

**Masarykova univerzita
Ekonomicko-správní fakulta**

Jakub Procházka

INTERKULTURÁLNÍ KOMUNIKACE

Distanční studijní opora

Interkulturní komunikace
Brno, 2020

© Jakub Procházka, 2020

Tato publikace neprošla redakční ani jazykovou úpravou

Studijní plán

Stručný popis předmětu

Cíle předmětu

Cílem kurzu je připravit studenty na práci v nadnárodních organizacích, mezinárodních týmech a pro obchodování se zahraničními partnery. Celkově kurz studenty připravuje na práci v globalizované společnosti.

Dílčí cíle předmětu jsou:

- pomoci studentům získat znalosti o odlišnostech jednotlivých kultur důležitých pro oblast podnikání se zahraničními partnery;
- umožnit studentům osvojit si poznatky o obecných pravidlech společenského styku důležitých pro obchodní a podnikatelskou činnost;
- naučit studenty vnímat kulturní rozdíly v oblasti verbální a nonverbální komunikace a tím zvýšit sociální citlivost pro úspěch v obchodní a podnikatelské činnosti;
- kultivovat společenský projev a vystupování studentů v mezinárodních obchodních aktivitách.

Výstupy z učení

Student bude po absolvování předmětu:

- schopen charakterizovat kulturní rozdíly mezi různými světovými regiony;
- schopen dodržovat kulturně specifická pravidla společenského a obchodního styku v různých obchodně významných zemích;
- umět zaujmout, vytvořit a udržet vztah s obchodním partnerem z různých světových regionů.

Obsah předmětu

Studenti se v předmětu seznámí s typologií kulturních rozdílů, které mohou mít vliv na obchodní jednání a s konkrétními důsledky kulturních rozdílů pro obchodní jednání ve významných státech napříč různými světovými regiony. V rámci kombinovaného studia získávají studenti většinu znalostí z literatury a z podkladů připravených jejich spolužáky v rámci týmového úkolu. Proběhnou také dvě studijní setkání. Na prvním z nich se studenti seznámí s obsahem předmětu, se zadáním týmového úkolu a s obecnými typologiemi kulturních rozdílů. Budou mít také možnost konzultovat s vyučujícím přečtenou literaturu k úvodním dvěma tématům předmětu. Na druhém setkání proběhne beseda s hostem majícím praktické obchodní zkušenosti z vybraných významných regionů. Studenti budou mít na setkání možnost probrat důsledky kulturních rozdílů na obchodní jednání v daných regionech.

Časový plán

Forma zátěže	Počet opakování	Hodin/ opakování	Celkem hodin
Účast na soustředění	2	2-4	6
Samostudium	13	1-12	65
Vypracování POTu ¹	1	20	20
Příprava na souhrnný test	1	16+1	17
Celková studijní zátěž			108

¹ POT – práce opravovaná tutorem

Způsob studia

Předmět je rozdělen do 14 témat (viz níže). Otázky z prvních třináct témat budou součástí zkoušky, čtrnácté téma je doplňkové. V každém z třinácti týdnů semestru si studenti přečtou nejprve povinnou literaturu, aby získali základní přehled o tématu. Následně s využitím doporučené literatury a dalších zdrojů doplní své znalosti tak, aby byli seznámeni se všemi důležitými body, které jsou níže u každého z témat uvedeny (viz odrážky pod nadpisem „na co se zaměřit“), a aby dokázali odpovědět na u témat uvedené otázky.

Základním učebním textem předmětu je anglicky psaná učebnice *Managing cultural differences : global leadership strategies for cross-cultural business success*. K obecným tématům týkajícím se komunikace napříč kulturami jsou vhodné další učebnice a monografie zaměřené na interkulturní rozdíly, interkulturní komunikaci, interkulturní management a mezinárodní obchod. K tématům spojeným s konkrétními regiony jsou vhodné speciální časopisy a weby zaměřené na export. Užitečným zdrojem informací mohou být také lidé, kteří mají zkušenost s prací nebo obchodem v jednotlivých regionech. Povinná i doporučená literatura jsou uvedeny na konci této Distanční studijní opory.

U některých témat (níže) jsou uvedeny úkoly spočívající ve shlédnutí krátkého videa. Splnění úkolů pomůže hlubšímu porozumění problematice. Plnění úkolů není povinné a není kontrolované vyučujícím.

Zakončení předmětu

Předmět je zakončen získáním zápočtu.

Pro získání zápočtu je nutno splnit následující podmínky:

1. Získání alespoň 10 bodů (z 50) za týmový POT
2. Získání alespoň 25 bodů (z 50) za souhrnný test
3. Získání alespoň 60 bodů za celý semestr (vč. bonusových bodů)

Za co lze získat body:

- | | |
|---------------------------------|---------------------------------|
| 1. Týmový POT | 50 bodů |
| 2. Průběžný test | 10 bodů |
| 3. Souhrnný test | 40 bodů |
| 4. Aktivní účast na tutoriálech | 10 bonusových bodů (2 x 5 bodů) |

Týmový POT

Skupina 2-3 studentů si na úvodním tutoriálu vybere jeden region a z něj jednu zemi, která je významná z hlediska obchodních styků s Českou republikou. Pokud se student nezúčastní úvodního tutoriálu, je na jeho odpovědnosti, aby si s využitím diskusního fóra předmětu nebo svých kontaktů na spolužáky našel tým a následně si u vyučujícího po domluvě emailem zvolil zemi, o které bude připravovat POT. Studentovi, který nebude mít POT zadaný do určeného termínu (viz níže), bude ukončeno studium v předmětu jako neúspěšné.

