

Zarządzanie poprzez wywierania wpływu i manipulacji w miejscu pracy. Identyfikacja i ocena na przykładzie firmy.

Wstęp

Rozdział I

Zagadnienia teoretyczne dotyczące wpływu społecznego

- 1.1 Pojęcie i sposoby wywierania wpływu na innych
- 1.2 Psychologiczne reguły wywierania wpływu, według R. Cialdiniego
- 1.3 Techniki wywierania wpływu
 - 1.3.1 Strategie racjonalne
 - 1.3.2 Strategie społeczne
 - 1.3.3 Strategie emocjonalne
- 1.4 Metody wywierania wpływu i narzędzia przekonywania w miejscu pracy

Rozdział II

Manipulacja jako sposób wpływania na innych

- 2.1 Pojęcie i geneza zjawiska manipulacji
- 2.2 Rodzaje manipulacji
 - 2.2.1 Manipulacja w komunikacji językowej
 - 2.2.2 Manipulacja neuroperswazyjna
 - 2.2.3 Psychomanipulacja
 - 2.2.4 Zasada współpracy Paula Grice'a
- 2.3 Konsekwencje działań manipulujących i naturalne mechanizmy

obrony przed manipulacją

2.3.1 Samoocena

2.4 Rola zachowań manipulujących we współczesnych organizacjach

2.4.1 Manipulacja bezpośrednia – „Pranie mózgu” w biznesie

Rozdział III

Metodyka badań własnych

3.1 Cel, przedmiot, pytania badawcze

3.2 Charakterystyka przyjętej metody badawczej

3.3 Opis terenu badań i badanej próby

Rozdział IV

Wywieranie wpływu i manipulacja w miejscu pracy – wyniki badań własnych

4.1 Prezentacja wyników przeprowadzonych badań

4.2 Analiza zgromadzonego materiału badawczego

4.3 Wnioski z przeprowadzonych badań

Zakończenie

Bibliografia

Spis tabel

Spis rysunków

Spis wykresów

Spis załączników