

مدیریت بین‌الملل، مدیریت فرافرهنگی

درهم شکسته شدن از طریق شوک‌های فرهنگی: آن چه که شما باید در کسب و کار بین‌المللی بدانید
لیزابت مارکس^۱، ۲۰۰۱

این کتاب به موضوع شوک فرهنگی و میزان تأثیرگذاری آن بر موفقیت در محیط جهانی کسب و کارهای امروزی می‌پردازد. این امر بر اهمیت درک انگیزه‌ها، رفتارها و روش‌های متفاوت تصمیم‌گیری در سایر فرهنگ‌ها تأثیر می‌گذارد. نویسنده، شوک فرهنگی را در قالب یک مدل مثالی ارائه می‌کند که روشی برای کمک به مدیران جهت متفاوت رفتار کردن و مدیریت احساسات و هیجانات در تضادهای فرافرهنگی است.

ایجاد توانمندی‌های فرافرهنگی: چگونه از ارزش‌های متضاد سود ببریم.

چارلز هامپدن - ترنز، فانز ترومپنارز^۲، ۲۰۰۰

نویسندگان ابعادی را تعریف می‌کنند که بیشتر از آنچه متضاد باشند، مکمل یکدیگر هستند. این کتاب نمایانگر ارزش‌های متضاد با استفاده از چندین مورد کاوی است و روش‌هایی را برای سود بردن از آن‌ها بیان می‌کند. نتایج نویسنده‌گان مبتنی بر یک بانک اطلاعات حاوی ۵۰،۰۰۰ پاسخگوی مدیریتی است.

جنبه فرهنگی کسب و کارهای بین‌المللی

گری فرارو^۳، ۱۹۹۷

این کتاب نمایانگر نقشی است که انسان‌شناسی فرهنگی می‌تواند در انجام یک کسب و کار بین‌المللی ایفا کند. این امر نمایانگر یک رویکرد مفهومی در قبال فرهنگ و کسب و کار بین‌الملل بوده و ماهیت الگوهای ارتباطات شفاهی و غیر شفاهی را بررسی می‌کند و به ارزش‌های فرهنگی متضاد مذاکرات فرافرهنگی، شوک‌های فرهنگی و توسعه مدیران جهانی می‌پردازد. مشاوره در خصوص منابع اطلاعات فرهنگی نیز ضمیمه شده است.

انجام کسب و کارهای بین‌المللی: راهنمایی در قبال موفقیت فرافرهنگی

ترنس بیکر^۴، ۱۹۹۴

این کتاب یک راهنمای عملی برای تبدیل شدن به یک مدیر موفق جهانی است.

کشف مدیریت در جهان: مقالات برگزیده

دیوید هیکسون^۵، ۱۹۸۷

جهانی شدن کسب و کار نیاز مدیران به کار در فرهنگ‌های مختلف را افزایش داده است. کمک این کتاب به توسعه مهارت‌های مدیریت فرافرهنگی باعث تدوین مقالات مختلفی در حوزه‌های فرهنگ ملی و اجتماعی و مدیریت بین‌المللی گردیده که در این کتاب درج شده‌اند.

درس‌هایی از رهبری کسب و کار و فرهنگ‌های ملی

رابرت روزن^۶، ۲۰۰۰

در این کتاب، نویسنده مقایسه‌ای را میان روش یادگیری حرف زدن یک کودک و تعریفی از روش‌های کسب و کار سازمانی برای ورود به محیط بازارهای جهانی ارائه می‌نماید و تصریح می‌نماید که برای دستیابی به موفقیت، سازمان‌ها باید زبان جدیدی را بیاموزند و از

پیمایش‌ها، مصاحبه و مطالعات متعدد برای پی بردن به این موضوع استفاده کنند که چگونه افراد و شرکت‌ها می‌توانند از عهده چالش‌های پیش روی خود برآیند.

شرکت‌های هوشمند جهانی: هنر برقراری ارتباط و معامله کردن در هر نقطه‌ای از جهان
شینا هادج^۷، ۲۰۰۰

نویسنده بر ارزش‌های اصلی که فرهنگ‌ها در کشورهای مختلف دارند، تمرکز می‌کند و تصریح می‌نماید که مدیران نباید این ارزش‌ها را در تعاملات بین‌المللی خود نادیده بگیرند.