Studenti o vybrané zemi připraví přehledný 2-4 stránkový materiál shrnující klíčové informace a doporučení, které mohou být užitečné pro Čecha, jenž by vedl obchodní jednání se zástupci vybrané země, pracoval pro firmu z vybrané země nebo spolupracoval v týmu s partnery z vybrané země. Informace a doporučení by neměly být ekonomického charakteru, ale měly by se týkat spíše komunikace a způsobů jednání s lidmi z odlišného kulturního prostředí. Tyto informace by měly spolužákům pomoci navázat, budovat a udržet vztah

s člověkem s vybrané země, vést small-talk i úspěšné obchodní jednání a vyhnout se faux-pas plynoucím z kulturních odlišností.

POT by měl vycházet z alespoň 4 důvěryhodných zdrojů. Obsahově by měl jít nad rámec informací uvedených v povinné literatuře. U předávaných informací by měl být vždy uveden zdroj informace. Doporučuje se, aby studenti informace ověřovali a u důležitých doporučení vycházeli alespoň ze dvou různých zdrojů.

Materiál by měl být přehledný a strukturovaný. Není vhodné uvádět text v dlouhých souvislých odstavcích. Žádoucí je využívat odrážky, schémata, ilustrace (nesoucí konkrétní informaci – např. podobu vizitky, vhodnou hloubku úklony, nevhodné gesto) a grafické zdůraznění podstatných věcí.

POTy budou po přečtení vyučujícím k dispozici v ISu jako výukový materiál pro ostatní studenty pro přípravu k souhrnnému textu.

Námět na obsah POTu:

Pro POT si studenti vyberou **jen některé** níže uvedené body – ty, které nejvíce pomohou naplnění cílů materiálu. Všechny body se do materiálu nevejdou a pro některé země by neměly přidanou hodnotu. U některých zemí může být vhodné přidat i jiné zde neuvedené body.

1. Obecná charakteristika vybrané země (co by o ní měl člověk vědět, aby se neztrapnil):

- Stručný geografický popis
- Hlavní město, měna, kurz měny, jazyk/y, náboženství
- Vízová povinnost pro občany ČR/SR
- Významné historické události mající dopad na současnost (např. jako vhodné/nevhodné téma hovoru, důvod rozdělení společnosti apod.)
- Čím je země výjimečná (např. kultura, sport), na co jsou hrdí
- Zařazení z hlediska kulturních dimenzí

2. Dopad kulturních specifik na obchodní jednání

- Vhodná a nevhodná témata pro small-talk
- Náboženství a jeho dopad na obchodní jednání (načasování, oblečení, složení týmu apod.)
- Pravidla slušného chování (stolování, oslovování, vizitky, tituly...)
- Typická forma a způsob komunikace (emaily/telefonáty/dopisy/osobní jednání – co z toho a jak na ně, specifická gesta, vyjadřování nesouhlasu, nespokojenosti, kritiky)
- Průběh obchodního jednání (načasování, fáze, příprava na jednání, styl vyjednávání, způsob uzavírání dohod)
- Pracovní návyky (týmovost/individuálnost, loajalita ke společnosti, délka pracovní doby)

3. Závěr

- Shrnující doporučení (na co určitě nezapomenout, když byste měli obchodní jednání z dané země)
- Odkaz na další zdroje pro studium (weby, časopisy, knihy, videa...)

4. Plné odkazy na citovanou literaturu uvedené dle citačního standardu

Kritéria hodnocení POTu:

Obsahová kritéria (70 %)

- Vhodnost předávaných informací (zda nejsou příliš triviální, zda jsou relevantní vzhledem k cílům předmětu)
- Konkrétnost předávaných informací (zda nejsou příliš obecné, neurčité)
- Správnost předávaných informací
- Citace zdrojů předávaných informací
- Kvalita a šíře použitých zdrojů

Formální kritéria (30 %)

- Dodržení minimálního a maximálního rozsahu
- Absence překlepů a pravopisných chyb
- Přehlednost, strukturovanost
- Zapojení schémat a ilustrací nesoucích význam podstatný pro materiál
- Dodržení citačního standardu

U pozdě odevzdaných POTů se snižuje bodové hodnocení o 3 body za každou započatou hodinu.

Body za POT jsou konečné, studenti nemají možnost opravy.

Parametry POTu

Rozsah: 2 – 4 strany A4 (není předepsán počet znaků nebo množství textu)

Formátování: Okraje, velikost písma, množství a pozice ilustrací a schémat apod. by měly zajišťovat přehlednost materiálu. Jména spoluautorů jsou uvedena v záhlaví vpravo nahoře na první straně dokumentu.

Formát: dokument pdf pojmenovaný názvem země, které se týká

Termín zadání POTu: nejpozději 19. 10. 2020

Termín odevzdání: 4. 1. 2021

Způsob odevzdání: Odevzdávárna v ISu

Hodnocení: max. 50 bodů

Aktivní účast na tutoriálech

V průběhu semestru proběhnou dva tutoriály. Studenti na nich budou mít možnost položit otázky týkající se literatury k souvisejícím tématům a vyučující jim pomůže prohloubit znalost ve vybraných tématech. Účast na tutoriálech není povinná. Za aktivní účast na každém tutoriálu může student získat 5 bonusových bodů. Aktivní účastí se myslí účast na celém tutoriálu od začátku do konce s tím, že student věnuje svou pozornost během tutoriálu probíranému tématu, zapojuje se do připravených aktivit a reaguje na vyučujícího.

