

Irodalomjegyzék

1. Aaker, D.A. és Day, G.S. (1974): A dynamic model of relationship among advertising, consumer awareness, attitudes and behavior. *Journal of Applied Psychology*. 59. (3) pp. 281–286
2. Ablonczyné Mihályka L. és Tompos A. (2011): Az OPTICOM projekt kutatási tevékenységeinek bemutatása. In: Borgulya Á. és Deák Cs. [Szerk.]: *Vállalati kommunikáció a 21. század elején*. Z-Press, Miskolc pp. 287–294
3. Adler, N.J. (1980): Cultural synergy: The management of cross-cultural organizations. In: Burke, W. és Goodstein, L. [Szerk.]: *Trends and issues in OD: Current theory and practice*. University Associates. San Diego pp. 163–184
4. Adler, N.J. és Gundersen, A. (2008): *International Dimensions of Organizational Behavior*. (Fifth Edition). Thomson. South-Western, Mason, OH
5. Adler, P.S. (1974): Beyond cultural identity: Reflections upon cultural and multicultural man. *Topics in Culture Learning*. (2) pp. 23–41
6. Andres, S. (2004): *Internationale Unternehmenskommunikation im Globalisierungsprozess*. VS Verlag für Sozialwissenschaft, Wiesbaden
7. Ang, S., Van Dyne, L. és Tan, M. L. (2007): Cultural Intelligence. In: Sternberg, Robert, J. és Kaufmann, Scott Barry Straub, J. (2007): *Kompetenz*. In: Straub, J., Weidemann, A. és Weidemann, D. [Szerk.]: *Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kompetenz*. J.B. Metzlersche Verlagsbuchhandlung und Carl Ernst Poeschel GmbH, Stuttgart. pp. 35–46.
8. Antos, L. és Boleslav, M. (2004): *Leitung von Projekten im multikulturellen Umfeld*. In: *Mit interkulturellem Wissen zum Unternehmenserfolg*. Unternehmenskultur & Unternehmenserfolg. Band.2. Erschienen zur Konferenz „Firmenkultur VII”, 19–21. April 2004. Fachliche Beratung: Novy. I. Bundesverband Deutscher Unternehmer in der Tschechischen Republik. e.V. etc, Prag pp. 79–88
9. Appelbaum, L. és Belmuth, G.S. (2006): *Global Corporate Communication*. In: Doorley, J. és Garcia, H. E.: *Reputation Management*. Taylor & Francis Group, UK pp. 239–265
10. Appleby, R. C. (1991): *Modern Business Administration*. Pitman, London
11. Argenti, P.A. (1994): *Corporate Communication*. McGraw-Hill, Chicago
12. Argyris, C. (1957): *Personality and organization*. Harper & Row, New York

13. Arts, W. és Halman, L. (2003): Series Editors' Preface. In: Arst, W., Hagenaars, J. és Halman, L. [Szerk.]: *The Cultural Diversity of European Unity* Brill Academic Publisher, Leiden & Boston pp. XXI-XXIII
14. Arst, W., Hagenaars, J. és Halman, L. (2003): *The Cultural Diversity of European Unity: An Introduction*. In: Arst, W., Hagenaars, J. és Halman, L. [Szerk.]: *The Cultural Diversity of European Unity*. Brill Academic Publisher, Leiden & Boston pp. 1-12
15. Austin, J.L. (1962): *How To Do Things With Words*. [Szerk.]: Urmson, J.O. és Sbisá, M.J., Clarendon Press, Oxford
16. Austin, J. L. (1990): *Tetten ért szavak*. Akadémiai Kiadó, Budapest
17. Bach, K. (2009): *Strategien zur Selbstdarstellung. Vergleichende Analyse der Selbstdarstellungsstrategie von Unternehmen am Beispiel von Aktionärsbrief und Vorwort der Deutschen Bank AG*. http://www.mykowi.net/pdf/Bach_PublicOn_Nr.2009-12.pdf
http://www.mykowi.net/pdf/Bach_PublicOn_Nr.2009-12.pdf (Letöltve: 2012. augusztus 22.)
18. Badura, B. (2004): *Mathematische und soziologische Theorie der Kommunikation*. In: Burkart és Hömberg [Szerk.]: *Kommunikationstheorien*. Braunmüller, Wien pp. 16-24
19. Bahner-Guhin, C. és Wilcox, A..A. (2009): *Cross-Cultural Business Communication*. Axzo Press, <http://www.axzopress.com/downloads/pdf/1418845957pv.pdf> (Letöltve: 2012. június 10.)
20. Bajzát T. (2011): *Az interkulturális kompetencia elméletének és fejlesztésének legújabb eredményei, az idegennyelv-tudás és az interkulturális kompetencia vállalati elvárásai*. In: Borgulya Iné és Deák Cs. [Szerk.]: *Vállalati kommunikáció a 21. század elején*. Z-Press, Miskolc pp. 295-305
21. Bajzát T. (2012): *Idegennyelv-ismeret az észak-magyarországi régió vállalatainál*. In: Dobos Cs. [Szerk.]: *A vállalati kommunikáció vizsgálatának nyelvészeti és interkulturális aspektusai*. Miskolci Egyetem, Miskolc pp. 215-225
22. Bakacsi Gy. (2000) *Szervezeti magatartás és vezetés*. KJK-Kerszöv, Budapest
23. Bakacsi Gy., Takács S., Karácsonyi A. és Imrek V. (2002): *Easter European Cluster: Tradition and Transition*. *Journal of World Business*. 37. pp. 69-80
24. Balogh Á. (2011): *Kulturális intelligencia - a 21. század kulskompetenciája? Doktori (PhD értekezés)*. Pannon Egyetem, Veszprém; http://konyvtar.uni-pannon.hu/doktori/2011/Balogh_Agnes_dissertation.pdf Letöltés: 2013. november 14.
25. Bańcerowski J. (2008): *A világ nyelvi képe*. Tinta Könyvkiadó, Budapest
26. Bangó J. (2004): *A luhmanni életmű panorámája*. Rejtjel, Budapest
27. Bangó J. és Karácsony A. [Szerk.] (2002): *Luhmann-könyv*. Rejtjel, Budapest
28. Bargiela-Chiappini, F. (2003): *Face and Politeness: new (insights) for old (concept)*. *Journal of Pragmatics* 35. pp. 1453-69.
29. Bartlett, C.A. és Ghoshal, S. (1989): *Managing across border. The transnational solution*. Harvard Business School Press, Boston
30. Bartlett, C.A. és Ghoshal, S. (1990): *Internationale Unternehmensführung. Innovation, globale Effizienz, differenziertes Marketing*. Frankfurt/Main, New York
31. Baumer, Th. (2002): *Handbuch Interkulturelle Kompetenz*. Orell füssli Verlag AG., Zürich

