

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СОЦІАЛЬНО – ГУМАНІТАРНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан соціально-гуманітарного факультету
Оксана ГОМОТЮК
«*31*» *серпня* 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
В.о. проректора з науково-педагогічної роботи
Віктор ОСТРОВЕРХОВ
«*31*» *серпня* 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Директор Навчально-наукового інституту новітніх освітніх технологій
Святослав ПИТЕЛЬ
«*31*» *серпня* 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА

з дисципліни «КУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ БІЗНЕСУ»

ступінь вищої освіти –перший (бакалаврський)

галузь знань –02 культура і мистецтво

спеціальність – 028 Менеджмент соціокультурної діяльності

освітньо-професійна програма - «Менеджмент соціокультурної діяльності»

кафедра інформаційної та соціокультурної діяльності

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Пр. заняття (год.)	ІРС (год.)	Тренінг, КПЗ (год.)	Самост. робота студ. (год.)	Разом (год.)	Екз./Залік (сем.)
Денна	2	4	28	28	3	8	53	120	екз.4
Заочна	2	3,4	8	4	-	-	108	120	екз.4

Тернопіль – ЗУНУ
2023

31.08.2023

Робоча програма складена на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалавра галузі знань 02 «Культура і мистецтво», спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності», затвердженої Вченою радою ЗУНУ, протокол № 9 від 15 червня 2022 р.

Робочу програму склала кандидат економічних наук, доцент кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності Патряк Олександра Тарасівна

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності, протокол № 1 від 28 серпня 2023 р.

Зав. кафедри, кандидат іст. наук, доцент



Ірина НЕДОШИТКО

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності», протокол № 1 від 30 серпня 2023 р.

Керівник групи
забезпечення спеціальності
канд.іст. наук , доцент



Олена СТЕФАНИШИН

Гарант ОПІ
канд.іст. наук , доцент



Олена СТЕФАНИШИН

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Культурні аспекти бізнесу»

1. Опис дисципліни «Культурні аспекти бізнесу»

Дисципліна «Культурні аспекти бізнесу»	Галузь знань, спеціальність, СВО	Характеристика навчальної Дисципліни
Кількість кредитів ECTS – 4	Галузь знань 02 Культура і мистецтво	Статус дисципліни <i>обов'язкова</i> Мова навчання <i>українська</i>
Кількість залікових модулів – 4	Спеціальність 028 Менеджмент соціокультурної діяльності	Рік підготовки: <i>Денна – 2</i> <i>Заочна – 2</i> Семестр: <i>Денна – 4</i> <i>Заочна – 4</i>
Кількість змістових модулів – 2	Освітньо-професійна програма: « Менеджмент соціокультурної діяльності»	Лекції: <i>Денна – 28</i> <i>Заочна – 8 год.</i> Практичні заняття: <i>Денна – 28</i> <i>Заочна – 4 год.</i>
Загальна кількість годин – 120	Ступінь вищої освіти – бакалавр	Самостійна робота: <i>Денна – 53</i> <i>(тренінг, КПЗ –8 год)</i> <i>Заочна – 108 год.</i> Індивідуальна робота – <i>3 год</i>
Тижневих годин – 8, з них аудиторних – 4		Вид підсумкового контролю: <i>Денна – екзамен</i> <i>Заочна – екзамен</i>

2. Мета і завдання дисципліни «Культурні аспекти бізнесу»

2.1. Мета вивчення дисципліни

Культура у бізнесі – могутній і потужний інструмент управління персоналом, що забезпечує довготривалий успіх на ринку товарів і послуг та сприяє гуманізації усіх сфер діяльності, формуванню високої національної ідеї. Дотримання етичних принципів, соціально-психологічних аспектів та норм ведення бізнесу, повага до партнерів, увага до людського фактору - все це є запорукою побудови довгострокових, взаємовигідних стосунків. Усвідомлення їх важливості - ключ до успіху в сучасному інформаційному бізнес-середовищі.

Метою вивчення дисципліни є формування у студентів системи знань про культурні аспекти ведення бізнесу, оволодіння навичками міжкультурних комунікацій та ефективної взаємодії з представниками різних культур в діловій сфері; розкриття змісту і принципів культури бізнесу як важливого компонента соціальної регуляції; вивчення правил ділових стосунків з метою формування розвиненої культури підприємництва, а також сформуванню системи професійних компетенцій, які дозволять успішно виконувати функції управління в сучасних компаніях і мати певні конкурентні переваги на ринку праці України.

2.2.Завданнями вивчення дисципліни є:

- вивчити теоретичні основи культури бізнесу, визначити суть, основні принципи, проблеми ділових стосунків;
- розглянути механізм впливу культури на бізнес;
- зрозуміти роль і призначення морально-етичні та психологічних засад культури бізнес-стосунків
- засвоїти основні поняття і розкрити принципи ділового спілкування як елемент ділової культури;
- зрозуміти і узяти на озброєння роль і значення репутації фірми та ділового етикету для службової діяльності ділових людей.
- аналізувати культурні особливості українських та міжнаціональних бізнес-комунікацій.
- освоїти культурний, суспільно-політичний та соціально-економічний простори буття, включаючи бізнес-сферу.

Розуміння і врахування етичних та соціально-психологічних компонентів сучасних бізнес-стосунків – чинник якісної аналітики комунікацій у бізнес-середовищі, запорука продуктивної діяльності професіонала – представника інформаційного суспільства, необхідна умова підтримки позитивного морально-психологічного клімату в просторі ділових контактів будь-якої організації.

3. Програма навчальної дисципліни: «Культурні аспекти бізнесу»

Змістовий модуль 1. Місце і роль культури бізнесу в сучасному суспільстві

Тема 1. Предмет, мета і завдання курсу. Основні положення бізнес-культури.

Предмет, мета і завдання навчального курсу. Місце дисципліни у системі професійного навчання студентів ОПП «Менеджмент соціокультурної діяльності». Зв'язок курсу з іншими навчальними дисциплінами.

Сутність поняття «культура», «бізнес» та «бізнес-культура», історія розвитку ділової культури. Основні складові та функції бізнес-культури. Процес формування і розвитку бізнес-культури. Важелі формування бізнес-культури.

