

Aspekty ekonomiczne komunikacji interpersonalnej w przedsiębiorstwie

Wstęp

Rozdział 1

Komunikacja interpersonalna z perspektywy nowej ekonomii instytucjonalnej (NEI)

1. Geneza nowej ekonomii instytucjonalnej 2. Definicje instytucji

2.1. Rola instytucji

2.2. Zmiany i równowaga instytucjonalna

2.3. Geneza instytucji rynku pracy

2.4. Rodzaje instytucji i ich znaczenie

Rozdział 2

Komunikacja interpersonalna w przedsiębiorstwie w ujęciu teoretycznym

1. Przegląd definicji

2. Wymiary komunikacji interpersonalnej

2.1. Komunikacja werbalna

2.2. Komunikacja niewerbalna

3. Bariery w komunikacji

4. Komunikacja interpersonalna w biznesie

5. Istota przedsiębiorstwa i jej cele

5.1. Funkcje i cechy

5.2. Zasoby ludzkie

5.3. Istota i funkcje zarządzania

5.4. Style zarządzania

5.5. Rola i funkcje komunikacji interpersonalnej w zarządzaniu

6. Istota i cele zarządzania zasobami ludzkimi

6.1. Geneza zarządzania zasobami ludzkimi

6.2. Modele zarządzania zasobami ludzkimi

- 6.3. Uwarunkowania zarządzania zasobami ludzkimi
- 6.4. Ocenianie i motywowanie pracowników
- 6.5. Wynagrodzenia pracowników

Rozdział 3

3. Metodologia badań własnych

- 3.1. Cel i problematyka badań
- 3.2. Hipotezy badawcze
- 3.3. Narzędzia badawcze
- 3.4. Organizacja i przebieg badań
- 3.5. Analiza wyników badań własnych

Zakończenie

Spis wykresów

Bibliografia