

*Психология менеджмента / Под ред. проф.
Г. С. Никифорова. -5-е изд. - Харьков: Изд-во
Гуманитарный Центр, 2009. — 512 с.*

Оглавление

От редактора

Раздел I. ЭВОЛЮЦИЯ МЕНЕДЖМЕНТА

Глава 1. Основные понятия

- 1.1. Менеджмент. Менеджер
- 1.2. Психология менеджмента

Глава 2. Теория и практика психологии менеджмента: исторический аспект

- 2.1. Теории европейского менеджмента
- 2.2. Теории американского менеджмента
- 2.3. Практика американского менеджмента
- 2.4. Практика японского менеджмента

Глава 3. Управленческая мысль в России

- 3.1. Особенности развития российского общества
- 3.2. Предпринимательство в России

Раздел II. ОРГАНИЗАЦИЯ

Глава 4. Управленческие философии и стратегии

- 4.1. Понятие о философии и стратегиях организаций
- 4.2. Организационные стратегии

Глава 5. Внутриорганизационное обеспечение менеджмента

- 5.1. Концепция организации
- 5.2. Концепция управления ресурсами
- 5.3. Типология организационных концепций

Глава 6. Основные теоретические подходы к исследованию организаций

- 6.1. Исследование и построение организаций
- 6.2. Теория открытых систем
- 6.3. Организация как социально-экономическая система
- 6.4. Этапы развития организации

Глава 7. Управление инновациями в организации

- 7.1. Понятие инновационной деятельности
- 7.2. Источники инновационных возможностей
- 7.3. Подразделения, обеспечивающие инновационную деятельность
- 7.4. Методы и средства инновационной деятельности

Глава 8. Переговоры в управлении организацией

- 8.1. Сущность и классификация переговоров
- 8.2. Модели переговоров
- 8.3. Переговорные стили
- 8.4. Трудности в переговорах: тупики, конфликты, манипуляции

Раздел III. МЕНЕДЖЕР

Глава 9. Психологический отбор менеджеров

- 9.1. Профессиональные функции менеджера
- 9.2. Принятие решений
- 9.3. Профессионально важные качества менеджера
- 9.4. Каталог требований должностных позиций
- 9.5. Методы диагностики профессионально важных качеств менеджеров

- Глава 10. Профессиональная подготовка менеджеров**
- 10.1. Требования к личности менеджера
 - 10.2. Профессиональная подготовка менеджеров
- Глава 11. Тренинг в менеджменте**
- 11.1. Тренинг в профессиональной подготовке менеджеров
 - 11.2. Методические аспекты тренинга менеджеров
 - 11.3. Психодиагностические возможности тренинга
- Глава 12. Здоровье менеджера**
- 12.1. Здоровье как системное понятие
 - 12.2. Физическое и психическое здоровье менеджера
 - 12.3. Стресс в профессиональной деятельности менеджера
 - 12.4. Профессиональное долголетие менеджера
- Глава 13. Гендерные аспекты менеджмента**
- 13.1. Положение женщин на рынке труда и в бизнес-слое
 - 13.2. Гендерные различия в менеджменте
 - 13.3. Факторы, препятствующие внедрению женщин в бизнес-слой
 - 13.4. Стратегии поддержки женщин в бизнес-слое и программы профессиональной подготовки

Глава 14. Менеджмент в

некоммерческих организациях

- 14.1. Некоммерческий сектор: определение
- 14.2. Функции и цели третьего сектора
- 14.3. Виды НКО и концепции третьего сектора
- 14.4. Эволюция взаимодействия государственного, коммерческого и некоммерческого секторов в России и за рубежом
- 14.5. Специфика менеджмента в НКО
- 14.6. Человеческие ресурсы в некоммерческих организациях
- 14.7. Менеджер в некоммерческой организации
- 14.8. Финансовые и правовые ресурсы в некоммерческой организации

Раздел IV. УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

Глава 15. Кадровый мониторинг

- 15.1. Найм и адаптация персонала в организации
- 15.2. Аттестация
- 15.3. Планирование карьеры

Глава 16. Обучение персонала

- 16.1. Основные подходы к обучению персонала
- 16.2. Виды (формы) обучения персонала

Глава 17. Мотивация и стимулирование персонала в организации

17.1. Подходы к мотивации персонала в организации

17.2. Теории мотивации

17.3. Виды стимулирования персонала в организации

Глава 18. Менеджмент и конфликты

18.1. Конфликты в деятельности менеджера: постановка проблемы

18.2. Техники и технологии

управления конфликтами
18.3. Личностные и групповые

особенности протекания конфликтов

Глава 19. Управление качеством

19.1. Организационные формы

19.2. Психологические факторы

Раздел V. МАРКЕТИНГ

Глава 20. Психологические возможности рекламы в менеджменте

20.1. Виды и функции рекламы

20.2. Целевая направленность рекламы различных видов. Психологические аспекты сегментации рынка потребителей

20.3. Психологические механизмы воздействия рекламы на потребителей разного социально-

го статуса, возраста, пола, интеллекта
(аффективные, когнитивные и конативные
составляющие рекламного воздействия)

20.4. Психологические особенности выбора
свойств рекламируемого товара

20.5. Психологическая экспертиза рекламной
продукции

**Глава 21. Паблик рилейшнз как наука
об установлении связей в обществе**

21.1. Исторический экскурс

21.2. Паблик рилейшнз: определение, основные
задачи

21.3. Внешние и внутренние коммуникации
как основная проблема паблик рилейшнз

21.4. Создание имиджа как одна из основных задач
ПР

21.5. Спонсорство и меценатство как способы
позитивного влияния на общественное
мнение

Глава 22. Психология экономического поведения

22.1. «Экономический человек»

22.2. Концепции обмена

Литература