

Interkulturelle Wirtschaftspsychologie

Das Verhalten von Menschen in Unternehmen, in Geschäftsbeziehungen und ihre Werthaltungen zu Arbeit, Gruppe und Konsum unterscheiden sich von Kultur zu Kultur. Wie diese kulturpsychologischen Unterschiede im Wirtschaftsleben empirischen Studien zufolge genau aussehen, wie man sie erklären und schließlich die Kenntnisse für praktische Problemlösungen nutzen kann, ist Gegenstand des Buchs. Zentrale Themen sind Führung in Organisationen, Verhältnis von Individuum und Gruppe (z. B. in der Teamarbeit), Denk- und Kommunikationsstile, Wertorientierungen und Grundüberzeugungen über die Welt, schließlich die Verteilung dieser kulturellen Muster auf verschiedene Weltregionen. Erklärungen der kulturvergleichenden Psychologie sowie geschichtlich-kulturellen Deutungen, aber auch die Logik des Marktes und die Rolle geographisch-klimatischer Bedingungen werden vorgestellt und abschließend Konsequenzen für die Geschäfts- und Personalführung im Ausland vorgeschlagen. Das Buch wendet sich an Studierende und Lehrende in den Sozial-, Wirtschafts- und Kulturwissenschaften, die sich an deren Schnittstellen interdisziplinäres Wissen über interkulturelle Unterschiede im Verhalten von Menschen in der Wirtschaft aneignen wollen. Auch Mitarbeiter von Unternehmen, staatlichen und nicht-staatlichen Organisationen, die sich auf einen Auslandsaufenthalt vorbereiten, oder Firmengründer im Ausland, können hier systematisches Wissen erlangen, das für unterschiedliche Einzelfälle Erklärungsmöglichkeiten und daraus folgend Handlungsmöglichkeiten anbietet.



39,95 €
37,34 € (zzgl. MwSt.)

vorbestellbar, *Erscheinungstermin ca. Januar 2019*

Artikelnummer: 9783486588545
Medium: Buch
ISBN: 978-3-486-58854-5
Verlag: De Gruyter
Erscheinungstermin: 01.01.2020
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 1. Auflage 2020
Produktform: Kartoniert
Seiten: 250
Format (B x H): 170 x 240 mm

