

Северо-Западный филиал
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРАВОСУДИЯ»
(г. Санкт-Петербург)

Кафедра гуманитарных и социально-экономических дисциплин

**Дополнительная образовательная программа профессиональной
переподготовки «Английский язык в сфере международного общения»**

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Практикум по межкультурной коммуникации»

Семестр 3-4
Форма обучения очная

Санкт-Петербург, 2015

Составитель: Палий О.Л., канд. филол. наук, доцент кафедры ГСЭД СЗФ
ФГБОУВО «РГУП», доцент

_____ «26» февраля 2015 г.

УМК обсужден на заседании кафедры ГСЭД протокол № 7 от «26» февраля 2015 г.

Зав. кафедрой ГСЭД СЗФ ФГБОУВО «РГУП» Бондарев В.Г., канд. полит. наук,
доцент

_____ «26» февраля 2015 г.

УМК одобрен Учебно-методическим советом СЗФ ФГБОУВО «РГУП» протокол
№ 3 от «31»марта 2015 г.

© СЗФ ФГБОУВО «РГУП», 2015

© Палий О.Л., 2015

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	4
ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	4
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ	5
ТЕМАТИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
ЛИТЕРАТУРА.....	7
ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:.....	7
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА:	8
ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ	8
МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАНЯТИЯМ.....	9
ТЕХНИЧЕСКОЕ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	11
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ	12
TEST ONE. Dining Etiquette Across Cultures	12
TEST TWO. Work scenarios.....	13
TEST THREE. Quick-fire TRUE or FALSE.....	15
TEST FOUR. Working globally across cultures	17
TEST FIVE. Negotiating across cultures.....	19
TEST SIX. Canada	20
TEST SEVEN. Islam and Working with Muslims	21

ВВЕДЕНИЕ

Дисциплина «Практикум по межкультурной коммуникации» призван познакомить слушателей с теоретическими основами научного подхода к исследованию проблем современной межкультурной коммуникации и межкультурного общения. Курс базируется на изучении актуальных аспектов основ теории межкультурной коммуникации, знакомстве с ее категориальным и понятийным аппаратом. Важной задачей курса является формирование аналитических умений студентов, направленных на осмысление языковой картины мира в контексте современной межкультурной коммуникации.

Данная дисциплина обеспечивает овладение историко-социологическими знаниями, даёт представление о процессе межкультурной коммуникации, разнообразии культурного восприятия мира, необходимых для развития теории общества. Эти знания позволяют подготовить слушателей к профессиональной деятельности в условиях межкультурных институтов.

Дисциплина преподается на английском языке.

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины «Практикум по межкультурной коммуникации» является формирование, развитие и усовершенствование специальных компетенций в сфере межкультурной коммуникации.

Задачи освоения дисциплины:

- привить студентам навыки, необходимые для обеспечения межкультурного общения в различных профессиональных сферах;
- дать необходимые знания и развить умения для выполнения функций посредника в сфере межкультурной коммуникации; научить выявлению и проведению критического анализа конкретных проблем межкультурной коммуникации, влияющих на эффективность межкультурных и межъязыковых контактов;
- развить у студентов умения, необходимые для проведения эмпирических исследований проблемных ситуаций и диссонансов в сфере межкультурной коммуникации; научить применению тактик разрешения конфликтных ситуаций в сфере межкультурной коммуникации.

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины слушатели должны

ЗНАТЬ:

- определение культуры; определение национально-языковой картины мира, национальной идентичности, языковой личности;
- категоризацию культур по Р.Д.Льюису;
- основные национально-культурные особенности (понятие времени, национальные тактики поведения на встречах, восприятия чужой речи, жестыкуляции) англоговорящих стран, стран Европы, некоторых стран Азии и Латинской Америки;

- национальные тактики ведения переговоров

УМЕТЬ:

- работать в многонациональной команде;
- эффективно общаться с учетом национальных идентичностей участников коммуникации;
- мотивировать (разговорить) собеседника;
- сгладить возникший конфликт

ВЛАДЕТЬ:

правилами международного этикета в различных ситуациях межкультурного общения (сопровождение туристических групп, обеспечение деловых переговоров, обеспечение переговоров официальных делегаций и т.п.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Всего часов	Форма контроля
1	Понятие культуры. Культурные модели и стереотипы. Языки и культуры. Культурный шок. Проблемы перевода. Культурный шовинизм.		Проверка лексики по теме в форме перевода предложений с русского языка на английский. Беседа на заданную тему без подготовки. Презентация подготовленного диалога Case study
2	Типология культур по Р.Д.Льюису. Линейноактивные, мультиактивные и реактивные культуры.		Составление и презентация диалога с использованием активной лексики. Проверка лексики в форме теста. Составление полилога (работа в группе) – проведение переговоров Case study
3	Великобритания, США, Канада, Ирландия, Австралия, Новая Зеландия, ЮАР: ключевые концепты, табу, модели коммуникативного поведения во время деловых контактов		Проверка лексики по теме в форме перевода предложений с русского языка на английский. Беседа на заданную тему без подготовки. Презентация подготовленного диалога Case study
4	Страны Европы: ключевые концепты, табу, модели коммуникативного поведения во время деловых контактов		Составление и презентация диалога с использованием активной лексики. Проверка лексики в форме теста. Составление полилога (работа в группе) – проведение переговоров Case study
5	Страны Ближнего Востока: ключевые концепты, табу, модели коммуникативного поведения во время деловых контактов		Проверка лексики по теме в форме перевода предложений с русского языка на английский. Беседа на заданную тему без подготовки. Презентация подготовленного диалога Case study
6	Страны Азии: ключевые концепты, табу, модели		Составление и презентация диалога с использованием активной лексики.

