

Prezentowana Czytelnikowi książka składa się ze wstępu, czterech rozdziałów, zakończenia, bibliografii oraz załączników. Rozdział pierwszy zawiera teoretyczne podstawy badań kultury profesjonalnej, w tym: teorie profesji, profesjonalizacji i profesjonalizmu, teorię agencyjną, teorie ról oraz sieci społecznych, transakcyjną teorię wymiany, teorię ryzyka oraz teorię zaufania, a także podsumowanie metodą SWOT. Rozdział drugi obejmuje metodologiczne podstawy badań, w tym cel i przedmiot, problemy i hipotezy badawcze, a także metody, techniki i narzędzia badawcze oraz zmienne i ich wartości. W rozdziale trzecim zostały zaprezentowane otoczenie kulturowe przedsiębiorstwa OVB Allfinanz Polska Spółka Finansowa Sp. z o.o., analiza sektora firm działających w MLM z uwzględnieniem problematyki związanej z naukami społecznymi (istnieją bowiem opracowania z perspektywy nauk ekonomicznych, m.in. A. Warzęchy oraz A. Vogelgesang), a także zarys diagnozy stanu obecnego przedsiębiorstwa OVB w odniesieniu do organizacyjno-technicznych elementów oceny kultury organizacyjnej, takich jak: infrastruktura firmy, strategia, system planowania oraz struktura organizacyjna i procedury. Zostały w nim także uwzględnione elementy otoczenia politycznego, ekonomicznego, społecznego i technologicznego firmy. Ze względu na fakt, że badane przedsiębiorstwo jest ściśle związane z sektorem usług finansowych, aspekty społeczne były szczególnie brane pod uwagę. W rozdziale czwartym zostały przedstawione wyniki badań empirycznych oraz takie elementy personalne kultury organizacyjnej, jak: wartości, normy, przekonania, motywacje, postawy i zachowania, zwyczaje, obyczaje, kulturowe wzorce zachowań, elementy wynikowe, tj. efektywność funkcjonowania, rozwój zawodowy, stosunki interpersonalne i sprawność komunikowania. W zakończeniu zaprezentowano wnioski z przeprowadzonych badań.