

Obsah

1. ORGANIZACE A JEJICH ŘÍZENÍ	7
1.1 Pojem a pojetí organizace	7
1.1.1 Typy organizací	8
1.2 Teorie organizace	9
1.3 Koncepce organizace a řízení — hlavní teorie a přístupy	10
1.3.1 Klasické koncepce organizace	12
1.3.2 Organistické pojetí fungování a řízení organizací	17
1.3.3 Systémové (interakcionistické) pojetí	20
2. ŘÍZENÍ JAKO PROFESE	25
2.1 Širší význam pojmu řízení — management	27
2.2 Kompetence — pojem, pojetí a význam pro firemní praxi	29
2.2.1 Vztah profesní kompetence a kvalifikace	31
2.2.1 Přístupy k vymezení profesní kompetence	32
2.3 Profesní kompetence manažerů	34
3. ODPOVĚDNOST ZA ŘÍZENÍ LIDÍ VE FIRMĚ	39
3.1 Člověk v organizaci	40
3.2 Vývoj personální práce ve firmách — specialisté, nebo generalisté?	41
3.2.1 Od „pečovatelů“ a správců dat ke strategickým partnerům	42
3.2.2 Nositelé řízení lidí ve firmě	47
3.3 Řízení pracovního výkonu	51
3.3.1 Teoretická východiska a systém řízení pracovního výkonu	53
4. MOTIVACE A MOTIVOVÁNÍ LIDÍ VE FIRMĚ	55
4.1 Proces motivace a jeho základní činitele	55
4.2 Pracovní motivace	56
4.2.1 Teorie (pracovní) motivace	59
4.2.2 Motivace k výkonu — rozpoznání motivačního ladění a motivační profil jednotlivce	68

4.3	Motivace k řídicí činnosti a motivování jako klíčová manažerská funkce	69
4.3.1	Význam a faktory motivování	70
5.	VEDENÍ LIDÍ VE FIRMĚ	73
5.1	Managementship, nebo leadership? Rozdíly v pojetí práce s lidmi ve firmě	73
5.2	Vývoj úvahy způsobech vedení lidí ve firmě	76
5.2.1	Univerzalistické pojetí řízení a vedení lidí ve firmách	76
5.2.2	Situacionalizované přístupy k leadershipu	80
5.3	Aplikace situacionalizovaných přístupů k leadershipu v současné	
5.3.1	Využití modelu situačního leadershipu	
6.	VZDĚLÁVÁNÍ A ROZVOJ LIDÍ VE FIRMĚ	89
6.1	Strategické přístupy k podnikovému vzdělávání	90
6.1.1	Cíl podnikového vzdělávání	92
6.2	Systém podnikového vzdělávání	96
6.2.1	Plánování a řízení kariéry	97
6.2.2	Role manažerů v procesu vzdělávání a rozvoje lidí ve firmě	99
6.3	Fáze cyklu podnikového vzdělávání	100
6.3.1	Pojetí a měření efektivity podnikového vzdělávání	106
6.4	Koncepce učící se organizace	108
7.	SYSTÉM EFEKTIVNÍ KOMUNIKACE A JEHO UPLATNĚNÍ VE FIREMNÍ PRAXI	111
7.1	Proces sociální komunikace	111
7.1.1	Typy a formy sociální komunikace	114
7.2	Firemní komunikace	116
7.2.1	Systém firemní komunikace	116
7.2.2	Charakteristiky firemní komunikace	118
7.2.3	Komunikační toky a prostředky	124
7.2.4	Přenos informací — sdělování informací a významů	126
7.3	Analýza a hodnocení efektivity systému vnitrofiremní komunikace	129
8.	FIREMNÍ KULTURA — SVORNÍK SOCIÁLNĚ-PSYCHOLOGICKÝCH FAKTORŮ ŘÍZENÍ	131
8.1	Definice pojmu firemní kultura a vymezení jeho základních vztahů	132
8.1.1	Struktura, složky a prostředky firemní kultury	134

8.2	Charakteristiky firemní kultury	136
8.2.1	Typologie firemní kultury	138
8.3	Firemní kultura a procesy řízení	143
8.3.1	Řízení a rozvíjení firemní kultury	144
8.3.2	Změna firemní kultury	145
8.4	Kultura mezinárodní firmy	148
8.4.1	Strategie zaměstnávání lidí v mezinárodním prostředí a základní přístupy k formování firemní kultury mezinárodních firem	148
8.4.2	Vymezení vztahu mezi národní a firemní kulturou – kritéria hodnocení interkulturní rozdílnosti	150
SOUPIS BIBLIOGRAFIE A BIBLIOGRAFICKÝCH CITACÍ		153
REJSTŘÍK VĚCNÝ		165
REJSTŘÍK JMENNÝ		167