	коммуникативного поведения во время деловых контактов		Проверка лексики в форме теста. Составление полилога (работа в группе) – проведение переговоров Case study
7	Страны Латинской Америки: ключевые концепты, табу, модели коммуникативного поведения во время деловых контактов		Составление и презентация диалога с использованием активной лексики. Проверка лексики в форме теста. Составление полилога (работа в группе) – проведение переговоров Case study
	Итоговая форма контроля		
	Всего часов		

Тематическое содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Понятие культуры. Культурные модели и стереотипы. Языки и культуры. Культурный шок. Проблемы перевода. Культурный шовинизм.	Different languages, different worlds: Appearance and reality; Concepts and notions; Powerful mental blocks; Language straitjacket; Humour; Humour in business; What's culture; Culture shock; Different perceptions
2	Типология культур по Р.Д.Льюису. Линейноактивные, мультиактивные и реактивные культуры.	Cultural categories; linear-active and multi-active cultures; reactive cultures; intercategory comparisons; data-oriented, dialogue-oriented and listening cultures; Time: Linear time; multi-active time; cyclic time; Chinese; Japanese; Language and communication: use of language; the communication gap; communication patterns during meetings; listening habits; the language of management Manners: Sincerity; Dining etiquette; cocktail parties; restaurant behavior, manners in society
3	Великобритания, США, Канада, Ирландия, Австралия, Новая Зеландия, ЮАР: ключевые концепты, табу, модели коммуникативного поведения во время деловых контактов	Key concepts: time. Cultural factors in communication: behavior at meeting and negotiations; how to empathize with Americans/English/Canadians etc. Key differences between Americans and Brits. American English vs British English Manners and taboos; leadership and status; space and time; listening habits; Canadians vs Americans; Religion in Ireland, Values; Cultural patterns; Australians in their hemisphere; New Zealand-Australia differences Post-apartheid South Africa: concepts – space and time; leadership and status, black South Africans; Cultural factors in communication: listening habits, communication patterns; how to empathize with Black South Africans; South Africans from the Indian subcontinent; South African Coloureds; Motivation factors
4	Страны Европы: ключевые концепты, табу, модели коммуникативного	Germany, Austria, Switzerland, The Netherlands, Belgium, France, Italy, Spain, Portugal, Greece; Central and Eastern European Countries: Poland, Hungary, The Czech Republic, Slovakia, Slovenia, Croatia,

	поведения во время деловых контактов	Serbia and Montenegro, Bulgaria, Romania Nordic countries: Finland, Sweden, Norway, Denmark The Baltic states and Central Asian countries: Estonia, Latvia, Lithuania, Russia Culture: values; Concepts: space and time, leadership and status; Cultural factors in communication: Communication patterns, listening habits, Behaviour at meetings and negotiations, Manners and taboos Nations as seen by others How to empathize with X-country; how to motivate people; what to avoid
5	Страны Ближнего Востока: ключевые концепты, табу, модели коммуникативного поведения во время деловых контактов	Turkey, Iran, The Arab countries: Algeria, Bahrain, Egypt, Jordan, Kuwait, Lebanon, Libya, Mauritania, Morocco, Oman, Qatar, Saudi Arabia, Sudan, Syria, Tunisia, United Arab Emirates, The West Bank and Gaza, Yemen, Iraq, Israel Culture: values; Concepts: space and time, leadership and status; Cultural factors in communication: Communication patterns, listening habits, Behaviour at meetings and negotiations, Manners and taboos Nations as seen by others How to empathize with X-country; how to motivate people; what to avoid
6	Страны Азии: ключевые концепты, табу, модели коммуникативного поведения во время деловых контактов	India, Pakistan, Bangladesh, Southeast Asia, Indonesia, Malaysia, Singapore, Thailand, The Philippines, Vietnam, China and Hong Kong, Korea, Japan: Culture: values; Concepts: space and time, leadership and status; Cultural factors in communication: Communication patterns, listening habits, Behaviour at meetings and negotiations, Manners and taboos Nations as seen by others How to empathize with X-country; how to motivate people; what to avoid
7	Страны Латинской Америки: ключевые концепты, табу, модели коммуникативного поведения во время деловых контактов	Argentina, Mexico, Brazil, Chile, Venezuela, Colombia Culture: values; Concepts: space and time, leadership and status; Cultural factors in communication: Communication patterns, listening habits, Behaviour at meetings and negotiations, Manners and taboos Nations as seen by others How to empathize with X-country; how to motivate people; what to avoid

Литература

Основная литература:

Lewis D.Richard (2006) When Cultures collide: Leading across cultures. 3rd ed. Nicholas Brealey International, Boston, London, 600p.

