

Interkulturní firemní komunikace

Garant: PaedDr. Jiří Mezuláník, CSc.

Abstrakt:

Program se zaměřuje na problematiku komunikace v globalizovaném světě z interdisciplinární perspektivy. Pozornost je věnována vztahu kultury a komunikace v mezinárodním prostředí, kritériím (dimenzím) porovnání specifik jednotlivých kultur a strategiím překonávání interkulturních bariér. Posлуchači se seznámí také se způsoby vytváření interkulturní kompetence, kulturními standardy vybraných zemí a konkrétními případovými studii. Program je určen všem pracovníkům, kteří se setkávají s kulturními a národnostními rozdíly při pracovních jednáních uvnitř i vně organizace.

Cíle programu:

- Vysvětlit dimenze, podle kterých jsou kultury porovnávány.
- Pochopit současný globálně orientovaný svět a vnímat regionální a národní odlišnosti.
- Aplikovat základní poznatky o interkulturních kompetencích.
- Používat principy efektivní komunikace s příslušníky různých kultur.

Motto programu:

„Mezi tím, co si myslím, co chci říct, co si myslím, že říkám, co říkám, co chcete slyšet, co slyšíte, co si myslíte, že rozumíte, co chcete rozumět a co rozumíte, existuje alespoň devět možností, že si nerozumíme.“

Bernard Werber

Struktura programu:

1. Kultura v současném globalizovaném a glokalizovaném světě
 2. Komunikační kompetence v českém a evropském kontextu
 3. Podstata komunikace, její cíle, formy a prostředky
 4. Specifika firemní komunikace, firemní kultura
 5. Kulturní dimenze a standardy podle G. Hofstedeho a F. Trompenaarse
 6. Techniky a postup interkulturního tréninku
 7. Vyjednávání v mezinárodním firemním prostředí
 8. Podnikatelské a manažerské kompetence v interkulturním prostředí
 9. Komunikační kontext ve vybraných kulturách
 10. Případové studie z oblasti interkulturní firemní komunikace
-



Metody výuky:

- výklad problematiky
- případové studie
- self-testy
- hraní rolí
- diskuze

Časová dotace:

Přímá výuka	14
Studium materiálů	20
Případová studie	20

Požadavky na absolvování programu:

Požadavkem pro absolvování programu je zpracování případové studie s využitím metody kritického případu na základě osobní zkušenosti (popis situace, problému, aktérů a řešení situace/problému) a zpracování projektu zaměřeného na kulturní specifika vybrané země (zejména na manažerskou kulturu).

O absolvování programu ČŽV vydá Vysoká škola podnikání a práva jeho účastníkům osvědčení.

Zdroje ke studiu:

Základní	Textové	Průcha, J. (2010). <i>Interkulturní komunikace</i> : Praha: Grada Publishing Edika. ISBN: 978-80-247-3069-1.
	Video	VŠFS (2013, 20. května). <i>Abychom si rozuměli – Interkulturní marketingová komunikace se znalostí věci. Vystoupení doc. Ing. Jaroslava Světlíka, PhD. na 2. mezinárodní konferenci Marketingová komunikace a společnost</i> [Video]. Youtube. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=2N9te4tAKBs
Doporučené	Textové	Evangelu, J. E. (2013). <i>Manažerská komunikace v multikulturním prostředí</i> . Ostrava: Key Publishing. ISBN: 978-80-7418-199-3. Nový, I. & Schroll-Machl, S. (2007). <i>Interkulturní komunikace v řízení a podnikání</i> . Brno. Computer Press. ISBN: 978-80-7261-158-4. Nový, I., & Schroll-Machl, S. (2015). <i>Interkulturní komunikace: Češi a Němci</i> . Praha: Management Press. ISBN: 978-80-7261-298-7.
	Video	TEDx Talks. (2014, 21. října). <i>Cross cultural communication Pellegrino Riccardi TEDxBergen</i> [Video] YouTube. Dostupné z https://www.youtube.com/watch?v=YMyoFREc5Jk

