

# 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	20
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	59
2.2 Osobnost člověka z hlediska nároků jeho pracovního uplatnění	69
2.2.1 Pracovník a jeho kvalifikační potenciál	69
2.2.2 Pracovník z hlediska jeho pracovní motivace	77

2.3 Pracovní skupina v organizaci	81
2.3.1 Sociální skupina	82
2.3.2 Pracovní skupina	86
2.3.3 Tým a týmová práce	93
<i>Otázky a náměty do diskuse</i>	110
<b>3 Řídící pracovník – manažer</b>	112
3.1 Objektivní a subjektivní podmínky řízení	112
3.1.1 Objektivní podmínky činnosti manažerů a jejich jednání s lidmi	112
3.2 Řídící pracovník, manažer, vedoucí a „kouč“	121
3.3 Osobnost manažera	124
3.3.1 Osobní kvalita	124
3.3.2 Vizitka osobní kvality	126
3.3.3 Indikátory osobní kvality	128
3.4 Sociální pozice a role řídicího pracovníka	131
3.4.1 Sociální začlenění manažera a atributy jeho řídicí pozice	131
3.4.2 Charakteristiky role manažera	133
3.4.3 Styl řízení a prosazování autority manažera	135
3.5 Manažer a jeho činnost z hlediska komunikace s pracovníky	139
3.5.1 Specifika komunikace v horizontálních a vertikálních vztazích na pracovišti	141
3.5.2 Základní rysy komunikace manažera s řízenými pracovníky a možnosti jejich ovlivňování	142
3.6 Práce vedoucího s jednotlivci a skupinou v pracovním procesu	145
3.6.1 Zásady působení vedoucího na jednotlivé pracovníky	145
3.6.2 Konkrétní formy řídicího působení vedoucích	146
3.6.3 Zázemí a praktická realizace delegování	149
3.6.4 Poradenství v činnosti vedoucího	151
3.6.5 Práce vedoucího se skupinou	153
3.6.6 Pracovní porady	153
3.7 Pracovní kariéra úspěšného řídicího pracovníka	158
3.7.1 Kariérová strategie organizace	159
3.7.2 Cílevědomé aktivity řídicích pracovníků	160
3.7.3 Průběh pracovní kariéry	162
3.7.4 Kontrola průběhu a kvality realizované pracovní kariéry	164
3.8 Duševní hygiena v životě manažera	166
3.8.1 Duševní hygiena – pojem a rámcová specifikace	166
3.8.2 Základní principy zdravé životosprávy	167
3.8.3 Koncepce životního programu a efektivní cesty životem	171
<i>Otázky a náměty do diskuse</i>	174
<b>4 Interakce a komunikace v organizaci</b>	176



4.1	Sociální percepce	178
4.1.1	Základní charakteristiky	178
4.1.2	Dílčí komponenty procesu sociální percepce	179
4.1.3	Průběh procesu sociální percepce	183
4.2	Sociální komunikace	186
4.2.1	Druhy a formy komunikace	188
4.2.2	Problémy a nedostatky v sociální komunikaci	192
4.2.3	Zásady efektivní komunikace	196
4.3	Vyjednávání	199
4.3.1	Proces vyjednávání	200
4.3.2	Typy vyjednávání	206
	<i>Otázky a náměty do diskuse</i>	218
<b>5</b>	<b>Ovlivňování v pracovním procesu</b>	220
5.1	Vymezení problematiky motivace	220
5.1.1	Obecná charakteristika a základní pojmy	220
5.1.2	Zdroje motivace	224
5.1.3	Dynamika motivace	230
5.1.4	Motivace a výkon	235
5.1.5	Motivační profil	239
5.1.6	Motivace k práci	242
5.2	Teorie motivace	243
5.2.1	Obecné teorie motivace	243
5.2.2	Teorie motivace pracovního jednání	248
5.2.3	Motivace pracovního jednání v koncepcích řízení	254
5.3	Možnosti využití poznatků o motivaci v řídicí praxi	259
5.3.1	Motivace, výkonnost a spokojenost pracovníků	259
5.3.2	Možnosti zkoumání motivace a spokojenosti pracovníků	263
5.3.3	Stimulace jako ovlivňování pracovní motivace a výkonnosti pracovníků	268
5.3.4	Motivační program podniku	282
	<i>Otázky a náměty do diskuse</i>	286
<b>6</b>	<b>Koncepce a systém práce s lidmi v podniku</b>	290
6.1	Vývoj názorů na člověka v personálním řízení	290
6.2	Personální management	295
6.3	Personální management a podniková kultura, identita a etika	301
6.4	Nábor, výběr a přijímání pracovníků	304
6.5	Pracovní způsobilost a kompetence pracovníků	314
6.6	Řízení adaptačních procesů	321
6.7	Příprava pracovníků	327
6.8	Učení a sebeutváření lidí v práci	332
6.9	Hodnocení pracovníků a jejich pracovního výkonu	345

