

Obsah

I. Úvod do psychologie	7
1.1 Vznik a vývoj psychologie	7
1.2 Determinace psychiky	8
1.3 Klasifikace psychických jevů	8
2. Osobnost a její vlastnosti	12
2.1 Osobnost	12
2.2 Vlastnosti osobnosti	13
2.2.1 Temperament	14
2.2.2 Schopnosti	15
2.2.3 Postoje	17
2.2.4 Motivy	19
2.2.5 Charakter	21
3. Komunikace	23
3.1 Sociální komunikace	23
3.2 Neverbální komunikace	23
3.3 Verbální komunikace	24
3.4 Aktivní naslouchání a zpětná vazba v komunikaci	25
4. Týmy, týmové role	27
4.1 Týmy	27
4.2 Týmové role	28
4.2.1 Koordinátor	28
4.2.2 Řídící pracovník	28
4.2.3 Dokončovatel	29
4.2.4 Průzkumník, spojka	29
4.2.5 Hodnotitel, kritik	30
4.2.6 Tvůrce	30
4.2.7 Opora	30
4.2.8 Realizátor	31
5. Konflikty, strategie řešení konfliktů	32
5.1 Konflikty	32
5.2 Základní strategie řešení konfliktů	33
5.3 Formy zvládnutí konfliktů	34
5.4 Mediace	36

6. Typologie osobnosti ve vztahu k manažerské praxi.....	38
6.1 Typologie prodejního chování (Gretz, Drozdeck).....	38
6.1.1 Charakteristika jednotlivých typů	39
6.2 Typologie MBTI	40
6.2.1 Osobnostní charakteristiky v systému MBTI	41
6.2.1.1 Extroverze versus Introverze.....	41
6.2.1.2 Intuice versus smyslové vnímání	41
6.2.1.3 Myšlení versus cítění	42
6.2.1.4 Usuzování versus vnímání.....	42
6.2.2 Povaha a temperament	43
6.2.3 Šestnáct osobnostních typů	45
6.2.4 Charakteristika jednotlivých typů	47
6.2.4.1 ETJ – Extravertní typy s převahou myšlení (ESTJ, ENTJ).....	47
6.2.4.2 EFJ – Extravertní typy s převahou cítění (ESFJ, ENFJ).....	47
6.2.4.3 ENP – Extravertní typy s intuicí (ENTP, ENFP).....	48
6.2.4.4 Extravertní typy se smyslovým vnímáním (ESTP, ESFP).....	49
6.2.4.5 ITP – Introvertní typy s převahou myšlení (ISTP, INTP)	50
6.2.4.6 INJ – Introvertní intuitivní typy (INTJ, INFJ)	50
6.2.4.7 IFP – Introvertní typy s převahou cítění (ISFP, INFP).....	51
6.2.4.8 ISJ – Introvertní smyslové typy (ISTJ, ISFJ)	52
7. Asertivita.....	53
7.1 Asertivní chování	53
7.2 Asertivní práva	54
7.3 Techniky asertivity	56
7.4 Využití asertivního chování v praxi.....	58
8. Zákony psychologie prodeje.....	59
8.1 Zákon první: Reciprocita.....	59
8.1.1 Výzkumy	60
8.1.2 Mechanismus protislužby.....	60
8.1.3 Využití v prodeji	60
8.2 Zákon druhý: Atraktivnost díky nedostatku.....	61
8.2.1 Co může způsobit nedostatek – výsledky výzkumů.....	61
8.2.2 Mobilizace motivů.....	61
8.2.3 Využití v prodeji	62

8.3	Zákon třetí: Konzistence.....	62
8.3.1	Příklady důsledného chování – výzkumy.....	62
8.3.2	Odbourávání napětí.....	63
8.3.3	Využití v prodeji	63
8.4	Zákon čtvrtý: Aktivizace a kooperace.....	64
8.4.1	Sociálněpsychologický experiment	64
8.4.2	Význam aktivizace a kooperace	65
8.4.3	Využití v prodeji	65
8.5	Zákon pátý: Motivace etiketováním.....	66
8.5.1	Dva rozdílné výsledky výzkumu.....	66
8.5.2	Formy změny postoje.....	66
8.5.3	Využití v prodeji	68
8.6	Zákon šestý: Sama se splňující předpověď	68
8.6.1	Dva sociálně psychologické pokusy	68
8.6.2	Působení víry v úspěch	69
8.6.3	Využití v prodeji	69
8.7	Zákon sedmý: Efekt Pygmalion.....	69
8.7.1	Využití v prodeji	70
8.8	Zákon osmý: Paradoxní apel	71
8.8.1	Zacházení s dětskou neposlušností	71
8.8.2	Uvolnění vnitřního napětí	71
8.8.3	Využití v prodeji	72
8.9	Zákon devátý: Dominantnost emocí	72
8.9.1	Sociálněpsychologický experiment	73
8.9.2	Obrazná představa je snadnější	73
8.9.3	Využití v prodeji	73
8.10	Zákon desátý: Sociální důkaz	74
8.10.1	Příklady sociální osvědčenosti.....	74
8.10.2	Význam většiny	75
8.10.3	Využití v prodeji	75

Literatura	77
-------------------------	-----------