32. Baumer, Th. (2004): Handbuch Interkulturelle Kompetenz. Band 2. Orell füssli Verlag AG., Zürich
33. Bawa, I.W. és Williams, L.E. (1997): Cross-Cultural Business Communication: Problems for the Unwary. Discussion Paper. Lincoln University, Canterbury NZ
http://researcharchive.lincoln.ac.nz/dspace/bitstream/10182/899/3/cd_dp_38.pdf
34. Beamer, L. és Varner, L. (2001): Intercultural Communication in the Global Workplace. 2nd Edition. McGraw-Hill Irwin, Boston etc.
35. Behrens, K. Ch. (1963): Absatzwerbung. Gabler, Wiesbaden
36. Behrens, K. Ch. [Hrsg.] (1970): Handbuch der Werbung. Gabler, Wiesbaden
37. Bencsik A. (2009): A tudásmenedzsment emberi oldala. Z-Press, Miskolc
38. Bender, M. (1976): Die Messung des Werbeerfolgs in der Werbeträgerforschung. Physica, Würzburg, Wien
39. Bennett, M.J. (1977): Transition shock: Putting culture shock in perspective. International and Intercultural Communication Annual. 4. pp. 45-52.
40. Benett, M.J. (1995): Critical incidents in an intercultural conflict-resolution exercise. In: Fowler, S.M. és Mumford, M.G. [Szerk.]: Intercultural Sourcebook: Cross-Cultural Training Methods. Vol. 1. Intercultural Press, Yarmouth, ME. pp. 147-156
41. Bennis, W. (1969): Organizational development: Its nature, origins, and prospects. Addison-Wesley, Reading, MA.
42. Bentele, G. és Will, M. (2006): Public Relations als Kommunikationsmanagement. In: Schmid, B.F. és Lyczek, B. [Szerk.]: Unternehmenskommunikation. Gabler, Wiesbaden pp. 149-183
43. Berry, J.W., Poortinga, Y.H., Segall, M.H. és Dasen, P.R. (1992): Cross-cultural psychology: Research and applications. Cambridge University Press, New York
44. Birkenbihl, V.F. (1999): Psycho-logisch richtig verhandeln: professionelle Verhandlungstechniken mit Experimenten und Übungen. 12. Aufl. mvv-verlag, Landsberg am Lech
45. Blake, R. és McCanse, A.A. (1991): Leadership dilemmas: Grid solutions. Gulf, Houston
46. Blake, R. és Mounton, J. (1964): The Managerial Grid. Gulf, Houston
47. Blumer, H. (1969): Symbolic interactionism. Perspective and method. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
48. Blumer, H. (2000): A társadalom mint szimbolikus interakció, In: Felkai G., Némedi D. és Somlai P. [Szerk.]: Olvasókönyv a szociológia történetéhez II. Szociológiai irányzatok a XX. században. Új Mandátum, Budapest pp. 323-331.
49. Blumer, H. (2004): Kommunikation als interaktiver Vorgang. In: Burkart és Hömberg [Hrsg.]: Kommunikationstheorien. Braunmüller, Wien pp. 24-42
50. Boitllehner, I. (2012): Interkulturelle Kompetenz. Die Förderung interkultureller Kompetenz. Oead; Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung, Wien
51. Bolten, J. (1992): „Fachsprache“ oder „Sprachbereich“? Empirische-grammatische Beschreibung der deutschen Wirtschafts-, Medizin- und Rechtssprache. In: Bugarten, T. [Szerk.]: Beiträge zur Fachsprachenforschung. Sprache in Wissenschaft und Technik. Attikon Verlag, Tostedt pp. 57-72
52. Bolten, J. [Szerk.] (2000): Studien zur internationalen Unternehmenskommunikation. Heidrun Popp Verlag, Leipzig

53. Bolten, J. (2006): Interkulturelle Kompetenz. In: Tsvasman [Szerk.] (Hrsg.): Das grosse Lexikon Medien und Kommunikation. Ergon, Würzburg pp. 163–166
54. Bolten, J. (2007a): Interkulturelle Kompetenz. Landeszentrale für politische Bildung, Tübingen
55. Bolten, J. (2007b): Einführung in die interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen
56. Bolten, J. (2008): Reziprozität, Vertrauen, Interkultur. Kohäsionsorientierte Teamentwicklung in virtualisierten multikulturellen Arbeitsumgebung. In: Jammal, E. [Szerk.]: Vertrauen im interkulturellen Kontext. VS. Research, Springer Vlg. Berlin, Heidelberg, New York pp. 69–93
57. Borgulya, Á. (2000): Business communication during cultural change. In: Corporate Communication. An International Journal. 5. pp. 181–184
58. Borgulya Á. (2007): A kultúra és a kultúraközi kommunikáció. In: Borgulya és Somogyvári: Kommunikáció az üzleti világban. Akadémiai Kiadó, Budapest pp. 132–151
59. Borgulya Á. és Hahn J. (2008): Work-related values in Central- and Eastern Europe. In: Journal for East European Management Studies. Vol. 13. Nr. 3. 2008. pp. 217–238
60. Borgulya Á. (2011a): Vállalati kommunikáció századunk első évtizedében: Bevezető gondolatok. In: Vállalati kommunikáció a 21. század elején. Borgulya Á. és Deák Cs. [Szerk.], Z-Press kiadó, Miskolc pp. 5–6
61. Borgulya, Á. (2011b): Hungarian – German Cultural Conflicts at Work. Paper presented at The 7th International Critical Management Conference. Views Across Cultures, July 11–13, 2011 in Napoli, http://www.organizzazione.unina.it/cms7/proceedings/proceedings_stream_10/Borgulya.pdf
62. Borgulya, Á. (2012a): Work-Related Attitudes in the SEE Region. (Könyvfejezet) In: Sternad, D. – Döring, T. [Szerk.]: Handbook of Doing Business in South East Europe. Palgrave Macmillan, Houndsmill pp. 428–452
63. Borgulya Á. és Somogyvári Márta (2007): Kommunikáció az üzleti világban. Akadémiai Kiadó, Budapest
64. Borgulya Iné (1985): Gazdasági szaknyelv – nyelvészeti örökségünk. In: „A vállalati magatartást motiváló gazdasági és társadalmi tényezők” című konferencia előadásai. Pécsi Janus Pannonius Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs pp. 389–399
65. Borgulya Iné (1995): A magyar menedzserek és az interkulturális kommunikáció. Marketing & Menedzsment 1995/6. pp. 54–57.
66. Borgulya Iné (1996): Üzleti kommunikáció kultúrák találkozásában. Janus Pannonius Tudományegyetem, Pécs
67. Borgulya Iné (1999) : Sztereotípiák, előítéletek és a kultúraközi kommunikáció. Marketing & Menedzsment. 5. szám pp. 44–46
68. Borgulya Iné (1999): Bankkenntnisse II. Kunden- und Mitarbeitergespräche. Dialog Campus kiadó, Budapest – Pécs
69. Borgulya, Iné (2000): A magyar menedzserek és a nemzetközi feladatok. OTKA-kutatás. Kutatási zárójelentés. Pécs, PTE