Тема 2. Морально-етичні засади культури бізнес-стосунків

Сучасна етика-бізнесу. Соціальна відповідальність як складова сучасної моделі бізнесу. Приклади програм соціальної відповідальності успішних компаній. Етичний кодекс бізнесу. Види і функції етичних кодексів. Всесвітні принципи етичної поведінки в бізнесі. Найпоширеніші різновиди поведінки в бізнесі у діловій сфері («акули бізнесу», «дельфіни»). Рівні етики бізнесу: світовий, макро-, мікрорівні.

Тема 3. Підприємництво і бізнес-культура

Процес формування складу учасників бізнесу. Критерії підбору команди учасників бізнесу. Етика відносин фірми і найманого працівника. Лідерство. Моральні аспекти у структурі відносин «фірма-найманий працівник». Онбординг.

Тема № 4. Психологічні засади культури бізнес –стосунків. Самоменеджмент особистості.

Психологічні основи підприємства та характерні риси підприємця. Психологія грошей. Управління колективом або мудрий менеджмент. Мотивація діяльності: управління, стратегії, методи, концепції. Самоменеджмент особистості. Управління власним часом. Управління розвитком своєї особистості. Управління розвитком власного життя й кар'єри особистості, «формула» особистісного та професійного успіху

Тема 5. Крос-культурний менеджмент.

Організаційна культура. Типологія організаційних культур

Визначення поняття "крос-культурний менеджмент" та описати його сутність. Вплив національної культури на організаційну культуру компаній. Значення крос-культурного менеджменту в умовах глобалізації та міжнародної економічної інтеграції. основні моделі та концепції крос-культурного менеджменту (Г. Хофстеде, Ф. Тромпенаарса, Р. Льюїса та ін.). Організація культури і організаційна культура. Поняття організаційної культури. Практичні аспекти організаційної культури. Рівні та елементи організаційної культури. Типології організаційних культур. Підходи до формування ефективних крос-культурних команд в організаціях

Тема 6. Організаційна поведінка в міжнародному бізнесі

Фактори, що впливають на спільне ведення бізнесу. Національна ділова культура і параметри крос-культурних відмінностей. Культурні виміри та чинники, що впливають на особливості управління в різних країнах. Особливості української бізнес-культури. Етика бізнесу в Європі (Велика Британія, Франція, Німеччина, Іспанія, Італія). Специфіка етики бізнесу у Північній Америці (США, Канада). Особливості національного етикету в азійських державах (Китай, Японія, арабський світ). Національний характер. Національні традиції та їх значення у діловому спілкуванні.

Змістовий модуль 2. Реноме фірми та діловий бізнес-етикет

Тема 7. Корпоративна культура організацій як складова розвитку бізнесу

Корпоративна культура: суть, складові, функції. Соціальна відповідальність як елемент корпоративної репутації. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ). Національні стратегії з корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Корпоративна репутація та корпоративний імідж. Корпоративні заходи як інструмент мотивації, їх цілі, функції, способи організації.

Тема 8. Діловий етикет як основа поведінки у бізнес-середовищі

Бізнес-етикет: його сутність, правила, функції. Основні види етикету. Головні історичні етапи становлення етикету як соціокультурного явища. Міжнародний бізнес-етикет. Підготовка та проведення ділових зустрічей. Домовленість про ділову зустріч. Підготовка приміщень. Зустріч делегацій. Привітання. Розміщення учасників зустрічі. Офіційна мова. Класифікація ділових прийомів, їх організація та проведення. Формальні та неформальні ділові прийоми. Сервіровка столу. Подарунки, сувеніри, квіти у ділових відношеннях.

Тема 9. Комунікації у бізнесі. Ділове спілкування як елемент ділової культури та міжнародні переговори в бізнесі. Нетворкінг бізнесу

Ділове спілкування як елемент ділової культури. Організація взаємодії ділових партнерів. Соціальні типи в діловому спілкуванні. Правила етикету у невербальній комунікації. Міжнаціональні відмінності невербального спілкування. Нетворкінг бізнесу. Етика спілкування у мережі Інтернет. Нетворкінг в інтернет –просторі. Специфіка роботи через перекладача. Ділове спілкування з журналістами. Особливості публічного виступу по радіо та на телебаченні. Організація та проведення нарад. Виступ на бізнес зборах.

Тема 10. Імідж фірми, Бізнес-дизайн, репутації фірми (publicrelation). Ділова атрибутика підприємства.

Поняття «імідж», «репутація». Складові репутації та іміджу компанії. Способи формування іміджу, його значення в сучасних умовах. Бізнес-дизайн та його значення для підвищення бізнес-культури підприємства. Створення сприятливої репутації своїй фірмі (publicrelation). Правила виготовлення візитних карток, розробка брендів, логотипів, порт фоліо тощо. Рекламна та інтернет-продукція. Корпоративна візитна картка. Ділові подарунки. Діловий одяг. Фірмовий одяг.

Тема 11. Культурні аспекти рекламної діяльності.

Поняття етики реклами та етичної рекламної діяльності. Основні функції реклами. Культура і реклама в інформаційному суспільстві. Основні принципи реклами, правила, заборони та обмеження. «Нечесна» реклама, «оманлива» реклама. Копірайтинг. Управління рекламною діяльністю.

Тема 12. Конфлікти в бізнесі та культурні шляхи їх подолання.

Природа конфліктів в організації, їх зміст і види. Причини конфліктів і їх усунення. Роль керівника в конфліктних ситуаціях. Принципи і методи управління конфліктами. Формування позитивного мікроклімату на підприємстві та профілактика конфліктних ситуацій. Просторові межі конфлікту. Динаміка конфлікту, етапи конфлікту. Інцидент. Конфліктогени. Етичні способи управління конфліктом, його діагностика та попередження. Компроміс, стилі вирішення конфліктів у бізнесі. Медіація — нова культура діалогу.

