

Wstęp

1. Komunikacja – definicja, istota, cechy
 - 1.1. Definicja i istota komunikacji
 - 1.2. Proces, kanały i rodzaje komunikacji
 - 1.3. Komunikacja marketingowa
 - 1.4. Zakłócenia i bariery skutecznej komunikacji
2. Różnice kulturowe – definicja, istota, cechy
 - 2.1. Definicja i istota kultury
 - 2.2. Uwarunkowania i potrzeby kulturowe
 - 2.3. Uwarunkowania i potrzeby społeczne
 - 2.4. Różnice kulturowe i społeczne
3. Komunikacja międzykulturowa – definicja, istota, cechy
 - 3.1. Definicja i istota komunikacji międzykulturowej w negocjacjach
 - 3.2. Problemy komunikacji międzykulturowej
 - 3.3. Znaczenie i podział kultur w negocjacjach
4. Komunikacja międzykulturowa – kraje amerykańskie
 - 4.1. Wprowadzenie
 - 4.2. Kraje Ameryki Północnej
 - 4.2.1. Stany Zjednoczone Ameryki Północnej (USA)
 - 4.2.2. Kanada
 - 4.3. Kraje Ameryki Łacińskiej
 - 4.3.1. Meksyk
 - 4.3.2. Brazylia
5. Komunikacja międzykulturowa – kraje azjatyckie
 - 5.1. Wprowadzenie
 - 5.2. Rosyjska Republika Federalna
 - 5.3. Dalekowschodnia kultura biznesowa
 - 5.3.1. Chińska Republika Ludowa
 - 5.3.2. Japonia
 - 5.3.3. Republika Korei
 - 5.4. Republika Indii

5.5. Kraje arabskie

6. Komunikacja międzykulturowa – kraje europejskie

6.1. Wprowadzenie

6.2. Belgia

6.3. Czechy

6.4. Dania

6.5. Finlandia

6.6. Francja

6.7. Grecja

6.8. Hiszpania

6.9. Holandia

6.10. Litwa, Łotwa i Estonia – kraje bałtyckie

6.11. Niemcy

6.12. Polska

6.13. Rumunia

6.14. Węgry

6.15. Wielka Brytania

6.16. Włochy

Zakończenie

Bibliografia