

# Obsah

<b>Předmluva</b>	11
<b>1 Předmět a vývoj manažerské psychologie a sociologie</b>	13
1.1 Předmět manažerské psychologie a sociologie	13
1.1.1 Manažerská psychologie	14
1.1.2 Manažerská sociologie	15
1.1.3 Interdisciplinární přístup	17
1.2 Vývoj a perspektivy psychologického a sociologického poznání v teorii a praxi řízení	17
1.2.1 Systémová teorie řízení	18
1.2.2 Kontingenční teorie řízení	21
1.2.3 Řízení a podniková kultura	22
1.2.4 Řízení a aktivní sociální učení	23
1.2.5 Současná diskuse o podstatě managementu a její psychologické a sociologické souvislosti	23
1.3 Koncepce řídicí práce v rámci organizace	25
1.3.1 Subjektivní model řídicí činnosti v organizaci	25
1.3.2 Objektivní koncepce řídicí činnosti v organizaci	27
1.3.3 Koncepce řízení a problematika organizačního vývoje a změn	32
1.4 Psychologická a sociologická expertiza v řízení organizace	34
1.4.1 Sociální mapa hospodářské organizace	34
1.4.2 Sociální analýza, sociologický a psychologický rozbor	35
1.4.3 Zaměření sociologické a psychologické rozborové činnosti	36
1.4.4 Psychologická a sociologická expertiza v podniku	38
1.4.5 Psychologická a sociologická účast na odborné přípravě manažerů	42
<i>Otázky a náměty do diskuse</i>	45
<b>2 Lidé v organizaci</b>	46
2.1 Člověk jako osobnost	46
2.1.1 Struktura osobnosti člověka	48
2.1.2 Utváření a dynamika osobnosti	60
2.2 Osobnost člověka z hlediska nároků jeho pracovního uplatnění	70
2.2.1 Pracovník a jeho kvalifikační potenciál	70
2.2.2 Pracovník z hlediska jeho pracovní motivace	79

2.3 Pracovní skupina v organizaci	83
2.3.1 Sociální skupina	83
2.3.2 Pracovní skupina	88
2.3.3 Tým a týmová práce	107
<i>Otázky a náměty do diskuse</i>	124
<b>3 Řídící pracovník – manažer</b>	126
3.1 Objektivní a subjektivní podmínky řízení	126
3.1.1 Objektivní podmínky činnosti manažerů a jejich jednání s lidmi	126
3.2 Řídící pracovník, manažer, vedoucí a „kouč“	135
3.3 Osobnost manažera	138
3.3.1 Osobní kvalita	138
3.3.2 Vizitka osobní kvality	140
3.3.3 Indikátory osobní kvality	142
3.4 Sociální pozice a role řídicího pracovníka	145
3.4.1 Sociální začlenění manažera a atributy jeho řídicí pozice	145
3.4.2 Charakteristiky role manažera	147
3.4.3 Styl řízení a prosazování autority manažera	149
3.4.4 Řídící kompetence	153
3.5 Manažer a jeho činnost z hlediska komunikace s pracovníky	156
3.5.1 Specifika komunikace v horizontálních a vertikálních vztazích na pracovišti	158
3.5.2 Základní rysy komunikace manažera s řízenými pracovníky a možnosti jejich ovlivňování	159
3.6 Práce vedoucího s jednotlivci a skupinou v pracovním procesu	161
3.6.1 Zásady působení vedoucího na jednotlivé pracovníky	162
3.6.2 Konkrétní formy řídicího působení vedoucích	163
3.6.3 Zázemí a praktická realizace delegování	165
3.6.4 Poradenství v činnosti vedoucího	168
3.6.5 Práce vedoucího se skupinou	169
3.6.6 Pracovní porady	170
3.7 Pracovní kariéra úspěšného řídicího pracovníka	175
3.7.1 Kariérová strategie organizace	176
3.7.2 Cílevědomé aktivity řídicích pracovníků	177
3.7.3 Průběh pracovní kariéry	179
3.7.4 Kontrola průběhu a kvality realizované pracovní kariéry	181
3.8 Duševní hygiena v životě manažera	183
3.8.1 Duševní hygiena – pojem a rámcová specifikace	183
3.8.2 Základní principy zdravé životosprávy	184
3.8.3 Koncepce životního programu a efektivní cesty životem	188
<i>Otázky a náměty do diskuse</i>	191