6.10 Kariéra pracovníka v podniku	352
6.11 Uvolňování pracovníků	357
6.12 Personální útvar v podniku	360
6.13 Sociální informace v personálním managementu	371
6.14 Psychologické a sociologické analýzy a expertizy	376
6.15 Poradenství v personalistice a osobnost personalisty	380
<i>Otázky a náměty do diskuse</i>	382
<b>7 Psychologie a sociologie v obchodní činnosti</b>	386
7.1 Osobnost obchodníka a obchodní činnost	386
7.1.1 Vymezení psychických nároků na výkon obchodní činnosti	386
7.1.2 Charakteristiky osobnosti významné pro styk s lidmi v oblasti obchodu a služeb	389
7.1.3 Sociální pozice a role v obchodním jednání	393
7.1.4 Interpersonální dovednosti a jejich uplatnění v obchodní činnosti	395
7.1.5 Individuální předpoklady zvládnání zátěže, problémových a konfliktních situací v obchodní činnosti	400
7.2 Psychologické aspekty obchodního jednání	405
7.2.1 Vlastnosti osobnosti významné pro poznávání a hodnocení obchodního partnera	406
7.2.2 Jednotlivé fáze obchodního jednání z psychologického hlediska	414
7.3 Psychologie osobního prodeje	423
7.3.1 Interakční stránka osobního prodeje	424
7.3.2. Vedení prodejního rozhovoru	428
7.3.3 Vnější determinanty osobního prodeje	434
7.4 Uplatnění psychologie v marketingu	436
7.4.1 Psychologická analýza spotřebitele a jeho chování	439
7.4.2 Užití psychologie v propagaci	448
<i>Otázky a náměty do diskuse</i>	459
<b>8 Podniková kultura a identita</b>	461
8.1 Koncepce podniku jako sociálního a kulturního systému	461
8.2 Podniková kultura	465
8.2.1 Základní elementy podnikové kultury	465
8.2.2 Silná podniková kultura a její souvislosti	470
8.2.3 Změna podnikové kultury	477
8.2.4 Objektivistické a interpretativní pojetí podnikové kultury	480
8.2.5 Typologie podnikové kultury	482
8.2.6 Prostředky podnikové kultury	485
8.2.7 Podniková kultura a řídicí procesy	494
8.3 Podniková identita a etika	501



8.3.1 Podniková identita	501
8.3.2 Podniková etika	506
8.4 Podniková kultura mezinárodních firem	508
8.4.1 Národní a podniková kultura	508
8.4.2 Podniková kultura mezinárodních společností	511
8.4.3 Kritéria hodnocení národních specifíků ve vztahu k podnikové kultuře	516
<i>Otázky a náměty do diskuse</i>	518
<b>9 Organizační změna</b>	520
9.1 Charakteristika změny	520
9.1.1 Příčiny změny	523
9.1.2 Sociální role nositelů změny	525
9.1.3 Důsledky změny pro pracovníky	527
9.2 Management plánované změny	529
9.2.1 Strategie změny	529
9.2.2 Odpor proti plánované změně	531
9.2.3 Strukturální změna	532
9.2.4 Změna podnikové kultury	534
9.2.5 Učíci se organizace	540
<i>Otázky a náměty do diskuse</i>	545
<b>Literatura</b>	546
<b>Rejstřík</b>	555