

Spis treści

Wstęp	7
1. Komunikacja – definicja, istota, cechy	9
1.1. Definicja i istota komunikacji	9
1.2. Proces, kanały i rodzaje komunikacji	14
1.3. Komunikacja marketingowa	21
1.4. Zakłócenia i bariery skutecznej komunikacji	23
2. Różnice kulturowe – definicja, istota, cechy	26
2.1. Definicja i istota kultury	26
2.2. Uwarunkowania i potrzeby kulturowe	31
2.3. Uwarunkowania i potrzeby społeczne	33
2.4. Różnice kulturowe i społeczne	36
3. Komunikacja międzykulturowa – definicja, istota, cechy	44
3.1. Definicja i istota komunikacji międzykulturowej w negocjacjach	44
3.2. Problemy komunikacji międzykulturowej	48
3.3. Znaczenie i podział kultur w negocjacjach	50
4. Komunikacja międzykulturowa – kraje amerykańskie	57
4.1. Wprowadzenie	57
4.2. Kraje Ameryki Północnej	57
4.2.1. Stany Zjednoczone Ameryki Północnej (USA)	57
4.2.2. Kanada	64
4.3. Kraje Ameryki Łacińskiej	67
4.3.1. Meksyk	67
4.3.2. Brazylia	72
5. Komunikacja międzykulturowa – kraje azjatyckie	76
5.1. Wprowadzenie	76
5.2. Rosyjska Republika Federalna	76
5.3. Dalekowschodnia kultura biznesowa	79
5.3.1. Chińska Republika Ludowa	81
5.3.2. Japonia	85
5.3.3. Republika Korei	87
5.4. Republika Indii	90
5.5. Kraje arabskie	93

6. Komunikacja międzykulturowa – kraje europejskie	99
6.1. Wprowadzenie	99
6.2. Belgia	100
6.3. Czechy	101
6.4. Dania	102
6.5. Finlandia	103
6.6. Francja	105
6.7. Grecja	108
6.8. Hiszpania	110
6.9. Holandia	112
6.10. Litwa, Łotwa i Estonia – kraje bałtyckie	113
6.11. Niemcy	114
6.12. Polska	116
6.13. Rumunia	118
6.14. Węgry	119
6.15. Wielka Brytania	120
6.16. Włochy	124
Zakończenie	126
Bibliografia	127