

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. директора навчально-наукового інституту міжнародних відносин ім. Б.Д.Гаврилишина

Людмила ГАВРИЛЮК-ЄНСЕН



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної роботи

Віктор ОСТРОВЕРХОВ



2024р.

«30» серпня 2024р.

РОБОЧА ПРОГРАМА

з дисципліни «МІЖКУЛЬТУРНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»

Спеціальність 051 «Економіка»

Освітньо-професійна програма: «Міжнародна економіка»

Кафедра міжнародної економіки

Форма навчання	Курс	Се-местр	Лекції	Практ.	ІРС	Тре-нінг	СРС	Ра-зом	Екзамен, залік
Денна	4	8	32	14	3	8	93	150	залік

30.08.2024р.

Тернопіль – ЗУНУ
2024

Робоча програма складена д.е.н., професором Куриляк В.Є.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри міжнародної економіки
Протокол № 1 від 27 серпня 2024 р.

Завідувач кафедри _____ д.е.н., проф. Ірина ЗВАРИЧ

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності «Економіка»
протокол № 2 від 30 серпня 2024 р.

Голова групи
забезпечення спеціальності _____ д.е.н., проф. Віктор КОЗІЮК

Гарант ОП _____ д.е.н., проф. Ігор ЛШЦІНСЬКИЙ

1. СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ “Міжкультурний менеджмент”

1.1. Опис дисципліни “ Міжкультурний менеджмент ”

Дисципліна – «Міжкультурний менеджмент»	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань: 05 - Соціальні та поведінкові науки	Статус дисципліни – вибіркова Мова викладання – українська
Кількість залікових модулів – 3	Спеціальність – 051 Економіка	Рік підготовки: <i>Денна – 4</i> Семестр: <i>Денна - 7</i>
Кількість змістових модулів – 2	Освітньо-професійна програма – «Міжнародна економіка»	Лекції: <i>Денна – 32 год.</i> Практичні заняття: <i>Денна – 14 год.</i>
Загальна кількість годин – 150	Ступінь вищої освіти – бакалавр	Самостійна робота <i>Денна – 93 год.</i> Тренінг 8 Індивідуальна робота: <i>Денна – 3 год.</i>
Тижневих годин – 10 год., з них аудиторних – 46 год.		Вид підсумкового контролю: ДФН – залік

2. МЕТА І ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Метою навчальної дисципліни є формування системи теоретичних знань про основу, структуру, основні механізми становлення та функціонування якісно нового типу суспільства – «нової економіки», його переваг та недоліків, можливих ризиків та загроз як у міжнародному розвитку так і для України.

2.2. Завдання вивчення дисципліни орієнтовані на розуміння: фундаментальних теоретико-методологічних засад становлення і розвитку нової економіки і здійснення аналізу соціально-економічних технологій як основи її розвитку; сутності нової економіки, форм її прояву, особливостей функціонування та її зв'язок з інформаційно-технологічною революцією і глобалізаційними процесами; мережевого підприємства як форми організації інформаційної економіки та зміни виробничих відносин і місця людини в новій економіці. Особливе місце в посібнику відведене питанням інформатизації, електронним засобам комунікації, інноваційному типу розвитку економіки як важливим соціально-економічним технологіям розвитку нової економіки.

2.3. Унаслідок вивчення дисципліни «Міжкультурний менеджмент» студент повинен знати:

- теоретичні основи міжкультурного менеджменту, пов'язані з процесами глобалізації та інтернаціоналізації, розвитком різноманітних форм міжнародного бізнесу, формуванням національних і регіональних шкіл менеджменту в різних країнах, а також особливостей менеджменту в міжнародних компаніях за участю українських підприємств;
- особливості культурного впливу на організацію тобто культурних відмінностей і того, яким чином ці відмінності систематично впливають на організацію; як працівники можуть виявити культурні відмінності в межах свого робочого оточення;
- шляхи вирішення міжкультурних проблем і організаційного розвитку;
- динаміку міжкультурних команд, основ мотивації, керівництва та прийняття рішень на основі інтернаціональної перспективи;
- узагальнений міжнародний підхід до конфлікт-менеджменту і ведення переговорів; засвоєння проблем менеджменту людських ресурсів, які виникають в управлінні міжнародної кар'єри.