Průběžný test

Průběžný test testuje znalosti z prvních 10 témat dle interaktivní osnovy (tj. po Jižní Asii). Píše se online přes IS 10. 12. 2020 od 18:00 do 18:15. Test obsahuje 4 multiple choice otázky (1-4 správných odpovědí) vybrané náhodně z baterie otázek. Za každou otázku lze získat 0 - 2,5 bodu (dle poměru správných a špatných odpovědí). Celkem lze za test získat až 10 bodů. Průběžný test nemá náhradní termín a výsledek nelze opravit. Odpověď na všechny otázky lze nalézt v povinné literatuře.

Souhrnný test

Souhrnný test se skládá z otevřených a uzavřených otázek, na jejichž zodpovězení mají studenti půl hodiny. Za test lze získat až 40 bodů. Studium povinné literatury je dostačující pro získání minimálně 30 bodů. K získání dalších bodů může pomoci studium podkladů připravených spolužáky v rámci týmových POTů a studium doporučené literatury a dalších zdrojů při hledání odpovědí na otázky položené níže u jednotlivých témat a při snaze o porozumění tamtéž uvedeným „klíčovým tématům“ (viz „klíčová témata“ a „na co se zaměřit“ v rozpisu témat). Otázky v testu vychází z povinné literatury, z obsahu týmových POTů a mohou se také týkat klíčových témat uvedených níže v popisu jednotlivých témat.

V semestru Podzim 2020 se test píše online přes IS 14. 1. 2021 od 18:00 do 18:30. V případě nesplnění podmínek testu bude náhradní termín 26. 1. 2021 od 18:00 do 18:30.

TÉMATATA

1 TEORIE NÁRODNÍ KULTURY A KULTURNÍ DIMENZE.....	11
1.1 NA CO SE ZAMĚŘIT	11
1.2 POVINNÁ LITERATURA.....	11
1.3 DOPORUČENÁ LITERATURA	11
1.4 ÚKOL.....	11
2 ROZDÍLY V KOMUNIKACI NAPŘÍČ KULTURAMI A DOPAD NA BUSINESS ..	12
2.1 NA CO SE ZAMĚŘIT	12
2.2 POVINNÁ LITERATURA.....	12
2.3 DOPORUČENÁ LITERATURA	12
2.4 ÚKOL.....	12
3 ZÁPADNÍ EVROPA.....	13
3.1 VÝZNAMNÍ ZÁSTUPCI REGIONU	13
3.2 NA CO SE ZAMĚŘIT	13
3.3 POVINNÁ LITERATURA.....	13
3.4 DOPORUČENÁ LITERATURA	13
3.5 ÚKOL.....	13
4 STŘEDNÍ EVROPA	14
4.1 VÝZNAMNÍ ZÁSTUPCI REGIONU	14
4.2 NA CO SE ZAMĚŘIT	14
4.3 POVINNÁ LITERATURA.....	14
4.4 DOPORUČENÁ LITERATURA	14
4.5 ÚKOL.....	14
5 VÝCHODNÍ EVROPA.....	15
5.1 VÝZNAMNÍ ZÁSTUPCI REGIONU	15
5.2 NA CO SE ZAMĚŘIT	15
5.3 POVINNÁ LITERATURA.....	15
5.4 DOPORUČENÁ LITERATURA	15
5.5 ÚKOL.....	15
6 LATINSKÁ AMERIKA	16
6.1 VÝZNAMNÍ ZÁSTUPCI REGIONU	16
6.2 NA CO SE ZAMĚŘIT	16
6.3 POVINNÁ LITERATURA.....	16
6.4 DOPORUČENÁ LITERATURA	16
7 STŘEDNÍ A JIŽNÍ AFRIKA.....	17
7.1 VÝZNAMNÍ ZÁSTUPCI REGIONU	17
7.2 NA CO SE ZAMĚŘIT	17
7.3 POVINNÁ LITERATURA.....	17
7.4 DOPORUČENÁ LITERATURA	17
8 STŘEDOVÝCHOVNÍ ASIE.....	18
8.1 VÝZNAMNÍ ZÁSTUPCI REGIONU	18
8.2 NA CO SE ZAMĚŘIT	18
8.3 POVINNÁ LITERATURA.....	18

8.4 DOPORUČENÁ LITERATURA	18
8.5 ÚKOL.....	18
9 VÝCHODNÍ ASIE	19
9.1 VÝZNAMNÍ ZÁSTUPCI REGIONU	19
9.2 NA CO SE ZAMĚŘIT	19
9.3 POVINNÁ LITERATURA.....	19
9.4 DOPORUČENÁ LITERATURA	19
9.5 ÚKOL.....	19
10 JIŽNÍ ASIE.....	21
10.1 VÝZNAMNÍ ZÁSTUPCI REGIONU	21
10.2 NA CO SE ZAMĚŘIT	21
10.3 POVINNÁ LITERATURA.....	21
10.4 DOPORUČENÁ LITERATURA	21
10.5 ÚKOL.....	21
11 JIHOVÝCHODNÍ ASIE.....	22
11.1 VÝZNAMNÍ ZÁSTUPCI REGIONU	22
11.2 NA CO SE ZAMĚŘIT	22
11.3 POVINNÁ LITERATURA.....	22
11.4 DOPORUČENÁ LITERATURA	22
12 ARABSKÉ ZEMĚ.....	23
12.1 VÝZNAMNÍ ZÁSTUPCI REGIONU	23
12.2 NA CO SE ZAMĚŘIT	23
12.3 POVINNÁ LITERATURA.....	23
12.4 DOPORUČENÁ LITERATURA	23
12.5 ÚKOL.....	23
13 SEVERNÍ AMERIKA	24
13.1 VÝZNAMNÍ ZÁSTUPCI REGIONU	24
13.2 NA CO SE ZAMĚŘIT	24
13.3 POVINNÁ LITERATURA.....	24
13.4 DOPORUČENÁ LITERATURA	24
14 DALŠÍ REGIONY.....	25
14.1 VÝZNAMNÉ REGIONY	25
14.2 DOPORUČENÁ LITERATURA	25
LITERATURA	26

