

Spis treści

Jerzy Hausner, Norbert Laurisz, Stanisław Mazur

Przedsiębiorstwo społeczne – konceptualizacja

1. Istota przedsiębiorstwa społecznego	9
2. Cechy przedsiębiorstwa społecznego	11
3. Formy przedsiębiorstwa społecznego	12
4. Definicja przedsiębiorstwa społecznego	13
5. Instytucjonalne usytuowanie przedsiębiorstwa społecznego	14
6. Prawne uregulowanie działalności przedsiębiorstw społecznych w Polsce	15
Literatura	19

Marek Ćwiklicki

Zarządzanie strategiczne w organizacjach ekonomii społecznej

Wstęp	23
1. Zarządzanie strategiczne – terminologia	23
2. Geneza metody BSC	25
3. BSC w organizacjach nie nastawionych na zysk	27
4. Mapa strategii – narzędzie pomocnicze w BSC	30
5. Przykład strategicznej karty wyników i mapy strategii dla organizacji ekonomii społecznej	34
Podsumowanie	36
Literatura	36

Adam Nalepka

Zasady zarządzania w funkcjonowaniu podmiotów ekonomii społecznej

1. Organizacja jako przedmiot zarządzania	39
1.1. Istota i funkcjonowanie organizacji	39
1.2. Formy organizacyjno-prawne przedsiębiorstw	40
2. Istota procesu zarządzania	42
2.1. Pojęcie zarządzania	42

2.2. Funkcje zarządzania	42
2.3. System zarządzania	44
3. Organizacja pracy kierowniczej	45
3.1. Istota i cechy pracy kierowniczej	45
3.2. Symptomy złej organizacji pracy kierownika	46
3.3. Kierunki i zasady doskonalenia organizacji pracy kierownika	47
4. Style zarządzania	48
4.1. Istota stylu kierowania	48
4.2. Charakterystyka podstawowych stylów kierowania	49
4.3. Uwarunkowania stosowanego stylu kierowania	49
5. Techniki zarządzania	50
5.1. Pojęcie i klasyfikacja technik zarządzania	50
5.2. Zarządzanie w oparciu o zasadę wyjątków	51
5.3. Zarządzanie przez cele	51
5.4. Zarządzanie przez zespoły zadaniowe	52
5.5. Inne szczegółowe techniki zarządzania	52
6. Struktura organizacyjna jako narzędzie zarządzania	54
6.1. Definicja struktury organizacyjnej	54
6.2. Typowe rozwiązania strukturalne	56
6.3. Uwarunkowania rozwiązań strukturalnych	59
Literatura	60

Urban Pauli, Aleksy Pocztowski

Zarządzanie personelem w organizacjach sektora ekonomii społecznej

1. Uwarunkowania zarządzania personelem w sektorze ekonomii społecznej	63
2. Kapitał ludzki jako czynnik determinujący osiąganie celów społecznych	65
3. Ogólny model zarządzania personelem	66
4. Modele kompetencyjne w zarządzaniu personelem	68
4.1. Pojęcie kompetencji	68
4.2. Proces definiowania kompetencji	69
4.3. Wykorzystanie modeli kompetencyjnych w zarządzaniu personelem	70
5. Rekrutacja i selekcja	71
5.1. Adaptacja do pracy	73
6. Ocenianie pracowników	74
6.1. Cele oceniania	74
6.2. Organizacja procesu oceniania	75
6.3. Kryteria oceniania	76
7. Wynagradzanie pracowników	77
7.1. Pojęcie i funkcje wynagrodzeń	77
7.2. Składniki wynagrodzenia	78
7.3. Strategie wynagradzania	79
8. Rozwój pracowników	80
Literatura	82

Romana Paszkowska

Negocjacje – wprowadzenie

1. Negocjacje – pojęcia i definicje	85
2. Negocjacje jako forma komunikowania się	86
2.1. Komunikacja werbalna	86
2.2. Komunikacja niewerbalna	87

3. Negocjacje a konflikt	87
3.1. Definicja i rodzaje konfliktów	87
3.2. Przyczyny konfliktów	88
3.3. Nastawienie do sytuacji konfliktowej	88
3.4. Style zarządzania konfliktem	89
4. Negocjacje jako proces	90
4.1. Faza pierwsza – przygotowanie	90
4.2. Druga faza negocjacji	93
4.3. Faza trzecia negocjacji – stopniowe zbliżanie stanowisk	93
4.4. Faza czwarta negocjacji, czyli próba osiągnięcia końcowego porozumienia	94
4.5. Podsumowanie i ocena negocjacji	95
5. Strategie, style i techniki negocjacyjne	96
5.1. Podstawowe strategie negocjacyjne	96
5.2. Style negocjacji	97
5.3. Podstawowe techniki negocjacji	98
6. Negocjowanie jako forma komunikowania się w działalności organizacji pozarządowych – studium przypadku	99
Podsumowanie	100
Literatura	101

Anna Giza-Poleszczuk

Podstawy public relations organizacji społecznych

1. Czym jest działalność określana jako „public relations”?	105
2. Podstawowe zasady	108
3. Działania i zadania public relations – od czego zacząć i do czego dążyć?	110
3.1. Tożsamość organizacji (<i>corporate identity</i>) i jej misja	110
3.2. Analiza sytuacji: otoczenie	111
3.3. Analiza sytuacji: słabe i silne strony organizacji	112
3.4. Ryzyka	112
3.5. Planowanie działań public relations	112
3.6. Zadania public relations	113
4. Narzędzia public relations	113
4.1. Wewnętrzne public relations	113
4.2. Relacje z mediami	115
5. Promowanie wizerunku	118
6. Zarządzanie kryzysami	120
7. „Czarny” PR?	121
Literatura	121

Hubert Guz

Zarządzanie projektami społecznymi

Wstęp	125
1. Polityka strukturalna i rola beneficjenta w jej wdrażaniu	126
2. Potencjał wnioskodawcy	127
3. Definicja projektu	128
4. Logika interwencji	129
5. Zarządzanie cyklem projektu	130
5.1. Uproszczona konstrukcja projektu	132
6. Narzędzia wspomagające zarządzanie projektem	134
6.1. Analizy problemów, celów, strategii	135
6.2. Analiza SWOT	136

6.3. Matryca logiczna	137
6.4. Harmonogram	139
6.5. Budżet	140
6.6. Zespół zarządzający projektem	142
6.7. Listy sprawdzające	142
7. Procesy wspierające zarządzanie projektem	144
7.1. Monitoring	144
7.2. Ewaluacja	145
7.3. Audytowe podejście do projektu	146
8. Zasady pisania wniosków	149
Podsumowanie	150
Literatura	150

Jolanta Perek-Białas, Barbara Worek

Ewaluacja interwencji społecznych

Wstęp	153
1. Dlaczego ewaluacja jest potrzebna?	153
2. Czym różni się ewaluacja od audytu i monitoringu?	155
3. Rodzaje ewaluacji	157
3.1. Podział ewaluacji ze względu na moment badania	157
3.2. Podział ewaluacji ze względu na przedmiot badania	159
3.3. Podział ewaluacji ze względu na cel badania	159
4. Pytania ewaluacyjne	160
5. Kryteria ewaluacyjne	160
6. Etapy ewaluacji	162
6.1. Planowanie ewaluacji	162
6.2. Przeprowadzenie ewaluacji	163
Podsumowanie	169
Literatura	170