70. Borgulya Iné (2001): Kultúra és kommunikáció nemzetközi környezetben. In: Poór és Farkas [Szerk.]: Nemzetközi menedzsment. KJK Kerszöv Kiadó, Budapest pp. 45–73
71. Borgulya Iné (2007): A munkával kapcsolatos értékek Közép-Kelet-Európában – nemzetközi felmérések tükrében. In: Vezetéstudomány. 2007. XXXVIII. Évf. 7–8. szám pp. 51–67
72. Borgulya Iné (2008): Értékorientált kommunikációmenedzsment és kommunikáció-kontrolling. In: Vezetéstudomány. XXXIX. évf. 2008. 11. szám pp. 11–23
73. Borgulya Iné Vető Á. (2012b): A munkával kapcsolatos értékek és attitűdök változása Közép-Kelet-Európában a XXI. század első évtizedében. Vezetéstudomány. XLIII. évfolyam 2012.04. szám pp. 23–36
74. Borgulya Iné és Barakonyi K. (2004): Vállalati kultúra, Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest
75. Borgulya Iné Vető Á. (2010): Kommunikációmenedzsment a vállalati értékteremtésben. Akadémiai Kiadó, Budapest
76. Borgulya Iné, Bencze V. és Kiss T. (1996): A kis- és középméretű vállalatok értékrendje, stratégiai magatartása. Marketing & Menedzsment. 1996. 6. szám pp. 30–38
77. Borgulya Iné, Metz É., Sümeginé Dobrai K. és Somogyvári M. (1999): Bankkenntnisse I. Kompendium des Bankwesens. Dialog Campus Kiadó, Budapest – Pécs
78. Boromisza D. (2003): Az interkulturális félreértés kutatásának fő irányvonalai. Szociológiai Szemle. 4. pp. 76–87
79. Bosch, A., Reichenbach, T. és Schmidt, G. (2003): Organisationskulturen in Deutschland und China: Typische Problemlagen. In: Böhn, D., Bosch, A., Haas, H-D., Kühlmann, T. és Schmidt, G. [Szerk.] Deutsche Unternehmen in China. Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden pp. 179–205
80. Boski, P. (2003): Polen. In: Thomas, A., Kammhuber, S. és Schroll-Machl, S. [Szerk.]: Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band 2. Vandenhoech & Ruprecht, Göttingen pp. 120–135
81. Böhn, D., Bosch, A., Haas, H-D, Kühlmann, T. Schmidt, G. [Szerk.] (2003): Deutsche Unternehmen in China. Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden
82. Bradburn, N. (1960): The managerial role in Turkey. A psychological study. Dissertation. Harvard University
83. Brown, P. és Levinson, S.C. (1978): Universals in language usage. Politeness phenomena. In: Goody, E. N. (ed.): Questions and Politeness strategies in social interaction. Cambridge, Cambridge, University Press
84. Brown, P. és Levinson, S.C. (1987): Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge University Press, Cambridge
85. Bruhn, M. (1992): Integrierte Unternehmenskommunikation. Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart
86. Bruhn, M. (1995): Integrierte Unternehmenskommunikation. 2. überarbeitete Auflage. Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart
87. Bruhn, M. (1997): Kommunikationspolitik. Verlag Franz Vahlen, München
88. Brunczel B. (2008): Niklas Luhmann társadalomelméletének felépítése és az elmélet politikatudományi és politikafilozófiai vonatkozásai. PhD-disszertáció, ELTE, Budapest

89. Brück, F. (2002): *Interkulturelles Management. Kulturvergleich Österreich – Deutschland – Schweiz*. IKO – Verlag für Interkulturelle Kommunikation, Frankfurt am Main
90. Buda B. (é.n.): *A közvetlen emberi kommunikáció szabályszerűségei*. Animula, Budapest
91. Bulygina, T.V. és Šmeljev, A.D. [Szerk.] (1997): *Jazykovaja Konceptualizacija mira (na materiale ruszkoj grammatiki)*. Moskva, Jazyki ruszkoj kul'tury
92. Bungarten, T. [Szerk.] (1988): *Sprache und Information in Wirtschaft und Gesellschaft*. Attikon Verlag, Tostedt
93. Bugarten, T. [Szerk.] (1992): *Beiträge zur Fachsprachenforschung. Sprache in Wissenschaft und Technik*. Attikon Verlag, Tostedt
94. Bugarten, T. [Szerk.] (2000): *Sprache und Kultur in der interkulturellen Marketingkommunikation*. Attikon Verlag, Tostedt
95. Burkart, R. és Hömberg, W. [Szerk.] (2004): *Kommunikationstheorien*. Braumüller, Wien
96. Byram, M. (1997): *Teaching and Assessing Intercultural Communicative Competence*. Multilingual Matters, Clevedon
97. Byram, M., Nichols, A. és Stevens, D. (2001): *Developing Intercultural Competence in Practice*. Multilingual Matters, Clevedon
98. Čada (1935): *Studium cizich jazyků na školách obchodních a jeho lingvistický základ*. In: *Slovo a slovesnost*. I/1935 pp. 54–55
99. Chen, H. (2004): *Kulturschock. VR China /Taiwan*. Peter Rump Verlag, Bielefeld
100. Chen, R. (1993): *Responding to compliments: A contrastive study of politeness strategies between American English and Chinese speakers*. *Journal of Pragmatics*. 20. pp. 49–75
101. Cheney, G., Christensen, L.T., Zorn, T.E. és Ganesh, S. (2004): *Organizational Communication in an Age of Globalization: Issues, Reflections, Practices*. Waveland Press, Long Grove, IL
102. Chikán A. (2003): *Vállalatgazdaságtan*. Aula Kiadó, Budapest
103. Christensen, L.T., Morsing, M. és Cheney, G. (2008): *Corporate Communications*. Sage, Los Angeles, London etc.
104. Cornelissen, J. (2008): *Corporate Communication. A guide to theory and practice*. Sage, Los Angeles, London, etc.
105. Crosier, K. (1995): *Marketing Communications*. In: Baker, M.J. (Hrsg.): *Companion Encyclopedia of Marketing*. Routledge, London, New York
106. Culbertson, H. és Chen, N. [Szerk.] (1996). *International Public Relations: A Comparative Analysis*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Hillsdale, Mahwah, NJ.
107. Csath M. (2004): *Stratégiai tervezés és vezetés a 21. században*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest
108. Csath Magdolna (2008): *Interkulturális menedzsment*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest
109. Csepeli Gy. (2001): *Szociálpszichológia*. Osiris, Budapest
110. Deardorff, D.K. (2004): *The Identification and Assessment of Intercultural Competence*. Dissertation submitted to the Graduate Faculty of North Carolina State University. <http://repository.lib.ncsu.edu/ir/bitstream/1840.16/5733/1/etd.pdf>. (Letöltés: 2009. november 15.)
111. Deardorff, D.K. (2010): *The Sage Handbook of Intercultural Competence*. Sage Publ., Thousand Oaks, CA