**4. Структура залікового кредиту з дисципліни
«Культурні аспекти бізнесу»
(денна форма навчання)**

	<i>Кількість годин</i>					
	Лекції	Прак-тичні заняття	Індивідуальна робота	Тренінг, КПЗ	Само-стійна робота	Контрольні заходи
Змістовий модуль 1. Місце і роль культури бізнесу в сучасному суспільстві						
Тема 1. Предмет, мета і завдання курсу. Основні положення бізнес-культури.	2	2		4	4	Тестування
Тема 2. Морально-етичні засади культури бізнес-стосунків	2	2			4	Поточне опитування
Тема 3. Підприємництво і бізнес-культура	2	2			4	Поточне опитування
Тема 4. Психологічні засади культури бізнес-стосунків	4	4			6	Робота в групах
Тема 5. Крос-культурний менеджмент. Організаційна культура.	2	2			4	Тестування
Тема 6. Організаційна поведінка в міжнародному бізнесі	4	4	1		4	Оцінювання результатів презентації
Змістовий модуль 2 . Реноме фірми та діловий бізнес-етикет						
Тема 7. Корпоративна культура організацій як складова розвитку бізнесу	2	2		4	4	Тестування
Тема 8. Діловий етикет як основа поведінки у бізнес-середовищі	2	2			4	Мозкова атака
Тема 9. Комунікації у бізнесі. Ділове спілкування як елемент ділової культури та міжнародні переговори в бізнесі. Нетворкінг бізнесу	2	2	1		4	Дискусія
Тема 10. Імідж фірми, Бізнес-дизайн, репутації фірми (publicrelation). Ділова атрибутика підприємства.	2	2			4	Тестування
Тема 11. Культурні аспекти рекламної діяльності.	2	2			6	Робота в групах
Тема 12. Конфлікти в бізнесі та культурні шляхи їх подолання.	2	2	1		5	Поточне опитування
Разом	28	28	3		8	53

(заочна форма навчання)

Тема	Кількість годин			
	Лекції	Практичні заняття	Сам. Робота	Контрольні заходи
Тема 1. Предмет, мета і завдання курсу. Основні положення бізнес-культури.			10	Поточне опитування, практичні завдання
Тема 2. Морально-етичні засади культури бізнес-стосунків	2	1	8	
Тема 3. Підприємництво і бізнес-культура			10	
Тема 4. Психологічні засади культури бізнес – стосунків	2	1	10	

Тема 5. Крос-культурний менеджмент. Організаційна культура. Типологія організаційних культур			8	
Тема 6. Організаційна поведінка в міжнародному бізнесі			10	
Тема 7. Корпоративна культура організацій як складова розвитку бізнесу			10	
Тема 8. Діловий етикет як основа поведінки у бізнес-середовищі	2	1	6	
Тема 9. Комунікації у бізнесі. Ділове спілкування як елемент ділової культури та міжнародні переговори в бізнесі. Нетворкінг бізнесу			8	
Тема 10. Імідж фірми, Бізнес-дизайн, репутації фірми (publicrelation). Ділова атрибутика підприємства.	2	1	10	
Тема 11. Культурні аспекти рекламної діяльності.			10	
Тема 12. Конфлікти в бізнесі та культурні шляхи їх подолання.			10	
Підсумковий контроль	8	4	108	Екзамен

5. Тематика практичних завдань

Тема 1. Основні положення бізнес-культури.

Мета: аналіз співвідношення загальнолюдської культури й культури бізнесу.

Питання для обговорення:

1. Сутність поняття «культура», «бізнес» та «бізнес-культура»
2. Історія розвитку ділової культури. Основні складові та функції бізнес-культури.
3. Процес та важелі формування і розвитку бізнес-культури.

Робота в групах метод «Т-таблиця».

1. Аналіз співвідношення загальнолюдської культури й культури бізнесу.
2. Порівняйте культуру адміністративних закладів та інноваційних компаній. Проведення дискусій

Питання, винесені на самостійне опрацювання

Етичні категорії в бізнесі.

Тема: Морально-етичні засади культури бізнес-стосунків

Мета: формування системи знань про сучасну бізнес-етику

Питання для обговорення:

1. Сучасна етика-бізнесу.
2. Мобінг – поняття, ознаки, причини та покарання за вчинення мобінгу.
3. Соціальна відповідальність як складова сучасної моделі бізнесу. Приклади програм соціальної відповідальності успішних компаній.
4. Етичний кодекс бізнесу. Види і функції етичних кодексів. Всесвітні принципи етичної поведінки в бізнесі.
5. Найпоширеніші різновиди поведінки в бізнесі у діловій сфері («акули бізнесу», «дельфіни»)
6. Рівні етики бізнесу: світовий, макро-, макрорівні.
7. Розгляд кейсів та вирішення практичних завдань, що стосуються підприємництва, бізнес-культури, соціальної відповідальності та етики.

Поясніть твердження Джим Коллінз у книзі "Від хорошого до великого", яка за рейтингом увійшла до кращих бізнес-книжок, писав: "поєднуючи культуру дисципліни з етикою підприємництва, ви отримуєте магію видатних результатів"

Питання, винесені на самостійне опрацювання

Дайте інтерпретацію висловлюванню: «Пристойність – це найменш важливий із усіх законів суспільства і найбільш шанований» (Ф.Ларошфуко);

Дослідити програми соціальної відповідальності в конкретних компаніях.

Провести аналіз етичних кодексів та їх вплив на практику управління персоналом.

Тема : Підприємництво і бізнес-культура

Мета:розгляд процесу формування та управління командою учасників бізнесу, критеріїв вибору персоналу та важливості етики у взаємодії між фірмою та найманими працівниками.

Питання для обговорення:

1.Соціальна відповідальність, відносини з підлеглими, діловими партнерами та конкурентами

2.Процес формування складу учасників бізнесу. Основні етапи процесу формування бізнес-команди.

3. Критерії підбору команди учасників бізнесу.

4. Роль лідера у процесі формування команди.

5. Етика відносин фірми і найманого працівника.Важливість етичних стандартів у взаємодії фірми та найманих працівників.

6. Онбординг. Основні принципи та етапи процесу онбордингу нових співробітників. Роль онбордингу у формуванні успішного робочого середовища.

Питання, винесені на самостійне опрацювання

Тімблдінг - основа міцного колективу компанії.Види тімблдінгу.

Дискримінація при наймі та її уникнення.

Тема :Психологічні засади культури бізнес –стосунків

Мета: дозволить студентам отримати розуміння психологічних аспектів культури бізнес-стосунків, а також використовувати ці знання для досягнення особистісного та професійного успіху.

Питання для обговорення:

1.Психологічні основи підприємства та характерні риси підприємця.

2.Психологія грошей.