Дополнительная литература:

- 1) Рот Ю., Коптельцева Г. Межкультурная коммуникация. Теория, тренинг. М., 2006.
- 2) Сафонова В. В. Изучение языков международного общения в контексте диалога культур. – Воронеж, 1996.
- 3) Сидоренко Е.В. Мотивационный тренинг. СПб., 2000.
- 4) Сикевич З.В. Социология и психология национальных отношений. СПб., 1999.
- 5) Симонова Л.М. Культурные различия в международном бизнесе. СПб., 2001.
- 6) Слепович В. С. Межкультурная коммуникация – International Communication Course Pack. Минск, 2006.
- 7) Стародубцев В.Ф. Межкультурная коммуникация в бизнесе и предпринимательстве. Поиск деловой идентичности. М., 2013.
- 8) Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. Опыт исследования. М., 1977.
- 9) Солдатова Г.У. Психология межэтнической напряжённости. М., 1998.
- 10) Стереотипы в языке, коммуникации и культуре: Сб. статей / Сост. и отв. редактор Л. Л. Фёдорова. М., 2009.

Интернет-ресурсы

- 1) <http://www.crossculturalcom.com> – подробная программа тренингов по межкультурной коммуникации.
- 2) http://www.schulersolutions.com/cross_cultural_communication.html – 20 уроков делового английского (с учетом особенностей межкультурной коммуникации при проведении переговоров, обсуждении проблем, написании деловых писем и т.д.)
- 3) <http://www.work.com/cross-cultural-communication-973/> - рекомендации по эффективной вербальной и невербальной коммуникации с представителями разных культур.
- 4) <http://www.mislinks.org/topics/icc.htm> – список источников по всем темам межкультурной коммуникации.
- 5) <http://www.pacific.edu/sis/mair/cross-cultural-communication.htm> – статьи по различиям в коммуникации между представителями разных национальностей.
- 6) http://www.bookrags.com/wiki/Cross-cultural_communication - список источников по всем темам межкультурной коммуникации.
- 7) <http://www.epa.gov/superfund/community/pdfs/12ccc.pdf> – особенности вербального и невербального общения между представителями разных культур.
- 8) <http://www.maec.org/cross/index.html> – рекомендации по обучению студентов разного культурного уровня, принадлежащих к разным религиям, с разными традициями и обычаями.
- 9) http://www.ethnologue.com/show_subject.asp?code=CCC - список источников по всем темам межкультурной коммуникации (авторы статей представляют разные страны и культуры)
- 10) http://psychology.wikia.com/wiki/Cross_cultural_communication - список источников по всем темам межкультурной коммуникации.
- 11) http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/MEZHKULTURNAY_A_KOMMUNIKATSIYA.html – основы межкультурной коммуникации
- 12) http://www.russcomm.ru/rca_biblio/b/bergelson01.shtml - основы межкультурной коммуникации
- 13) http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/m_komm/index.php – Тер-Минасова С.Г. «Язык и межкультурная коммуникация»

- 14) http://en.wikipedia.org/wiki/Cross-cultural_communication – энциклопедические статьи по всем темам межкультурной коммуникации.
- 15) <http://www.clearlycultural.com/> - личные впечатления о культурах и особенностях коммуникации в разных странах (Китай, Франция, Великобритания и т. д.)
- 16) <http://www.intercultural-crosscultural-communication.com/> - особенности вербального и невербального общения между представителями разных культур в сфере бизнеса, образования, личных контактов и т.д.
- 17) Blatter J. Case Study // The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods. SAGE Publications, 2008. [Электронный ресурс]. URL:http://www.sage-reference.com/research/Article_n39.html - статья, посвящённая описанию метода кейсов
- 18) Knapp K. Intercultural Communication in EESE. [Электронный ресурс]. URL:http://www.webdoc.sub.gwdg.de/edoc/ia/eese/strategy/knapp/4_st.htm - статья, посвящённая описанию структуры межкультурной компетенции личности
- 19) URL:<http://www.world-tourism.org> – официальный сайт Всемирной туристской организации объединённых наций
- 20) URL:<http://grachev62.narod.ru/hantington/content.htm> - книга С. Хантингтона «Столкновение цивилизаций»
- 21) <http://www.incaproject.org/index.htm> - сайт Проекта Оценки Межкультурной Компетенции (INCA project), где можно подобрать методики развития и инструменты оценки уровня развития МКК
- 22) <http://www.simplypsychology.org/attribution-theory.html> - статья, посвящённая теории атрибуции

Методические рекомендации для подготовки к занятиям

Для объективной и достоверной разработки вопроса важна работа с несколькими источниками информации, это учебные пособия и книги с одной стороны, и поиск информации в Интернете с другой.