вміти:

- самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій та пропонувати способи їх вирішення; генерування інноваційних стратегічних рішень щодо вибору найбільш ефективних форм та методів управління у міжкультурному середовищі;
- працювати в команді; виробляти навички міжособистісної взаємодії, здатності мотивувати людей та рухатися до спільної мети.
- проаналізувати середовище діяльності міжнародної корпорації, що здійснює міжнародні господарські операції, сформулювати місію, визначити ключові завдання міжнародної корпорації;
- розробити стратегію розвитку бізнесу міжнародної компанії з урахуванням пріоритетів та особливостей країн, проаналізувати існуючий та обирати ефективний стиль керівництва залежно від рівня управління міжнародною корпорацією, а також адаптувати існуючий інструментарій міжнародного менеджменту до діяльності українських підприємств.

3. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ «МІЖКУЛЬТУРНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Змістовий модуль 1. Роль культури.

Тема 1. Вплив культури на міжнародні ділові відносини.

Поняття культури. Рівні культурного програмування. Типові реакції на незнайомі культури. Взаємодія з іншими культурами. Класифікація культур. Ділові культури.

Література: 1-19.

Тема 2. Культурні виміри.

Поняття культурних вимірів. Методологія Герта Хофстеде. Дослідження Лорана. Культурні виміри Тромпенаарс. Міжкультурні дослідження в менеджменті. Поняття між культурного менеджменту.

Література: 1-19.

Тема 3. Міжкультурні комунікації.

Культура і міжособові комунікації. Вербальна комунікація. Невербальна комунікація. Типові непорозуміння у міжкультурних комунікаціях. Фактори ефективної міжкультурної комунікації. Необхідність розвитку «міжкультурної компетенції». Усунення культурних бар'єрів. Адаптація до інших культурних умов.

Література: 1-19.

Тема 4. Міжкультурна мотивація, лідерство і прийняття рішень.

Природа мотивації. Міжкультурні аспекти теорій мотивації. Теорія ієрархії потреб А. Маслоу. Двофакторна теорія Ф. Герцберга. Теорія трьох потреб Д. Мак-Клелланда. Теорія очікувань В. Врума. Система винагород. Міжнародний контекст теорій керівництва і лідерства. Філософське підґрунтя керівництва і лідерства. Типологія керівництва.

Література: 1-19.

Змістовий модуль 2. Організаційна поведінка і менеджмент людських ресурсів.

Тема 5. Культурні розходження в організаціях.

Культурні параметри організаційної поведінки. Культурні архетипи організацій. Стратегії розпізнавання культури організації. Стратегії управління культур.

Література: 1-19.

Тема 6. Значення культурних відмінностей для міжнародної маркетингової комунікації.

Проблема розробки оптимальної стратегії міжнародного маркетингу. Стратегічні альтернативи міжнародної маркетингової комунікації і політики продукту. Роль культурного впливу на поведінку споживачів. Культура як частина маркетингового середовища. Соціально-культурні детермінанти поведінки споживачів. Соціально-організаційний вимір соціально-культурного середовища. Демографічний вимір соціально-культурного середовища. Нормативний вимір соціально-культурного середовища.

Література: 1-19.

Тема 7. Менеджмент культурних відмінностей в окремих галузях маркетингової комунікації: міжнародна реклама.

Цілі і стратегія міжнародної реклами. Продукт і фірма як об'єкти реклами. Національний імідж продукту на іноземному ринку. Прийняття рішень щодо міжнародної реклами. Використання національної або міжнародної рекламної агенції. Розробка і реалізація культурно-адаптивної концепції реклами. Конструювання повідомлення у міжнародній

рекламі. Вибір засобів масової інформації у міжнародному маркетингу. Політико-правові межі міжнародної реклами.

Література: 1-19.

Тема 8. Ведення переговорів і процес прийняття рішень.

Міжкультурні переговори. Поняття процесу переговорів. Міжкультурні переговори з представниками Китаю. Стратегії ведення міжкультурних переговорів.

Література: 1-19.