3. Управління колективом або мудрий менеджмент

4. Мотивація діяльності: управління, стратегії, методи, концепції .

Питання, винесені на самостійне опрацювання

Винахідлива мотивація. Секрети успішних компаній

Тема: Самоменеджмент особистості:тайм-менеджмент, лайф-менеджмент, селф-менеджмент.

Мета: забезпечити умови, необхідні для ознайомлення майбутніх фахівців з Тайм-менеджментом, лайф-менеджментом, селф-менеджментом, що виступають ефективним інструментарієм формування їхнього особистісного, професійно та життєвого успіху та головними мотиваторами формування готовності молоді до підприємницької діяльності.

Питання для обговорення:

1. Управління власним часом або Тайм-менеджментом

2. Управління розвитком своєї особистості або лайф-менеджмент. Імпресіон-менеджмент.

3. Управління розвитком власного життя й кар'єри або селф-менеджмент.

4. Вивчення ключових складових успіху: навички, знання, мотивація, комунікація.

5. Розгляд прикладів успішних людей та їх підходів до досягнення успіху.

Добірка книг про розвиток емоційного інтелекту.

1 Питання, винесені на самостійне опрацювання .

Як стати успішним: "формули успіху" від 19 найбагатших людей світу.

«Хобі як бізнес: формули успіху від тих, хто зміг» Ділова гра: «Три джерела успішного росту Власної Справи»

Тема: Крос-культурний менеджмент.

Організаційна культура. Типологія організаційних культур

Мета: ознайомлення з концепціями та типологіями організаційної культури; вивчення впливу національної культури на ділову поведінку та управління; формування розуміння крос-культурних відмінностей в бізнесі.

Питання для обговорення:

1. Вплив національної культури на організаційну культуру компаній.
2. Дати визначення поняття "крос-культурний менеджмент" та описати його сутність.
3. Значення крос-культурного менеджменту в умовах глобалізації та міжнародної економічної інтеграції.
4. Основні моделі та концепції крос-культурного менеджменту (Модель Гірта Хофстеде, Модель Фонса Тромпенаарса, Модель Едварда Холла, Модель Річарда Льюїса, Теорія культурних вимірів М. Уокера, Модель Пітера Сміта, Модель практик крос-культурного менеджменту Ненсі Адлер).
5. Організація культури і організаційна культура. Поняття організаційної культури.
6. Рівні та елементи організаційної культури.
7. Типології організаційних культур.

Навести приклади успішного застосування принципів крос-культурного менеджменту на практиці

Питання, винесені на самостійне опрацювання

Підходи до формування ефективних крос-культурних команд в організаціях

Тема: Організаційна поведінка в міжнародному бізнесі

Мета: формування системи знань про національну ділову культуру і параметри крос-культурних відмінностей.

Питання для обговорення:

1. Фактори, що впливають на спільне ведення бізнесу.
2. Проаналізувати культурні виміри та чинники, що впливають на особливості управління в різних країнах.
3. Специфіка етики ділового спілкування в Європі (Велика Британія, Франція, Німеччина, Іспанія, Італія).
4. Особливості етики бізнесу у Північній Америці (США, Канада).
5. Національний бізнес-етикет в азійських державах (Китай, Японія, арабський світ).
6. Національні особливості етики бізнесу в Україні.
7. Описати шляхи подолання культурних бар'єрів та непорозумінь у міжнародному бізнесі

Питання, винесені на самостійне опрацювання

Принципи організації міжнародних комунікацій

Фактори, що впливають на спільне ведення бізнесу. Національна ділова культура і параметри крос-культурних відмінностей

Як риси національного характеру українців впливають на поведінку у бізнес-середовищі?

Тема: Корпоративна культура організацій як складова розвитку бізнесу

Мета: ознайомлення студентів з концепцією корпоративної культури, її впливом на розвиток та успішність організації.

Питання для обговорення:

1. Поняття «корпоративна культура», її суть, складові, функції. Цінності та переконання. Норми та правила поведінки. Символи та обряди.
2. Вплив корпоративної культури на бізнес. Збільшення мотивації персоналу. Підвищення продуктивності роботи. Покращення клієнтського сервісу. Розвиток інновацій та креативності.
3. Роль керівництва в управлінні корпоративною культурою.
4. Корпоративні заходи як інструмент мотивації, їх цілі, функції, способи організації.
5. Аналіз корпоративних культур успішних компаній.

Питання, винесені на самостійне опрацювання

Методи діагностики корпоративної культури.

Корпоративний гумор.

Вивчення випадків успішного та неуспішного формування корпоративної культури.

Тема: Діловий етикет як основа поведінки у бізнес-середовищі.

Комунікації у бізнесі. Ділове спілкування як елемент ділової культури та міжнародні переговори. Нетворкінг бізнесу.

Мета: формування системи знань про міжнародний та український бізнес-етикет та про культуру спілкування та взаємодії ділових партнерів.

Питання для обговорення:

1. Бізнес-етикет: його сутність, правила, функції. Принципами та правилами ділового етикету в бізнес-середовищі
2. Підготовка та проведення ділових зустрічей (домовленість про ділову зустріч. Підготовка приміщень. Зустріч делегацій. Привітання. Розміщення учасників зустрічі. Офіційна мова. Класифікація ділових прийомів, їх організація та проведення. Формальні та неформальні ділові прийоми. Подарунки, сувеніри, квіти у ділових відносинах.)
3. Комунікації у бізнесі. Ділове спілкування як елемент ділової культури. Різновиди ділового спілкування (ділова розмова по телефону, спілкування з журналістами, публічний виступ у ЗМІ, організація та проведення нарад).
4. Техніка ділового спілкування (уміння говорити, слухати, формулювати питання, правильно вказувати на помилки, реагувати на критику та ін.). Дев'ять діагнозів і рецептів поведінки на нараді і зборах, на переговорах і бесідах з партнерами.
5. Правила етикету у невербальній комунікації. Міжнаціональні відмінності невербального спілкування. Ділового спілкування та ведення переговорів з представниками різних культур.
6. Техніки та стратегії міжнародних переговорів, міжкультурний аспект.
7. Нетворкінг бізнесу. Побудову професійних контактів та мереж.

