

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział 1	
Czym są organizacje gospodarcze	15
1.1. Biznes dobrotliwy	15
1.2. Biznes prawdziwy	22
Podsumowanie	28
Pytania do dyskusji	29
Część I	
Jak uwieść pracownika	31
Rozdział 2	
Mit charyzmatycznego przywódcy	33
2.1. Czym jest charyzma	33
2.2. Rodzaje relacji wpływu i ich ewolucja	39
2.3. Kształtowanie cech charyzmatycznych	47
Podsumowanie	51
Pytania do dyskusji	52
Rozdział 3	
Mit silnej kultury organizacyjnej	53
3.1. Kultura jako instrument zarządzania	53
3.2. Wymuszanie poświęcenia	58
3.3. Kult organizacji	62
Podsumowanie	67
Pytania do dyskusji	68

Rozdział 4	
Mit samorealizacji	69
4.1. Czym jest samorealizacja?	69
4.2. Czy można samorealizować się w organizacji?	72
4.3. Poczucie własności pracy jako warunek samorealizacji	79
Podsumowanie	85
Pytania do dyskusji	85
Część II	
Jak uwieść klienta	87
Rozdział 5	
Mit eksperckości	89
5.1. Imperatyw innowacyjności	89
5.2. Przyciąganie klienta	92
5.3. Ciemna strona biznesu	95
5.4. Błędne koło uwodzicielskiego postępu	98
Podsumowanie	103
Pytania do dyskusji	103
Rozdział 6	
Mit marki	105
6.1. Wartość wizerunku organizacji	105
6.2. Lansowanie marki produktu	111
6.3. Reakcje klientów	114
Podsumowanie	120
Pytania do dyskusji	120
Rozdział 7	
Mit spełniania marzeń	121
7.1. Ku lepszemu światu	121
7.2. Tworzenie fałszywych potrzeb	124
7.3. Poważne skutki niepoważnych marzeń	128
Podsumowanie	134
Pytania do dyskusji	135
Zakończenie	137
Bibliografia	139