

SPIS TREŚCI

Wstęp. Dlaczego rynek doznań?	11
-------------------------------------	----

Część I	Moduł sensoryczny w zarządzaniu kapitałem ludzkim	
1.	Pojęcie i „warunki brzegowe” stosowania modułu sensorycznego w zarządzaniu kapitałem ludzkim	17
2.	Praktyki personalne wykorzystujące moduł sensoryczny	18
2.1.	Marketing personalny jako pole oddziaływań sensorycznych	18
2.2.	Adaptacja pracowników oparta na wykorzystywaniu bodźców sensorycznych	27
2.3.	Procesy wykonywania pracy – pierwiastki sensoryczne	29
2.4.	Ocenianie i zwalnianie pracowników – perspektywa oddziaływań sensorycznych	31
2.5.	Motywowanie do kreatywności wykorzystujące techniki wizualizacji	32
3.	Bodźce sensoryczne a dysfunkcje i patologie oraz dyskomfort w środowisku pracy	34
4.	Słowa „uczulające” jako kategoria modułu sensorycznego – przykłady z zakresu zarządzania kapitałem ludzkim	36
5.	Przywództwo estetyczne jako wyraz koncentracji na sferze sensualnej	37

Część II	Oddziaływanie poprzez moduł emocjonalny na kandydatów do pracy i zatrudnionych	
1.	Cel zarządzania kapitałem ludzkim z perspektywy modułu emocjonalnego	39
2.	Pojęcie emocji i ich taksonomie w literaturze przedmiotu – odniesienia do sytuacji personalnych	41
3.	Dyfuzja emocji w warunkach bliskości przestrzennej i „zdalności”	52
4.	Uczucie nadziei jako komponentu kapitału psychologicznego pracowników	53
5.	Emotywacje	54

6.	Emocje przy pozyskiwaniu, ocenianiu, rozwoju, wynagradzaniu i zwalnianiu pracowników. Wpływ stylu kierowania na emocje ...	59
7.	Emocje generowane w warunkach <i>diversity management</i>	63
8.	Emocjonalny komponent postaw – przykład lojalności pracowniczej	65
9.	Emocje związane z charakterem pracy – egemplifikacje.....	67
9.1.	Praca twórcza, czyli doświadczanie przepływu (<i>flow</i>)	67
9.2.	Komercjalizacja emocji personelu, czyli praca emocjonalna	71
10.	Zarażanie afektywne jako praktyka personalna w ramach modułu emocjonalnego	72
11.	Językowo-wizualne narzędzia oddziaływania na emocje w środowisku pracy jako wyraz powiązań modułu emocjonalnego z sensorycznym	74
12.	Organizacje ekspresywne jako organizacje przyszłości	75
13.	Projektowanie emocji dla cyklu życia pracownika w organizacji jako zadanie podmiotów zarządzania kapitałem ludzkim	77

Część III **Zastosowanie modułu intelektualnego w przyciąganiu do organizacji pracowników oraz kształtowaniu ich twórczych postaw**

1.	Procesy poznawcze przy zorientowanym na zadania pracy indywidualnym i organizacyjnym uczeniu się. Dysonans poznawczy	81
2.	Znaczenie modułu intelektualnego w kreatywnej organizacji	83
3.	Poznawczy komponent postaw – przykład stosunku do czasu pracy.....	86
4.	Organizacja inteligentna	87
4.1.	Pojęcie, przejawy, próba diagnozy	87
4.2.	Elastyczne zarządzanie kapitałem ludzkim jako aktywność wpisana w funkcjonowanie inteligentnej organizacji.....	90
5.	Decyzje personalne i ich typologia – perspektywa modułu intelektualnego	92

Część IV **Rola modułu behawioralnego w zarządzaniu kapitałem ludzkim**

1.	Cele oddziaływań poprzez moduł behawioralny w środowisku pracy	109
2.	Wykorzystywanie czasowników performatywnych w procesach personalnych	110
3.	Behawioralny wymiar procesów wykonywania pracy	114

4.	Adekwatność zachowań do typu kultury organizacyjnej jako wyraz dopasowania w zarządzaniu kapitałem ludzkim.....	115
5.	Zachowania służące przeprowadzaniu zmian.....	117
6.	Pracoholizm jako uzależnienie behawioralne.....	119
7.	Możliwości i bariery stymulowania zachowań przez podmioty zarządzania kapitałem ludzkim w kokreacji z pracownikami – przykłady.....	122
7.1.	Zachowania służące nabywaniu wiedzy.....	122
7.2.	Zachowania modyfikujące treść pracy.....	123
7.3.	Zachowania mobilnościowe pracowników w ramach organizacji..	124
7.4.	Twórcze zachowania językowe.....	125
8.	Wyznaczniki zachowań w wielokulturowych organizacjach i zespołach.....	126

Część V

Moduł relacyjny jako narzędzie kierowania ludźmi zorientowane na wartość

1.	Teorie stanowiące objaśnienia dla implementacji relacyjnego modułu doświadczeń i przeżyć.....	131
2.	Społeczny charakter procesu wykonywania pracy i jego implikacje dla procesów personalnych.....	132
3.	Zaufanie w organizacji jako pożądany stan relacji społecznych....	135
4.	Narcyzm – perspektywa wspólnotowa oraz wpływ na wartość doświadczeń.....	140
5.	Współwystępowanie modułu relacyjnego z innymi modułami – egzemplifikacje.....	144
5.1.	Formułowanie ogłoszeń pracy.....	144
5.2.	Kształtowanie przestrzeni pracy.....	147
5.3.	Tworzenie multigeneracyjnego środowiska pracy.....	152
6.	Stosowanie <i>Assessment Centre</i> przy wyborze podmiotów zarządzania kapitałem ludzkim spełniających wymogi odpowiadające rynkowi doznań.....	165

Zakończenie. W stronę jakiego paradygmatu?.....	171
Bibliografia.....	177
Spis tabel.....	210
Indeks rzeczowy.....	211