Питання, винесені на самостійне опрацювання

Головні історичні етапи становлення етикету як соціокультурного явища. Міжнародний бізнес-етикет. Український бізнес-етикет.

Етика спілкування у мережі Інтернет. (правила користування електронною поштою; етикет телеконференцій; етикет веб – сторінок).

Нетворкінг в інтернет-просторі.

Тема: Імідж фірми та ділова атрибутика підприємства.

Мета: формування системи знань про імідж фірми, бізнес-дизайн та публік релішнз в сучасних умовах введення бізнесу.

Питання для обговорення:

1. Поняття «імідж», «репутація», «гудвіл». Складові репутації та іміджу компанії.
2. Способи формування іміджу, його значення в сучасних умовах.
3. Характерні риси іміджу сучасного бізнесмена.
4. Визначення бізнес-дизайну та його роль у створенні візуальної ідентичності компанії. Елементи бізнес-дизайну: логотипи, кольори, шрифти тощо.
5. Створення сприятливої репутації своїй фірмі (public relation). Основи репутаційного менеджменту. Роль PR у підтримці та зміцненні репутації компанії. Приклади успішних кампаній PR.
6. Ділова атрибутика підприємства (візитні картки, бренди, логотипи, порт фоліо, рекламна та інтернет-продукція).
7. Неймінг. Слоган. Логотип.

Питання, винесені на самостійне опрацювання

Імідж ділової людини. Діловий одяг.

Аналіз та обговорення логотипів та брендів відомих компаній.

Тема Культурні аспекти рекламної діяльності.

Мета: набуття теоретичних знань і практичних навичок щодо управління рекламною діяльністю і її вплив на бізнес

Питання для обговорення:

1. Основні функції реклами: інформування, переконання і нагадування.
2. Культура і реклама в інфор маційному суспільстві.
3. Основні принципи етичної реклами, правила, заборони та обмеження.
4. «Нечесна» реклама, «оманлива» реклама.
5. Рекламні матеріали, які враховують культурні особливості та пристосовані до специфіки цільової аудиторії
6. Копірайтинг

Питання, винесені на самостійне опрацювання

Управління рекламною діяльністю. Копірайтинг для бізнесу: менше слів – більше сенсу (рекламний копірайтинг, SEO-копірайтинг, рерайтинг, копіпаст)

Що означає вислів «створення шкідливих стереотипів у рекламі»? Приклади таких стереотипів.

Дайте інтерпретацію висловлюванню: «Бізнес – це мистецтво витягувати гроші з чужої кишені, не вдаючись до насилля» (М.Амстердам).

Тема: Конфлікти в бізнесі та способи їхнього подолання **Мета:** набуття знань про технології попередження та усунення бізнес-конфліктів

Питання для обговорення:

1. Природа конфліктів в організації, їх зміст і види.
2. Причини конфліктів і їх усунення. Роль керівника в конфліктних ситуаціях.
4. Принципи і методи управління конфліктами.
5. Формування позитивного мікроклімату на підприємстві та профілактика конфліктних ситуацій.
6. Медіація — нова культура діалогу

Питання, винесені на самостійне опрацюванн

Профілактичні заходи для попередження конфліктів. Основні чинники, що дестабілізують морально-етичний клімат у колективі.
Техніки та методи медіації.

6. Комплексне практичне індивідуальне завдання з дисципліни «Культурні аспекти бізнесу»

Комплексне практичне індивідуальне завдання є видом поза аудиторної роботи студентів і виконуються ними самостійно у вигляді презентації з використанням новітніх інформаційно-комунікаційних засобів.

Метою КПЗ є оволодіння навичками самостійного вивчення програмового матеріалу, систематизація, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань із навчального курсу, стимулювання творчості студентів і закладання підвалин для їх подальшої науково-дослідної роботи. Виконання КПЗ – важлива та обов'язкова складова курсу, один із залікових кредитів із дисципліни «Культурні аспекти бізнесу»

Електронна презентація (лат. praesento – передаю) – це інноваційний спосіб публічного подання інформації за допомогою мультимедійних технологій, які уможливають одночасне зорове, слухове, кінестетичне сприйняття інформації.

Підготовка якісної презентації здійснюється поетапно:

1 етап – концептуальне проектування: формування концепції, образу аудіовізуального продукту, визначення його структури, змістової спрямованості, мети, складання сценарію презентації та ескізу продукту, вибір форми та стилю подання наукової інформації;

2 етап – власне проектування: створення шаблонів, заготовок слайдів й основних інформаційних компонентів (текстових фрагментів, графічних об'єктів), наповнення їх відповідним змістом;

3 етап – реалізація задуму: виголошення наукової доповіді з використанням технічних засобів наочності;

4 етап – аналіз результатів: самооцінка й оцінювання учасниками.

Найважливіші принципи розроблення електронних презентацій:

- *оптимальний обсяг*: слайди мають виконувати функцію доповнення, уточнення інформації, тому не повинно бути некоментованих слайдів; велика кількість слайдів викликає втому і відволікає від суті дослідження;

- *урахування інтелектуального горизонту аудиторії* (рівня підготовленості публіки): кожне слово, твердження, поняття, схема, графік повинні бути зрозумілими присутнім; абстрактні положення потрібно супроводжувати конкретними фактами, цитатами, відеофрагментами;

- *науковість і достовірність*: інформація у вигляді яскравих динамічних зображень не повинна суперечити чи спотворювати реальні факти, має бути однозначною, текстові матеріали повинні бути грамотними;

- *логічність*: між поданим у вигляді тверджень та ілюстрацій матеріалом, викладеними поняттями повинні легко простежуватися причинно-наслідкові зв'язки; кожна частина аудіовізуальної інформації має бути завершеним мікроповідомленням;

- *урахування особливостей «екранної комунікації»* (сприйняття інформації з екрана): читання є тривалішим процесом, аніж споглядання, тому текстову інформацію слід мінімізувати, натомість скористатися схемами, діаграмами, рисунками, фото-графіями, анімацією, фрагментами фільмів; повинен бути продуманий темпоритм появи різних елементів презентації, їх послідовності, використання анімаційних прийомів (ефектів раптовості, плинності, мерехтіння тощо);

- *естетичність*: розмір шрифту текстового матеріалу повинен бути таким, щоб літерна інформація добре сприймалася навіть у великому приміщенні; домірність

кольорів, витриманість стилю в оформленні слайдів, тон не повинен відволікати увагу від розташованого на ньому тексту.

