

Spis treści

Wprowadzenie	7
---------------------	----------

Rozdział 1

Komponenty organizacji komunikacji w przedsiębiorstwie	11
1.1. Istota komunikowania, komunikowania się i informacji oraz wzajemne relacje	11
1.2. Elementy procesu komunikowania się	13
1.3. Kierunki sieci przepływu informacji	26
1.4. Komunikacja interpersonalna: formalna pisemna i formalna ustna. Zasady mówienia i słuchania	29
1.5. Komunikacja nieformalna i sieć przepływu pogłosek	46
1.6. Języki niewerbalne, ich narzędzia i znaczenia	48
1.7. Typy zachowań uczestników komunikowania się	57

Rozdział 2

Metody komunikacji ukierunkowane na twórcze rozwiązywanie problemów, realizację zadań oraz partycypację pracowników w zarządzaniu	61
2.1. Integracyjne funkcje komunikacji w przedsiębiorstwie a zmiany organizacyjne i innowacje	61
2.2. Grupy, zespoły zadaniowe, komitety	67
2.3. Obrady i ich formy	80
2.4. Wspólnoty praktyków (communities of practice)	95

2.5. Grupy i zespoły wiedzy tzw. Group-Team-Ware	97
2.6. Grupy wspólnych interesów	106
2.7. Technologia otwartej przestrzeni (Open Space-Technology)	110
2.8. Koła jakości	113
2.9. Quality Audit Meeting (QAM)	120
2.10. Zespoły twórczego zaangażowania w jakość D. Petersena	124
2.11. Koncepcja „fermentacji drożdży”	128
2.12. Zespół do spraw przeprowadzenia oceny przełożonego – „radar personalny”	131
2.13. Metoda wewnętrznego marketingu kadrowego	140
2.14. „Gorąca grupa”	146
2.15. Grupa T – zespołowy trening wrażliwości	152

Rozdział 3

Wybrane metody projektowania i analizy systemów informacyjnych w przedsiębiorstwie **158**

3.1. KSS – Metoda analizy systemu komunikacji (Die Kommunikations-System-Studie)	158
3.2. KIWA – Analiza wartości informacji i komunikowania (Die Kommunikations und Informations-Wertanalyse)	164

Bibliografia **170**