Płacowe i pozapłacowe motywowanie pracowników

praca magisterska, UG, Zarządzanie i Marketing

SPIS TREŚCI

WSTĘP 4
ROZDZIAŁ 1 6
TEORETYCZNY ASPEKT MOTYWACJI PRACOWNIKÓW 6
1.1. ISTOTA MOTYWACJI 6
1.2. MOTYWOWANIE JAKO FUNKCJA ZARZĄDZANIA 7
1.3.WYBRANE MODELE MOTYWOWANIA 9
1.3.1.MODEL TRADYCYJNY 13
1.3.2.MODEL STOSUNKÓW WSPÓŁDZIAŁANIA 19
1.3.3. MODEL ZASOBÓW LUDZKICH 23
1.4. WSPÓŁCZESNE PODEJŚCIE DO PROCESU MOTYWOWANIA PRACOWNIKÓW 25
1.4.1. W POLSCE 25
1.4.2. NA ŚWIECIE 27
ROZDZIAŁ 2 28
PŁACOWE FORMY I INSTRUMENTY POBUDZANIA MOTYWACJI PRACOWNIKÓW 28
2.1. DEFINICJA I CHARAKTERYSTYKA BODŹCÓW PŁACOWYCH ZWIĄZANYCH Z WYNIKAMI PRACY 29
2.2.PROCES TWORZENIA MOTYWACYJNYCH SYSTEMÓW WYNAGRODZEŃ OPARTYCH NA WYKORZYSTANIU INSTRUMENTÓW PŁACOWYCH 33
2.3.EFEKTYWNOŚĆ MOTYWACYJNYCH SYSTEMÓW WYNAGRADZANIA 35
ROZDZIAŁ 3 36
POZAPŁACOWE FORMY I INSTRUMENTY POBUDZANIA MOTYWACJI PRACOWNIKÓW 36
3.1. NAGRODY I KARY JAKO CZYNNIK MOTYWACYJNY 38
3.2. POLITYKA AWANSOWANIA 40
3.3. POZYTYWNA JAKOŚĆ ŻYCIA PRACOWNICZEGO 42
3.4. OKAZYWANIE UZNANIA 42

3.5. ODPOWIEDNIA KOMUNIKACJA 46
3.6.PLANOWANIE KARIERY 47
3.7. KREATYWNOŚĆ 53
3.8. MOTYWACYJNA ROLA UPRAWNIEŃ PRACOWNICZYCH 54
ROZDZIAŁ 4 57
MOTYWOWANIE PRACOWNIKÓW W WOG S.A. DIAGNOZA PROCESU 57
4.1. CHARAKTERYSTYKA WOG S.A. JAKO PODMIOTU GOSPODARCZEGO 57
4.2. ZASÓB LUDZKI FIRMY 62
4.3. WOG S.A. JAKO MIEJSCE BADAŃ NAD FORMAMI MOTYWOWANIA PRACOWNIKÓW 65
4.3.1. PROBLEMATYKA BADAWCZA (PRZEDMIOT, CEL I HIPOTEZY BADAWCZE) 65
4.3.2. OPIS NARZĘDZI BADAWCZYCH 67
4.3.3. ORGANIZACJA, PRZEBIEG BADAŃ I CHARAKTERYSTYKA OSÓB BADANYCH 68

ROZDZIAŁ 5 71
PROPOZYCJA ZINTEGROWANIA SYSTEMU MOTYWACJI PŁACOWEJ I POZAPŁACOWEJ 71
5.1. OCENA I WNIOSKI BADAWCZE 71
5.2. PROPOZYCJE ZMIAN 85

ZAKOŃCZENIE 88
BIBLIOGRAFIA: 90
ZAŁĄCZNIK 1 92
ZAŁĄCZNIK 2 98
ZAŁĄCZNIK 3 100

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę pisanie prac - sprawdzony serwis