Если список рекомендуемых учебников и книг не вызывает вопросов (Приложение 3), то поиск информации в Интернете часто сопряжен с необходимостью выбора из обширного списка всевозможных сайтов наиболее достоверных и интересных.

Вот сайты, которые предлагается брать за основу поиска во всемирной паутине:

- www.wikipedia.org

- www.bbc.co.uk

Эти сайты сами по себе содержат большой объем информации на разных языках и из разных областей знания, и кроме этого дают ряд ссылок на другие сайты, в первую очередь официальные. Вот лишь некоторые сайты, рекомендуемые студентам для подготовки различных тем к семинарским занятиям.

- <http://www.queensimages.com/>
- <http://www.royal.gov.uk/output/Page1.asp>
- <http://www.theusaonline.com/index.htm>
- <http://www.culture.ca/>

При работе с интернет-страницами важно помнить, что информация попадает во всемирную паутину из разных источников, поэтому необходимо проверять и перепроверять любые данные через другие сайты, а также учебники, энциклопедии, словари и т.д.

Другим важным аспектом самостоятельной работы студента является обобщение и переработка собранного материала и подготовка компьютерной презентации для выступления на семинарском занятии.

Важность и актуальность использования именно компьютерных презентаций очевидна для студентов. Огромные темпы развития компьютерных технологий предъявляют новые требования, уже сегодня зачастую при приеме на работу преимущество отдается кандидату, умеющему составлять грамотные презентации с использованием современных компьютерных программ.

А что касается непосредственно семинаров по лингвострановедению, студенты легко осваивают компьютерную программу Microsoft Power Point и используют все ее преимущества. А именно: экономия времени, которое раньше тратилось на запись сложных слов и дат на доске; возможность сделать презентацию наглядной за счет добавления схем, таблиц, диаграмм; размещение иллюстративного материала, текста, использования видеоэффектов и пр.

Для успешной самостоятельной работы студентам предлагается ряд рекомендаций, а также примерный план выступления.

Структура презентации. Классическая модель:

1. Приветствие
2. Ваше имя
3. Представление темы
4. План выступления
5. Основная часть, разделенная на пункты
6. Обобщение основных пунктов
7. Выводы
8. Ответы на вопросы

В первую очередь, необходимо поприветствовать аудиторию, представиться и представить свою тему. Затем рассказать о плане выступления, чтобы слушателям было сразу ясно, о чем пойдет речь, и было легче следить за ходом выступления. Во время презентации также важно указывать, когда вы переходите к следующему пункту, чтобы аудитория не теряла нити повествования. В заключении, необходимо еще раз перечислить основные положения и сделать выводы, подвести итог, а затем пригласить аудиторию задать вам вопросы.

Для каждого пункта есть ряд ключевых фраз, которые студенты могут выучить и использовать в своих презентациях. Также существует ряд показателей, по которым оценивается успешность выполненной презентации, студентам необходимо их учитывать при самостоятельной подготовке и отработке своего выступления, а также проанализировать по этим показателям презентации других студентов.

Содержание презентации включает в себя уровень, количество и точность информации. Презентация не должна быть перегружена излишними данными, но в тоже время нельзя упускать основные факты. При работе с Интернетом необходимо проверять и перепроверять информацию, для этого важно

использовать несколько источников, проверять информацию по учебникам и энциклопедиям, о чем уже говорилось выше.

Структура презентации – это то, как организован материал и его прозрачность, то есть насколько зритель чувствует логику построения презентации.

Подача материала включает в себя разные факторы: голос – громкость, монотонность; язык телодвижений, контакт глаз – рекомендуется смотреть на каждого в течение нескольких секунд, и наглядные пособия, которые вы используете, сюда входит все: и компьютерная презентация, и слова, написанные на доске, и любые картинки, фотографии и прочее

Язык – очевидно, что количество грамматических, фонетических ошибок и ошибок словоупотребления должно быть сведено к минимуму.

Кроме того, презентация – это творческая работа. Помимо работы непосредственно с информацией – это создание дизайна и макета, подбор иллюстраций. Поэтому важно обращать внимание и на следующие компоненты:

- шрифт должен быть легко читаемым и достаточно крупным
- цвет текста не должен сливаться с фоном слайда
- для слайда лучше всего выбрать фон нейтрального цвета
- не стоит перегружать презентацию объемным текстом или большим количеством иллюстраций
- располагая текст поверх изображений, убедитесь, что он не сливается и легко читается.

