

Tartalom

Ábrák jegyzéke	9
Táblázatok jegyzéke	11
Rövidítések jegyzéke	12
Előszó	13
Bevezetés	15
1. A vállalat és a vállalati kommunikáció	19
1. 1. A vállalati szintér	19
1. 2. A vállalati kommunikáció értelmezése és kutatása	26
1. 2. 1. A vállalati kommunikáció mint tudományos diszciplína jelentéstartalmának változása	26
1. 2. 2. A vállalati kommunikáció kutatásának kommunikáció- elméleti alapjai és paradigmái	34
1. 3. A vállalati kommunikáció kutatásának multidiszciplináris modellje	43
Az első fejezet fő gondolatainak összegzése	45
2. A vállalati kommunikáció dimenziói	47
2. 1. A vállalati kommunikáció mint a gazdasági tevékenységet folytató szervezet kommunikációja	47
2. 1. 1. A vállalati kommunikáció típusai és területei	48
2. 1. 2. A vállalati kommunikáció összemosódó szinterei	51
2. 1. 3. A vállalati kommunikáció funkciói és feladatai	51
2. 2. A vállalati kommunikáció mint a szakma- és tudásközösség kommunikációja	54
2. 2. 1. A szaknyelv mint a vállalati kommunikáció eszköze	54
2. 2. 2. Tipikus szövegműfajok a vállalati kommunikációban	58
2. 3. A vállalati kommunikáció mint a vállalati kultúrközösség kommunikációja	60

2. 4. A vállalati kommunikációmenedzsment mint a rész- és alrendszerek közötti összhang biztosításának eszköze	64
A második fejezet fő gondolatainak összegzése	66
3. A kultúraközi kommunikáció	69
3. 1. A kultúra és a kommunikáció kapcsolata	71
3. 1. 1. A kultúra a kommunikáció nézőpontjából	71
3. 1. 2. A kultúra és a kommunikáció közötti összefüggés	73
3. 1. 3. A kultúraközi kommunikáció jellemzőinek és működésének megértését lehetővé tevő kutatások	76
3. 2. A nyelvészeti-kommunikációtudományi kutatások	77
3. 2. 1. Kultúratudományi nyelvészet	78
3. 2. 2. Interkulturális nyelvészet	80
3. 2. 3. Alkalmazott nyelvészeti kutatások az interkulturális interakciók megismerésében	81
3. 3. A pszichológiai kutatások	85
3. 3. 1. A kulturális összehasonlító pszichológia és a kulturális pszichológia	85
3. 3. 2. A percepció, a kognitív keretek és a cselekvési minták a kultúraközi kommunikációban.	86
3. 3. 3. Az idő, a tér és a kontextus a kultúraközi kommunikációban	88
3. 4. A kulturális orientációs minták és a kultúraközi kommunikációra gyakorolt hatásuk kutatása	90
3. 4. 1. A kulturális antropológiai megközelítés	91
3. 4. 2. Szociológiai értékutatók	92
3. 4. 3. A kulturális standardokra épülő kutatások	97
A harmadik fejezet fő gondolatainak összegzése	99
4. A kultúraközi kommunikáció kutatása a menedzsment- és az üzleti tevékenység szolgálatában	101
4. 1. A nemzetközi és kultúraközi menedzsment által ösztönzött kutatások	102
4. 1. 1. A kulturális távolság kérdése	102
4. 1. 2. A kulturális dimenziók használata a menedzsment-indítékú kutatásokban	105
4. 1. 3. Az interkulturális kompetencia és a kulturális intelligencia	110
4. 2. A kultúraközi üzleti kommunikáció kutatása	117
4. 3. A kultúraközi kommunikáció kutatásának további területei	121
4. 3. 1. A konfliktusok okainak kutatása	121
4. 3. 2. A kultúra hatását felülíró tényezők elmélete	126
A negyedik fejezet fő gondolatainak összegzése	129

5. A vállalatok kultúraközi kommunikációja a gyakorlatban	131
5. 1. A multikulturális vállalat és a kommunikációt befolyásoló vállalati tényezők	131
5. 1. 1. A multikulturális vállalat	132
5. 1. 2. A nyelvi, nyelvhasználati problémák köre	133
5. 1. 3. Az eltérő gondolkodási, értékrendi és viselkedési sémák a vállalati gyakorlatban	134
5. 1. 4. A vállalat kommunikációs gyakorlatában megnyilvánuló jellemzők	151
5. 2. Az emberi erőforrás a multikulturális vállalatnál	152
5. 2. 1. Külföldi vezetők és külföldi munkavállalók a vállalatnál	152
5. 2. 2. Multikulturális teamek	158
5. 2. 3. Multikulturális döntéshozatal	162
5. 2. 4. Kulturális konfliktus a vállalaton belül	165
5. 3. Kultúraközi kommunikáció a vállalat és külső stakeholderei között és a nemzetközi projektekben	168
5. 3. 1. Kommunikáció a vállalat és külföldi stakeholderei között	168
5. 3. 2. A nemzetközi vállalati projekteket támogató kommunikáció	170
Az ötödik fejezet fő gondolatainak összegzése.	172
6. A vállalatok nemzetközi kommunikációja	175
6. 1. A nemzetközi vállalati kommunikáció	176
6. 2. Az anyavállalat és a külföldi leányvállalat közötti kommunikáció.	183
6. 3. A nemzetközi kommunikációmenedzsment	188
6. 3. 1. A nemzetközi vállalati kommunikációs stratégia kialakítása	190
6. 3. 2. A nemzetközi vállalati kommunikációs stratégia típusai.	192
6. 3. 3. A nemzetközi vállalati kommunikációmenedzsment lépései	197
6. 3. 4. A nemzetközi vállalati kommunikáció kritikus területei.	198
6. 4. A vállalati nyelvpolitika kérdése	201
A hatodik fejezet fő gondolatainak összegzése.	205
7. Nemzetközi vállalatok kommunikációmenedzsmentje Magyarországon	207
7. 1. A kommunikációmenedzsment helye a hazánkban működő vállalatok szemléletében.	208
7. 2. A kommunikációmenedzsmentet befolyásoló sajátos tényezők.	210
7. 3. Kommunikációs stratégiák a hazai nemzetközi vállalatoknál.	212
7. 4. A kommunikáció további jellemzői	221
A hetedik fejezet fő gondolatainak összegzése.	225

Irodalomjegyzék	229
Függelék.	253
Az idegennyelvű szakszavak értelmezése	255
A kutatási projektek címének rövidítése és rövid leírása	259
A szerzőről.	261