112. De Corte, J. és Hessmann, P. (1977): Die wissenschaftliche Fachsprache der Wirtschaft. Eine Untersuchung ihrer syntaktischen und syntaktisch-lexikalischen Merkmale. Teil I. *Linguistica Antverpiensia XI*. pp. 28–89
113. De Corte, J. és Hessmann, P. (1978): Die wissenschaftliche Fachsprache der Wirtschaft. Eine Untersuchung ihrer syntaktischen und syntaktisch-lexikalischen Merkmale. Teil II. *Linguistica Antverpiensia XII*. pp. 233–260
114. De Corte, J. és Hessmann, P. (1979): Die wissenschaftliche Fachsprache der Wirtschaft. Eine Untersuchung ihrer syntaktischen und syntaktisch-lexikalischen Merkmale. Teil III. *Linguistica Antverpiensia XIII*. pp. 56–102
115. De Cort, J. (1982): Nominale Komposita aus drei oder mehr Konstituenten. Bemerkungen zu der Komposition in der wissenschaftlichen Fachsprache der Wirtschaft. In: *Fachsprache*. 1982. 1. Heft pp. 17–31
116. De Corte, J. (1984): *Fachsprache und Stil*. Ein Überblick. *Jahrbuch für Internationale Germanistik*. Jahrgang XV. Heft 2. pp. 40–52
117. Deekeling, E. és Fiebig, N. [Szerk.] (1999): *Interne Kommunikation. Erfolgsfaktor im Corporate Change*. Gabler – Frankfurter Allgemeine, Wiesbaden, Frankfurt am Main
118. De Mooij, M. (2009): *Global Marketing and Advertising: Understanding Cultural Paradoxes* (3rd edition). Sage Publications, Los Angeles, London, etc.
119. De Witte, H., Halman, L. és Gelissen, J. (2004): European work orientations at the end of the twentieth century. In: Arts, W. és Halman, L. [Szerk.]: *European Values at the Turn of the Millennium*. Brill, Leiden, Boston pp. 255–279
120. Dévényi M. (2004): A magas és alacsony kontextusú kommunikáció változatai Európában. In: Borgulya Iné [Szerk.] (2004): *Kultúraközi, szakmai és szervezeti kommunikáció*. PTE Közgazdaságtudományi Kar, Pécs pp. 20–28
121. Dias-Bone, R. és Krell, G. (2009): *Diskurs und Ökonomie: Diskursanalytische Perspektiven auf Märkte und Organisationen*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden
122. Dobák M. és Antal Zs. (2010): *Vezetés és szervezés*. Aula Kiadó, Budapest
123. Dobrai K. (2003): *Wissensorientierte Unternehmenskultur und das lernende Unternehmen*. In: *Mit interkulturellem Wissen zum Unternehmenserfolg*. Unternehmenskultur & Unternehmenserfolg Band.2. Erschienen zur Konferenz „Firmenkultur VII“, 19–21. April 2004. Fachliche Beratung: Novy. I. Bundesverband Deutscher Unternehmer in der Tschechischen Republik .e.V. etc, Prag pp. 318–318
124. Dobrai K. és Farkas F. (2008): *Knowledge-Based Services: Examining Knowledge Processes in Public-Serving Nonprofit Organizations*. *The International Journal of Knowledge, Culture & Change Management*, Vol.8. Nr .2. pp. 9–21
125. Dobrai K., Farkas, F., Karoliny Mné és Poór J. (2011): *Tudásmenedzsment nemzetközi vállalatok magyarországi leányvállalatainál egy 2010-es empirikus vizsgálat tükrében*. In: Noszkay E. [Szerk.]: *Tudásból várat ... Tudásmenedzsment elméleti és módszertani megközelítésben*. N és B. Kiadó, Budapest pp. 61–73
126. Dobrai K., Farkas F., Karoliny Zs. és Poór J. (2012): *Knowledge Transfer in Multinational Companies – Evidence from Hungary*. *Acta Polytechnica Hungarica*. 9. (3) pp. 149–161

127. Drozd, L. és Seibicke, W. (1973): Deutsche Fach- und Wissenschaftssprache. Oscar Brandstetter Verlag, Wiesbaden
128. Earley, P.C. és Ang, S. (2003): Cultural Intelligence: Individual Interactions Across Cultures. Stanford Press Business Books, Stanford University
129. Earley, P.C. és Mosakowski, E. (2004): Cultural Intelligence. Harvard Business Review, 2004. Oct. pp. 139-146
130. Earley, P.C. és Mosakowski, E. (2005): Kulturális intelligencia. Harvard Business-Manager, 2005. január-február, pp. 80-86
131. Ehrenreich, S. (2010): English as a Business Lingua Franca in a German Multinational Corporation. Journal of Business Communication. 2010 (47) pp. 408-431
132. Euske, N.A. és Roberts, K.H. (1987): Evolving Perspectives in Organization Theory: Communicatuin Implications. In: Jablin, M.J., Putnam, L.L., Roberts, K. H. és Porter, L.W. [Szerk.]: Handbook of Organizational Communication. Sage, Newbury Park, CA pp. 41-69
133. Evans, J. és Mavondo, F. (2001): An alternative operationalisation of cultural distance. Australian and New Zealand Marketing Academy, Auckland. www.anzmac.org/conference/2001/anzmac/AUTHORS/pdfs (letöltés: 2013. nov. 15.)
134. Falkné Bánó K. (2008): Kultúraközi kommunikáció. Perfekt, Budapest
135. Falkné Bánó K. (2012): A szervezeti kommunikáció fejlesztésének interkulturális aspektusai nemzetközi vállalatoknál. In: Dobos Cs. [Szerk.]: A vállalati kommunikáció vizsgálatának nyelvészeti és interkulturális aspektusai. Miskolci Egyetem, Miskolc pp. 167-181
136. Farace, R.V., Monge, P.R. és Russel, H.M. (1977): Communicating and organizing. Addison-Wesley, Reading, MA
137. Fayol, H. (1930): Industrial and General Administration. Sir Isaac Pitman & Sons, London
138. Fazekas I. és Harsányi D. (2004): Marketingkommunikáció. Szókratész Külgazdasági Akadémia, Budapest
139. Felkai G., Némethi D. és Somlai P. [Szerk.] (2000): Olvasókönyv a szociológia történetéhez. Szociológiai irányzatok a XX. század elejéig. Új Mandátum Könyvkiadó, Budapest
140. Finke, M. (2006): Diversity Management. Förderung und Nutzung personeller Vielfalt in Unternehmen. 2. Auflage, Rainer Hampp, München
141. Fink, G., Kölling, M., Meierewert, S. és Neyer, A. K. (2004): Research on Intercultural Management Interaction: The Cultural Standard Method - konferencia-előadás: International Conference on Research Methods, március 18-20. Lyon
142. Fink, G. és Meierewert, S. (2001): Interkulturelles Management, Österreichische Perspektiven, Springer Verlag Wien, New York,
143. Fisher, B.A. (1978): Perspectives on human communication. Macmillan, New York
144. Fojtik J. és Rekettye G. (2009): Nemzetközi marketing. Nordex Kft. Dialog Campus. Budapest
145. Fombrun, C.J. (1996): Reputation: Relizing Value from the Corporate Image. Harvard Business School Press, Boston
146. Földes Cs. (2007): Interkulturális nyelvészet. Problémavázlat. Magyar Nyelv. 103 1, pp. 16-38. <http://www.c3.hu/~magyarnyelv/07-1/foldes.pdf>

