

<<国际商务管理沟通的跨文化研究>>

图书基本信息

书名：<<国际商务管理沟通的跨文化研究>>

13位ISBN编号：9787811347036

10位ISBN编号：7811347032

出版时间：2010-7

出版时间：对外经济贸易大学出版社

作者：姚孝军

页数：253

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 前言

对外经济贸易大学出版社最新推出了大型外语学术专著系列——《当代外国语言文学学术文库》，邀请我为文库写序，借此机会，谈谈我个人对外国语言文学研究的一些认识和感受。

综观21世纪的外国语言文学研究，就语言学研究而言，形式语言学理论和功能语言学理论继续对抗和对话，认知语言学理论和社会文化理论发展迅速，各种语言学的理论思潮试图从不同的角度解释语言事实；在应用方面，语言学更加广泛地与多学科交叉，运用和借鉴包括数理逻辑、计算机科学、心理学、神经科学、认知科学、生态科学、经济学等各学科在内的研究成果和方法，不断凸显出语言学作为人文科学和自然科学交叉学科的地位。

就文学研究而言，英美文学研究受经济全球化浪潮的冲击，文学及文论研究都关注文化全球化与本土性的关系。

文化全球化的研究引发了文学现代性、后现代性和后殖民性的思考，文学和语言学的研究相互影响和交融日益明显，文学研究越来越多地引入语言学研究的方法，如话语分析等，反之亦然。

我国的外国语言文学研究在全球化和中国入世以后与国际学术界的交流更加密切，发展更加迅速，同时，我们仍清楚地看到，国内的外国语言文学研究依然存在“三张皮”现象，第一张皮是“汉语与外语”研究的合作与交流不够；第二张皮是“语言与文学”研究的沟通与对话不够；第三张皮是“英语与其他外语”研究的来往和交叉不够，“三张皮”极大地阻碍着外国语言文学学科的发展。

<<国际商务管理沟通的跨文化研究>>

内容概要

本套文库涵盖了语言学、文学、翻译等领域，体现了包容并蓄、博采众长、学科融通的思想。进入文库的研究成果都经过精心挑选，出自学有专长的博士、学者。本套文库是各位学者的家园，是一个开放和创新的学术平台。

#### 作者简介

姚孝军，男，华中农业大学外语学院副教授，在中国人民解放军国际关系学院获英语语言文学学士学位，华中农业大学获管理学硕士和博士学位。

2007年美国麻省大学访问学者。

主要研究方向为二语习得、文本分析和商务英语。

在语言类及商贸类核心期刊上发表论文若干。

主要代表作有

## <<国际商务管理沟通的跨文化研究>>

### 书籍目录

摘要第一章 绪论 1.1 研究背景和意义 1.2 国内外管理沟通领域跨文化研究状况综述 1.3 研究的主要内容第二章 跨文化研究的基本理论 2.1 文化的内涵 2.2 文化研究的层次 2.3 跨文化研究与分析的维度第三章 西方经典管理理论的文化分析 3.1 古典管理理论的文化分析 3.2 行为科学理论及其他现代管理理论的文化分析 3.3 当代管理理论的文化分析第四章 文化对组织结构和组织过程的影响分析 4.1 组织与组织设计 4.2 组织结构与文化 4.3 有效的组织过程 4.4 案例分析第五章 文化差异对人力资源管理及激励的影响分析 5.1 跨文化人力资源管理 5.2 跨文化领导 5.3 跨文化激励第六章 国际市场营销的跨文化探讨 6.1 全球化营销与本土化营销 6.2 营销调研 6.3 产品设计 6.4 销售方法与策略 6.5 售后服务? 6.6 消费者行为的跨文化思考第七章 跨文化差异对国际商务沟通的影响分析 7.1 沟通与文化 7.2 沟通方式与风格 7.3 跨文化商务谈判第八章 跨越文化差异解决文化冲突 8.1 认识和尊重文化差异 8.2 国际化员工的文化适应 8.3 合资企业的跨文化差异整合 8.4 国际化企业的跨文化冲突解决模式探讨第九章 典型案例分析 9.1 跨文化管理沟通的成功案例：张朝阳和搜狐公司 9.2 跨文化管理沟通的失败案例：广州标致参考文献

章节摘录

1.文化与心理契约的形成。

心理契约的形成会受到文化因素的影响，个人主义文化的员工由于首先关注的是个人利益，而个人利益并不总是与组织利益相一致的，所以他们更容易产生交易型心理契约；集体主义文化的员工往往将集体利益放在个人利益之上，注重人与人之间的和谐与信任，所以他们更容易产生关系型心理契约。个人主义者和集体主义者分析问题的角度也不一样，对于组织里同样一个信息，他们的理解和解释可能会相差很多，例如当面对一个公司培训项目时，个人主义者首先想到的是这个培训会给个人带来多大的好处，是否可以提高自己的能力使自己的业绩更好而得到提拔或得到更高的工资；集体主义者首先考虑的是这个培训会使自己对组织的贡献更大，对组织更有价值，组织和个人之间的联系会进一步加强。

心理契约的形成还受到语境文化的影响，例如对于组织的同样一个有关奖金的承诺，低语境文化的员工会形成无论在什么情况下公司都应该兑现承诺，而高语境文化的员工会将奖金的承诺与公司的经营状况和效益联系起来，在公司效益不好时不能兑现承诺是可以理解和接受的。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>