Что касается работы с информацией и выбора текста для слайдов, следует обратить внимание на следующее:

1. Для того чтобы создать успешную презентацию, необходимо переработать найденную информацию и всесторонне изучить вопрос. Таким образом, студент становится в некотором смысле экспертом в данной тематике и может легко ответить на дополнительные вопросы, которые обязательно будут заданы в конце выступления.
 2. Весь объем текста в презентацию включить невозможно, только самое главное. То есть текст слайда становится своеобразным планом выступления.
 3. В первую очередь информация слайдов должна включать трудные слова, имена, названия, даты, а также основную информацию в сжатом виде.
 4. Возможность представить иллюстративный материал и информацию в сжатом виде на экране, делают ответ студента намного интереснее, привлекают больше внимания.
 5. Прежде чем выступать перед группой, в рамках самостоятельной подготовки необходимо отрепетировать презентацию: отработать произношение сложных терминов, имен и дат, несколько раз проговорить текст, чтобы добиться необходимого темпа речи, подобрать верные интонационные модели.
- Очевидно, что выступление на семинаре с использованием компьютерной презентации требует тщательной подготовки, тренировки и самостоятельной работе по поиску информации, ее обработке, подбору иллюстраций, а также отработки непосредственно выступления.

Техническое и программное обеспечение дисциплины

Занятия проводятся в стандартных аудиториях, оснащенных в соответствии с требованиями преподавания практических дисциплин, или в компьютерных кабинетах, оснащенных необходимым мультимедийным оборудованием.

Для проведения аудиторных занятий, а также для самостоятельной работы студентов имеются аудио-видео и презентационный материалы, а также материалы на электронных носителях по темам данной дисциплины.

Фонд оценочных средств

Примеры текущих и финальных тестов

Во время экзамена также проверяется знание национальных языков, флагов и столиц государств.

TEST ONE. Dining Etiquette Across Cultures

Dropping your chopsticks in China is considered bad luck.

- 1) TRUE
- 2) FALSE

At a dinner in Hong Kong where will the guest of honour be seated?

- 1) To the left of the host
- 2) To the right of the host
- 3) Opposite the host

Jews are forbidden from eating which of these?

- 1) Duck
- 2) Lobster
- 3) Tuna

In Belgium how many times should you raise your glass when toasting?

- 1) Once
- 2) Twice
- 3) Thrice

In the Middle East which of these should you avoid when eating?

- 1) Drinking anything
- 2) Eating with a full mouth
- 3) Using your left hand

In South Korea it is considered polite to:

- 1) Finish all the food on your plate
- 2) Refuse offers of more food at least 3 times
- 3) Pay for the meal even if you are the guest

Who pays for a meal in France?

- 1) Everyone shares it
- 2) Host
- 3) Guest

In Bolivia bananas should be eaten with a knife and fork

- 1) TRUE
- 2) FALSE

In India one should never offer someone food from their plate?

- 1) TRUE
- 2) FALSE

In Belarus what is the most popular drink at a business gathering?

- 1) Wine
- 2) Vodka
- 3) Beer

TEST TWO. Work scenarios

Nick Mills had worked hard to become the top sales representative of the IT company he worked for. When the company received an invitation from an Argentinean firm to make a marketing presentation for them, Nick was chosen to go to Buenos Aires. Nick had set up an appointment to make his presentation the afternoon he arrived. Upon arrival he was met by the host firm who told him the presentation was postponed for two days to give Nick a chance to rest and see the sites. Nick insisted he was fit and ready for the presentation and pressed to have it that afternoon. Eventually it was put back to the original slot but Nick noticed that none of the executives at the meeting seemed interested. At the end of the meeting the Vice President suggested they all meet again in two days. Why did Nick get this reaction?

- 1) Argentines are fiercely proud of their culture and heritage and saw Nick's lack of enthusiasm to take in the sights as an insult.
- 2) Nick's insistence that it take place that day was seen as over zealous - a trait considered undesirable.
- 3) Their initial offer to delay it two days was their way of allowing enough time to get to know Nick. As a virtual 'stranger' none of the executives felt the desire to engage with him.



Bob de Jonge and his Thai associate, Chaiwat Soonvichai, are walking into a meeting in Bangkok. Chaiwat asks Bob casually, 'Do you have the latest marketing portfolio with you?' Bob stops in his tracks and slaps his forehead. 'Why on earth didn't you ask me that earlier? Now there's no time to go back and get it'. The two continue on and conduct a successful meeting yet a month later Chaiwat leaves the company. What went wrong?

- 1) Chaiwat saw the slapping of the forehead as an insult to his intellect.
- 2) Chaiwat felt a great loss of face through Bob's reaction and felt compelled to leave the company.
- 3) Bob should have apologised to Chaiwat after the meeting as the missing portfolio had no negative effect.
- 4) Bob's reaction was seen as hot-headed and Chaiwat construed that as a bad sign in terms of an employer.



Jane and Diana had been working together as teachers in Istanbul, Turkey. It was coming up to the end of their contracts and had decided they wanted to see a bit more of 'real Turkey'. As they got further into the countryside and away from Istanbul they started to feel hostility towards them. On one occasion they stopped at a small coffee house in a village for some refreshments and found themselves the centre of attention. They felt shaken by the numerous stares. Jane and Diane could not understand the difference in attitude between people in Istanbul and those in the countryside.

