 2014. – 238 с.
29. Шаталова Н.И., Галкин А.Г. и др. Управление персоналом на производстве. Учебник. — Екатеринбург: Изд-во УрГУПС, 2013. — 557 с.
30. Шилина С.А. Управленческий дискурс как технология коммуникации в системе отношений государства и общества. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Москва, Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, 2015 г. – 33 стр.
31. Шумилина К.М. Управление персоналом. - М., 2010. - 103 с.
32. Администрирование деятельности туристического агентства. - <http://www.dokefo.ru/component/k2/item/292-akademiya-biznesa-administrirovanie-deyatelnosti-turisticheskogo-agentstva/292-akademiya-biznesa-administrirovanie-deyatelnosti-turisticheskogo-agentstva>
33. Виды коммуникаций и их характеристика. - <http://coolbtool.ru/library/upravlenie-i-kommunikatsii/vidy-kommunikatsiy-i-ikh-kharakteristika.html>
34. Виды коммуникаций в организации. Классификация коммуникаций. - <http://rggusf.ru/organizatsionnoe/vidy-kommunikats.html>
35. Маркетинговые коммуникации в сфере туризма. - <http://juliaturporeyting.blogspot.nl/2013/06/blog-post.html>
36. Оценка конкурентоспособности России на мировом рынке туристских услуг. - <http://izvestia.usue.ru/download/54/5.pdf>
37. О туроператоре ТЕЗ ТУР (TEZ TOUR). - <http://tez-tour.su/o-kompanii.html>
38. Процесс коммуникации в организации. - <http://www.markadvice.ru/lman-409.html>
39. Процесс коммуникаций и эффективность управления. - http://managmen.blogspot.nl/2013/01/blog-post_13.html
40. Профессиональный туристский портал TourDom.ru: Официальный сайт - <http://www.tourdom.ru>
41. Федеральная служба государственной статистики - <http://www.gks.ru>
42. Федеральное агентство по туризму (Ростуризм.) -<http://russiaturism.ru/>
43. World Economic Forum: Официальный сайт - www.weforum.org (дата обращения: 14.01.2016).
44. World Travel Guide. Russia Travel Guide: Официальный сайт [Электронный ресурс] / Columbus Travel Media Ltd 2016-<http://www.worldtravelguide.net/russia>
45. World Tourism Organization UNWTO: Официальный сайт [Электронный ресурс] / The World Tourism Organization (UNWTO) 2016 - <http://www2.unwto.org>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/6567>