

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	15
----------------	----

ΜΕΡΟΣ Ι

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ: ΘΕΩΡΙΑ

1. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	
1.1. Ορισμός της επιχειρησιακής επικοινωνίας	21
1.2. Διαδικασία της επικοινωνίας	22
1.3. Χρησιμοποίηση και σκοποί της επιχειρησιακής επικοινωνίας	22
2. ΣΥΣΤΗΜΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	
2.1. Εισαγωγή	29
2.2. Τι είναι σύστημα	30
3. ΜΟΡΦΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	
3.1. Εισαγωγή	35
3.2. Αρχές οι οποίες εφαρμόζονται στη γραπτή επικοινωνία	36
3.2.1. Εισαγωγή	36
3.2.2. Στοιχεία της αποτελεσματικής γραπτής επικοινωνίας	37
3.3. Διαφορές μεταξύ γραπτής και προφορικής επικοινωνίας	39
3.4. Οπτική επικοινωνία στην επιχείρηση	39
3.4.1. Η σπουδαιότητα της οπτικής επικοινωνίας στην επιχείρηση	39
3.4.2. Γραφικές και οπτικές παραστάσεις	41
3.4.3. Σήματα, σύμβολα και η «εικόνα» της επιχείρησης	41
3.4.4. Εμπορικό σήμα	41
3.4.5. Τα χρώματα και η συμβολική τους αξία	43
3.4.6. Φωτογραφία ή καλλιτεχνική εργασία	44
3.5. Ακουστική επικοινωνία	44
3.6. Μη λεκτική επικοινωνία	48
3.6.1. Εισαγωγή	48
3.6.2. Κουλτούρα καί επικοινωνία	51

3.6.3. Γλώσσα του σώματος	54
3.6.4. Θέση και στάση του σώματος	56
3.6.5. Χώρος - απόσταση	60
3.6.6. Άγγιγμα - επαφή	61
3.6.7. Φυσική εμφάνιση και ενδυμασία	62
3.7. Ηλεκτρονική επικοινωνία	64
3.7.1. Προσαρμογή ανθρώπου - υπολογιστή	64
3.7.1.1. Ιστορική ανασκόπηση	64
3.7.1.2. Σχεδιασμός υπολογιστή	66
3.7.2. Γενικές πληροφορίες για το διαδίκτυο	68
3.7.2.1. Εισαγωγή	68
3.7.2.2. Εργασίες στο διαδίκτυο	69
4. ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ	
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ	
4.1. Εισαγωγή	73
4.2. Σύστημα πληροφοριών στη διοίκηση της επιχείρησης	73
4.3. Χρήσιμες πληροφορίες για όλα τα ιεραρχικά επίπεδα της επιχείρησης	74
5. ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΑ ΡΟΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ	
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΔΙΑ ΣΤΗΝ	
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΥΤΗΣ	
5.1. Ροή της επιχειρησιακής επικοινωνίας	79
5.1.1. Ροή της επιχειρησιακής επικοινωνίας και απόδοση των μικρών ομάδων	81
5.1.2. Κλειστό σύστημα ροής της επιχειρησιακής επικοινωνίας ...	83
5.2. Εμπόδια στην αποτελεσματικότητα της επιχειρησιακής επικοινωνίας	84
5.3. Ανοικτή επικοινωνία	88

ΜΕΡΟΣ II

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ: ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

6. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	
6.1. Εισαγωγή	93
6.2. Ενδοπροσωπική επικοινωνία	93
6.3. Διαπροσωπική επικοινωνία	97
6.4. Μιας κατεύθυνσης επικοινωνία	103
6.5. Αμφίδρομη επικοινωνία - διπλής κατεύθυνσης επικοινωνία	105

7. ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

7.1. Εισαγωγή	107
7.2. Μεταβλητές της πηγής (ποιός;)	107
7.2.1. Εγκυρότητα και αξιοπιστία της πηγής	107
7.2.2. Απόκτηση και βελτίωση της εγκυρότητας και αξιοπιστίας της πηγής	110
7.3. Μεταβλητές του μηνύματος(λέει τι;)	110
7.4. Μεταβλητές του αποδέκτη (σε ποιόν;)	112
7.4.1. Δημογραφικές μεταβλητές	112
7.4.2. Προσωπικές μεταβλητές	113
7.5. Μεταβλητές της κατάστασης (σε ποιά κατάσταση;)	114
7.5.1. Φυσική κατάσταση	114
7.5.2. Ψυχολογική κατάσταση	115
7.6. Μεταβλητές του καναλιού (διαμέσου ποιου καναλιού;)	115
7.6.1. Γραπτή έναντι προφορικής επικοινωνίας	115
7.6.2. Οπτική έναντι προφορικής επικοινωνίας	116
7.6.3. Μέσα μαζικής ενημέρωσης	116
7.7. Μεταβλητές επίδρασης (με ποιά επίδραση;)	116
7.7.1. Τύποι επιδράσεων	116
8. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΗΣ «ΠΕΙΘΟΥΣ»	
8.1. Εισαγωγή	119
8.2. Παράγοντες της διαδικασίας της «πειθούς»	119
8.2.1. Συμπεριφορά	119
8.2.2. Τα πιστεύω	120
8.2.3. Υποκίνηση	121
8.2.4. Γνώμες	124
8.2.5. Σύστημα συμπεριφοράς - πιστεύω	124
8.3. Σύνδεση του μηνύματος με την υποκίνηση	126
8.3.1. Μοντέλο «πειθούς»	126
8.3.2. Δημιουργία συσχέτισης μεταξύ των παραγόντων υποκίνησης και του αντικειμένου «πειθούς»	127
8.4. Μέθοδοι «πειθούς»	130

ΜΕΡΟΣ ΙΙΙ**ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ: ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ****9. ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ**

9.1. Εισαγωγή	135
---------------------	-----

9.2. Ορισμός της συνέντευξης	135
9.2.1. Η αποτελεσματική συνέντευξη προϋποθέτει έναν σκοπό ..	136
9.2.2. Η αποτελεσματική συνέντευξη απαιτεί σχεδιασμό	138
9.2.3. Η αποτελεσματική συνέντευξη περιέχει αλληλεπίδραση ..	140
9.3. Τύποι συνεντεύξεων	141
9.3.1. Συνεντεύξεις πρόσληψης εργαζομένων	141
9.3.2. Συνεντεύξεις αξιολόγησης της αποδοτικότητας των εργαζομένων	142
9.3.3. Συμβουλευτικές συνεντεύξεις	144
9.3.4. Συνεντεύξεις επίπληξης	145
9.3.5. Συνεντεύξεις παραπόνων	146
9.3.6. Συνεντεύξεις παραίτησης	147
9.3.7. Εισαγωγικές συνεντεύξεις	149
9.3.8. Συμβουλευτικές συνεντεύξεις	149
9.3.9. Συνεντεύξεις πωλήσεων	149
9.3.10. Συνεντεύξεις συλλογής δεδομένων	149
9.3.11. Συνεντεύξεις εντολών	149
9.4. Δομή και περιεχόμενο της συνέντευξης	149
9.4.1. Εισαγωγή της συνέντευξης	150
9.4.2. Το κυρίως μέρος της συνέντευξης	151
9.4.3. Επίλογος της συνέντευξης	156
9.5. Συμβουλές για τους μετέχοντες στη συνέντευξη	157
9.5.1. Γενικά για τους συμμετέχοντες σε μια συνέντευξη	157
10. ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΚΑΙ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	
10.1. Εξωτερική επικοινωνία (με το κοινό)	161
10.1.1. Μέθοδοι επικοινωνίας	161
10.2. Εσωτερική επικοινωνία (με τους εργαζόμενους)	162
10.2.1. Μέθοδοι επικοινωνίας	162
10.3. Αποτελέσματα στην εξωτερική και εσωτερική επικοινωνία λόγω των διαφόρων εμποδίων	168
11. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΩΝ ΟΜΑΔΩΝ	
11.1. Τι σημαίνει επικοινωνία των μικρών ομάδων	169
11.2. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των αποφάσεων των μικρών ομάδων	169
11.2.1. Πλεονεκτήματα	169
11.2.2. Μειονεκτήματα	170

