

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/referat/133652>

**Тип работы:** Реферат

**Предмет:** Коммуникации в организации

Введение 3

1 Определение терминов «ценности», «традиции», «национальный стиль деловых отношений» 4

2 Особенности деловых переговоров во Франции 6

3 Деловой этикет и специфика деловых отношений в Великобритании 11

4 Особенности делового стиля взаимодействия в США 14

Заключение 20

Список используемой литературы 22

Введение

Культура – это общность общезначимых ценностей и норм, которые являются обоснованием единства многообразных форм культурного творчества.

Деловая культура – это одна из форм культуры, которая понимается в более широком смысле и ее можно рассматривать как разновидность языка, системы знаков, которая в несколько раз более сложна и богата, нежели любой известный обществу язык.

Деловая культура материальна и сосредоточена в материальных, чувственно «осязаемых» носителях: материалах, звуках, красках и пр. Деловая культура является неосязаемой, духовной, так как живет в психике живых людей и зафиксирована в смыслах и ценностях. Важнейшей частью культуры является ценности, которые представляют собой свойство того или иного предмета общества удовлетворять потребности, желания и интересы.

Целью данной работы является рассмотрение национальных стилей деловых отношений.

Задачи:

- рассмотрение терминов «ценности», «традиции», национальный стиль деловых отношений»;
- описание специфики деловых переговоров во Франции;
- рассмотрение особенностей стиля деловых отношений в Великобритании;
- изучить специфику делового стиля взаимодействия в США.

1 Определение терминов «ценности», «традиции», «национальный стиль деловых отношений»

Формирование ценностей происходит как результат осознания человеком своих потребностей и сопоставления их с явлениями окружающей действительности. На рисунке 1 мы показали ценности социального субъекта.

Рисунок 1 – Ценности социального субъекта

Понятие «традиция» можно рассматривать по-разному. По мнению А. Б. Гофмана, традиция представляет собой «элементы социального и культурного наследия, передающиеся от поколения к поколению и сохраняющиеся в отдельных обществах, классах и социальных группах в течение длительного времени; охватывает объекты социального наследия (материальные и духовные ценности)» .

М. Вебер говорил о ценности как о норме, которая существует благодаря значимости, важности для субъекта.

Согласно Н. Гартману, существует несколько классов ценностей (рисунок 2).

Рисунок 2 – Классы ценностей по Н. Гартману

Согласно Т. Парсонсу, ценность представляет собой способ выявления и описания отношений в социуме при помощи общих для человечества ценностей.

Национальный стиль - это наиболее распространенные, наиболее вероятные особенности мышления, восприятия поведения. Они не будут обязательными чертами, характерными для всех представителей описываемой страны, а только типичными для них. Под национальными стилями, как правило, понимаются стили, типичные скорее для тех или иных стран, а не определенных национальностей. Необходимо учитывать, что практически невозможно «абсолютно объективно описать» национальный стиль делового общения. Всегда работают устоявшиеся стереотипы национальных черт тех или иных народов.

## 2 Особенности деловых переговоров во Франции

Французы живут в своем мире, центром которого является Франция. Французы любят свою историю и верят в то, что именно Франция создала стандарты демократии, справедливости, систем государственности и законодательства, военной стратегии, философии, науки, сельского хозяйства, изысканной кухни и «умения жить». В отличие от других стран, деловая культура Франции имеет свои особенности. Французы практически ничего не знают о других народах, поскольку их образовательная система мало учит истории или географии других стран.

1) Гартман Н. Эстетика. — М.: Издательство иностранной литературы, 1958. — 692 с.

2) Гофман А. Б., Традиция, солидарность и социологическая теория. — М.: Новый хронограф, 2015. — 495 с.; 23 см.

3) Ильф И.А., Петров Е.П. Одноэтажная Америка. - М.: ГИХЛ, 2013

4) Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию: пер. с англ. - М.: Дело, 2016. - 440 с.

5) Моул Джон. Особенности национальной психологии народов новой Европы: бизнес, общение, успех / Джон Моул; пер. с англ. О.Л. Сергеевой. - М.: Астрель: АСТ, 2016. - 381 с.

6) Мясоедов С.П. Основы кросскультурного менеджмента: - М.: Дело. 2016. - 224 с.

7) Немировский В. Г. Социология. - М.: Проспект, 2016 - 542 с.

8) Пушных В.А. Межкультурный менеджмент/ В.А.Пушных; изд.-во Томского политехнического университета, 2018. - 180 с.

9) Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: учеб. пособие. - М.: Слово/Slovo, 2015. - 624 с.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/referat/133652>