<b>4 Interakce a komunikace v organizaci</b>	193
4.1 Sociální percepce	195
4.1.1 Základní charakteristiky	195
4.1.2 Dílčí komponenty procesu sociální percepce	196
4.1.3 Průběh procesu sociální percepce	200
4.2 Sociální komunikace	203
4.2.1 Druhy a formy komunikace	205
4.2.2 Problémy a nedostatky v sociální komunikaci	209
4.2.3 Zásady efektivní komunikace	213
4.3 Vyjednávání	216
4.3.1 Proces vyjednávání	217
4.3.2 Typy vyjednávání	223
<i>Otázky a náměty do diskuse</i>	239
<b>5 Ovlivňování v pracovním procesu</b>	240
5.1 Vymezení problematiky motivace	240
5.1.1 Obecná charakteristika a základní pojmy	240
5.1.2 Zdroje motivace	244
5.1.3 Dynamika motivace	250
5.1.4 Motivace a výkon	255
5.1.5 Motivační profil	259
5.1.6 Motivace k práci	262
5.2 Teorie motivace	263
5.2.1 Obecné teorie motivace	263
5.2.2 Teorie motivace pracovního jednání	268
5.2.3 Motivace pracovního jednání v koncepcích řízení	274
5.3 Možnosti využití poznatků o motivaci v řídicí praxi	279
5.3.1 Motivace, výkonnost a spokojenost pracovníků	279
5.3.2 Možnosti zkoumání motivace a spokojenosti pracovníků	283
5.3.3 Stimulace jako ovlivňování pracovní motivace a výkonnosti pracovníků	288
5.3.4 Motivační program podniku	302
<i>Otázky a náměty do diskuse</i>	306
<b>6 Koncepce a systém práce s lidmi v podniku</b>	310
6.1 Vývoj názorů na člověka v personálním řízení	310
6.2 Personální management	315
6.3 Personální management a podniková kultura, identita a etika	321
6.4 Nábor, výběr a přijímání pracovníků	324
6.5 Pracovní způsobilost a kompetence pracovníků	334
6.6 Řízení adaptačních procesů	341
6.7 Příprava pracovníků	347
6.8 Učení a sebeutváření lidí v práci	352

6.9	Hodnocení pracovníků a jejich pracovního výkonu	365
6.10	Kariéra pracovníka v podniku	372
6.11	Uvolňování pracovníků	379
6.12	Personální útvar v podniku	382
6.13	Sociální informace v personálním managementu	388
6.14	Empirický sociologický výzkum a psychologické testování v expertizách	393
6.15	Poradenství v personalistice a osobnost personalisty	399
	<i>Otázky a náměty do diskuse</i>	402
<b>7</b>	<b>Psychologie a sociologie v obchodní činnosti</b>	<b>405</b>
7.1	Osobnost obchodníka a obchodní činnost	405
7.1.1	Vymezení psychických nároků na výkon obchodní činnosti	405
7.1.2	Charakteristiky osobnosti významné pro styk s lidmi v oblasti obchodu a služeb	408
7.1.3	Sociální pozice a role v obchodním jednání	412
7.1.4	Interpersonální dovednosti a jejich uplatnění v obchodní činnosti	414
7.1.5	Individuální předpoklady zvládnutí zátěže, problémových a konfliktních situací v obchodní činnosti	419
7.2	Psychologické aspekty obchodního jednání	424
7.2.1	Vlastnosti osobnosti významné pro poznávání a hodnocení obchodního partnera	425
7.2.2	Jednotlivé fáze obchodního jednání z psychologického hlediska	433
7.3	Psychologie osobního prodeje	442
7.3.1	Interakční stránka osobního prodeje	443
7.3.2	Vedení prodejního rozhovoru	447
7.3.3	Vnější determinanty osobního prodeje	453
7.4	Uplatnění psychologie v marketingu	455
7.4.1	Psychologická analýza spotřebitele a jeho chování	458
7.4.2	Užití psychologie v propagaci	467
	<i>Otázky a náměty do diskuse</i>	478
<b>8</b>	<b>Podniková kultura a identita</b>	<b>480</b>
8.1	Koncepce podniku jako sociálního a kulturního systému	480
8.2	Podniková kultura	484
8.2.1	Základní elementy podnikové kultury	484
8.2.2	Silná podniková kultura a její souvislosti	489
8.2.3	Změna podnikové kultury	496
8.2.4	Objektivistické a interpretativní pojetí podnikové kultury	499
8.2.5	Typologie podnikové kultury	501
8.2.6	Prostředky podnikové kultury	504

8.2.7 Podniková kultura a řídicí procesy	513
8.3 Podniková identita a etika	520
8.3.1 Podniková identita	520
8.3.2 Podniková etika	525
8.4 Podniková kultura mezinárodních firem	527
8.4.1 Národní a podniková kultura	527
8.4.2 Podniková kultura mezinárodních společností	530
8.4.3 Manažer v zahraniční pobočce mezinárodní firmy	535
8.4.4 Kritéria hodnocení národních specifik ve vztahu k podnikové kultuře	540
<i>Otázky a náměty do diskuse</i>	542
<b>9 Organizační změna</b>	544
9.1 Charakteristika změny	544
9.1.1 Příčiny změny	547
9.1.2 Sociální role nositelů změny	549
9.1.3 Důsledky změny pro pracovníky	551
9.2 Management plánované změny	553
9.2.1 Strategie změny	553
9.2.2 Odpor proti plánované změně	555
9.2.3 Strukturní změna	556
9.2.4 Změna podnikové kultury	558
9.2.5 Učící se organizace	564
<i>Otázky a náměty do diskuse</i>	569
<b>Literatura</b>	571
<b>Rejstřík</b>	581