- 1) There was no hostility - in many parts of the world people tend to stare at something new or unusual. Istanbulis are a lot more cosmopolitan and are used to Western women.
- 2) Women are not allowed to leave the house in rural Turkey.
- 3) In small villages in Turkey one should always greet the village head before doing anything.
- 4) Turks in general are suspicious of strangers and this is amplified in rural locations.



George Tailor works as a supervisor for an engineering company in Riyadh, Saudi Arabia. In the UK he had a reputation for speaking his mind and by doing so getting the best out of his staff. At the current project in Riyadh he supervises 12 British staff and nearly 50 Saudi staff. After a few months George has become increasingly frustrated by what he sees a less than effective Saudi team. Their lack of competence and slow work pace is worrying George. What should he do to try and bring the Saudi staff back into line?

- 1) Publicly reprimand a few of the Saudi staff to ensure the message gets across to them all. By doing so he will also establish who is boss.
- 2) Pick one member of the Saudi staff to explain his worries to. This staff member will then be used to relay George's opinions to the rest.
- 3) Speak to as many members of staff individually or in small groups, explaining his viewpoint and encouraging them to better their work practice and enthusiasm.
- 4) Report them to his manager, a Saudi national, and let him deal with them.



Jenny Rains had been assigned to the Paris office of his company. As a graduate in French and someone with a lot of admiration for all things French she was very excited. Upon arriving at the new office Jenny was looking forward to meeting all his new colleagues and getting to know them. While waiting for a meeting to begin she decided to initiate some conversation with another member of staff present, Mr Le Blanc. She introduced herself as Madame Rains and went on to enquire as to whether Mr Le Blanc was married and had children. Monsieur Le Blanc seemed distant and unapproachable. Why?

- 1) Introducing oneself as Monsieur/Madame if you are a foreigner is considered arrogant in France.
- 2) As a new member of staff Jenny should have waited for Mr Le Blanc to approach her.
- 3) Asking personal questions in France is considered intrusive.
- 4) Chatting before meetings is not considered proper business conduct.



A U.S. golfing equipment manufacturer decided to explore the possibility of entering the Japanese market. They have arranged a meeting with a major Japanese firm to discuss a joint venture. Three representatives of each firm meet up in San Francisco. Following the initial introductions the men sat down at opposite sides of the table. After offering their Japanese guests a drink the U.S. representatives proceeded to take off their jackets and roll up their sleeves as a sign of 'lets get down to business'. The meeting was unsuccessful and the joint venture never took place. What cultural faux pas did the Americans make?

- 1) The seating arrangements came across as distant to the Japanese who like to conduct business in a friendly atmosphere.
- 2) The U.S. business men should have also offered the Japanese the chance to take off their jackets.
- 3) The removal of jackets was seen as un-businesslike, inappropriate and in breach of professional conduct.
- 4) Drinks are always left to after meetings in Japan.



Jonathan Manning has been chosen to set up a branch of his engineering consulting firm in Seoul, South Korea. Although the six engineering consultants that would eventually be transferred there were British, Jonathan is interested in hiring locals as support staff. He is particularly keen to hire an accountant. He is offering a great salary with excellent working conditions. He gets some names put forward through contacts he has in Seoul. After meeting with them he is surprised to find all of them turn down his offer. All preferred to stay with their current employers. Why?

- 1) Most Koreans stay with their first employer for the rest of their career out of a sense of loyalty.
- 2) Koreans consider it shameful to work for foreigners.
- 3) Jonathan should not have approached them directly but through a third party.
- 4) New firms are seen as risky in Korea, most Koreans prefer to transfer to well established companies.



TEST THREE. Quick-fire TRUE or FALSE

All Arabs are Muslims

- 1) TRUE
- 2) FALSE

Shaking hands with women is acceptable in Indonesia

- 1) TRUE
- 2) FALSE

Number 4 is considered lucky in Japan

- 1) TRUE
- 2) FALSE

Most Scandinavians start their bargaining with what is in their opinion, the fair price

- 1) TRUE
- 2) FALSE

Muslims can eat Kosher meat

- 1) TRUE
- 2) FALSE

Germans like deadlines

- 1) TRUE
- 2) FALSE

Lithuanian is a Slavic language

- 1) TRUE
- 2) FALSE

In Thailand a pale face is a sign of beauty in a woman

- 1) TRUE
- 2) FALSE

In Britain you tip your plate away from you when eating soup

- 1) TRUE
- 2) FALSE

Mexicans are supposed to keep their hands on the table during a meal

- 1) TRUE
- 2) FALSE

Italian executives often come to business meetings in designer sports jackets and flannels