147. Földes, Cs. (2003): *Interkulturelle Linguistik. Vorüberlegungen zu Konzepten, Problemen Desiderata*. Universitätsverlag/Edition Praesens, Veszprém/Wien
148. Földes Cs. (2009a): *Blickwinkel und Methoden einer intergrativen Kulturforschung: Aktuelle Perspektiven interkultureller Philosophie als Grundwissenschaft*. *Eruditio - Education*. 2009/3. (4.) pp. 5-34
149. Földes Cs. (2009b): *Black Box 'Interkulturalität'*. *Wirkendes Wort*. (59) 2009/3. pp. 503-525
150. Földes Csaba (2011): *Interkulturelle Linguistik im Aufbruch*. Narr Verlag, Tübingen.
151. Földes Csaba (2013): *Kultúra, interkulturalitás és hibriditás a nyelvészetben*. XXIII. Magyar Alkalmazott Nyelvészeti Kongresszus: „Nyelv - társadalom - kultúra. Interkulturális és multikulturális perspektívák” Budapest, 2013. Március 27. Handout.
152. Fraser, B. (1990): *Perspectives on Politeness*. *Journal of Pragmatics*. (14) pp. 219-236.
153. Freeman, R.E. (1984): *Strategic Management: A stakeholder approach*. Pitman, Boston
154. Fröhlich, E. és Pichler, H. (1988): *Werte und Typen mittelständischer Unternehmen*. Dunckler&humblot, Berlin
155. Furnham, A. és Bochner, S. (1986). *Culture shock: Psychological reactions to unfamiliar environments*. Routledge, New York
156. Füstös L. és Szakolczai Á. (1994): *Értékek változásai Magyarországon, 1978-1993. Kontinuitás és diszkontinuitás a kelet-közép-európai átmenetben*. *Szociológiai Szemle*. 1. szám pp. 57-90
157. Gabriel, O.W., Kunz, V., Roßteutscher, S. van Deth, J.W. (2002): *Sozialkapital und Demokratie. Zivilgesellschaftliche Ressourcen im Vergleich*. WUV-Universitätsverlag, Wien
158. Gelei A. (2002): *A szervezeti tanulás interpretatív megközelítése: a szervezetfejlesztés esete*. PhD-disszertáció. Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem Gazdálkodástani Doktori Iskola, Budapest
159. George H. és Mead, G. H. (2000): *A pszichikum, az én és a társadalom szociálbehaviorista szempontból*. In: Felkai Gábor - Némédi Dénes - Somlai Péter [Szerk.]: *Olvasókönyv a szociológia történetéhez*. Szociológiai irányzatok a XX. század elejéig. Új Mandátum Könyvkiadó, Budapest pp. 258-271.
160. Gerd, A. S. [Szerk.] (1996): *Prikladnoje jazykoznanie*. Učebnik. Izd. Sankt-Peterburgskogo Universiteta, Sankt-Peterburg
161. Gerritsen, M. és Nickerson, C. (2009): *BELF: Business English as a Lingua Franca*. In: Bargiela-Chiappini [Szerk.]: *The handbook of business discourse*. Edinburgh University Press, Edinburgh pp. 180-192
162. Gersten, M.C. (1990): *Intercultural competence and expatriates*. *The International Journal of Human Resource Management*. Vol. 1. Nr. 3. pp. 341-362
163. Gesteland, R.R (2002): *Cross-Cultural Business Behavior*. 3. edition. Copenhagen Business School Press, Copenhagen
164. Ghauri, P.N. és Usunier, J.-C. [Szerk.] (1996): *International Business Negotiation*. Pergamon/Elsevier, Amsterdam etc.
165. Ghauri, P.N. és Usunier, J.-C. [Szerk.] (2003): *International Business Negotiations*. (2nd edition) Pergamon/Elsevier, Amsterdam etc.

166. Gibson, C.B., Maznevski, M. és Kirkman, B.L. (2008): When does culture matter? In: Bhagat, R.S. és Steers, R.M. [Szerk.]: *Handbook of Culture, Organizations, and Work*. Cambridge University Press, Cambridge pp.46–68
167. Gibson, R. (2002): *Intercultural Business Communication*. Oxford, Oxford University Press
168. Glenn, E. S. és Glenn, C.G. (1981): *Man and mankind*. Ablex Publ., Norwood, NJ.
169. Gohr, M. (2002): *Geschäftsbericht und Aktionärsbrief – eine textsortenlinguistische Analyse mit anwendungsbezogenen Aspekten*. PhD-Dissertation, Heinrich-Heine-Universität, Düsseldorf
170. Goodman, M.B. (1994): *Corporate communication: Theory and Practice*. Sunny Press, Albany, NY.
171. Goodman, M.B. és Hirsch, P.B. (2010): *Corporate Communication*. Peter Lang, New York
172. Graves, D. (1972): Cultural determinism and management behavior. *Organizational Dynamics*, 1 (2), pp. 46–59
173. Griffin, E. (2001): *Bevezetés a kommunikációelméletbe*. Harmat Kiadó, (h.n)
174. Grunig, J. E. és Hunt, T. (1984): *Managing public relations*. Holt. Publ. New York
175. Gu, Y. 1990. Politeness Phenomena in modern Chinese. *Journal of Pragmatics*. (14) pp. 237–257.
176. Gudykunst, W. és Kim, Y.Y. (1984): *Communication with Strangers. An Approach to Intercultural Communication*. Random House, New York
177. Gumperz, J.J. (1995): Mutual Inferencing in Conversation. In: Markova, I., Graumann, C.F. és Foppa, K. [Szerk.]: *Mutualities in Dialogue*. Cambridge University Press, Cambridge pp. 101–123
178. Habermas, J. (1981): *Theorie des kommunikativen Handelns*. Suhrkamp, Frankfurt am Main
179. Habermas, J. (é.n.): *A kommunikatív cselekvés elmélete*. ELTE, Budapest (Habermas, J. (1981): *Theorie des kommunikativen Handelns 1–2*. Suhrkamp, Frankfurt am Main részleges fordítása)
180. Hall, E.T. (1959): *The Silent Language*. Doubleday, Garden City, N.Y.
181. Hall, E.T. (1966): *The Hidden Dimension*. Anchor Books, Doubleday, New York
182. Hall, E.T. (1987): *Rejtett dimeziók*. 3. kiadás, Gondolat, Budapest
183. Hankiss E. (1977): *Érték és társadalom*. Magvető, Budapest
184. Harcourt, J., Krizan „Buddy”, A.C. és Merrier, P. (1991): *Business Communication*. South-Western Publ. Co., Cincinnati, OH, et al.
185. Harzing, A-W. (2006): Response styles in cross-national survey research: a 26-country study. *International Journal of Crosscultural Management*. Vol. 6/2. www.harzing.com
186. Haseloff, O.W. (1970): *Kommunikationstheoretische Probleme der Werbung*. In: Behrens, K.C. [Szerk.]: *Handbuch der Werbung*. Gabler, Wiesbaden. pp. 157–200
187. Hatzler, B. és Layes, G. (2005): *Interkulturelle Handlungskompetenz*. In Thomas, A., Kinast, E.U. és Schroll-Machl, S. [Szerk.]: *Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation*. Bd.1. Grudlagen und Praxisfelder. Vandenhoeck und Ruprecht, Göttingen, pp. 138–148
188. Heidrich B. (2001): *Szervezeti kultúra és interkulturális menedzsment*. Bíbor Kiadó, Miskolc

