

## SPIS TREŚCI

<b>WSTĘP</b> .....	7
<b>Rozdział 1</b>	
<b>Istota i znaczenie procesu komunikowania się w organizacji</b> .....	9
1.1. Pojęcia podstawowe. Znaczenie komunikacji.....	9
1.2. Proces komunikowania się.....	13
1.3. Komunikacja nieformalna.....	17
<b>Rozdział 2</b>	
<b>Rodzaje komunikacji</b> .....	20
2.1. Komunikacja werbalna i niewerbalna.....	20
2.2. Komunikacja pionowa i pozioma.....	27
2.3. Komunikacja ustna i pisemna.....	31
<b>Rozdział 3</b>	
<b>Bariery w komunikowaniu się</b> .....	33
3.1. Problemy w nadawaniu i odbieraniu komunikatów.....	33
3.2. Wytyczne skutecznej komunikacji.....	35
<b>Rozdział 4</b>	
<b>Studia przypadków</b> .....	37
4.1. Sprzedaż sprzętu medycznego przez firmę RehaMed.....	37
4.2. Walka o pomysł.....	39
4.3. Problemy komunikacyjne w trakcie podpisywania umowy.....	40
4.4. Problemy komunikacyjne w przedszkolu „Pod Jarzębiną”.....	43
4.5. Centrum ślubne „Twój Ślub” Sp. z o.o. ....	46
4.6. Problemy w firmie Celpel.....	50
4.7. Firma Calvados Sp. z o.o. ....	53
4.8. Problemy komunikacyjne w firmie „INTER TAB”.....	55
4.9. Komunikowanie się w Centrum Medycznym.....	58
4.10. Zajazd Kasztelański i jego problemy z komunikacją.....	60
4.11. Problem komunikacji w SKOK Kopernik.....	63
4.12. „Słodziutko” i problemy w obszarze komunikacji.....	65
4.13. Bariery komunikacyjne w firmie X.....	68
4.14. Przedsiębiorstwo Remontowe PAK SERWIS Sp. z o.o. ....	70
4.15. Problemy komunikacyjne w firmie „Safe & Safer”.....	72
4.16. Zła komunikacja w firmie X.....	74
<b>ZAKOŃCZENIE</b> .....	77
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	79