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