189. Heinhold, J. (1962): Fachbegriffe der Unternehmensforschung. Mathematical methods of operations research. Vol. 6 (1) pp. 26–30
190. Hering, R., Schuppener, B. és Sommerhalder, M. (2004): Die Communication Scorecard. Haupt Verlag, Bern, Stuttgart, Wien
191. Herzberg, F.R. (1966): Work and the nature of man. Word Publishing, Cleveland
192. Herzberg, F. (1968): One more time: How do you motivate employees? Harvard Business Review. 46. pp. 53–62
193. Herzberg, F. (1976): The managerial choice: To be efficient and to be human. Dow Jones-Irwin, Homewood
194. Hidasi J. (2004): Interkulturális kommunikáció. Scolar, Budapest
195. Hidasi J. (2011): Interkulturális nyelvészet. In: Balázs G. [Szerk.]: Nyelvészetről mindenkinek. 77 nyelvészeti összefoglaló. Inter, Budapest pp. 146–149
196. Hidasi J. (2011): A globalizáció és a nemzetköziesedés vetületei. In: Borgulya Á. és Deák Cs. [Szerk.]: Vállalati kommunikáció a 21. század elején. pp. 189–201
197. Hoffmann, H-E, Walter, A., Schoper Y-G. és Fritzsion, C.J. (2004): Internationales Projektmanagement: Zusammenarbeit in der Praxis. Deutscher Taschenbuch Verlag, München
198. Hoffmann, H-E, Walter, A., Schoper, Y-G, Fritzsion, C.J. és Wagenhals, K. (2004): IPA-NEMA Interkulturelle Zusammenarbeit in der Praxis. GPM-Magazin. PMaktuell. Heft 3/2004 pp. 12–24 <http://www.pmaktuell.org/PMaktuell-200403/031-Wissen-Hoffmann1-Walter1-Schoper1-Fitzsimons1-Wagenhals1-GPM> (Letöltés: 2012. augusztus 18.)
199. Hofmeister-Tóth Á., Kaiznbauer, A., Brück, F. és Neulinger Á. (2005): Kulturális értékek, kulturális dimenziók és kulturális standardok. Vezetéstudomány. XXXVI. évf. 2. szám. pp. 2–15
200. Hofmeister-Tóth Á., Mitev A.Z. (2007): Üzleti kommunikáció és tárgyalástechnika. Akadémiai Kiadó, Budapest
201. Hofstadler, H. és Wiesinger, S. (é.n.): Interkulturelles Verständnis strukturiert betrachtet: Das SIMM. FH Oberösterreich, Steyr, <http://www.fh-ooe.at/fh-oberoesterreich/fh-plattform-interkulturalitaet/>
202. Hofstede, G. (1980): Culture's Consequences. International Differences in Work-Related Values. Beverly Hills, London
203. Hofstede, G. (1991): Cultures and Organizations. Software of the Mind. HarperCollinsBusiness, Hammersmith, London
204. Hofstede, G. (2001): Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and across nations. 2nd edition. Sage Publ. Thousand Oaks
205. Hofstede, G. és Hofstede, G.J. (2008): Kultúrák és szervezetek. Az elme szoftvere. McGraw-Hill - VHE, Pécs.
206. Homann, K. és Blome-Drees, F. (1992): Wirtschafts- und Unternehmensethik. UTB für Wissenschaft. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen und Zürich
207. Horányi Ö. (1975): Jel, jelentés, információ. Magvető Kiadó, Budapest
208. Horányi Ö. (1977): Kommunikáció I. és II. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest
209. Horányi Ö. [Szerk.] (2007): A kommunikáció mint participáció. AKTI/Typotex, Budapest

210. House, J. (2000): Understanding misunderstanding: a pragmatic-discourse approach to analysing mismanaged rapport in talk across cultures. In: Spencer-Oatey [Szerk.]: *Culturally Speaking*. Continuum, 2000, pp. 145-164
211. House, R.J., Hangens, P.J., Javidan, M., Dorfman, P.W. és Gupta, V. (2004): *Culture, leadership, and organizations. The Globe study of 62 societies*. Sage Publ., Thousand Oaks, CA
212. Huck, S. (2002): Internationalisierung der Unternehmenskommunikation. In: Mast, C.: *Unternehmenskommunikation*. Lucius & Lucius, Stuttgart pp. 343-363
213. Huck, S. (2005): *Internationale Unternehmenskommunikation. Kommunikation & Analysen. Band 1*. Universität Hohenheim, Hohenheim
214. Huck, S. (2007): *Internationale Unternehmenskommunikation*. In: Piwinger, M. és Zerfaß, A. [Szerk.]: *Handbuch Unternehmenskommunikation*. Gabler Verlag, Wiesbaden pp. 891-907
215. Hummel, H.-P. (1975): *Marktkommunikation und Verbraucherverhalten*. Baumhaus, Frankfurt am Main, Zürich
216. Hund (Battelle), G.(é.n.): *Communication and Stakeholder Involvement Guidebook*. Battelle Memorial Institut, ERM. http://www.wbcds.org/web/projects/cement/tf6/stakeholder_guide.pdf (Letöltés: 2012. augusztus 18.)
217. Hundhausen, K. (1969): *Public Relations. Theorie und Systematik*. De Gruyter, Berlin
218. Hundhausen, K. (1957): *Industrielle Publizität als Public Relation*. Girardet, Essen
219. Huntington, S.P. (2006): *A civilizációk összecsapása és a világtrend átalakulása*. Európa Könyvkiadó, Budapest
220. Inglehart, R. (1977): *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles among Western Publics*. Princeton University Press, Princeton
221. Inglehart, R. - Basañez, M. és Moreno, A. (2000): *Human Values and Beliefs: A Cross-Cultural Sourcebook*. The University of Michigan Press, Ann Arbor
222. Jablin, M.J., Putnam, L.L., Roberts, K. H. és Porter, L. W. (1987): *Handbook of Organizational Communication*. Sage, Newbury Park, CA
223. Jablin, F.M. és Putnam, L.L. [Szerk.] (2001): *The New Handbook of Organizational Communication. Advances in Theory, Research, and Methods*. Sage Publ. Thousand Oaks, etc.
224. Jakobson, R. (1972): *Hang - jel - vers*. Gondolat Kiadó, Budapest
225. *Jahrbuch Marketing - Kommunikation. 1997 - Verlag Künzler-Bachmann Medien, St. Gallen*
226. Jenkins, J. (2007): *English as a lingua franca: Attitude and identity*. Oxford University Press, Oxford
227. Ji, Shaojun (2000): „Face” and polite verbal behaviors in Chinese Culture. Discussion note. *Journal of Pragmatics*. (32) pp. 1059-1062
228. Jorna, R.J., Heusden, von B. és Posner, R. [Szerk.] (1993): *Signs, Search, and Communication. Semiotic Aspects of Artificial Intelligence*. de Gruyter, Berlin
229. Kainzbauer, A. és Brück, F. (2000): *Cultural Standards Austria - Hungary*. *Journal of Cross-Cultural Competence & Management*. (2) pp. 73-103
230. Kalocsai K. (2011): *Communities of practice and English as a lingua franca: A study of Erasmus students in Szeged*. Doktori értekezés, Szegedi Tudományegyetem.