- 1) TRUE
- 2) FALSE

Arabs expect gifts to be opened in front of the giver

- 1) TRUE
- 2) FALSE

Spaniards like to maintain eye contact during conversations

- 1) TRUE
- 2) FALSE

White flowers in Japan are given at funerals

- 1) TRUE
- 2) FALSE

The thumbs up sign means 'OK' in Argentina

- 1) TRUE
- 2) FALSE

Japanese often send money to bereaved friends as an expression of sympathy

- 1) TRUE
- 2) FALSE

Eating with left hand is taboo in Saudi Arabia

- 1) TRUE
- 2) FALSE

Brazilians usually wear black shoes in the offices

- 1) TRUE
- 2) FALSE

Eating with your hands is rude in Malaysia

- 1) TRUE
- 2) FALSE

Armenians and Georgians belong to the same language family

- 1) TRUE
- 2) FALSE

Japanese, unlike Chinese, do not mind 'losing face'

- 1) TRUE
- 2) FALSE

The further South you go in Europe, the more authoritarian the boss is expected to be

- 1) TRUE
- 2) FALSE

American businessmen dislike detailed written contracts

- 1) TRUE
- 2) FALSE

Japanese and Chinese can read each other's newspapers

- 1) TRUE
- 2) FALSE

British people drink more than 200 million cups of tea a day

- 1) TRUE
- 2) FALSE

In India holy men usually wear white

- 1) TRUE
- 2) FALSE

TEST FOUR. Working globally across cultures

You are beginning negotiations with a Chinese company. From the start of the meeting the Chinese team show great humility and deference. You should think:

- 1) Such behaviour is a ploy designed to gain concessions
- 2) Such behaviour is just the way Chinese people are
- 3) Such behaviour shows these negotiations will be easy

You are asking a question of a junior Japanese colleague and he/she looks down and answers you. He/she :

- 1) Has something to hide and is looking for answer to cover their back
- 2) Is paying your respect

There are three of you interviewing an Afghani man for a position in your company. Of the interviewers, two of you are women. The interviewee only ever gives eye contact to the man and never to the women. This is because:

- 1) He is nervous around women
- 2) He is showing respect
- 3) He sees women as second class citizens

Your German colleague says about a proposal you have put together, "no offense but this idea is ridiculous". He/she :

- 1) is merely expressing their opinion and means no harm
- 2) is being blunt and has no etiquette
- 3) is being rude to undermine your position

You are making a proposal to a group of Japanese executives when you notice a few of them sat with their arms folded and eyes closed. They are:

- 1) Listening intently
- 2) Tired and catching up on some sleep
- 3) Pretending to be asleep to show you that they think your presentation is poor

While in South Korea, you present a gift to a new client to thank him for his hospitality and to cement your business relationship. He/she refuses to accept the gift. You should:

- 1) Apologise for offending him/her
- 2) Insist he/she takes it until it is accepted
- 3) Offer it to someone else from his/her company

You are the new manager in an Indian office. You ask one of your supervisors to move a desk and place it in another corner of the office. The next day you notice it has not yet been done. Why?

- 1) The supervisor was offended you asked him/her and refused to do anything about it
- 2) The supervisor could not find a labourer to move it and would not do so him/herself
- 3) Because things get done slowly in India

A potential Mexican client arrives 45 minutes late for a business meeting. He/she:

- 1) Has arrived late on purpose to show that they are the party in the driving seat
- 2) Has simply arrived late as punctuality is taken lightly in Mexico
- 3) Has arrived late to let you enjoy your surroundings before discussing business

During a break for a meeting between you and a group of Saudis, you walk into the men's room to find a few of them washing their feet in the sink. You think:

- 1) They must have had smelly feet
- 2) They are simply freshening themselves up
- 3) Are preparing to read their prayers

In Spain, the main purpose of a business meeting would be to:

- 1) Make decisions by discussing in the length the pro's and con's of an issue
- 2) Reach agreements by consensus
- 3) Brief the team on a decisions already taken

TEST FIVE. Negotiating across cultures

During negotiations in Japan you try to confirm a point by asking, Do you not want this added to the agreement.? You are answered with a 'yes', so you keep it within the agreement. At a later date you find the Japanese are upset that this was added to the agreement. Why?

- 1) The Japanese answer positively to negative questions so they actually meant 'no'.
- 2) 'Yes' can sometimes mean 'maybe'. In this case the Japanese team wanted to think about it so answered 'yes' meaning 'let us think about it and check with us at the next meeting'.
- 3) The Japanese assumed you knew they did not want it to form part of the agreement and answered 'yes'

Your company has been negotiating with a company in Argentina for 3 months. The next round of negotiations is set to be the final meeting, with all sides aiming for an agreement. The negotiator that had been dealing with Argentina is taken ill and cannot travel. A replacement is briefed and sent to clinch the deal. He returns empty handed. Why?

- 1) The Argentine company were simply offended because they assumed your company was not taking the corporate relationship seriously by sending in a new negotiator.
- 2) In Argentina personal relationships are valued more than corporate ones. The negotiations failed because the new negotiator was unknown.
- 3) In Argentina the belief is that if illness gets in the way of business it is a bad omen.

At the end of a successful negotiation meeting with a Pakistani firm, the owner suggests you all end the day with an alcoholic drink. What should you do?

