

Spis treści

Wstęp	7
Elementy psychologii i socjologii biznesu.....	9
Podstawy psychologii wpływu społecznego w organizacji	10
Wzajemność	17
Zaangażowanie i konsekwencja.....	19
Społeczny dowód słuszności.....	21
Lubienie i sympatia.....	21
Reguła niedostępności.....	21
Autorytet.....	22
Organizacja jako grupa społeczna.....	23
Motywacja.....	32
Stres.....	37
Psychosocjologiczne aspekty władzy i przywództwa.....	41
Komunikowanie się w organizacji.....	45
Zadania: Jak komunikować się w organizacji w aspekcie humanocentrycznym?....	54
Podsumowanie i zakończenie	55
Bibliografia	56