- *Оцінюється* електронна презентація за такими критеріями:
- логічність у викладі наукової інформації;
- якість оформлення матеріалів;
- відповідність форми і змісту;
- ступінь емоційного впливу на аудиторію.

Ось кілька порад щодо виконання комплексного практичного індивідуального завдання з дисципліни "Культурні аспекти бізнесу":

1. Оберіть актуальну тему, пов'язану з впливом культурних чинників на ведення бізнесу в певному регіоні чи країні.
2. Проведіть ґрунтовний аналіз літературних джерел за обраною темою. Зверніть увагу на праці зарубіжних і вітчизняних авторів.
3. Сформулюйте мету і завдання дослідження на основі проведеного аналізу. Визначте об'єкт і предмет дослідження.
4. Розробіть структуру роботи. Вона має містити вступ, основну частину (теоретичну і практичну), висновки, список використаних джерел.
5. У теоретичній частині детально розкрийте сутність досліджуваної проблеми, проаналізуйте різні погляди науковців.
6. У практичній частині наведіть конкретні приклади, що ілюструють вплив культурних чинників на бізнес в обраній сфері. Зробіть висновки.
7. Оформіть роботу згідно з вимогами. Посилайтеся на джерела, оформлюйте цитати. Дотримуйтесь академічної доброчесності.

ВАРІАНТИ КППЗ

1. Вплив національної культури на стиль управління в компаніях
2. Сучасні погляди на місце етики у бізнесі.
3. Особливості ведення переговорів з представниками різних культур.
4. Крос-культурний менеджмент: управління міжнародними командами.
5. Врахування культурних відмінностей при виході українських компаній на європейський ринок.
6. Вплив національної ділової культури на ведення переговорів у країнах Азії (на прикладі Китаю та Японії).
7. Вплив релігійних чинників на особливості ведення бізнесу в арабських країнах.
8. Діловий етикет та протокол спілкування з іноземними партнерами.
9. Етичні категорії в бізнесі.
10. Культура бізнесу як складна динамічна система, що розвивається.
11. Моральні чесноти і вади.
12. Крос-культурний менеджмент: управління міжнародними командами
13. Моральний зміст категорії «справедливість»: історія і сьогодення.
14. Етичні норми і принципи сучасного бізнесу.
15. Поняття професійної етики. Сутність професійної моралі.
16. Універсальні принципи моралі як регулятор поведінки фахівця.
17. Особливості управління персоналом в умовах крос-культурного середовища організації.
18. Професійний моральний кодекс. Види і функції етичних кодексів.
19. Етичний кодекс бізнесу, його роль у вирішенні моральних питань організації і управлінні діловими відносинами.
20. Види етичних кодексів і сфери їх застосування. Етичний кодекс бізнесмена.
21. Національні особливості культури бізнесу у Великій Британії.

22. Національні особливості культури бізнесу у Німеччині.
23. Національні особливості культури бізнесу у Франції.
24. Національні особливості культури бізнесу в Іспанії.
25. Національні особливості культури бізнесу в Італії.
26. Національні особливості культури бізнесу у США.
27. Національні особливості культури бізнесу у Канаді.
28. Національні особливості культури бізнесу в Японії.
29. Національні особливості культури бізнесу у Китаї.
30. Національні особливості культури бізнесу в Україні
31. Діловий етикет та протокол спілкування з іноземними партнерами.
32. Морально-етичний клімат у колективі та чинники, що його дестабілізують.
33. Корпоративний гумор.
34. Підприємницька етика й етикет ділового спілкування.
35. Правила етикету у невербальній комунікації. Міжнаціональні відмінності невербального спілкування.
36. Діловий етикет як складова корпоративної культури.
37. Культура кореспонденції.
38. Сетікет: основні правила поведінки в мережі Інтернет.
39. Етика користування мобільним зв'язком.
40. Основні принципи тайм-менеджменту, його структура, техніка.
41. Міжнародний бізнес-етикет. Український бізнес-етикет.
42. Конфлікти в бізнесі та способи їхнього подолання.
43. Особливості онбордингу в міжнародних компаніях: врахування культурних відмінностей
44. Крос-культурний онбординг: адаптація нових співробітників в умовах багатонаціонального колективу.
45. Розробка програми онбордингу з урахуванням галузевих та національних особливостей (на прикладі).
46. Формування корпоративної культури через ефективний онбординг персоналу.
47. Порівняльний аналіз практик онбордингу в компаніях США та України.
48. Онбординг як інструмент залучення молодих фахівців (покоління Z).
49. Конфлікти у системі управління та способи їх подолання. Медіація
50. Засоби регулювання конфліктних ситуацій (у колективі, на підприємстві).
51. Методи вирішення бізнес-конфліктів конкуруючих підприємств.
52. Конфлікти у сімейному бізнесі.
53. Міжнародні конфлікти: поняття, причини, засоби та методи подолання.
54. Поняття етики реклами та етичної рекламної діяльності.
55. Етика і реклама в інформаційному суспільстві.

7. Самостійна робота

Самостійна робота студентів є основним способом оволодіння навчальним матеріалом у вільний від обов'язкових занять час. Головна мета проведення самостійної роботи полягає у необхідності більш детальнішого розгляду тематики курсу з використанням рекомендованих матеріалів і виконанням практичних завдань.

Обсяг і зміст самостійної роботи визначається робочою програмою та робочим планом в межах встановленого обсягу годин із навчальної дисципліни, методичними вказівками викладача. Навчальний матеріал з дисципліни, передбачений для засвоєння студентом у процесі самостійної роботи, виноситься на підсумковий контроль поряд з навчальним матеріалом, який опрацьовувався при проведенні навчальних занять.

Самостійна робота студентів із дисципліни «Культурні аспекти бізнесу» передбачає:

- активний діалог між викладачем та студентом у процесі навчальної діяльності;
- опрацювання навчальної літератури з курсу;
- самостійне вивчення окремих питань з дисципліни;
- виконання практичних завдань;
- підготовка письмових повідомлень (рефератів, повідомлень, доповідей статей, тез тощо);
- виконання творчих завдань (складання кросвордів, тестів, підготовка до тренінгів та ін.)