1 TEORIE NÁRODNÍ KULTURY A KULTURNÍ DIMENZE

Cíl kapitoly

Kapitola vás seznámí s významem kultury a s tím, jak a podle čeho je možné kulturu klasifikovat. Získáte znalosti na základě kterých budete schopni odhadnout, co je v určité zemi vhodné či nevhodné pouze na základě toho, jak je kultura dané země obecně klasifikovaná.

Časová zátěž

3 hodiny

1.1 Na co se zaměřit

- Kultura a její složky a projevy
- Proč je potřeba porozumět tradici
- Hofstedeho teorie národní kultury
- Vzdálenost moci
- Vyhýbání se nejistotě
- Individualismus vs. kolektivismus
- Maskulinita vs. feminita

1.2 Povinná literatura

Moran, R. T. (2011) – strany 10 – 25

1.3 Doporučená literatura

Hofstede-Insights.com, sekce věnovaná šestidimenzionálnímu modelu národní kultury a srovnání různých zemí, dostupné online na <https://www.hofstede-insights.com/models/national-culture/>

Hofstede, G. (2001)

Luthans, F. a Doh, J. P. (2015) – strany 110 - 145

Thomas, D.C. a Peterson, M. F. (2015) – strany 21 – 66

1.4 Úkol

Podívejte se na video srovnávající kulturu Číny a Německa dle Hofstedeho dimenzí národní kultury.

Odkaz: <https://www.youtube.com/watch?v=2F2A2Zq5bl4>

Otázky k zamyšlení

1. Co je to kultura?
2. Jak je na tom Česká republika z hlediska jednotlivých dimenzí kultury dle Hofstedeho?
3. Jaký to má dopad na podobu obchodního jednání s českým partnerem?
4. Jak ovlivňuje míra „vzdálenosti moci“ to, koho máme vyslat na obchodní schůzku a jak tam má být ten člověk oblečený?
5. Jak ovlivňuje míra kolektivismu velikost týmu na obchodním jednání a to jaká slova je vhodné nebo nevhodné používat?

2 ROZDÍLY V KOMUNIKACI NAPŘÍČ KULTURAMI A DOPAD NA BUSINESS

Cíl kapitoly

Kapitola vám vysvětlí, proč je třeba věnovat pozornost kulturním odlišnostem a jaký mohou mít dopad na komunikaci a vyjednávání. Získáte znalosti, na základě kterých budete vědět, co máte zohlednit při vyjednávání a řešení konfliktů napříč různými zeměmi.

Časová zátěž

5 hodin

2.1 Na co se zaměřit

- Proč je potřeba rozumět kulturním odlišnostem
- Rozdíly v neverbální komunikaci
- Vyjednávání s partnerem z odlišného kulturního prostředí
- Zdroje mezikulturních konfliktů

2.2 Povinná literatura

Moran, R. T. (2011) – strany 72 – 96, 235 - 237

2.3 Doporučená literatura

Brunet-Thornton, R. (2010) – strany 48 – 51, 160 - 170

Hofstede, G. a Hofstede G. J. (2007)

Thomas, D.C. a Peterson, M. F. (2015) – strany 67 – 86, 112 - 138

Luthans, F. a Doh, J. P. (2015) – strany 200 - 237

2.4 Úkol

Shlédněte TEDx talk Riccardi Pellegrina „Cross cultural communication“

Odkaz: <https://www.youtube.com/watch?v=YMyoFREc5Jk>

Otázky k zamyšlení

1. Jaké v ČR běžné gesto je v některé jiné zemi považované za vulgární?
2. Jaký je rozdíl v řešení konfliktní situace při vyjednávání v ČR, arabském světě a v Japonsku?

3 ZÁPADNÍ EVROPA

Cíl kapitoly

Kapitola vás seznámí s kulturními specifiky zemí kontinentální západní Evropy, které mohou mít dopad na obchodní jednání. Získáte znalosti, díky kterým budete schopni navázat, budovat a udržet vztah s obchodním partnerem z tohoto regionu a vyhnout se faux pas plynoucím z odlišných tradic, hodnot či základních předpokladů.

Časová zátěž

5 hodin

3.1 Významní zástupci regionu

- Francie
- Nizozemí
- Belgie

3.2 Na co se zaměřit

- Francie jako příklad státu v regionu
- Vysoká úroveň „vyhýbání se nejistotě“ a její dopady
- Status a jeho zdroje
- Národní hrdost
- Francouzština vs. ostatní jazyky
- Sekularismus a jeho dopady na obchod a jednání

3.3 Povinná literatura

Moran, R. T. (2011) – strany 391 - 416

3.4 Doporučená literatura

Český exportér 08/2018, Francie

3.5 Úkol

Podívejte se na video, jak líbat na tvář při setkání s francouzským partnerem.

