

Spis treści

Wstęp	9
CZĘŚĆ I. Środki i narzędzia stosowane w procesie motywacyjnym	11
I. Proces motywacyjny i jego przebieg	13
1. Istota, miejsce i znaczenie motywowania w działalności kierowniczej	13
2. Proces motywacyjny i jego struktura	16
Literatura	20
II. Place jako instrument oddziaływania motywacyjnego	21
1. Systemy motywowania płacowego	21
2. Formy płac	23
3. Wewnętrzna struktura płac	28
4. Zasady kształtowania składników wynagrodzenia	31
4.1. Kształtowanie płacy zasadniczej	31
4.2. Premia jako instrument motywowania	39
4.2.1. Systemy premiowania i ich charakterystyka	40
4.2.2. Warunki skutecznego premiowania	44
4.3. Zasady kształtowania pozostałych składników wynagrodzenia	45
Literatura	48
III. Motywacyjne aspekty organizacji pracy	49
1. Organizacja pracy jako źródło motywacji	49
2. Motywacyjne formy organizacji pracy	51
2.1. Rotacja pracy	51
2.2. Rozszerzanie pracy	53
2.3. Wzbogacenie pracy	54
2.4. Grupowe formy organizacji pracy	55
Literatura	58
IV. Motywacyjna rola uprawnień pracowniczych	59
1. Pojęcie i rola partycypacji pracowniczej w zarządzaniu	59
2. Formy partycypacji pracowniczej	63
3. Motywacyjny model partycypacji decyzyjnej	70
4. Partycypacja w praktyce różnych firm	73
Literatura	77
V. Motywowanie elementami procesu kadrowego	79
1. Dobór pracowników	79
2. Planowanie karier	86
2.1. Pojęcie i znaczenie planowania karier	86
2.2. Motywowanie na poszczególnych etapach kariery pracownika	88
2.3. Planowanie karier a problem dostosowania i niedostosowania pracowników	91
2.4. Sposoby oddziaływania na kariery pracownicze	93
3. System ocen pracowniczych	98
3.1. Motywacyjne cele ocen pracowniczych	98
3.2. Procedura opracowania systemu ocen	100
Wybór typu ocen	100

Schemat ocen	101
Techniki oceny	104
Arkusz oceny pracownika	105
Interpretacja kryteriów oceny	105
Procedura przeprowadzenia ocen	106
4. Szkolenie i rozwój personelu	107
5. Systemy awansowania	119
6. Rozwiązanie stosunku pracy	125
Literatura	144
VI. Uwarunkowania przebiegu procesów motywacyjnych	145
1. Uwarunkowania zewnętrzne	145
1.1. System społeczno-gospodarczy	145
1.2. Uwarunkowania socjo-kulturowe	151
1.3. System prawny	155
2. Uwarunkowania wewnętrzne	159
2.1. Wielkość i pozycja ekonomiczna przedsiębiorstwa na rynku	159
2.2. Cechy zasobów kadrowych	161
2.3. Specyfika i warunki procesu pracy	165
Literatura	169
CZĘŚĆ II. Motywowanie w wybranych obszarach przedsiębiorstwa	170
VII. Motywowanie do pracy twórczej w przedsiębiorstwie	172
1. Znaczenie pracy twórczej w gospodarce	173
2. Natura procesu i produktu twórczego	174
3. Ogólne zasady tworzenia klimatu dla działalności twórczej	178
4. Zasady automotywacji do pracy twórczej	179
5. Cechy grup twórczych przydatne dla zarządzania	181
6. Motywatory twórczości w biznesie	183
Uwagi końcowe	186
Literatura	188
VIII. Motywowanie do zachowań pro jakościowych	189
1. Motywacja dla jakości	192
2. Motywowanie a wprowadzanie i podtrzymywanie systemu zarządzania jakością w praktyce gospodarczej	194
Literatura	199
IX. Motywowanie w procesie implementacji systemów informatycznych	201
1. Psychosocjologiczne uwarunkowania procesu implementacji systemów informatycznych	203
2. Tradycyjne podejście do procesu implementacji systemu informatycznego	204
3. Współczesne podejście do procesu implementacji systemów informatycznych	206
3.1. Planowanie zmian	207
3.2. Edukacja w procesie zmian	208
3.3. Motywacyjna rola projektu organizacyjno-personalego	210
Literatura	212
Indeks	213