

## **- CUPRINS -**

### **CAPITOLUL I – Aspecte generale ale grupului**

- 1.1. Definiții ale grupului**
- 1.2. Dimensiunile grupului**
- 1.3. Tipologia grupurilor**

### **CAPITOLUL II – Grupul – instrument social**

- 2.1. Autoritatea grupului**
- 2.2. Puterea de constrângere a grupului**
- 2.3. Conformitatea grupului**

### **CAPITOLUL III – Grupul - puterea de comunicare și rețele comunicaționale**

- 3.1. Tipuri de rețele**
- 3.2. Niveluri ale comunicării**
- 3.3. Tehnici de comunicare**

### **CAPITOLUL IV – Procese și fenomenele de grup în cadrul secției de imprimărie a S.C. ARGEȘANA S.A. – Studiu de caz**

- 4.1. Scurtă prezentare a S.C. ARGEȘANA S.A.**
- 4.2. Cadrul general al cercetării – dinamica și interacțiunea grupurilor din cadrul secției de imprimărie din S.C. Argeșana S.A.**
- 4.3. Metodologia cercetării**
- 4.4. Prezentarea situațiilor experimentale**
  - 4.4.1. Date referitoare la stilul de conducere**
  - 4.4.2. Date referitoare la structura socioafectivă a grupurilor**
- 4.5. Relația dintre structura formală și structura informală din cadrul secției analizate**
- 4.6. Concluzii și propuneri asupra studiului prezentat**

**CONCLUZII**

**BIBLIOGRAFIE**