Odkaz: <https://www.youtube.com/watch?v=cXS9u2GuPgM>

Otázky k zamyšlení

1. Jaký jazyk byste zvolili ve Francii pro obchodní jednání?
2. Čím dáte při jednání s francouzským partnerem najevo svůj sociální status?
3. Co je vhodný a co nevhodný dárek pro francouzského obchodního partnera?

4 STŘEDNÍ EVROPA

Cíl kapitoly

Kapitola vás seznámí s kulturními specifiky zemí střední Evropy, které mohou mít dopad na obchodní jednání. Získáte znalosti, díky kterým budete schopni navázat, budovat a udržet vztah s obchodním partnerem z tohoto regionu a vyhnout se faux pas plynoucím z odlišných tradic, hodnot či základních předpokladů.

Časová zátěž

1 hodina

4.1 Významní zástupci regionu

- Německo
- Rakousko
- Polsko

4.2 Na co se zaměřit

- Německo jako příklad státu v regionu
- Kriegschuld a jeho dopady na společnost
- Západní vs. východní Německo, současné dozvuky v obchodním jednání
- Německé pojetí času
- Připravenost na jednání

4.3 Povinná literatura

Moran, R. T. (2011) – strany 417 - 423

4.4 Doporučená literatura

4.5 Úkol

Český exportér 10/2018, Maďarsko, Polsko a Slovensko

Český exportér 06/2018, Německo a Rakousko

Export a podnikání 7/8 2019, Německo

Otázky k zamyšlení

1. Jaký význam má v Německu titul inženýr, který budete mít po absolvování vysoké školy?
2. Jaké zpoždění je tolerované při příchodu na obchodní schůzku s německým partnerem?
3. Jak dlouhý by měl být small-talk před jednáním?

5 VÝCHODNÍ EVROPA

Cíl kapitoly

Kapitola vás seznámí s kulturními specifiky zemí východní Evropy, které mohou mít dopad na obchodní jednání. Získáte znalosti, díky kterým budete schopni navázat, budovat a udržet vztah s obchodním partnerem z tohoto regionu a vyhnout se faux pas plynoucím z odlišných tradic, hodnot či základních předpokladů.

Časová zátěž

3 hodiny

5.1 Významní zástupci regionu

- Rusko
- Ukrajina

5.2 Na co se zaměřit

- Rusko jako příklad státu v regionu
- Dědictví Sovětského svazu
- Neformální část obchodní schůzky, budování vztahu
- Ruské pojetí času
- Národní hrdost
- Specifika vyjednávání, snaha o změnu nepsaných dohod
- Status a jeho zdroje

5.3 Povinná literatura

Moran, R. T. (2011) – strany 435 - 449

5.4 Doporučená literatura

Český exportér 02/2018, Ukrajina a Rusko

Export a podnikání 05/2019, Rusko

Export a podnikání 03/2019, Země východní Evropy a jižního Kavkazu

5.5 Úkol

Podívejte se na představení ruské kultury od rusky Eleny Zhadanove.

Odkaz: <https://www.youtube.com/watch?v=DGav99oWjcE>

Otázky k zopakování

1. Jaké jsou fáze obchodního vyjednávání s ruským partnerem?
2. Jakou roli hraje v Rusku sociální status a jak ho dát najevo?
3. S jakým časem je potřeba počítat na obchodní schůzku s ruským partnerem?

6 LATINSKÁ AMERIKA

Cíl kapitoly

Kapitola vás seznámí s kulturními specifiky zemí střední a jižní Ameriky, které mohou mít dopad na obchodní jednání. Získáte znalosti, díky kterým budete schopni navázat, budovat a udržet vztah s obchodním partnerem z tohoto regionu a vyhnout se faux pas plynoucím z odlišných tradic, hodnot či základních předpokladů.

Časová zátěž

6 hodin

6.1 Významní zástupci regionu

- **Brazílie**
- Argentina

6.2 Na co se zaměřit

- Podíl katolických křesťanů a vliv křesťanství na obchodní jednání
- Brazílie jako příklad latinskoamerického státu
- Pojetí času v latinské Americe
- Dárky, pozornosti, hranice etického a neetického jednání
- Vulgární gesta a další kulturní faux pas
- Small-talk a budování vztahu
- Postavení ženy ve společnosti

6.3 Povinná literatura

Moran, R. T. (2011) – strany 292 - 322

6.4 Doporučená literatura

Český export (E15) září 2015, Brazílie

Český export (E15) listopad 2015, Kolumbie

Český export (E15) únor 2016, Kuba

Český export (E15) červen 2016, Mexiko

Český exportér 03/2017, Peru, Brazílie, Argentina

Český exportér 01/2018, Chile, Mexiko, Argentina

Dynamic Export Oct/Nov 2018, Peru: Land of opportunity

Export a podnikání 1/2 2019, Latinská Amerika

Otázky k zamyšlení

1. Jaké zpoždění můžete očekávat od obchodního partnera?
2. Co je obvyklý čas oběda a večere?
3. Kde je hranice mezi dárkem a úplatkem?

