

Психология бизнеса. Теория и практика : учебник для магистров / под общ. ред. Н. Л. Ивановой, В. А. Штроо, Н. В. Антоновой. — М.: Издательство Юрайт, 2014. — 509 с. — Серия : Магистр.

Оглавление

Введение.....	7
Глава 1. Психология бизнеса как направление в психологической науке.....	12
1.1. Психология бизнеса: предмет, задачи, методы, место в системе наук, история становления.....	12
1.2. Бизнес как социально-экономический феномен.....	38
1.3. Направления исследовательской и практической деятельности психологов в бизнесе.....	51
1.4. Психологические аспекты проблемы социальной ответственности и этики бизнеса.....	59
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>86</i>
<i>Задания-проекты.....</i>	<i>87</i>
Глава 2. Бизнес как деятельность.....	89
2.1. Психологические аспекты анализа бизнеса как деятельности.....	89
2.2. Особенности принятия решений в бизнесе.....	112
2.3. Взаимоотношения субъектов бизнеса: конкуренция и партнерство, доверие и недоверие.....	136
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.</i>	<i>156</i>
<i>Задания-проекты.....</i>	<i>157</i>
Глава 3. Личность и успех в бизнесе.....	160
3.1. Субъекты бизнеса: участники, ролевой репертуар.....	160
3.2. Самоопределение личности в бизнесе.	171

3.3.	Профессиональные деформации личности в бизнесе.....	207
3.4.	Успех в бизнесе.....	221
	<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	261
	<i>Задания-проекты</i>	262
Глава 4.	Психологическая помощь субъектам бизнеса.....	263
4.1.	Стресс в бизнесе и стратегии его преодоления.....	263
4.2.	Диагностика профессиональной пригодности и психологических проблем личности в бизнесе.....	270
4.3.	Психологическое консультирование как вид психологической помощи субъектам бизнеса.....	284
4.4.	Коучинг как вид психологической помощи.....	291
	<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	300
	<i>Задания-проекты</i>	301
Глава 5.	Организация в бизнесе.....	320
5.1.	Организация как инструмент бизнеса.....	320
5.2.	Жизненный цикл организации. Факторы организационного развития.....	340
5.3.	Личность и организация.....	356
5.4.	Коммуникация в организации.....	373
5.5.	Организационная культура: диагностика и развитие.....	387
5.6.	Работа психолога в организации.....	402
	<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	414
	<i>Задания-проекты</i>	415
Глава 6.	Потребительское поведение как результат и фактор бизнес-деятельности.....	416
6.1.	Маркетинг в деятельности бизнес-организации.....	417
6.2.	Психологические особенности потребительского поведения.....	422

6.3. Психологические методы исследования рынка и конкурентов.....	428
6.4. Психологические аспекты рекламы и продвижения товара.....	437
6.5. Имидж как фактор развития бизнеса.....	460
6.6. Психологические механизмы и методы создания и продвижения бренда.....	473
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>490</i>
<i>Задания-проекты.....</i>	<i>491</i>
Приложения.....	492
Приложение 1. Опросник «Шкалы организационных парадигм» Л. Л. Константина.....	492
Приложение 2. Психотехническая матрица рекламного воздействия (Пронина, 2002).....	504
Приложение 3. Поисковая таблица (Пронина, 2002).....	506
Список литературы.....	507