

---

# OBSAH

<b>Na úvod</b> .....	9
<b>Než začnete číst tuto knihu</b> .....	11
Shoda obsahu s realitou .....	11
Návodnost publikace .....	11
Změny a aktualizace .....	12
Váš názor .....	12
<b>Komu je určena tato kniha?</b> .....	13
<b>Jak ji číst?</b> .....	14
<b>Jak číst efektivně?</b> .....	15
<b>1. Sociální vztahy a organizace</b> .....	<b>16</b>
1.1 Třídní foto .....	16
1.2 Vztahy a jejich váha .....	17
1.3 Směry vztahů .....	19
1.4 Firma jako komunita .....	23
1.5 Lidé a jejich role .....	25
1.6 Jak se tvoří vztahy – od skupiny k týmu .....	32
1.7 Sociální vztahy a vnější vlivy .....	36
1.7.1 <i>Rezonance vztahů</i> .....	37
1.8 Vztahy a firemní kultura .....	38
1.9 Nosná témata vztahů v kolektivech a týmech .....	40
1.10 Sociální vztahy a management .....	43
<b>2. Management sociálních vztahů v organizaci</b> .....	<b>44</b>
2.1 Aktivní řízení vztahů – strategie a operativa .....	44
2.2 Hlavní cíl managementu vztahů .....	47
2.3 Strategické kroky k řízení společenských vztahů ve firmě .....	48
2.3.1 <i>Transparentní a předvídatelné firemní prostředí</i> .....	48
2.3.2 <i>Prostředí aktivní sebekontroly (PAS)</i> .....	51
2.3.3 <i>Zdravá soutěž a nezdravá rallye</i> .....	55
2.3.4 <i>Jak aktivně tvořit vztahy: od kolektivů k týmům</i> .....	59
2.3.5 <i>Stálost a potřeba změny</i> .....	63
2.4 Operativní kroky a nástroje vedení .....	66
2.4.1 <i>Operativní řízení</i> .....	66
2.4.2 <i>Podpora přirozených autorit</i> .....	66

2.4.3	<i>Budování důvěry zaměstnanců</i>	70
2.4.4	<i>Efektivní a nekonfliktní motivace</i>	73
2.4.5	<i>Společenská kontrola práce</i>	81
2.4.6	<i>Vztahy k okolí; bojiště versus výstaviště</i>	83
2.4.7	<i>Solidarita uvnitř firmy a týmu</i>	85
2.5	Vztahy uvnitř managementu	87
2.6	Potřebujete odbornou podporu?	90
<b>3.</b>	<b>Konflikty v organizaci a možnosti jejich řešení</b>	<b>92</b>
3.1	Příčiny a podoba konfliktu ve firmách	92
3.2	Předpoklady konfliktů	93
3.3	Management a konflikty	94
3.4	Předcházení konfliktům	95
3.5	Řešení konfliktů	96
3.5.1	<i>Konfliktní situace</i>	96
3.5.2	<i>Konfliktní lidé</i>	97
3.6	Akutní konflikt	98
3.7	Zvláštní typy konfliktů	98
3.7.1	<i>Genderový konflikt</i>	98
3.7.2	<i>Generační konflikt</i>	99
3.8	Závěr	99
<b>4.</b>	<b>Sociálně psychologické aspekty života v organizaci</b>	<b>100</b>
	<i>Jan Drahoňovský</i>	
4.1	Pár slov na úvod	100
4.2	Psychologické potřeby a jejich uspokojování v práci	101
4.2.1	<i>Pudové potřeby (metapotřeby)</i>	108
4.3	Strategie přežití mezi lidmi	111
4.3.1	<i>Strategie „K lidem“ (lose-win)</i>	112
4.3.2	<i>Strategie „Proti lidem“ (win-lose)</i>	113
4.3.3	<i>Strategie „Od lidí“ (lose-lose)</i>	114
4.3.4	<i>Strategie „S lidmi“ (win-win)</i>	115
4.4	Osobnostní styly	116
4.4.1	<i>Příjemný styl</i>	117
4.4.2	<i>Odpovědný styl</i>	119
4.4.3	<i>Disciplinovaný styl</i>	121
4.4.4	<i>Okouzlující styl</i>	122
4.4.5	<i>Hravý styl</i>	124
4.4.6	<i>Vážený styl</i>	126
4.4.7	<i>Styly organizace</i>	127
4.4.8	<i>Jak rozpoznat jednotlivé styly osobnosti</i>	128
4.5	Problémoví lidé na pracovišti	129
4.5.1	<i>Dotěra</i>	131
4.5.2	<i>Trouba</i>	131
4.5.3	<i>Váhavec</i>	131
4.5.4	<i>Pedant</i>	132
4.5.5	<i>Nedůvěřivec</i>	132