7 STŘEDNÍ A JIŽNÍ AFRIKA

Cíl kapitoly

Kapitola vás seznámí s kulturními specifiky zemí střední a jižní Afriky, které mohou mít dopad na obchodní jednání. Získáte znalosti, díky kterým budete schopni navázat, budovat a udržet vztah s obchodním partnerem z tohoto regionu a vyhnout se faux pas plynoucím z odlišných tradic, hodnot či základních předpokladů.

Časová zátěž

12 hodin

7.1 Významní zástupci regionu

- Jihoafrická republika
- Nigérie

7.2 Na co se zaměřit

- Dárky, pozornosti, hranice etického a neetického jednání
- Propojení osobního a obchodního vztahu
- Status a jeho zdroje
- Africké pojetí času
- JAR jako příklad země z regionu
- Dědictví búrských válek a apartheidu
- Diverzita, kvóty, pozitivní diskriminace

7.3 Povinná literatura

Moran, R. T. (2011) – strany 450 - 509

7.4 Doporučená literatura

Český export (E15) červenec 2015, Afrika

Český export (E15) červenec 2016, Nigérie

Český exportér 09/2017, Jihoafrická republika a Nigérie

Export a podnikání 04/2019, Afrika

Otázky k zamyšlení

1. Co je nevhodné téma hovoru s jihoafrickým partnerem?
2. Jaké dopravní prostředky je vhodné volit při přesunech v jihoafrických městech? Proč?
3. Jak je v JAR důležitý sociální status a čím ho můžete dát najevo?

8 STŘEDOVÝCHOVNÍ ASIE

Cíl kapitoly

Kapitola vás seznámí s kulturními specifiky zemí středovýchodní Asie, které mohou mít dopad na obchodní jednání. Získáte znalosti, díky kterým budete schopni navázat, budovat a udržet vztah s obchodním partnerem z tohoto regionu a vyhnout se faux pas plynoucím z odlišných tradic, hodnot či základních předpokladů.

Časová zátěž

4 hodiny

8.1 Významní zástupci regionu

- Čína
- Mongolsko

8.2 Na co se zaměřit

- Čína jako příklad státu v regionu
- Čínský komunismus a jeho vliv na obchod a obchodní jednání
- Čínská hrdost
- Specifika vyjednávání
- Silný kolektivismus a jeho projevy v obchodním jednání
- Vztah k Tibetu, Tchaj-wanu a Hongkongu
- Nevhodná témata k hovoru a další kulturní faux pas

8.3 Povinná literatura

Moran, R. T. (2011) – strany 323 - 340

8.4 Doporučená literatura

Český exportér 09/2018

Dynamic Export Aug/Sept 2016, China special

Export a podnikání 06/2019, Čína

8.5 Úkol

Podívejte se na video, čemu se vyhnout při kontaktu s Číňany.

Odkaz: <https://www.youtube.com/watch?v=J9LMSDcGIj4>

Otázky k zamyšlení

1. Jakým tématům se vyhnout při komunikaci s čínským partnerem?
2. V čem všem může politika ovlivnit průběh obchodního jednání?
3. Jak velký tým byste vyslali na obchodní jednání do Číny?
4. Co byste si oblékli na obchodní jednání s čínským partnerem?

9 VÝCHODNÍ ASIE

Cíl kapitoly

Kapitola vás seznámí s kulturními specifiky zemí východní Asie, které mohou mít dopad na obchodní jednání. Získáte znalosti, díky kterým budete schopni navázat, budovat a udržet vztah s obchodním partnerem z tohoto regionu a vyhnout se faux pas plynoucím z odlišných tradic, hodnot či základních předpokladů.

Časová zátěž

4 hodiny

9.1 Významní zástupci regionu

- **Japonsko**
- Jižní Korea

9.2 Na co se zaměřit

- Japonsko jako příklad státu v regionu
- Dědictví 2. světové války
- Zachování tváře
- Kaizen
- Konsenzuální způsob přijímání rozhodnutí
- Konfucianismus a jeho vliv na kulturu a obchod
- Vyjadřování úcty, pozdravy
- Kulturní faux pas
- Postavení ženy ve společnosti

9.3 Povinná literatura

Moran, R. T. (2011) – strany 351 – 361, 371 - 379

9.4 Doporučená literatura

American Express, Doing Business in Japan: 10 Etiquette Rules You Should Know, dostupné online na <https://www.americanexpress.com/en-us/business/trends-and-insights/articles/doing-business-in-japan-10-etiquette-rules-you-should-know/>

Český export (E15) duben 2015, Jižní Korea

EU business in Japan, sekce Business Culture, dostupné online na <https://www.eubusinessinjapan.eu/culture/business-culture>

9.5 Úkol

Podívejte se na video, jak se uklonit, pokud chcete vyjádřit úctu japonskému partnerovi.

Odkaz: <https://www.youtube.com/watch?v=VUeJ8TEDRTo>

Otázky k zamyšlení

1. Jak dáte japonskému partnerovi najevo, že ho vnímáte/posloucháte?
2. Jakým barvám byste se měli v Japonsku vyhnout u dárků a u oblečení?

3. Lze propojovat neformální činnosti s obchodním jednáním? Je prostor pro obchod i po pracovní době?
4. Co znamená, když se japonský partner směje?

10 JIŽNÍ ASIE

Cíl kapitoly

Kapitola vás seznámí s kulturními specifiky zemí jižní Asie, které mohou mít dopad na obchodní jednání. Získáte znalosti, díky kterým budete schopni navázat, budovat a udržet vztah s obchodním partnerem z tohoto regionu a vyhnout se faux pas plynoucím z odlišných tradic, hodnot či základních předpokladů.

