

Obsah

Úvod	5
1 Organizace jako prostředí pro vznik a rozvoj firemní kultury.....	9
1.1 Systém organizace a jeho prostředí.....	11
1.1.1 Sociální systém organizace.....	12
1.1.2 Koncept organizace jako sociálního a kulturního systém.....	15
1.1.3 Prostředí systému organizace	18
1.2. Strategie a strategický rámec podniku	19
1.2.1 Strategické myšlení a předvídání	22
1.2.2 Struktura podnikové strategie.....	25
1.3 Organizační struktura a organizování	30
1.3.1 Organizační struktura jako síť vztahů	31
1.3.2 Prvky a přístupy k projektování organizační struktury.....	32
1.3.3 Architektura organizačních struktur	35
1.3.4 Determinanty organizační struktury, možnosti a omezení	38
1.3.5 Organizace jako prostředí pro vznik a rozvoj kultury	39
1.3.6 Firemní kultura a strategie.....	42
2 Firemní kultura	44
2.1 Teoretické reflexe požadavků praxe	45
2.2 Původ a vznik firemní kultury.....	51
2.3 Národní kultura jako prostředí a determinanta kultury organizace	52
2.3.1 Národní kultura a organizační kultura v mezinárodních firmách	56
2.4 Struktura a modely organizační kultury.....	58
2.5 Podniková filozofie, identita, image a etika	63
3 Firemní kultura a jedinec.....	68
3.1 Výběr a adaptace zaměstnanců na pozadí firemní kultury.....	68
3.2 Internalizace kulturních vzorců a identifikace s firmou	69
3.3 Jedinec jako produkt a tvůrce kultury	74
3.4 Osobnost v organizaci	75

3.4.1 Talent a nadání	79
3.4.2 Postoje a hodnoty	80
3.4.3 Motivace jako hlavní nástroj mobilizace jedinců	81
3.5 Role manažera jako hlavního nositele firemní kultury	87
3.6 Mobilizace lidských zdrojů prostřednictvím vzdělávacích a rozvojových aktivit	93
3.6.1 Firemní vzdělávání	93
3.6.2 Formy a metody firemního vzdělávání	95
3.6.3 Subjektivní a objektivní podmínky vzdělávání, bariéry vzdělávání ..	97
3.6.4 Vzdělávání a firemní kultura	98
3.7 Zaměstnanec jako partner firmy	101
4 Výzkum firemní kultury	105
4.1 Teoretická východiska výzkumu firemní kultury	105
4.1.1 Funkcionalismus a symbolismus	105
4.1.2 Integrace a subkulturní diferenciacie	111
4.1.3 Srovnání perspektiv	114
4.1.4 Postmoderní interpretace firemní kultury	116
4.2 Kvalitativní a kvantitativní výzkumná strategie	120
4.2.1 Klasifikace analytických nástrojů	123
4.2.2 Funkcionální perspektiva a kvantitativní výzkumná strategie	126
4.2.3 Symbolická perspektiva a kvalitativní výzkumná strategie	131
4.2.4 Metodologický pluralismus	133
4.3 Sociální výzkum v oblasti managementu	137
4.3.1 Sociální audit	140
4.3.2 Sociální audit firemní kultury	143