

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	9
Rozdział 1	
KOMUNIKACJA JAKO PROCES PRZEKAZYWANIA	
INFORMACJI	11
1.1. Istota komunikacji	11
1.2. Proces komunikacji	17
1.3. Bariery skutecznej komunikacji	23
1.4. Kanały komunikacji	25
1.5. Istota i elementy komunikacji marketingowej	30
Rozdział 2	
KULTURA – POJĘCIE, ISTOTA I CECHY	49
2.1. Definicje kultury	49
2.2. Uwarunkowania i potrzeby kulturowe	59
2.3. Różnice kulturowe – istota, podstawowe obszary i źródła ...	65
2.4. Różnice kulturowe w negocjacjach.....	67
Rozdział 3	
MIĘDZYKULTUROWE ZACHOWANIA W BIZNESIE	
– WYBRANE KRAJE EUROPEJSKIE	75
Wstęp	75
3.1. Grecja	76
3.2. Rosja	81
3.3. Polska	86

3.4. Rumunia	89
3.5. Francja	92
3.6. Belgia	96
3.7. Włochy	99
3.8. Hiszpania	102
3.9. Węgry	106
3.10. Kraje bałtyckie: Litwa, Łotwa i Estonia	108
3.11. Wielka Brytania	110
3.12. Dania	116
3.13. Finlandia	118
3.14. Niemcy	121
3.15. Holandia	125
3.16. Czechy	128

Rozdział 4

MIĘDZYKULTUROWE ZACHOWANIA W BIZNESIE

– WYBRANE KRAJE AZJATYCKIE	131
4.1. Arabia Saudyjska.....	131
4.2. Chińska Republika Ludowa	134
4.3. Republika Indii.....	140
4.4. Japonia	144
4.5. Maleszja	149
4.6. Republika Korei	153
4.7. Singapur	157
4.8. Tajlandia	163
4.9. Republika Chińska.....	168
4.10. Wietnam	173

Rozdział 5

MIĘDZYKULTUROWE ZACHOWANIA W BIZNESIE

– AUSTRALIA I WYBRANE KRAJE AMERYKAŃSKIE ...	181
5.1. Australia	181
5.2. Meksyk	187
5.3. Brazylia	193
5.4. Kanada	198
5.5. USA	204
Bibliografia	213
Spis tabel i rysunków	217