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ВИНЕСЕНИХ НА САМОСТІЙНЕ ВИВЧЕННЯ

№ п/п	Тематика
1.	Етичні категорії в бізнесі.
2.	Дайте інтерпретацію висловлювань: «Пристойність – це найменш важливий із усіх законів суспільства і найбільш шанований» (Ф.Ларошфуко); «Бізнес – це мистецтво витягувати гроші з чужої кишені, не вдаючись до насилля» (М.Амстердам).
3.	Тімблдінг - основа міцного колективу компанії. Види тімблдіngu.
4.	Дискримінація при наймі та її уникнення
5.	Винахідлива мотивація. Секрети успішних компаній
6.	Фактори, що впливають на спільне ведення бізнесу. Національна ділова культура і параметри крос-культурних відмінностей.
7.	Принципи організації міжнародних комунікацій
8.	Як риси національного характеру українців впливають на поведінку у бізнес-середовищі?
9.	Методи діагностики корпоративної культури.
10.	Основні принципи тайм-менеджменту, його структура, техніка.
11.	Корпоративний гумор.
12.	Головні історичні етапи становлення етикету як соціокультурного явища. Міжнародний бізнес-етикет. Український бізнес-етикет.
13.	Етика спілкування у мережі Інтернет. (правила користування електронною поштою; етикет телеконференцій; етикет веб – сторінок).
14.	Імідж ділової людини. Діловий одяг.
15.	Управління рекламною діяльністю.
16.	Що означає вислів «створення шкідливих стереотипів у рекламі»? Приклади таких стереотипів.
17.	Профілактичні заходи для попередження конфліктів.
18.	Основні чинники, що дестабілізують морально-етичний клімат у колективі.
19.	Техніки та методи медіації
20.	Підходи до формування ефективних крос-культурних команд в організаціях

8. Тренінг з дисципліни

Сучасний бізнес усе частіше звертається до більш широких методів, що ставлять за мету розвиток професійно важливих якостей особистості працівника. Метою проведення тренінгу є створення неформального, невимушеного спілкування, яке відкриває перед групою студентів варіанти аналізу рівня сформованості, перспективи

розвитку і проблеми (якщо є) мовленнєвої компетенції кожного та спрямує на вміння працювати в команді та з командою.

Поширеними видами бізнес-тренінгу є: тренінг продажів, тренінг телефонних продажів, тренінг керування, тренінг командоутворення, тренінг комунікації, тренінг презентації, бізнес-симуляція, тренінг ухвалення ефективних рішень тощо.

Тренінг проводиться у формі круглого столу на тему «Три джерела успішного росту Власної Справи»

Порядок проведення:

1. Пошук студентами три компоненти, необхідних для ефективного життя. Кожен з компонентів важливий і без нього формула успіху не працює.
2. Розробка атрибуції та верифікації джерела у формі презентаційних матеріалів.
3. Підготовка до публікації у збірнику студентської конференції.

Одним із видів навчання, спрямованих на формування ділових навиків та вмінь є

1. Ділові ігри:

- Ділова гра «Ефективні переговори» використовується з метою навчання вести ділові переговори у сфері бізнесу, керівництва організаціями та в інших сферах, що потребують прийняття важливих комунікативних рішень.
- Ділова гра "Прийом на роботу" - відбір кандидатів з урахуванням цінностей та корпоративної культури компанії. Одними з важливих якостей на переговорах є вміння переконувати, визначати інтереси опонента і спиратись на них.
- У діловій грі "Безлюдний острів", відпрацьовують процеси спонтанного утворення команди, формування лідерів, етапи розвитку команди тощо. Важливу роль у тренінгу відіграє відпрацювання різних рівнів спілкування у команді (зовнішньо формального та внутрішньо психологічного). Для повноцінного функціонування потрібен розвиток обох рівнів і чітке розмежування функцій між ними. Ефективними методами роботи на даному тренінгу виступають методи дії від ігрового розігрування ситуацій до повноформатної соціодрами.

2. Кейси:

- Аналіз етичних дилем та прийняття рішень згідно кодексу етики компанії.
 - Розробка кодексу етики для певної компанії чи галузі.
3. Презентації кращих практик провідних компаній у сфері корпоративної культури, соціальної відповідальності бізнесу.

Головне - інтерактивний формат і залучення учасників до практичної роботи.

Використання тренінгу дає можливість студентам отримати не тільки потрібні знання та уміння, але й сформувані систему професійних компетенцій, які дозволять їм успішно виконувати функції управління в сучасних компаніях і мати певні конкурентні переваги на ринку праці України.

9. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення дисципліни «Культурні аспекти бізнесу» використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- стандартизовані тести;
- поточне опитування;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів КПЗ;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- ректорська контрольна робота;

Для активізації процесу навчання при викладенні змісту дисципліни використовуються різноманітні методи навчання, а саме: методи стимулювання та мотивації навчально-пізнавальної діяльності; методи організації й здійснення

навчально-пізнавальної діяльності; методи навчання за джерелом знань (словесні, наочні, практичні).

Зокрема, студенти отримують необхідні з курсу відомості на *проблемних лекціях*, спрямованих на розвиток логічного мислення студентів. Під час таких форм роботи ознайомлення з темою відбувається шляхом акцентування лектором уваги на проблемних питаннях; увага студентів концентрується на матеріалі, що не знайшов відображення в підручниках; розглядаються різні концептуальні підходи до проблеми.

Робота в малих групах дає змогу структурувати семінарські заняття за формою й змістом, створює можливості колективного вирішення проблем, забезпечує формування особистісних якостей і досвіду соціального спілкування.

Семінари-дискусії передбачають обмін думками учасників з приводу проблемних питань; сприяють розвитку критичного мислення студентів, виробленню вміння аргументувати власну думку; вчать оцінювати пропозиції співрозмовників, критично підходити до власних поглядів.

Мозкова атака як метод розв'язання невідкладних завдань полягає в тому, щоб за обмежений час студенти могли запропонувати якомога більше варіантів вирішення проблеми та здійснити відбір найоптимальніших.

Кейс-метод – метод аналізу конкретних ситуацій – дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності спеціаліста та передбачає розгляд виробничих, управлінських та інших ситуацій, складних конфліктних випадків у процесі опанування навчального матеріалу.