Časová zátěž

3 hodiny

10.1 Významní zástupci regionu

- Indie
- Pakistán

10.2 Na co se zaměřit

- Indie jako příklad státu v regionu
- Dědictví kolonialismu
- Hinduismus a jeho dopady na obchod a obchodní jednání
- Islám – velká minorita
- Pozůstatky kastovního systému
- Dárky, pozornosti, hranice etického a neetického jednání
- Vyjadřování nesouhlasu
- Kulturní faux pas

10.3 Povinná literatura

Moran, R. T. (2011) – strany 341 – 350, 362 - 364

10.4 Doporučená literatura

Český export (E15) červen 2015, Indie

Český exportér 04/2017, Indie

Exporter, 41/autumn 2016, Gateways to the new India

Dynamic Export, Oct/Nov 2016, Focus on India

10.5 Úkol

Podívejte se, co znamenají různé typy kývání hlavou při komunikaci s Indem.

Odkaz: <https://www.youtube.com/watch?v=Uj56IPJOqWE>

Otázky k zamyšlení

1. Jak oslovovat indického partnera? Jménem, příjmením, titulem, funkcí?
2. Jaké oblečení je vhodné na obchodní jednání v horkých dnech?
3. Co znamená, když indický partner řekne „ano“ na náš požadavek?

11 JIHOVÝCHODNÍ ASIE

Cíl kapitoly

Kapitola vás seznámí s kulturními specifiky zemí jihovýchodní Asie, které mohou mít dopad na obchodní jednání. Získáte znalosti, díky kterým budete schopni navázat, budovat a udržet vztah s obchodním partnerem z tohoto regionu a vyhnout se faux pas plynoucím z odlišných tradic, hodnot či základních předpokladů.

Časová zátěž

3 hodiny

11.1 Významní zástupci regionu

- Filipíny
- Vietnam

11.2 Na co se zaměřit

- Filipíny jako příklad státu v regionu
- Fatalismus
- Hiya, pojetí studu
- Reciprocita, protislужby

11.3 Povinná literatura

Moran, R. T. (2011) – strany 365 – 370, 380 – 390

Text v učebnici se věnuje kulturním specifickým Vietnamu a Filipín a jejich dopadu na obchod a obchodní jednání. Vedle toho si nastudujte také závěrečné shrnutí specifík celého asijského regionu.

11.4 Doporučená literatura

Český export (E15) duben 2016, Filipíny

Český exportér 01/2017, Thajsko a Indonésie

Český exportér 07/2018, Vietnam

Otázky k zopakování

1. Co je to Hiya a jaké může mít dopady na obchodní jednání?
2. Jak byste se měli zachovat, když při jednání s filipínským partnerem dojde k nedorozumění nebo uděláte chybu?
3. Co znamená, když partner z Filipín pokývá hlavou směrem dolů?

12 ARABSKÉ ZEMĚ

Cíl kapitoly

Kapitola vás seznámí s kulturními specifiky arabských zemí, které mohou mít dopad na obchodní jednání. Získáte znalosti, díky kterým budete schopni navázat, budovat a udržet vztah s arabským obchodním partnerem a vyhnout se faux pas plynoucím z odlišných tradic, hodnot či základních předpokladů.

Časová zátěž

8 hodin

12.1 Významní zástupci regionu

- Saúdská Arábie
- Egypt

12.2 Na co se zaměřit

- Islám a jeho vliv na kulturu a obchod
- Saúdská Arábie jako příklad arabského státu
- Pojetí času v arabských zemích
- Kultura vyjednávání
- Kulturní faux pas
- Vztah k euroamerické kultuře
- Postavení ženy ve společnosti

12.3 Povinná literatura

Moran, R. T. (2011) – strany 253 - 291

12.4 Doporučená literatura

Český export (E15) březen 2015, Spojené arabské emiráty
Český export (E15) březen 2016, Egypt
Export a podnikání 04/2019, Afrika

12.5 Úkol

Podívejte se na ilustraci základních pravidel obchodní etikety v Saudské Arábii.
Odkaz: <https://www.youtube.com/watch?v=LKIIpMSUNLE>

Otázky k zopakování

1. Co jsou pilíře Islámu a jaký mohou mít dopad na obchodní jednání?
2. Na co by si měla dát pozor žena, která se účastní obchodního jednání?
3. K čemu můžeme a nemůžeme používat levou ruku?

13 SEVERNÍ AMERIKA

Cíl kapitoly

Kapitola vás seznámí s kulturními specifiky zemí severní Ameriky, které mohou mít dopad na obchodní jednání. Získáte znalosti, díky kterým budete schopni navázat, budovat a udržet vztah s obchodním partnerem z tohoto regionu a vyhnout se faux pas plynoucím z odlišných tradic, hodnot či základních předpokladů.