231. Kankaanranta, A. és Plancken, B. (2010): BELF competence as business knowledge of internationally operating business professionals. *Journal of Business Communication*. Special issue of *Language Matters*, Part 2. 47 (4) pp. 380–407
232. Kappas, E. (1996): *Interne Kommunikation: das ungenutzte Potential*. In: Sokianos, N. [Szerk.]: *Personalpolitik, Human Resources gestalten statt verwalten*. Gabler, Wiesbaden pp. 265–282
233. Karácsony A. (1998): A szociális világ mint kommunikatív teljesítmény. *Gond.* (15–16), pp. 245–265
234. Karasik, V.I. (2002): *Jazykovej krug. Ličnost', koncepty, diskurs*. Peremena, Volgograd
235. Katan, D. (1999): *Translating Cultures*. St. Jerome, Manchester
236. Katz, D. és Kahn, R.L. (1978): *The social psychology of organizing* (2nd. Ed.) (első kiadás 1966) Wiley, New York
237. Kaul, A. (2012): *Man and Woman Talk in Indian Organizations: Grammatical and Syntactical Similarities*. *Journal of Business Communication*. 2012 49. pp. 245–276 <http://job.sagepub.com/content/49/3/254> (Letöltés: 2012. július 25.)
238. Kealey, D.J. (1989): *A study of cross-cultural effectiveness: Theoretical issues, practical applications*. *International Journal of Intercultural Relations*. 13. pp. 387–428
239. Kealey, D.J. és Ruben, B.D. (1983): *Cross-cultural personnel selection: Criteria, issues and methods*. In: Landis és Brislin [Szerk.]: *Handbook of Intercultural training* (Vol. 1.). Pergamon Press, New York pp. 155–175
240. Keegan, W.J. és Green, M. C. (2011): *Global Marketing* (6th edition). Prentice Hall. Upper Saddle River
241. Kell, C.L. és Corts, P.R. (1983): *Let's Talk Business*. Little, Brown and Company, Boston, Toronto
242. Keller, E. von (1982): *Management in fremden Kulturen*. Paul Haupt Verlag, Bern és Stuttgart
243. Keller T. (2008): *Értékrend és társadalmi pozíció*. *Századvég*. 47. szám, No. 1, pp. 151–188 <http://www.szazadvég.hu/files/kiadoarchivum/47keller.pdf>
244. Keller T. (2010): *Magyarországi értéktérkép: normakövetés, egyéni teljesítmény, szolidaritás és öngondoskodás elfogadottsága a magyar társadalomban*. *Szociológiai Szemle*. 20. évf. 2. szám pp. 42–70
245. Kenesei M. (2012): *Az éves jelentések vizuális kommunikációja*. Szakdolgozat. PTE Közgazdaságtudományi Kar
246. Kenis, I. (1974) *A cross-cultural study in leadership styles and personality*. Dissertation. New York.
247. Kiss N. (2011): *Intercultural Communication in an Educational Context*. PhD értekezés. PTE BTK, Nyelvtudományi Doktori Iskola, Pécs
248. Klein S. (2005): *Vezetés- és szervezetszichológia*, Edge 2000, Budapest
249. Kluckhohn, Clyde: *Culture and Behavior*. New York: Free Press 1962.
250. Kluckhohn, F. R. és Strodtbeck, F.L. (1961): *Variations in Value Orientations*. Row, Peterson & Co. Evanston IL, Elmsford NY
251. Knassmüller, M. (2005): *Unternehmensleitbilder im Vergleich: Sinn- und Bedeutungsrahmen deutschsprachiger Leitbilder*. Peter Lang Verlag, Frankfurt/Main
252. Kogut, B. és Singh, H. (1988): *The effect of national culture on the choice of entry mode*. *Journal of International Business Studies*. Vol. 19 (3) pp. 411–432

253. Konczosné Szombathelyi M. (2003): Globális világ, nyelvi és kulturális hatások. *Tér és Társadalom*. 17. évf. 2003/1. pp.117–129
254. Konczos-Szombathelyi Márta (2008): *Kommunikáló kultúrák*. L'Harmattan Kiadó, Budapest
255. Konczosné Szombathelyi M. és Keller V. (2011): A közösségi média szerepe a Public Relations eszköztárában. In: Borgulya és Deák [Szerk.]: *Vállalati kommunikáció a 21. század elején*. Z-Press, Miskolc pp. 233–247
256. Konradt, U. és Hertel, G. (2002): *Management virtueller Teams. Von der Telearbeit zum virtuellen Unternehmen*. Beltz Verlag, Weinheim, Basel
257. Kontráné Hegybíró E. és Csizér K. (2011): Az angol mint lingua franca a szaknyelvet tanuló egyetemisták gondolkodásában, *Modern Nyelvoktatás*. 17. (2–3) pp. 9–25
258. Koo, J. H. (1992): The Term of Address „You” in South Korea Today. In: *Korea Journal*, Vol. 32. No. 1. pp. 27–42
259. Kopeckij (1935): O lexikálnim plánu hospodárského jazyka. In: *Slovo a slovesnost*. I/1935. pp. 120–122
260. Köhler, R. (1976): Marktkommunikation. In: *Wirtschaftswissenschaftliches Studium*. 5. Nr. 4. pp. 164–173
261. Kóvágó Gy. (2009): *A kommunikáció elméleti és gyakorlati alapjai*. Aula Kiadó, Budapest
262. Kövecses Z. (2005): *Metaphor in Culture: Universality and Variation*. Cambridge University Press, Cambridge, New York
263. Kövecses Z. (2008): *Universality and Variation in the Use of Metaphor*. In: Johannesson, N-L. és Minugh, D.C. [Szerk.]: *Selected Papers from the 2006 and 2007 Stockholm Metaphor Festivals*. Stockholm University, Stockholm pp. 51–74
264. Krejčí, T. (1932): *Einfluß des Handels auf die Entwicklung und gestaltung der deutschen Sprache*. Prag
265. Krejčí, T. (1941): *Zum syntaktisch-stilistischen Problem der Wirtschaftssprache*, Berlin
266. Kreps, G. L. (1986). *Organizational Communication*. Longman Inc. ,White Plains
267. Kroeber, A. L. és Kluckhohn, C. (1952): *Culture. A Critical Review of Concept and defintions*, New York
268. Kroeber, A. L. (1952): *The Nature of Culture*. Chicago: University of Chicago Press
269. Krone, K.J., Jablin, F.M. és Putnam L.L. (1987): *Communciation Theory and Organizational Communication: Multiple Perspectives*. In: Jablin, M.J., Putnam, L.L., Roberts, K. H. és Porter, L.W.: *Handbook of Organizational Communication*. Sage, Newbury Park, CA pp. 18–40
270. Kume, T. (1985): *Managerial Attitudes Toward Decision-Making: North America and Japan*. In: Gudykunst, W.B., Stewart, L.P. és Ting Toomey, S. [Szerk.]: *Communication, Culture, and Organizational Processes*. Sag Publ., Beverly Hills pp.231–253
271. Kunczik, M. (1996): *Images of nations and international public relations*. Routledge, New York
272. Kuße, H. (2008): *Kulturwissenschaftliche Linguistik. I. Einführung: Kultur - Sprachwissenschaft - Kulturwissenschaftliche Linguistik*. http://tudresden.de/die_tu_dresden/fakultaeten/fakultaet_sprach_literatur_und_kulturwissenschaften/slavistik/studium/unterrichtsmat/ss%2008/vorl_kultwiLing_einfuehrung_sose08.pdf
273. Kühnert-Haromhazy, B. (2004): *Das Übersetzen von Werbetexten*. Grin Verlag, München

