Wstęp 9

Rozdział 1. **Czym są organizacje gospodarcze 15**

1.1. Biznes dobrotliwy 15

1.2. Biznes prawdziwy 22

Podsumowanie 28

Pytania do dyskusji 29

Część I. **Jak uwieść pracownika 31**

Rozdział 2. **Mit charyzmatycznego przywódcy 33**

2.1. Czym jest charyzma 33

2.2. Rodzaje relacji wpływu i ich ewolucja 39

2.3. Kształtowanie cech charyzmatycznych 47

Podsumowanie 51

Pytania do dyskusji 52

Rozdział 3. **Mit silnej kultury organizacyjnej 53**

3.1. Kultura jako instrument zarządzania 53

3.2. Wymuszanie poświęcenia 58

3.3. Kult organizacji 62

Podsumowanie 67

Pytania do dyskusji 68

Rozdział 4. **Mit samorealizacji 69**

4.1. Czym jest samorealizacja? 69

4.2. Czy można samorealizować się w organizacji? 72

4.3. Poczucie własności pracy jako warunek samorealizacji 79

Podsumowanie 85

Pytania do dyskusji 85

Część II. **Jak uwieść klienta 87**

Rozdział 5. **Mit eksperckości 89**

5.1. Imperatyw innowacyjności 89

5.2. Przyciąganie klienta 92

5.3. Ciemna strona biznesu 95

5.4. Błędne koło uwodzicielskiego postępu 98

Podsumowanie 103

Pytania do dyskusji 103

Rozdział 6. **Mit marki 105**

6.1. Wartość wizerunku organizacji 105

6.2. Lansowanie marki produktu 111

6.3. Reakcje klientów 114

Podsumowanie 120

Pytania do dyskusji 120

Rozdział 7. **Mit spełniania marzeń 121**

7.1. Ku lepszemu światu 121

7.2. Tworzenie fałszywych potrzeb 124

7.3. Poważne skutki niepoważnych marzeń 128

Podsumowanie 134

Pytania do dyskusji 135

Zakończenie 137

Bibliografia 139