11.3. Παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν την επικοινωνία των μικρών ομάδων	171
11.3.1. Τυπική μορφή της ομάδας και ο σκοπός της συνάντησης της ομάδας	171
11.3.2. Μέγεθος της ομάδας	172
11.3.3. Σύστημα ηγεσίας της ομάδας	173
11.3.4. Σχήματα επικοινωνίας και αλληλοεπίδρασης μεταξύ των μελών της ομάδας	173
11.3.5. Κατεύθυνση και προσανατολισμός της ομάδας	174
11.3.6. Σύγκρουση και συνεργασία των μελών της ομάδας	174
11.3.7. Συμφωνία των μελών της ομάδας	175
11.3.8. Συνοχή των μελών της ομάδας	175
11.4. Καθοδήγηση και συμμετοχή στις συζητήσεις της ομάδας	175
11.4.1. Υπευθυνότητες του αρχηγού της ομάδας	175
11.4.2. Υπευθυνότητες των συμμετεχόντων	177
11.5. Θέματα ημερήσιας διάταξης	178
11.6. Συμβουλές για τους συμμετέχοντες στη συζήτηση	178
12. ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	
12.1. Διαδικασία της μαζικής επιχειρησιακής επικοινωνίας	179
12.1.1. Θεωρία των «ατομικών διαφορών» ή της «επιλεκτικής προσοχής»	180
12.1.2. Θεωρία «των κοινωνικών ομάδων»	180
12.1.3. Θεωρία «της διαμόρφωσης της κοινής γνώμης»	181
12.1.4. Θεωρία «των κανόνων συμπεριφοράς»	182
12.1.5. Θεωρία «μαζικής επικοινωνίας» και «πειθούς»	182
12.2. Διαφήμιση και δημοσίες σχέσεις	185
12.2.1. Διαφήμιση	185
12.2.1.1. Διαδικασία της διαφήμισης	186
12.2.1.2. Αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης	188
12.2.1.3. Ανατομία της διαφήμισης	189
12.2.2. Δημοσίες σχέσεις - καλή θέληση διαμέσου της επικοινωνίας	196
12.2.2.1. Ορισμός και σκοποί των δημοσίων σχέσεων ..	197
12.2.2.2. Διαδικασία των δημοσίων σχέσεων	198
12.2.2.3. Το «κοινό» των επιχειρήσεων	202

12.2.2.4. Μέσα επικοινωνίας των δημοσίων σχέσεων ...	202
12.2.2.5. Το μέλλον των δημοσίων σχέσεων	202
13. ΟΜΙΛΙΑ ΣΤΟ ΚΟΙΝΟ	
13.1. Προετοιμασία της ομιλίας	203
13.1.1. Προϋποθέσεις για την προετοιμασία της ομιλίας	203
13.1.2. Περιεχόμενο και κύρια σημεία της ομιλίας	203
14. ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΟΛΕΣ	
14.1. Εισαγωγή	211
14.2. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των εμπορικών επιστολών	211
14.2.1. Πλεονεκτήματα	211
14.2.2. Μειονεκτήματα	211
14.3. Σχεδιασμός της επιστολής	212
14.4. Βασικές αρχές σύνταξης μιας επιστολής	213
14.5. Υποδείγματα επιστολών	215
14.5.1. Υπόδειγμα της “δομής” της επιστολής	215
14.5.2. Ευχάριση επιστολή	218
14.5.3. Ουδέτερη επιστολή	219
14.5.4. Δυσάρεστη επιστολή	219
14.5.5. Επιστολή «πειθούς»	220
14.6. Οργάνωση και διαχείριση της αλληλογραφίας	221
14.6.1. Εισαγωγή	221
14.6.2. Πρωτοκόλληση και διακίνηση της αλληλογραφίας της επιχείρησης	223
14.6.3. Εισερχόμενη αλληλογραφία	224
14.6.4. Εξερχόμενη αλληλογραφία	226
14.6.5. Εσωτερική αλληλογραφία	228
14.6.6. Αρχαιοθέτηση εγγράφων	228
14.6.7. Τεχνικές της αλληλογραφίας	229

ΜΕΡΟΣ IV

ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	233
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	247

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΟΔΗΓΙΕΣ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗΣ - ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΔΙΑΤΡΙΒΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	257
ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ	301