4. СТРУКТУРА ЗАЛІКОВОГО КРЕДИТУ ДИСЦИПЛІНИ

«Міжкультурний менеджмент»

(денна форма навчання)

Теми курсу	Кількість годин					
	Лекції	Практичні	СРС	ІРС	Тренінг	Контрольні заходи
Змістовний модуль 1. Роль культури						
Тема 1. Вплив культури народні ділові відносини	4	2	10	2	4	Поточне опитування
Тема 2. Культурні виміри	4	2	10			
Тема 3. Міжкультурні комунікації	4	2	10			
Тема 4. Міжкультурна мотивація, лідерство і прийняття рішень	4	2	10			
Змістовний модуль 2. Організаційна поведінка і менеджмент людських ресурсів						
Тема 5. Культурні розходження в організаціях	4	2	10	1	4	Поточне опитування
Тема 6. Значення культурних відмінностей для міжнародної маркетингової комунікації	4	2	10			
Тема 7. Менеджмент культурних відмінностей в окремих галузях маркетингової комунікації: міжнародна реклама	4	2	11			
Тема 8. Ведення переговорів і процес прийняття рішень	4	-	22			
Разом	32	14	93	3	8	

5. ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ.

Практичне заняття

Тема 1. Вплив культури на міжнародні ділові відносини

Мета: засвоїти понятійні основи міжкультурного менеджменту.

1. Поняття культури.
2. Рівні культурного програмування.
3. Типові реакції на незнайомі культури.
4. Взаємодія з іншими культурами.
5. Класифікація культур. Ділові культури.

Література: 1-19.

Практичне заняття

Тема 2. Культурні виміри

Мета: на основі розуміння методології культурних вимірів вміти виявити вплив культури на ділову практику.

1. Поняття культурних вимірів. Методологія Герта Хофстеде. Дослідження Лорана. Культурні виміри Тромпенаарс.
2. Міжкультурні дослідження в менеджменті.
3. Поняття між культурного менеджменту.

Література: 1-19.

Практичне заняття

Тема 3. Міжкультурні комунікації

Мета: засвоїти причини можливих проблем у міжкультурних комунікаціях, стереотипи та фактори, що можуть їх спричиняти.

1. Культура і міжособові комунікації.
2. Вербальна комунікація. Невербальна комунікація. Типові непорозуміння у міжкультурних комунікаціях.
3. Фактори ефективної міжкультурної комунікації.
4. Необхідність розвитку «міжкультурної компетенції». Усунення культурних бар'єрів. Адаптація до інших культурних умов.

Література: 1-19.

Практичне заняття

Тема 4. Міжкультурна мотивація, лідерство і прийняття рішень

Мета: опанувати культурну обумовленість теорій мотивації та можливості їх прикладного застосування у бізнес-практику.

1. Природа мотивації. Міжкультурні аспекти теорій мотивації.
2. Теорія ієрархії потреб А. Маслоу. Двофакторна теорія Ф. Герцберга. Теорія трьох потреб Д. Мак-Клелланда. Теорія очікувань В. Врума. Система винагород.
3. Міжнародний контекст теорій керівництва і лідерства.
4. Філософське підґрунтя керівництва і лідерства. Типологія керівництва.

Література: 1-19.

Практичне заняття

Тема 5. Культурні розходження в організаціях

Мета: розуміти типи організаційної культури та стратегії визначення культури організації.

1. Культурні параметри організаційної поведінки.
2. Культурні архетипи організацій.
3. Стратегії розпізнавання культури організації.
4. Стратегії управління культур.

Література: 1-19.

Практичне заняття

Тема 6. Значення культурних відмінностей для міжнародної маркетингової комунікації.

Мета: засвоїти основні принципи та застосування маркетингової стратегії диференціації та адаптації.

1. Роль культурного впливу на поведінку споживачів. Культура як частина маркетингового середовища.
2. Соціально-культурні детермінанти поведінки споживачів.
3. Соціально-організаційний вимір соціально-культурного середовища.
4. Демографічний вимір соціально-культурного середовища.
5. Нормативний вимір соціально-культурного середовища.

Література: 1-19.

Практичне заняття

Тема 7. Менеджмент культурних відмінностей в окремих галузях маркетингової комунікації: міжнародна реклама

Мета: оволодіти методами розробки комплексної рекламної концепції для міжнародного підприємства.

1. Цілі і стратегія міжнародної реклами. Продукт і фірма як об'єкти реклами. Національний імідж продукту на іноземному ринку.
2. Прийняття рішень щодо міжнародної реклами. Використання національної або міжнародної рекламної агенції. Розробка і реалізація культурно-адаптивної концепції реклами. Конструювання повідомлення у міжнародній рекламі.
3. Вибір засобів масової інформації у міжнародному маркетингу.
4. Політико-правові межі міжнародної реклами.

Література: 1-19.

