

## **SPIS TREŚCI**

<b>SPIS NAJWAŻNIEJSZYCH SYMBOLI.....</b>	<b>7</b>
<b>WPROWADZENIE .....</b>	<b>9</b>
<b>1. SYSTEMY ZŁOŻONE.....</b>	<b>15</b>
1.1. Charakterystyka systemów złożonych.....	15
1.1.1. Złożone systemy adaptacyjne .....	20
1.1.2. Identyfikacja systemów złożonych.....	21
1.2. Organizacja jako system złożony.....	23
1.3. Badania organizacji w perspektywie systemów złożonych.....	29
<b>2. MODELE SYMULACYJNE W BADANIU ZŁOŻONYCH SYSTEMÓW SPOŁECZNYCH.....</b>	<b>33</b>
2.1. Symulacja komputerowa.....	33
2.2. Modelowanie agentowe .....	37
2.3. Weryfikacja i walidacja modelu agentowego .....	41
2.4. Automaty komórkowe.....	45
2.4.1. Modelowanie reguł wpływu społecznego .....	52
2.4.2. Automaty komórkowe a procesy społeczne zachodzące w organizacji .....	57
<b>3. MODELE ZACHOWAŃ KONSUMENTÓW – OTOCZENIE ORGANIZACJI.....</b>	<b>66</b>
3.1. Koncepcja modelu zachowań konsumentów .....	66
3.1.1. Wpływ marketingu szeptanego na zachowania konsumentów .....	73
3.1.2. Sposób podejmowania decyzji przez konsumentów – większość czy jednomyślność? .....	78
3.1.3. Struktura sieci kontaktów a zachowania konsumentów .....	83
<b>4. MODELE PROCESÓW SPOŁECZNYCH WEWNĄTRZ ORGANIZACJI</b>	<b>100</b>
4.1. Modelowanie transferu wiedzy w organizacji .....	100
4.1.1. Transfer wiedzy w organizacji .....	100
4.1.2. Model transferu wiedzy .....	105

4.2. Modelowanie przywództwa rozproszonego w organizacji.....	115
4.2.1. Przywództwo rozproszone .....	115
4.2.2. Model nieformalnego wpływu liderów na pozostałych członków organizacji .....	118
4.2.3. Model wpływu liderów oraz polityki organizacji na zachowania pracowników .....	126
4.3. Modelowanie kultury organizacyjnej .....	137
4.3.1. Kultura organizacyjna .....	137
4.3.2. Model tworzenia kultury w organizacji .....	139
<b>PODSUMOWANIE .....</b>	<b>145</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>148</b>
<b>SPIS RYSUNKÓW W JĘZYKU ANGIELSKIM .....</b>	<b>164</b>
<b>Streszczenie.....</b>	<b>168</b>