

Komunikacja międzykulturowa w biznesie

Ewa Flejterska

Leszek Gracz

Grażyna Rosa

Spis treści

Wprowadzenie

Rozdział 1

KOMUNIKACJA JAKO PROCES PRZEKAZYWANIA INFORMACJI

- 1.1. Istota komunikacji
- 1.2. Proces komunikacji
- 1.3. Bariery skutecznej komunikacji
- 1.4. Kanały komunikacji
- 1.5. Istota i elementy komunikacji marketingowej

Rozdział 2

KULTURA- POJĘCIE, ISTOTA I CECHY

- 2.1. Definicje kultury
- 2.2. Uwarunkowania i potrzeby kulturowe
- 2.3. Różnice kulturowe - istota, podstawowe obszary i źródła
- 2.4. Różnice kulturowe w negocjacjach

Rozdział 3

MIĘDZYKULTUROWE ZACHOWANIA W BIZNESIE-WYBRANE KRAJE EUROPEJSKIE

Wstęp

- 3.1. Grecja
- 3.2. Rosja
- 3.3. Polska
- 3.4. Rumunia
- 3.5. Francja
- 3.6. Belgia
- 3.7. Włochy
- 3.8. Hiszpania
- 3.9. Węgry
- 3.10. Kraje bałtyckie: Litwa, Łotwa i Estonia
- 3.11. Wielka Brytania
- 3.12. Dania
- 3.13. Finlandia
- 3.14. Niemcy
- 3.15. Holandia
- 3.16. Czechy

Rozdział 4

MIĘDZYKULTUROWE ZACHOWANIA W BIZNESIE-WYBRANE KRAJE AZJATYCKIE

- 4.1. Arabia Saudyjska
- 4.2. Chińska Republika Ludowa
- 4.3. Republika Indii
- 4.4. Japonia
- 4.5. Malezja
- 4.6. Republika Korei
- 4.7. Singapur
- 4.8. Tajlandia
- 4.9. Republika Chińska
- 4.10. Wietnam

Rozdział 5

MIĘDZYKULTUROWE ZACHOWANIA W BIZNESIE-AUSTRALIA I WYBRANE KRAJE AMERYKAŃSKIE

- 5.1. Australia
- 5.2. Meksyk
- 5.3. Brazylia
- 5.4. Kanada
- 5.5. USA

Bibliografia

Spis tabel i rysunków