Презентації використовують для демонстрації аудиторії результатів роботи малих груп, звітів про виконання самостійної роботи тощо.

Банк візуального супроводження сприяє активізації творчого сприйняття змісту дисципліни за допомогою наочності. Лекції та семінарські заняття забезпечуються відповідними мультимедійними презентаціями; забезпечується доступ студентів до комп'ютерної техніки та Інтернету.

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів і перескладання. Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності. Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів та екзаменів заборонено.

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції факультету.

10. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Культура бізнесу» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3	Заліковий модуль 4 (екзамен)	Разом

20 %	20 %	20 %	40 %	100 %
1. Усне опитування під час занять (6 тем по 5 балів= 30 балів) 2. Письмова робота 70 балів	1. Усне опитування під час занять (6 тем по 5 балів= 30 балів) 2. Письмова робота 70 балів	1. Написання та захист КПЗ = 80 балів 2. Виконання завдань під час тренінгу 20 балів	1. Тестові завдання (10 тестів по 3 бали = 30 балів) 2. Теоретичне питання 30 балів 3. Практичне завдання 40 балів	100%

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)

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

№ з/п	Найменування
1	Мультимедійний проектор
2.	Прикладне програмне забезпечення загального призначення (засоби Microsoft)

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Oleksandra Patryak. The culture of doing business in Slavic countries: comparative aspect. Culture in the spiritual life of Slavic Nations. Ružomberok: VERBUM - vydavateľstvo KU, 2021. 387 p. P. 225-235
2. Wackowski K., Blyznyuk T. Modern Ukrainian and Polish business cultures: G. Hofstede's classification. *Економічний часопис-XXI*. 2017, №165 (5-6), С. 71-74. URL: <http://soskin.info/userfiles/file/Economic-Annals-pdf/DOI/ea-V165-15.pdf>.
3. Добрава Н.В. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса: Бондаренко М. О., 2018. 305 с.
4. Жалдак Г.П. Проблеми та перспективи розвитку старапів в Україні. [Електронний ресурс] /Г. П. Жалдак/Інфраструктура ринку: електронний науково-практичний журнал. - Електронні дані. - [Одеса: причорноморський науково-дослідний інститут

- економіки та інновацій. 2019.-вип. 32]. URL: http://marketinfr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/18.pdf 62.
5. Комунікаційні технології [Текст] : підручник / О. М. Холод. К. : ЦУЛ, 2018. 212 с. Режим доступу : http://library.tneu.edu.ua/images/stories/zmist/2018/літк/Комунікаційні_технології.pdf.
 6. Мельников А.М. Основи організації бізнесу: навч. посіб. / за заг. Ред. А.М. Мельникова Мельников А.М., А. Коваленко, Н.Б. Пундяк К.: Центр учбової літератури, 2013. 200 с.
 7. Муха Р.А. Бізнес-культура, сутність та основні характеристики. *Ефективна економіка*. 2018, №8. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/8_2018/33.pdf
 8. Олексенко Я.А. (2019) Соціально-економічний зміст та передумови становлення корпоративної культури на підприємстві. Науковий вісник Херсонського державного університету http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_33/25.pdf
 9. Отенко І. П., Чепелюк М. І., Корпоративна культура: міжнародний та трансформаційний аспекти : монографія. 2018 . Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця.
 10. Патряк О.Т. Вплив культури та релігії на ведення бізнесу. Міжрелігійний діалог та його вплив на суспільство, політику, бізнес, культуру: зб. Матеріалів міжнародної наукової конференції, Тернопіль, 13 жовтня 2021 р. / під заг.ред.: О. Є. Гомотюк. Тернопіль: ФОП Осадца Ю.В., 2021. 273 с. С. 78–81.
 11. Патряк О.Т. Крос-культурні комунікації у процесі введення бізнесу. Інформація та соціум: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції / редкол.: О. М. Анісімова (голова), О.Є. Гомотюк та ін. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса. 2021. <https://jias.donnu.edu.ua/article/view/11422>
 12. Педько А. Б. Основи підприємництва і бізнес-культури: навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 168 с.
 13. Підприємництво і бізнес-культура : курс лекцій / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. ТуганБарановського, каф. підпр. і торгівлі ; О.В. Роженко. – Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2017. 220 с.
 14. Серікова О.М. Соціальна відповідальність партнерів трудових відносин як чинник раціонального використання трудового потенціалу: теоретико-методологічний підхід. *БізнесІнформ*. 2013. № 11. С.237.
 15. Соціокультурна діяльність [Текст] : навч. посіб. / Н. В. Кочубей. Суми : Університетська книга, 2017. – 122 с. – Режим доступу : http://library.tneu.edu.ua/images/stories/zmist/2015/літс/Соціокультурна_діяльність.pdf.
 16. Соціокультурні та політичні пріоритети української нації в умовах глобалізації [Текст] : щоріч. наук. пр. / відп. за вип. Т. В. Гончарук. Тернопіль : ТНЕУ, 2019. 504 с. Режим доступу : http://library.tneu.edu.ua/images/stories/zmist/2018/літс/Соціокультурні_та_політичні.pdf.
 17. Соціологія культури [Текст] : навч. посіб. / О. М. Семашко, В. М. Піча, О. І. Погорілий [та ін.] ; за ред. О. М. Семашка, В. М. Пічі. 2-ге вид., стер. Львів : Новий Світ - 2000, 2019. 360 с. (Вища освіта в Україні). Режим доступу : http://library.tneu.edu.ua/images/stories/zmist/2018/літс/Соціологія_культури.pdf.
 18. Україна 2030: Доктрина збалансованого розвитку. 2017. Львів: Кальварія. URL: <http://economy.chnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/03/E-Book-Doctrine-2030.pdf>
 19. Філіна А. П. Культурний простір: основні його види та культурна діяльність суспільства щодо задоволення соціокультурних потреб громадян. Міжнародний вісник: Культурологія. Філологія. Музикознавство. 2016. Вип. 1. С. 82–86. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mvkfm_2016_1_18

20. Шестаковський О. П. Білоус Є. В. Базові культурні особливості українського суспільства і можливості їх використання для соціально-економічного розвитку. 2015. 36 с URL: <https://www.academia.edu/10452367/ШестаковськийО.П. Білоус Є.В.Базові>