

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział 1. Kultura profesjonalna w teorii i praktyce	17
1.1. Geneza i istota kultury. Kultura organizacyjna a kultura profesjonalna	17
1.2. Kultura, informacja i komunikacja	27
1.3. Poznawcze i praktyczne problemy integracji kultury ze stylami kierowania	30
1.3.1. Aspekty pozawcze organizacji opartej na wiedzy	31
1.3.2. Interdyscyplinarne relacje wiedzy o kierowaniu	32
1.3.3. Pojęcie i definicje kultury i stylu kierowania	34
1.4. Uwarunkowania kulturowe a kultura organizacyjna	38
1.5. Teorie profesji, profesjonalizacji i profesjonalizmu	48
1.5.1. Teoria agencyjna	59
1.5.2. Teoria ról i sieci społecznych	62
1.5.3. Sieciowa teoria wymiany (transakcji)	69
1.5.4. Teoria ryzyka	70
1.6. Rola autokierowania w profesjonalizacji kadr menedżerskich ..	76
1.6.1. Autokierowanie w koncepcjach rozwoju ścieżek kariery zawodowej	79
1.6.2. Znaczenie wizji w autokierowaniu	81
1.6.3. Zadania i mechanizmy kontrolne	85
1.6.4. Koszty psychiczne autokierowania	87
1.7. Zaufanie w kontekście strukturalnej indywidualizacji oraz norm i zachowań	89
1.7.1. Analiza modelu zaufania w relacjach osobistych i biznesowych	91
1.7.2. Znaczenie zaufania w relacjach interpersonalnych i międzyorganizacyjnych	93
1.8. Analiza SWOT teorii zastosowanych w pracy	94

Rozdział 2. Metodologiczne podstawy badań firmy	
OVB Allfinanz.	99
2.1. Przedmiot i cele badawcze	99
2.2. Problemy i hipotezy badawcze	102
2.2.1. Główny problem badawczy i problemy szczegółowe.	102
2.2.2. Główna hipoteza badawcza i hipotezy szczegółowe	103
2.3. Metody, techniki i narzędzia badawcze pracy	104
2.4. Teren badań i dobór próby badawczej.	110
2.5. Zmienne i wskaźniki ich wartości.	113
Rozdział 3. Analiza socjologiczna przedsiębiorstwa OVB	117
3.1. Charakterystyka otoczenia kulturowego sektora MLM	117
3.2. Przedsiębiorstwo działające w systemie MLM.	125
3.3. Charakterystyka sektora MLM oraz doradztwa i pośrednictwa finansowego w Polsce	134
3.4. OVB jako przedsiębiorstwo działające w systemie MLM	138
3.5. Wymiar etyczny kultury organizacyjnej przedsiębiorstw działających w systemie MLM	144
3.6. Zarys diagnozy obecnego stanu kultury organizacyjnej przedsiębiorstwa OVB Czechy	150
Rozdział 4. Kultura profesjonalna menedżerów firmy OVB Allfinanz w perspektywie badań socjologicznych	155
4.1. Profesjonalizacja menedżerów w kontekście posiadanych i nabywanych kwalifikacji i kompetencji zawodowych oraz pełnionych funkcji.	164
4.1.1. Kompetencje menedżerskie	168
4.1.2. Kwalifikacje zawodowe	169
4.1.3. Profil zawodowy	174
4.2. Czynniki osobowo-zawodowe profesjonalnego menedżera OVB.	177
4.2.1. Cechy osobowo-zawodowe.	185
4.2.2. Cechy wzorcowe.	190
4.2.3. Ocena obszarów zadaniowych menedżera	192
4.3. Elementy kultury organizacyjnej zinternalizowanej przez menedżerów.	194
4.3.1. Ocena możliwości rozwoju profesjonalnego menedżera OVB	198

4.3.2. Ocena wymagań stawianych przez menedżerów odnośnie do wiedzy, umiejętności i kompetencji	203
4.4. Motywy podjęcia współpracy i perspektywy na przyszłość . .	205
4.4.1. Zmiany w sytuacji zawodowej. Przyszłość doradztwa finansowego, kariery w firmie i osiągnięcia własnych celów	207
4.4.2. Poziom zadowolenia z dotychczasowych osiągnięć . .	210
Zakończenie	213
Bibliografia	221
Załączniki	235
Załącznik 1 – Przypasowanie poszczególnych zadań do ról zawodowych	235
Załącznik 2 – Kwestionariusz ankiety	242
Załącznik 3 – Dyspozycja wywiadu jakościowego swobodnego	254
Załącznik 4 – Kodeks dobrych praktyk OVB	255
Załącznik 5 – Plan kariery OVB	260
Załącznik 6 – Doradztwo Allfinanz	261