4.5.6	<i>Drsnák</i> .....	132
4.5.7	<i>Hulvát</i> .....	133
4.5.8	<i>Snob</i> .....	133
4.5.9	<i>Věčný kritik</i> .....	134
4.5.10	<i>Švejk</i> .....	134
4.5.11	<i>Robot</i> .....	135
4.5.12	<i>Solitér</i> .....	135
4.5.13	<i>Impulzivní typ</i> .....	135
4.5.14	<i>Pracovník závislý na alkoholu (nebo jiných látkách)</i> .....	136
4.5.15	<i>Jak jednat s problémovými lidmi</i> .....	137
4.5.16	<i>Kdo je normální?</i> .....	138
4.6	<i>Jak nakládáme se svým časem (z pohledu sociální psychologie)</i> .....	139
4.6.1	<i>Stažení se</i> .....	140
4.6.2	<i>Rituály</i> .....	140
4.6.3	<i>Zábavy</i> .....	141
4.6.4	<i>Aktivity</i> .....	142
4.6.5	<i>Psychologické hry (manipulace)</i> .....	143
4.6.6	<i>Důvěrnosti</i> .....	149
4.7	<i>Shrnutí sociálně psychologických aspektů</i> .....	150
4.8	<i>Jak přežít v patologické organizaci</i> .....	151
4.8.1	<i>Znaky patologické organizace</i> .....	151
4.8.2	<i>Je načase odejít?</i> .....	153
4.8.3	<i>Sebezáchovná strategie</i> .....	154
4.8.4	<i>Boj proti systému</i> .....	155
4.9	<i>Jak se z toho nezbláznit</i> .....	156
4.10	<i>Závěr</i> .....	160
<b>5.</b>	<b>Mezilidské vztahy na pracovišti pohledem psychologa</b> .....	<b>161</b>
	<i>Petr Hlušíčka</i>	
5.1	<i>Mezilidské vztahy a jejich význam</i> .....	161
5.2	<i>Mezilidské vztahy na pracovišti</i> .....	162
5.3	<i>Sociální interakce</i> .....	162
5.4	<i>Komunikace</i> .....	163
5.5	<i>Sociální percepce a její chyby</i> .....	164
5.6	<i>Komunikace a skupina</i> .....	166
5.6.1	<i>Komunikační síť a skupina</i> .....	167
5.7	<i>Kooperace – spolupráce</i> .....	168
5.8	<i>Skupina</i> .....	169
5.8.1	<i>Druhy skupin</i> .....	169
5.8.2	<i>Dynamika skupiny</i> .....	171
5.8.3	<i>Cíle a normy skupiny</i> .....	171
5.8.4	<i>Role členů skupiny a její struktura</i> .....	172
5.8.5	<i>Vedení a motivace skupiny</i> .....	173
5.8.6	<i>Vedení skupiny</i> .....	175
5.8.7	<i>Interakce a komunikace skupiny</i> .....	176
5.9	<i>Konflikty</i> .....	187
5.9.1	<i>Druhy konfliktů</i> .....	187

5.9.2	<i>Zvládání konfliktních situací</i> .....	188
5.10	Stres .....	188
5.10.1	<i>Reakce na konflikt</i> .....	189
5.10.2	<i>Řešení konfliktů</i> .....	189
<b>6.</b>	<b>Vztahy se zaměstnanci pohledem personálního marketingu</b> .....	<b>191</b>
	<i>Helena Těšitelová</i>	
6.1	Koncept – definice, historie .....	191
6.2	Vztah člověk a firma optikou marketingového mixu .....	193
6.2.1	<i>Product (produkt)</i> .....	194
6.2.2	<i>Price (náklady)</i> .....	195
6.2.3	<i>Place (distribuce)</i> .....	196
6.2.4	<i>Promotion (propagace)</i> .....	197
6.2.5	<i>Personality (osobnost)</i> .....	197
6.3	Na miskách vah – vztah založený na rovnováze .....	198
6.4	Síla vzájemných očekávání – psychologická smlouva .....	201
6.5	Jak sladit vzájemná očekávání .....	203
6.6	Značka zaměstnavatele – <i>employer brand</i> .....	207
6.7	Vývoj značky .....	208
6.8	Řízení značky .....	210
6.8.1	<i>Koncept značky zaměstnavatele</i> .....	210
6.8.2	<i>Image a identita</i> .....	211
6.8.3	<i>Hodnotová propozice zaměstnavatele</i> .....	212
6.9	Značka zaměstnavatele a interní marketing .....	212
6.10	Zkušenost se značkou – <i>brand experience</i> .....	213
6.10.1	<i>Analýza zkušenostních bodů</i> .....	214
<b>Závěr</b> .....		<b>217</b>
<b>Literatura</b> .....		<b>218</b>
<b>Rejstřík</b> .....		<b>220</b>