

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/22882>

Тип работы: Реферат

Предмет: Деловой этикет

Содержание

ВВЕДЕНИЕ 3

1. НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ СТРАН ВОСТОКА 4

2. УЧЕТ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ В СОТРУДНИЧЕСТВЕ 8

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 18

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 19

Таким образом, китайская сторона не имеет ни малейшего сомнения в том, что будет дальше проводить жестокую политику и будет настроена на беспроигрышные переговоры. Иерархия, взаимозависимость и реципрокность являются ключевыми особенностями пяти межличностных отношений конфуцианства (отношения между: правителем и народом, отцом и сыном, мужем и женой, старшими и младшими братьями и сестрами, а также между старшим и младшим поколениями). Неспособность выполнить эти характеристики может поставить под угрозу межличностные отношения, а также взаимное доверие между участниками переговоров.

В Китае относятся к иерархии более внимательно, чем на Западе. Иерархия находит свое отражение в том, как китайские люди обращаются и приветствуют друг друга, как говорят во время встреч и как принимают решения. Так, например, если западный менеджер войдет в комнату, где его ждет китайская делегация, и начнет пожимать руки каждому из них, начав с того, который стоит ближе всего к двери. Если этот человек занимает низший ранг, что чаще всего и бывает, то лидер делегации, стоящий обычно в середине, потеряет уважение к западному бизнесмену. Аналогичным образом, в то время как западные менеджеры могут воспринимать обращение к старшим членам китайской команды по имени, как выражение близких дружественных отношений, то с китайской стороны это будет считаться весьма невежливо. Несоблюдение морального кодекса Конфуция в бизнесе приведет к общественному неодобрению, сила которого может негативно повлиять на престиж и подвергнуть сомнению способности и личную неприкосновенность. «Лицо» также может быть оскорблено путем критики, преднамеренной или непреднамеренной, поэтому всегда трудно для китайского бизнесмена принять «конструктивную критику» в свой адрес, что распространено на Западе. Западные бизнесмены воспринимают свою культуру как универсальную и поэтому рассматривают обман как «абсолютное зло», но в нео-даосских обществах, таких как Китай, Япония и Корея, в которых этические обязанности рассматриваются как контекстуальные, мотивы для этого и существующие отношения могут преподносить обман в качестве добродетели. Что касается исследования рынка, например, практика западных компаний показывает, что при опросе китайских потребителей практически невозможно получить честных ответов. Существует социальное давление на потребителей или поставщиков, честно реагирующих на различные исследования западных бизнесменов. В самом деле они могут находиться под значительным социальным давлением, чтобы ввести в заблуждение исследователей рынка. Нео-даосская этика предполагает, что респонденты из Китая, которые обманывают, чтобы навредить исследователям, поступают плохо, но если эти респонденты продвигают одновременно интересы друзей или родственников, то они действуют благородно.

Различные интерпретации этических норм в различных ситуациях и являются главным препятствием во время переговоров между бизнесменами Запада и Востока. Низкое доверие - побочный продукт многочисленных социальных потрясений (таких, как культурная революция) в современной китайской истории, существующее в Китае в течение тысячелетий. В период «Воюющих царств» (402-221 до н.э.), например, доверие между государствами было обеспечено такими ритуалами, как обмен заложников через брак, обмен населения на территорию, обмен шпионами. Формирование доверия в китайском контексте - это деликатный и трудоемкий процесс. Западные компании могли бы начать процесс укрепления доверия, ссылаясь на западные компании, которые уже получили доверие в Китае. Западным бизнесменам в

основном нужно соблюдать 3 правила при установлении контактов с китайцами. Во-первых, уважение высокопоставленного лица (главу делегации). Во-вторых, искренность всегда ценится. В-третьих, чтобы сделать бизнес с китайцем нужно стать лучшим другом китайца. Заботливые друзья понимают личные потребности своих китайских коллег и интересуются их семьями. Западные бизнесмены, которые следуют этим трем принципам получают от китайцев огромную выгоду для своего бизнеса.

Для того, чтобы стимулировать быстрый экономический рост и способствовать конкуренции между регионами, бюрократическими подразделениями, организациями и отдельными лицами, центральное правительство Китая в некоторой степени делегировало местным органам власти полномочия по принятию решений как на наднациональном, так и на глобальном уровне. Эта политика ограниченной децентрализации предоставила предприятиям большую свободу и гибкость в управлении своими бизнесами. Сегодня китайцы больше капиталистичны и менее идеолого-ориентированы, чем те китайцы – бизнесмены, которые были во времена Мао. Такое изменение менталитета находит свое отражение в более прагматичном, ориентированном на результат подходе к деловым переговорам. Но чрезмерный прагматизм естественным образом привел к тому, что западные бизнесмены теперь думают, что китайцы имеют абсолютно другой «Кодекс этики». После вступления Китая в ВТО в 2000 году китайские предприятия начали делать корректировки, необходимые для получения и поддержания конкурентных преимуществ в рамках международных правил ведения бизнеса.

Под влиянием западных концепций китайские деловые нормы стали более понятными, и многие китайцы подверглись воздействию международной практики и культурному разнообразию через поездки за границу и посещение западных университетов. Китайцы стали более опытными, профессиональными и зрелыми переговорщиками, способными сбросить их старый Средневековой менталитет, чтобы генерировать и развивать свой бизнес. Китайские бизнесмены все больше способны эффективно общаться на английском языке и становятся все более восприимчивыми к сделкам на рыночных условиях. Особенно среди более технически компетентных должностных лиц или технократов, которые придают большее значение экономической эффективности, неличностные факторы, такие как продукт, технологии и финансирование становятся более важными, чем личные и культурные факторы.

Таким образом, китайские деловые переговоры, тем не менее, по-прежнему в значительной степени проходят под влиянием философии

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анисимова Т.В., Гимпельсон Е.Г. Современная деловая риторика: Учебное пособие. – М., 2011, - 50 с.
2. Василенко, И. А. Международные переговоры: учебник для магистров / И. А. Василенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 486 с.
3. Деревянкин, Е.В. Д36 Деловое общение : учебное пособие / Е.В. Деревянкин. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. — 48 с.
4. Камалов М.Н. Техники переговоров: тренинги и мастер-классы для индивидуального и группового обучения. – Ростов н/Д.: Феникс, 2009. – 316 с.
5. Кузнецова О.В. Деловое общение - Ростов н/Д.: Феникс, 2010. - 80 с.
6. Кузнецов И.Н. Деловое общение. Деловой этикет: Учеб. пособие для студентов вузов. - М., 2011. - 431 с.
7. Науменко Е.А. Ведение переговоров: учебное пособие. Тюмень, 2012. – 236 с.
8. Олянич, Д.Б. Теория организации: учебник / Д. Б. Олянич [и др.]. — Ростов н/Д: Феникс, 2008. — 408 с.
9. Подопригора, М.Г. Деловая этика: Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2012. – 116 с.
10. Сканава А.А. Бизнес-этикет в арабских странах. — М.: КНОРУС, 2010.
11. Солоницина, А.А. Профессиональная этика и этикет: Учебное пособие. - Владивосток: ТИДОТ ДВГУ, 2008. - 125 с.
12. Скибицкий Э. Г. Технологии профессионального обучения: учебное пособие / Э. Г. Скибицкий, Е. С. Пенчук, И. В. Баранова. Новосибирск: Изд-во Сиб. акад. финансов и банк. дела, 2012. 275 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/22882>