Практичне заняття

Тема 8. Ведення переговорів і процес прийняття рішень

Мета: вивчити стратегії переговорів, що можуть бути успішними на міжнародному рівні.

1. Міжкультурні переговори. Поняття процесу переговорів.
2. Міжкультурні переговори з представниками Китаю.
3. Стратегії ведення міжкультурних переговорів.

Література: 1-19.

6. ТРЕНІНГ З ДИСЦИПЛІНИ

Мета тренінгу з дисципліни «Міжкультурний менеджмент» – формування у студентів цілісного бачення, критичного мислення та пропонування обґрунтованих рішень на основі використання теоретичних знань під час розв’язання практичних завдань та вміння змістовно інтерпретувати отримані результати. Успішне проходження тренінгу сприяє посиленню практичної спрямованості у підготовці фахівців за ступенем вищої освіти «бакалавр».

Завдання для тренінгу:

«Ефективність ведення міжкультурних переговорів»

Вибрати дві країни (бажано представників культур з різними ключовими культурними вимірами (за Ф. Тромпенаарзом та Г. Хофстеде) та розробити для них основні напрями ефективної стратегії переговорів.

Тренінг спрямований на вирішення наступних завдань:

1. Визначення стратегій різних культур та їх взаємоадаптація.
2. Вибір успішної стратегії переговорів.
3. Обговорення способів ухилення і шляхів протидії (накладення табу на точку зору, перенесення тягаря доказу на опонента, логічна диверсія, фіктивний противник, кругова аргументація тощо).
4. Аналітичний звіт.

Розглядаються наступні питання:

Етапи переговорів: підготовка до переговорів (збір інформації, встановлення дружніх відносин тощо); аналіз (з’ясування інтересів опонента і визначення особи, яка приймає рішення); пропозиція (теза, аргументи, демонстрація, види аргументів, переконливість аргументів, джерела аргументів); обговорення (прийоми, безвихідні ситуації, дебати, критерії переконливості аргументації).

Контракт: особливості контрактів у різних культурах.

Підсумком проведеної роботи повинні бути підготовка:

1. Презентація за результатами аналітичного звіту «Успішна стратегія ведення переговорів».

Оцінка за завдання з тренінгу (100 балів)

7. САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ

Організація самостійної роботи студентів вимагає особливої уваги, тому, що частина питань, кожної теми виноситься на самостійне вивчення студентами. Самостійна робота студента забезпечується системою навчально-методичних засобів, передбачених кафедрою для вивчення навчальної дисципліни. Методичні матеріали передбачають можливість проведення самоконтролю (питання, тестування) з боку студента. Самостійна робота над засвоєнням дисципліни може виконуватися у читальних залах університету, навчальних кабінетах та комп’ютерних лабораторіях, в домашніх умовах. Кафедра забезпечує консультації з окремих найскладніших тем курсу. Викладачі кафедри здійснюють також поточний і підсумковий контроль та аналізують результати самостійної роботи студента.

Навчальний матеріал, передбачений для засвоєння під час самостійної роботи, виноситься на підсумковий контроль поряд з навчальними матеріалами, який опрацьовується на навчальних заняттях.

Для виконання самостійної роботи кожен студент обирає 2 теми для написання реферату та інші дві теми для написання есе.

Зміст самостійної роботи

Теми лекцій	Перелік питань
Тема 1. Вплив культури на міжнародні ділові відносини.	Джерела переваг культурних розходжень для світової економіки. Важливість розуміння культурних відмінностей для керівника. Суть парачіалізму та етноцентризму та їхні прояви у різних культурах. Суть понять: «Культура як колективне програмування розуму», «айсберг культури», «культурна цибулина». Суть та етапи культурного шоку, стратегії пристосування у іншій діловій культурі. Співвідношення між національною й діловою культурою. Можливості впливу на формування ділової культури.
Тема 2. Культурні виміри.	Переконання, погляди й цінності менеджерів та їхній вплив на поведінку. Основні розходження в стилях управління різних країн. Параметри, що визначають розходження в організаційній поведінці представників різних культур (за Гертом Хофстеде й Фонсом Тромпенаарсом). Вплив універсалізму і партикуляризму; нейтральні та емоційні відносини; специфічні та дифузні відносини; вимір дистанція влади; колективізму та індивідуалізму; жіночого та чоловічого начала; високий та низький рівень уникнення невпевненості на ведення бізнесу й ділові взаємини.
Тема 3. Міжкультурні комунікації.	Культура і міжособові комунікації. Вербальна комунікація. Невербальна комунікація. Типові непорозуміння у міжкультурних комунікаціях. Фактори ефективної міжкультурної комунікації. Необхідність розвитку «міжкультурної компетенції». Усунення культурних бар'єрів. Адаптація до інших культурних умов.
Тема 4. Міжкультурна мотивація, лідерство і прийняття рішень.	Культурна обумовленість мотивації. Основні теорії менеджменту з мотивації у міжкультурному аспекті. Корпоративне бачення лідерства значення мають ці відмінності для сучасного бізнесу? Джерела організаційних очікувань щодо лідера. Поведінка лідерів у моноактивних, поліактивних і реактивних культурах. Аспекти лідерства, їхні відмінності у різних культурах.
Тема 5. Культурні розходження в організаціях.	Параметр культури «організація». Суть систематичного та органічного підходів. Типові риси систематичних й органічних організацій