- 1) Under no circumstances take up the offer. All Muslims do not drink alcohol and this is a test of your character
- 2) Accept the offer and enjoy the evening.

During intense negotiations the Russian negotiation team keep pressing you on a particular point you absolutely cannot budge on. You have politely indicated your position to no avail. They are insistent. Which of these options would be most advisable?

- 1) Keep politely insisting you are unable to offer any leighway. The Russians will eventually understand.
- 2) Drag your negotiation team out of the room dramatically. The Russians will then appreciate concessions on this point are unlikely.
- 3) Concede slightly. The Russians will then feel they have gained some sort of concession and move on.

At the end of your negotiations with a Chinese firm, the negotiation team suddenly demands you drop your prices or they may have to pull out of any agreement. What should you do?

- 1) Stand firm. They are merely trying to test your resolve and gain some last minute concessions.
- 2) Ask for time to speak to your superiors.
- 3) Agree. The Chinese would not do so unless there is a good reason due to the need to save 'face'

In Hong Kong, you and your counterpart share a cup of tea. During the negotiations you notice that he keeps moving his cup either closer to you or further away. Why?

- 1) This is a method used in feng shui to gage positive energy.
- 2) This represents how far away/close you are to agreement
- 3) This indicates nervousness and should be capitalized upon

Which of these statements is true?

- 1) German decision making can be very slow.
- 2) Germans take a casual approach to punctuality.
- 3) Germans expect humour in a business context.

Upon being met at the office of a potential Indonesian client you are met with very personal questions about your job, education and salary. Why?

- 1) These questions are just part of the getting to know you process.
- 2) These questions are meant to establish your rank.
- 3) These questions are thought to be of importance in your own country so are being asked out of politeness.

During negotiations in Italy two of the Italian negotiation team keep taking phone calls. Why?

- 1) This is a sure sign they have little interest in your proposal.
- 2) This is a well know tactic to make foreigners feel uncomfortable and expose weaknesses
- 3) They are probably taking calls from superiors; to not answer would be rude.

When meeting with the French in a business environment, which of these is best to avoid?

- 1) Personal questions
- 2) Eye contact
- 3) A formal demeanour

TEST SIX. Canada

Which two languages are most widely spoken in Canada?

- 1) English and American
- 2) English and Canadian
- 3) English and French

Canadians typically find it difficult to say 'no'.

- 1) TRUE
- 2) FALSE

Direct eye-contact shows...

- 1) Sincerity
- 2) Fear
- 3) Distrust

People from Canada consider themselves to really be Americans and prefer this to being called Canadians.

- 1) TRUE
- 2) FALSE

During business negotiations Canadians often talk about their families

- 1) TRUE
- 2) FALSE

Which of the following may be construed as a sign of weakness in Canada?

- 1) A weak handshake
- 2) Making direct eye contact
- 3) Wearing gloves

When doing business in Quebec it is a requirement by law that it be conducted in which language?

- 1) English
- 2) Canadian
- 3) French

Business gifts should....

- 1) Be modest
- 2) Be extravagant
- 3) Not be given

In Canada business appointments are usually made in the....

- 1) Morning
- 2) Afternoon
- 3) Evening

Business associates in Canada should in the first instance be address by....

- 1) Their first name only
- 2) Their title and first name
- 3) Their title and surname

TEST SEVEN. Islam and Working with Muslims

If you have a proposal to take to a company - who should you aim to speak to?

- 1) A member of staff that has access to the senior rank
- 2) The owner
- 3) The relevant departmental manage

What is the name of the holy book in Islam?

- 1) Torah
- 2) Mecca
- 3) Quran

The teachings of Islam emanated from which modern day country?

- 1) Palestine
- 2) Saudi Arabia
- 3) Egyptian

When greeting a Muslim woman which of these should you do?

- 1) Wait for her to extend a hand before shaking hands
- 2) Shake hands to avoid the possibility of causing offense
- 3) Not greet her as this will cause her to lose face

Prior to doing business with Muslims, which of these will assist you most?

- 1) Highlighting your reputation
- 2) Establishing trust
- 3) Having a well thought out and attractive business proposal

You are negotiating with an Arab Muslim to buy one of their products - their starting price is higher than you anticipated. What should you do?

- 1) Haggle until you reach the price you want
- 2) Accept it - the price will not change
- 3) Call an end to the negotiations

You are preparing a presentation for some potential Arab clients. What kind of information would be best?

- 1) Statistical
- 2) Visual
- 3) Textual

During negotiations your counterpart keeps saying 'inshaAllah' (God willing) to each of your requests. What should you do?

- 1) Accept the 'inshaAllah' mentality
- 2) Demand some firm commitments
- 3) Repeat the phrase but try and establish some concrete agreements

On which day would you expect to get least business done in Muslim countries?

- 1) Friday
- 2) Saturday
- 3) Sunday

Which of these would make the best gift for a Muslim client?

- 1) Silk tie
- 2) Perfume
- 3) Watch