

陈泓冰：中国企业国际化中的跨文化管理课程

主讲：陈泓冰

时间：一天或两天

授课对象：企业驻外管理人员、营销人员

授课方式：讲授、互动研讨、问答参与

课程目的：

中国企业必然要走上国际化的道路，也必然要面对跨文化管理这一课题。在本课程中我们将提出并解决以下一些跨文化管理中的主要问题：

- 企业外派人员面对客户、东道国员工应注意什么？避免什么？
- 如何避免因文化差异造成误解而产生的生意挫败？在差异中寻求共存？
- 在国际经营中，如何利用中国式的道德伦理让客户认可你，圆满达成合作？
- 如何让不同国籍的员工消除隔阂、敌意，与你亲如兄弟、并肩奋斗？
- 如何在东道国传播中国商业文化？中国企业的品牌？
- 如何利用中国的优势文化武器进行商业推广？文化营销？

用一句话来讲，跨文化管理是“取经”，也是“布道”。树立中国式的文化营销是一门在企业国际化趋势下的新型管理艺术，我们不能完全照搬东道国文化，放弃优势、邯郸学步，也不能完全按照我们的思维方式行事，我们需要在国际模式中创造独特的、更先进的营销经营模式来完成我们的丰功伟业。

那么，我们应该——

- 从文化深处的哲学来揭密——文化的战略融合决定中国跨国管理者的思维方式；
- 从人类的本性中揭密——文化管理的价值取向决定跨国公司雇员的职业性格与工作作风；
- 从强势文化来揭密——共同的工作环境影响不同种族、信仰员工的心态。
- 从文化力的研究来说明——在跨国经营中，最大的影响力是文化的影响力
- 从真实的案例来阐述——每一个优秀的企业或跨国管理者都可以通过文化的影响力来征服客户。

课程大纲：

壹、 关于文化——企业最佳的国际化战略武器

- 1、 全人类的文化共通性与差异性
- 2、 宗教教义与经营伦理
- 3、 文化与国际营销的关系

贰、 时代变革——文化冲突与共融

- 1、 不同文化环境对企业发展的影响
- 2、 国际化公司中的多元文化
- 3、 中国传统文化与世界文化的共融
- 4、 东西方文化差异与思维方式

参、 知己知彼——文化区域与文化细节

- 1、 主要国家地区风俗
- 2、 主要国家的禁忌
- 3、 各国商业企业经营特点
- 4、 主要国家地区商业伦理

四、 文化公关——跨文化的客户关系管理

- 1、 跨文化沟通对市场营销人员的含义
- 2、 宗教、商业文化与客户关系
- 3、 国际文化区域商人主流品格与行事方式
- 4、 跨文化谈判
- 5、 跨文化中的万能沟通方式

伍、 文化联盟——跨文化的内部沟通与管理

- 1、 主要文化中的人权与法律关注点
- 2、 主要文化与员工价值观
- 3、 语言的沟通与非语言沟通
- 4、 跨文化团队的融合
- 5、 跨文化中的价值观管理

六、 我们的事业——文化的国际传播

- 1、 市场中的文化影响因素
- 2、 国际市场调研的关注点
- 3、 跨文化因素对品牌及广告的影响
- 4、 商品交易会的文化传播

5、 通过服务传播优秀文化

6、 标杆管理法与文化传播

7、 文化的案例传播法

七、 国际礼仪要点