	<p>та крайнощі прояву цього параметра. Параметр лідерства в трикутнику культури та його крайні прояви. Суть індивідуального та групового лідерства. Основні архетипи організацій. Поняття культурної синергії та риси культурно синергетичних організацій. Культурно синергетичні переваги багатокультурних організацій та потенційні проблеми, які викликає культурна розмаїтість в організації. Потенційні труднощі управління багатокультурними групами. Роль культурних розходжень для ефективності і взаєминах робітників всередині груп.</p>
<p>Тема 6. Значення культурних відмінностей для міжнародної маркетингової комунікації.</p>	<p>Проблема розробки оптимальної стратегії міжнародного маркетингу. Стратегічні альтернативи міжнародної маркетингової комунікації і політики продукту. Роль культурного впливу на поведінку споживачів. Культура як частина маркетингового середовища. Соціально-культурні детермінанти поведінки споживачів. Соціально-організаційний вимір соціально-культурного середовища. Демографічний вимір соціально-культурного середовища. Нормативний вимір соціально-культурного середовища.</p>
<p>Тема 7. Менеджмент культурних відмінностей в окремих галузях маркетингової комунікації: міжнародна реклама.</p>	<p>Цілі і стратегія міжнародної реклами. Продукт і фірма як об'єкти реклами. Національний імідж продукту на іноземному ринку. Прийняття рішень щодо міжнародної реклами. Використання національної або міжнародної рекламної агенції. Розробка і реалізація культурно-адаптивної концепції реклами. Конструювання повідомлення у міжнародній рекламі. Вибір засобів масової інформації у міжнародному маркетингу. Політико-правові межі міжнародної реклами.</p>
<p>Тема 8. Ведення переговорів і процес прийняття рішень.</p>	<p>Значення переговорів у міжнародному бізнесі. Які культурні фактори та їхній вплив на переговорний процес. Роль посередника для успіху міжкультурних переговорів. Стили ведення переговорів. Контекст переговорів та його вплив на їхні результати. Розходження у виборі місця проведення, кількості й статусі учасників, строків переговорів у різних культурах. Суть принципового підходу до ведення міжнародних переговорів у контексті порівняння із традиційним конкурентним підходом. Етапи культурно синергетичного</p>

	підходу до міжнародних переговорів. Вербальні та невербальні тактики, застосовувані представниками різних культур у процесі переговорів. Найпоширеніші в різних культурах тактики.
Разом	93 год

8. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ ТА МЕТОДИ ДЕМОНСТРУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

У процесі вивчення дисципліни “Міжкультурний менеджмент” використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- поточне опитування, тестування;
- презентації результатів виконаних завдань;
- оцінювання результатів модульної контрольної роботи;
- оцінювання результатів самостійної роботи студентів;
- інші види індивідуальних і групових завдань;
- залік.

9. КРИТЕРІЇ, ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

В процесі вивчення дисципліни “Міжкультурний менеджмент” використовуються наступні методи оцінювання навчальної роботи студента за 100-бальною шкалою:

Модуль 1		Модуль 2	Модуль 3
40%	40%	5%	15%
Поточн. оцінюв.	Модульн. контр. 1	Тренінг	Самостійна робота
Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять.	1. Теоретичні питання (2 пит.)– макс. 60 балів. 2. Тестові завдання (20 тестів по 2 бали за тест) – макс. 40 балів.	Оцінка за завдання з тренінгу (1 завдання - 100 балів).	Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час вивчення дисципліни за самостійну роботу (реферат, есе).

