

Communication inter-culturelle

CIC - Fiche pédagogique



OBJECTIFS

La formation permet aux salariés de l'entreprise, membres d'une équipe de travail ou d'un groupe dédié à un projet de développer des compétences de compréhension qui passent par différents mécanismes d'apprentissage :

- La prise en compte de la différence dans un groupe pré-constitué
- L'existence de différentes générations et codes au sein de l'entreprise
- L'impact générationnel dans une collaboration, un projet, un groupe
- L'importance de la mise en place de règles de communication communes

PUBLIC CONCERNE

Tout public à partir de 18 ans

PRE REQUIS

Pas de prérequis

DUREE DE LA FORMATION

14 heures

METHODE PEDAGOGIQUE

Interaction permanente entre les participants et le formateur

Apports théoriques lors d'exposés interactifs et supports vidéo

Echange d'expérience et de vécu

Exercices d'application

Jeux

INTERVENANT

Formateurs expérimentés et reconnus pour leur compétence dans le domaine, coach de vie, d'équipe et d'entreprise certifié HBDI Ned Herrmann

TARIF

Inter-entreprises

Nous consulter

Intra-entreprise

Nous consulter

Groupes de 4 à 16 personnes

EVALUATION

Evaluations formatives et sommatives qui permettent de vérifier l'acquisition des capacités nouvelles et d'indiquer l'atteinte des objectifs pédagogiques

Test écrit individuel

FINANCEMENT DE LA FORMATION

Le financement des formations peut s'effectuer par les acteurs du financement de la formation en France (OPCO, Pôle Emploi, Région ou autre) Toutefois, les dispositifs de financement sont accessibles selon les critères de prise en charge qu'ils ont préalablement définis.

HANDICAP

Pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter en amont de la formation, nous permettant ainsi de préparer au mieux l'accueil de la personne et d'adapter si nécessaire le déroulement du stage.

CONTENU

PROGRAMME JOUR 1

Faire l'expérience de la différence

Exercice applicatif d'identification visant à faire réaliser l'expérience de la différence dite « culturelle » au participant. L'exercice est suivi d'une mise en commun sous forme de debriefing au cours duquel les participants échangent sur l'expérience qu'ils ont vécu et leurs observations.

Comprendre les caractéristiques d'une culture

Découverte des modèles d'analyse culturelle :

- Les dimensions culturelles de Geert Hofstede
- Les intelligences culturelles de Fons Trompenaars
- Edward T. Hall et la notion de contexte

Travail en groupe sur les caractéristiques fondamentales d'une « culture »

Mettre en application les connaissances

Construction d'un outil de compréhension culturelle

Représentation graphique des cultures avec lesquelles les participants échangent

Évaluation de sa propre position par rapport à sa culture d'origine

Définir une stratégie de communication (Boîte à Outils Culturelle)

Mise en place d'éléments de communication pour améliorer sa communication

Constitution d'une méthodologie d'acquisition des informations

PROGRAMME JOUR 2

Retour sur les apprentissages du JOUR 1

Exercice de créativité visant à représenter les apprentissages de la première journée sur un PaperBoard en utilisant des techniques visuelles (MindMap, Sketching, ...)

Cas Pratique – n°1

Étude de cas spécifique au pays cible de la formation

[CHINE – JAPON – INDE - MONDE ARABE – USA – ROYAUME UNI - ALLEMAGNE]

Thème : la société du pays et ses influences

Cas Pratique – n°2

Étude de cas spécifique au pays cible de la formation

[CHINE – JAPON – INDE - MONDE ARABE – USA – ROYAUME UNI - ALLEMAGNE]

Thème : découverte des Do's & Dont's (bonne/mauvaises pratiques)