مدیریت بین‌المللی: یک راهنمای ضروری برای کسب و کارهای فرافرهنگی

جان ماتوک^۸، ۱۹۹۹

نویسنده به مسایل و موضوعات موجود پیرامون مدیریت بین‌المللی و مدیریت فرافرهنگی می‌پردازد و بر شش گام کلیدی برای ارتباطات و مذاکرات اثربخش شامل: فرهنگ، شرکت، کاراکتر، تاکتیک‌ها، زمانبندی و گفتگو تأکید می‌کند. هر یک از این حوزه‌ها مورد بحث قرار گرفته و تست‌ها و آزمون‌هایی در مورد آن‌ها انجام می‌شود تا بتوان به حداکثر اثربخشی و کارایی آن‌ها دست یافت.

مدیریت بین‌الملل: ابعاد فرافرهنگی

ریچارد مید^۹، ۱۹۹۸

این کتاب که برای دانشجویان مدیریت نوشته شده، عوامل و تفاوت‌های فرهنگی را بررسی می‌کند و به تأثیر آنها بر رفتار در محیط کار و همچنین رفتار در جلسات هیأت مدیره‌ها می‌پردازد. در این کتاب مهارت‌های کلیدی مورد نیاز برای مدیریت بین‌المللی شناسایی شده‌اند و کاربردهای عملی آن‌ها نشان داده شده است.

مدیریت در فراسوی مرزها

کریستوفر بارتلت و سومانترا گوشال^{۱۰}، ۲۰۰۲

این کتاب حاوی درس‌هایی ارزشمند برای شرکت‌های در حال تغییر و تحول از منظر دو نویسنده بزرگ است.

مدیریت تفاوت‌های فرهنگی: استراتژی‌های رهبری برای یک کسب و کار جدید جهانی

فیلیپ هریس و رابرت موران^{۱۱}، ۲۰۰۰

این کتاب به سه بخش تقسیم شده است: پرداختن به نیاز برای مهارت‌های مدیریتی چندفرهنگی، ویژگی‌هایی که فرهنگ‌ساز هستند و ویژگی فرهنگ‌قارم‌های مختلف.

سوار بر امواج فرهنگ: درک تنوع فرهنگی در کسب و کار

فانز ترومپنارز و چارلز هامپدن - ترنز^{۱۲}، ۱۹۹۷

نویسندگان در این کتاب به ابعاد فرهنگی و مشکلات اداره کسب و کارهای چندفرهنگی می‌پردازند. آنها حوزه کلیدی را مشخص می‌کنند که برای چگونگی تعامل افراد با یکدیگر، انجام کسب و کار و مدیریت کسب و کارها تأثیر می‌گذارد و در عین حال استراتژی‌هایی را نیز برای ایجاد مصالحه در بین آنها پیشنهاد می‌کند.

1. Elizabeth Marx 2. Charles Hampden - Turner & Fons Trompenaars
3. Gary Ferraro 4. Terrence Baker 5. David Hickson 6. Robert Rosen
7. Sheida Hodje 8. John Mattock 9. Richard Mead 10. Christopher
11. Bartlett and Sumantra Ghoshal 12. Phillip Harris and Robert Moran

این نشریه رسمی انجمن پژوهش‌های فرافرهنگی است که به صورت فصلنامه منتشر می‌شود. این نشریه یک منبع کلیدی برای بررسی مقالات، گزارش‌های تحقیقاتی، کتابنامه‌ها و مباحث عمومی درباره کلیه مطالعات فرافرهنگی و تطبیقی در حوزه علوم اجتماعی و علوم رفتاری است.

این نشریه که شش بار در سال منتشر می‌شود، دربرگیرنده رخدادهای رایج و چگونگی تأثیرگذاری آنها بر روابط خارجی در سراسر جهان است. با تمرکز بر روابط بین‌المللی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی، این نشریه اغلب به عنوان یک مرجع مهم امور جهانی شناخته می‌شود.