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	Відмінно	A (відмінно)
85-89	Добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	Задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	Незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)

1-34	F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)
------	--

10. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

№	Найменування	Номер теми
1.	Мультимедійний проектор	1-8
2.	Проекційний екран	1-8
3.	Комунікаційне програмне забезпечення (Internet Explorer, Opera, Google Chrome, Firefox)	1-8
4.	Наявність доступу до мережі Інтернет	1-8
5.	Персональні комп'ютери	1-8
6.	Комунікаційне програмне забезпечення (Zoom) для проведення занять у режимі он-лайн (за необхідності)	1-8
7.	Комунікаційна навчальна платформа (Moodle) для організації дистанційного навчання (за необхідності)	1-8
8.	Програмне забезпечення: ОС Windows	1-8
9.	Інструменти Microsoft Office (Word; Excel; Power Point і т. і.)	1-8
10.	Google Forms, Google Sheets	1-8

11. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

- Багатонаціональні підприємства та глобальна економіка. Монографія / За ред. О. І. Рогача. – К.: «Видавництво «Центр учбової літератури», 2020. 368 с. URL: <http://dSPACE.tneu.edu.ua/handle/316497/37137>
- Берри Д. В., Пуртинга А. Х., Сигалл М. Х., Дасен П. Р. Кросскультурная психология. Исследования и применение: пер. с англ. – Х.: Гуманитарный центр, 2019. – 558 с.
- Давидова І.О., Величко К.Ю., Печенка О.І. Транснаціональні корпорації: навчальний посібник. – Харків: Видавництво «Форт», 2019. – 175с.
- Меєр Е. Культурна карта. Бар'єри міжкультурного спілкування в бізнесі. К: Наш формат, 2020. -224с.
- Міжнародний менеджмент. Підручник. / За ред. М.П, Бутка. К.: Центр учбової літератури. 2019. 412с.
- Міжнародний менеджмент: навчальний посібник / Г.Я. Глуха, С.Б. Холод, В.Є. Момот, О.А. Євтушенко. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2019. 72 с.
- Deresky H., Miller S. International Management: Managing Across Borders and Cultures, Text and Cases, 10th Edition.- Pearson, 2021.- 504p.
- Charles W.L. Hill, G. Tomas M. Hult. International business competing in the global marketplace. - Charles W.L. Hill, 2019. - 731p.
- Fukuyama F. Identity: The Demand for Dignity and the Politics of Resentment. Profile Books. 2019, 721p.
- Goodhar C, Pradhan M. The great demographic Reversal: Aging Societies, Waning Inequality, and an Inflation Revival. Palgrave Macmillan, -2020, 260p.
- Halman L. The European Values Study: A Third Wave / L. Halman. – Tilburg: EVS WORC, 2020, 611p.
- Hatchinson C. Cross-cultural communication: a guide for international students. - Createspace Independent Publishing Platform, 2019, 120 p.
- Luthans F., Doh J.P. International Management: Culture, Strategy, and Behavior. NY. McGraw-Hill/Irwin, NY - 2020, 674 p.

14. Lishchynskyy I., Lyzun M., Kuryliak V., Savelyev Ye. The Dynamics of European Periphery. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. 2020. No 41 (4). P. 527-536. <https://doi.org/10.15544/mts.2019.43>
15. Lishchynskyy I., Lyzun M., Siskos E., Savelyev Ye., Kuryliak V. Urban Green Space: Comparing the EU and Ukrainian Practice. - SHS Web of Conferences 100, 05007 (2021).
16. Nahavandi A. The Cultural Mindset. Managing people across cultures: textbook.-Sage Publishing. 2021. - 696p.
17. Qutait M.A. The next great Collapse 2020-2022. -Journal of Global Economics.- 2021. Volume 9. Issue 2. URL: <https://www.hilarispublisher.com/open-access/factors-affecting-the-entrepreneurial-dynamics.pdf>
18. Savelyev, Y., Lyzun, M., Kuryliak, V., & Lishchynskyy, I. (2021). Economic Integration of the Visegrad Four and Ukraine in the Context of Historical Narratives and Global Challenges. European Journal of Sustainable Development, 10(2), 44. <http://ecsdev.org/ojs/index.php/ejsd/article/view/1209>
19. Steers R, M., Nardon L, By (author), Sanchez-Runde C.J. (2019). Managing across cultures: developing global competencies. - Cambridge University Press. -422 p.