Časová zátěž

8 hodin

13.1 Významní zástupci regionu

- USA
- Kanada

13.2 Na co se zaměřit

- USA jako příklad země z regionu
- Individualismus a jeho vliv na business
- Diverzita a pozitivní diskriminace
- Korektní jazyk
- Přímočarost, asertivita, self-sell
- Neformálnost

13.3 Povinná literatura

Moran, R. T. (2011) – strany 510 - 548

13.4 Doporučená literatura

Český export (E15) říjen 2015, USA

Český exportér 05/2017, Spojené státy Americké

Český exportér 05/2018, USA a Kanada

Otázky k zopakování

1. Jakým tématům se vyhnout při komunikaci s Američanem?
2. Jak hovořit o výhodách a nevýhodách vlastního produktu?

14 DALŠÍ REGIONY

Cíl kapitoly

Kapitola vás seznámí s kulturními specifiky zemí u dalších dosud nezmíněných regionů, které mohou mít dopad na obchodní jednání. Získáte znalosti, díky kterým budete schopni navázat, budovat a udržet vztah s obchodním partnerem z těchto regionů a vyhnout se faux pas plynoucím z odlišných tradic, hodnot či základních předpokladů.

14.1 Významné regiony

- Skandinávie
 - Významní zástupci: Švédsko, Norsko
- Balkán
 - Významní zástupci: Bulharsko, Srbsko
- Jižní Evropa
 - Významní zástupci: Španělsko, Itálie
- Centrální Asie
 - Významní zástupci: Kazachstán
- Nearabské státy západní Asie
 - Velké kulturní rozdíly napříč zeměmi
 - Významní zástupci: Izrael, Irán, Turecko
- Země Commonwealthu
 - Významní zástupci: Spojené království VB a severního Irsko, Austrálie

14.2 Doporučená literatura

Český export (E15) květen 2016, Ázerbájdžán
Český export (E15) září 2016, Irán
Český export (E15) říjen 2016, Izrael
Český exportér 02/2017, Izrael
Český exportér 06/2017, Španělsko a Itálie
Český exportér 08/2017, Velká Británie
Český exportér 10/2017, Kazachstán a Ázerbájdžán
Český exportér 04/2018, Bulharsko, Srbsko a Černá hora
Český exportér 10/2018, Velká Británie
Moran, R. T. (2011) – strany 292 - 322

LITERATURA

- **Povinná literatura**

MORAN, Robert T., Philip R. HARRIS a Sarah V. MORAN. *Managing cultural differences : global leadership strategies for cross-cultural business success*. Amsterdam: Elsevier, 2011. ISBN 9781856179232.
vybrané strany viz seznam témat níže

- **Doporučená literatura – časopisy**

časopis Export a podnikání, příloha magazínu EURO vycházející od ledna 2019, online archív dostupný zde: <https://www.businessinfo.cz/cs/clanky/magazin-export-a-podnikani-118409.html>

časopis Český export, příloha magazínu E15 v letech 2015-2016, online archív dostupný zde: <https://www.businessinfo.cz/cs/clanky/magazin-cesky-export-62511.html#!&chapter=1>

časopis Český exportér, příloha Hospodářských novin vycházející do prosince 2018, online archív dostupný zde: <https://exporter.ihned.cz/>

časopis Dynamic Export, australský časopis zaměřený na export, online archív dostupný zde: <https://www.dynamicexport.com.au/issuu/magazine>

časopis Exporter, novozélandský časopis zaměřený na export vydávaný do roku 2016, online archív dostupný zde: <https://exportertoday.co.nz/issues>

časopis Global Trade, online archív dostupný zde: http://epagepub.com/publication/?i=615979#{%22issue_id%22:615979,%22page%22:0,%22view%22:%22issuelistBrowser%22}

- **Doporučená literatura – weby**

Businessinfo.cz, sekce věnovaná zahraničnímu obchodu, dostupné online na <https://www.businessinfo.cz/cs/zahranicni-obchod-eu.html>

Global Trade Magazine, sekce věnovaná importu a exportu, dostupné online na <https://www.globaltrademag.com/imports-exports/>

Hofstede Insights, sekce věnovaná šestidimenzionálnímu modelu národní kultury a srovnání různých zemí, dostupné online na <https://www.hofstede-insights.com/models/national-culture/>

- **Doporučená literatura - knihy**

ABRAMSON, Neil R. a Robert T. MORAN. *Managing cultural differences: Global leadership for the 21st century*. London: Routledge, 2017. 662 s. ISBN 978-1-138-22345-5.

THOMAS, David C. a Mark F. PETERSON. *Cross-cultural management : essential concepts*. Los Angeles: Sage, 2014. ISBN 9781452257501.

HOUSE, Robert J., Peter W. DORFMAN, Mansour JAVIDAN, Paul J. HANGES a Mary F. SULLY DE LUQUE. *Strategic leadership across cultures : the GLOBE study of CEO leadership behavior and effectiveness in 24 countries*. Los Angeles: Sage, 2014. ISBN 9781412995948.

BRUNET-THORNTON, Richard. *Introduction to cross-cultural management*. Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 9788024516837.

HOFSTEDE, Geert a Gert Jan HOFSTEDE. *Kultury a organizace : software lidské mysli : spolupráce mezi kulturami a její důležitost pro přežití*. Translated by Luděk Kolman. Praha: Linde, 2007. ISBN 808613170X.

HOUSE, Robert J., Paul J. HANGES, Mansour JAVIDAN a Peter W. DORFMAN (Eds.). *Culture, leadership, and organizations : the Globe study of 62 societies*. Edited by. Thousand Oaks: Sage, 2004. ISBN 9780761924012.

ŠMAJSOVÁ BUCHTOVÁ, Božena a Jiří POKORNÝ. *Podnikání a kulturní odlišnosti*. Brno: ESF MU, 2004. ISBN 80-210-3490-4.

HOFSTEDE, Geert. *Culture's consequences : comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2001. ISBN 0803973241.