

SPIS TREŚCI

	Wstęp	9
Rozdział 1.	Ludzie – komunikowanie się – organizacja	13
	Wprowadzenie	13
	Znaczenie komunikowania się w zarządzaniu ludźmi	14
	Istota komunikowania się w organizacji	17
	Wymiary komunikowania się w organizacji	19
	Wprowadzenie	19
	Komunikowanie się pionowe „w dół”	20
	Komunikowanie się pionowe „w górę”	24
	Komunikowanie się poziome	25
	Wzory komunikowania się	27
	Spontaniczne sieci komunikowania się w grupach	32
	Uwarunkowania komunikowania się w organizacji	35
Rozdział 2.	Proces komunikowania się, jego komponenty, modele	43
	Wprowadzenie	43
	Ujęcia	43
	Etapy procesu	46
	Podstawowe prawa	48
	Motywy i funkcje	49
	Komponenty procesu komunikowania się	51
	Wprowadzenie	51
	Źródło	51
	Wiadomość	52
	Kanał	54
	Szum	54

	Sprzężenie zwrotne	55
	Kontekst sytuacyjny	59
	Modele komunikowania się	60
	Wprowadzenie	60
	Model Geralda R. Millera	60
	Model Wilbura Schramma	61
	Model Gamble i Gamble	63
	Model Franka Dance'a	63
Rozdział 3.	Komunikowanie się werbalne	65
	Znaczenie słuchania	65
	Słuch i słuchanie	66
	Aktywne i skuteczne słuchanie; jego uwarunkowania	67
	Typy słuchania	71
	Wprowadzenie	71
	Informacyjne	71
	Oceniające	72
	Empatyczne	74
	Nierefleksyjne	74
	Refleksyjne	75
	Zasady „sterujące” słuchaniem	75
	Rola pytań w słuchaniu	77
	Technika parafrazy	81
	Mówienie	82
Rozdział 4.	Komunikowanie się niewerbalne	87
	Istota i funkcje	87
	Formy komunikowania się niewerbalnego	90
	Wprowadzenie	90
	Kinezyjna	90
	Proksemiczna	95
	Pozajęzykowa	109
Rozdział 5.	Komunikowanie się pisemne	111
	Istota korespondencji służbowej	111
	Komunikowanie się pisemne z perspektywy odbiorcy	112
	Struktura korespondencji służbowej	113
	Komunikowanie się pisemne a werbalne	118
Rozdział 6.	Komunikowanie się publiczne – zebrania	119
	Wystąpienia publiczne, jego cechy	119
	Typologia zebrań	122
	Przygotowanie zebrań	124
	Funkcje zebrań i rola w nich animatora	125
	Typy zebrań dyskusyjnych. Kto pełni w nich rolę animatora	128
	„Narzędzia” prowadzenia zebrań	131
	„Narzędzia” operacyjne	131
	Postawy animatora	132
Rozdział 7.	Bariery warunkujące skuteczne komunikowanie się; przezwyciężanie ich	137
	Typy barier	137

Rozdział 8.

Percepcja; jej usprawnianie	140
Istota percepcji	140
Czynniki warunkujące postrzeganie	141
Postrzeganie pracowników przez menedżera	144
Samopercepcja	148
Usprawnianie percepcji	152
Pokonywanie barier; poprawianie interpersonalnego komunikowania się	155
Przezwyciężanie barier	155
Usprawnianie komunikowania się	158
Analiza transakcyjna, jej zastosowanie w kierowaniu ludźmi i w negocjacjach	165
Analiza transakcyjna	165
Pojęcie transakcji i analizy transakcyjnej	165
Interpretacja stanów „ego”	166
Postawy wobec siebie i innych osób	169
Typy transakcji	172
Bibliografia	183
Spis rysunków	189
Spis tabel	191
Indeks nazwisk	193