این نشریه که ۱۲ مرتبه در سال چاپ می‌شود، اخباری را درباره موضوعات جهانی مالی ارائه می‌کند. امروزه کسب و کارها به شدت جهانی شده‌اند. این نشریه اطلاعاتی دست‌اول را در خصوص تغییرات رایج در اقتصاد بازارهای جهانی ارائه می‌کند. موضوعات آن عبارتند از تأمین مالی شرکت‌ها، مدیریت ریسک، مدیریت پول، روابط سرمایه‌گذاران و نمایه‌های کشورهای مختلف جهان.

این نشریه که ۶ مرتبه در سال چاپ می‌شود بر موضوعات بازاریابی و مدیریت متمرکز است و حاوی آخرین دیدگاه‌ها پیرامون کسب و کار بین‌المللی و آگاهسازی مدیریت ارشد از آخرین دستاوردها است.

این نشریه که چهار مرتبه در سال منتشر می‌شود، هم برای متخصصان کسب و کار و هم

برای سازمان‌های غیرانتفاعی چاپ می‌گردد. هدف آن ارتقای درک موجود میان مدیران و سازمان‌های بین‌المللی و همچنین ارائه مقالاتی در خصوص سیاست و نظریه مدیریت بین‌المللی است.

هدف این نشریه که سه مرتبه در سال چاپ می‌شود، متخصصان دانشگاهی است که در حوزه‌های رفتار سازمانی، مدیریت منابع انسانی، مدیریت تطبیقی و بین‌المللی و روابط بین‌المللی صنعتی فعالیت می‌کنند. مطالب آن، ابعاد مفهومی و نظری مدیریت فرافرهنگی را پوشش می‌دهد و به دنبال توسعه نقش فرهنگ در مدیریت و کار در کل سازمان‌ها است.

این نشریه به طور مشترک توسط آکادمی کسب و کار بین‌المللی، دانشکده کسب و کار کوپنهاگ و دانشکده کسب و کار دانشگاه جرج تاون منتشر می‌شود. این فصلنامه متمرکز بر نتایج تحقیقات علوم اجتماعی است و مقالاتی را ارائه می‌کند که هدفشان توسعه درک افراد از فعالیت‌های کسب و کار است. مخاطبان اصلی این نشریه عبارتند از دانشگاه‌ها، آکادمی‌ها و مؤسسات تحقیقاتی و پژوهشی.

این فصلنامه به توسعه درک موضوعات نظری و عملی در مدیریت جهانی اختصاص دارد و بر مدیریت استراتژیک بین‌الملل تمرکز می‌کند. هدف آن متخصصان کسب و کار که در حوزه‌هایی همچون مدیریت ریسک، رفتار سازمانی، منابع انسانی و مدیریت فرافرهنگی فعالیت می‌کنند، است.

این فصلنامه خود را متعهد به بحث درباره روش‌های برجسته در مدیریت بین‌الملل، بازاریابی و استراتژی می‌داند.

این سایت تحت حمایت مالی گروهی از متخصصان و مدرسان حرفه‌ای کسب و کار قرار دارد و خبرنامه‌های الکترونیکی خود در خصوص مدیریت فرافرهنگی، دستیابی به خبرنامه‌های قبلی و برخی برنامه‌های آموزش زبان را به صورت رایگان به نشانی پست الکترونیک افراد ارسال می‌نماید.

این سایت که تحت حمایت یک شرکت مشاوره قرار دارد، اطلاعاتی را درباره شرایط

فرهنگی کشورهای مختلف و ابعاد مدیریت فرافرهنگی از جمله آموزش و فن‌آوری ارائه می‌کند.

این سایت نمایانگر یک بانک اطلاعات گسترده شامل اطلاعاتی در خصوص پروتکل‌ها، صنایع و بخش‌های صنعتی، قوانین و مقررات و سرمایه‌گذاری در کشورهای مختلف است.

این آکادمی، نهادی برجسته برای متخصصان حوزه کسب و کار بین‌المللی و هدف آن انتشار دانش و درک موضوعات کسب و کار بین‌المللی در سراسر جهان از طریق تبادل اطلاعات، ایده‌ها، تحقیقات و تعاملات کاری است.

یک سازمان حرفه‌ای غیرانتفاعی برای دانشجویان، معلمان و متخصصان مدیریت به روش‌های بین‌المللی مدیریت در حوزه‌های تخصصی می‌پردازد.