274. La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A. és Vishny, R.W. (1997): Trust in Large Organizations. *American Economic Review*. Vol. 87. 2. pp. 333–338
275. Lasswell, H. D. (1964): The structure and function of communication in society. In: Bryson, L. (Hrsg.): *The communication of ideas*. Institute for Religious and Social Studies, New York
276. Lasswell, H.D. (1969): *The Structure and Function of Communication in Society*. In. Schramm (Ed.): *Mass Communication*. <http://www.dhpescu.org/media/clip/The%20structure%20and%20function%20of.pdf> (Letöltés: 2012. október 20.)
277. Leech, G. (1983): *Principles of Pragmatics*. Longman, London
278. Leech, G. (2005): Politeness: Is there an East-West divide? *Journal of Foreign Languages*. 6. <http://www.ling.lancs.ac.uk/staff/geoff/leech2006-politeness.pdf>. (Letöltés: 2012. április 10.)
279. Leech, G. (2007): Politeness: Is there an East-West divide? *Journal of Politeness Research: Language, Behaviour, Culture*. (3) 2. pp. 167–206
280. Leontovich, O.A. (2002): Intercultural communication theory in Russia: Present and Future. *Theory of Communication and Applied Communication*. Issue I. Institut of Management, Rostov-on-Don, pp. 44–47
281. Lergé, W.B. (1957): *Die Zeitschriften 1956*. *Publizistik*. 2. Nr.2. pp. 347–365
282. Lesznay Á. (2004): *Communication in English as an International Lingua Franca. An Exploratory Case Study*. Book on Demand – Herstellung und Verlag, Norderstedt
283. Likert, R. (1961): *New Patterns of Management*. McGraw-Hill, New York
284. Likert, R. (1967): *The Human Organization: its Management and Values*. McGraw-Hill Books, New York
285. Likert, R. (1972): *Neue Ansätze der Unternehmensführung*. Haupt Verlag, Stuttgart
286. Levy, H. (1932): *Sprache und Wirtschaftswissenschaft*. In: Messing, v. E.E.J. [Szerk.]: *Zur Wirtschafts-Linguistik*, Rotterdam
287. Lewin, K. (1943): Psychology and process of group living. *Journal of Social Psychology*. 17. pp. 119–129
288. Lewin, K., Lippitt, R., és White, R. K. (1939). Patterns of aggressive behavior in experimentally created social climates. *Journal of Social Psychology*. 10. pp. 271–279.
289. Lewis, R. (1996): *When Cultures Collide. Leading across Cultures*. Nicholas Brealey International, Boston
290. Lewis, R. (2000): *Handbuch international Kompetenz*. Campus-verlag, Frankfurt am Main
291. Livermore, D. (2011): *The cultural intelligence difference*. AMACOM, New York etc. davidlivermore.com/wp-content/uploads/2011/03/CQ-Difference-Chapter Letöltés: 2014. január 5.
292. Louhiala-Salminen, L. és Charles, M. (2006): English as the lingua franca of international business communication: Whose English? What English? In: Palmer-Silveira, Ruiz-Garrido és Fortanet-Gomez [Szerk.]: *Intercultural and international business communication*. Peter Lang Verlag, Bern pp. 27–54
293. Louhiala-Salminen, L. és Kankaanranta, A. (2012): Language as an issue in international internal communication: English or local language? If English, what English? *Public Relations Review*. 2012. doi:10.1016/j.pubrev.2011.12.021

294. Luhmann, N. (1970): Soziologische Aufklärung. Aufsatz zur Theorie sozialer Systeme. Westdeutscher Verlag, Opladen
295. Luhmann, N. (1981): Soziologische Aufklärung 3. Soziales System. Gesellschaft, Organisation. Westdeutscher Verlag Opladen
296. Luhmann, N. (1984): Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Suhrkamp. Frankfurt/Main
297. Maletzke, G. (1963): Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systemetik. Verlag Hans Brodow-Institut, Hamburg
298. Maletzke, G. (1972): Einführung in die Massenkommunikationsforschung. Verlag Spiess, Berlin
299. Maletzke, G. (1996): Interkulturelle Kommunikation. Westdeutscher Verlag, Opladen
300. Mascow, J. (2006): Übersetzung von Werbetexten. Grin Verlag, München
301. Maslow, A.H. (1943): A theory of human motivation. Psychology Review. 50. pp. 370-396
302. Maslow, A.H. (1954): Motivation and personality. Harper & Row, New York
303. Maslova, I.A. (2001): Cultural Linguistics. Academia, Moscow
304. Mast, C. (2002): Unternehmenskommunikation. Lucius & Lucius, Stuttgart
305. Matsumoto, Y. (1989): Politeness and conversational universals — observations from Japanese. Multilingua. (8) pp. 207-221
306. Maude, B. (2011): Managing Cross-Cultural Communication. Palgrave Macmillan, Houndmills, New York
307. Mauranen, A. (2003): The Corpus of English as lingua franca in academic settings. TESOL Quarterly 37 (3). pp. 513-527
308. May, S. és Mumby, D. K. (2005): Engaging Organizational Communication Theory and Research. Sage, Thousand Oaks, CA
309. Mayo, E. (1949): Hawthorne and the Western Electric Company, The Social Problems of an Industrial Civilization, Routledge, New York
310. Mayo, E. (1960): The social problems of an industrial civilization. Viking Publ., New York
311. Maznevski, M., Canney-Davidson, S. és Barmeyer, Ch. (2005): Management virtueller Teams. In: Stahl, G. K., Mayrhofer, W., Kühlmann, T.: Internationales Personalmanagement, neue Aufgaben, neue Lösungen. Rainer Kampp Verlag, München und Mering pp. 91-114
312. McGregor, D. (1960): The human side of enterprise. McGraw-Hill, New York
313. McPhee és Tompkins (1985): Organizational Communication: Traditional Themes and New Directions. Sage, Thousand Oaks, CA
314. Mead, George H. (1912): "The Mechanism of Social Consciousness". In: Journal of Philosophy Psychology and Scientific Methods. Vol IX, No. 15, pp. 401-406
315. Mead, G.H. (1934): Mind, self and society. University of Chicago Press, Chicago
316. Mead, G.H. (2000): Szimbolikus interakcionizmus - George Herbert Mead. In: Morel, J., Bauer, E., Meleghy T., Niedenzu, H-J., Preglau, M. és Staubmann, H.: (2000): Szociológiai elmélet. Osiris Kiadó, Budapest pp. 57-79.
317. Mead, R. (1994): International management: cross cultural dimensions. Blackwell Publ., Cambridge, MA,

318. Menz, F. (2000): *Selbst- und Fremdorganisation im Diskurs: Internet Kommunikation in Wirtschaftsunternehmen*. Deutscher Universitätsverlag, Wiesbaden
319. Merten, K. (1992): *Begriff und Funktion der Public Relations*. PR-magazin. 1992/11. pp. 35–46
320. Messing, E. E. J. (1928): *Methoden und Ergebnisse der wirtschaftssprachlicher Forschung*. Verlag Kemink, Utrecht
321. Messing, E. E. J. [Szerk.] (1932): *Zur Wirtschafts-Linguistik*. Nijgh U. van Ditmar, Rotterdam
322. Miller, K. (1999): *Organizational Communication*. Wadsworth Publishing Company, Belmont, CA, etc.
323. Mischel, W. (1977): *The interaction of person and situation*. In: Magnusson, D. és Endler, N. S. [Szerk.]: *Personality at the crossroads. Current issues in interactional psychology*. Wiley, New York pp. 333–352.
324. Monostori, J. (2009): *Munka, szabadidő, időallokáció. TÁRKI Európai Társadalmi Jelentés 2009*. http://www.tarki.hu/hu/research/gazdkult/gazdkult_monostori.pdf (Letöltés: 2012. augusztus 11.)
325. Morgan, G. (1986): *Images of organization*. Sage, Beverly Hills, CA
326. Müller, B-D. [Szerk.] (1991): *Interkulturelle Wirtschaftskommunikation*. Iudicium verlag, München
327. Nadler, L.B., Nadler, M.K. és Broome, B.J. (1985): *Culture and the Management of Conflict Situations*. In: Gudykunst, Stewart és Ting Toomey [Szerk.]: *Communication, Culture and Organizational Processes*. Sage, Beverly Hills pp. 87–114
328. Neubner, Th. (2008): *Text-Bild-Beziehungen in Geschäftsberichten. Eine linguistische Analyse am Beispiel der BMW Group*. Universität Düsseldorf. www.linse.uni-due.de
329. Neumann, E., Sprang, W. és Scheele, W. [Szerk.] (1985): *Jahrbuch der Werbung, Marketing-Kommunikation in Deutschland, Österreich und der Schweiz*. Econ Verlag, Düsseldorf, Wien
330. Neyer, A-K. és Harzing, A-W. (2008): *The impact of culture on interactions: five lessons learned from the European Commission*. *European Management Journal*. (26) pp. 325–334
331. Ng, K. Y., Van Dyne, L., Ang, S. (2009): *Developing Global Leaders: The Role of International Experience and Cultural Intelligence*. *Advances in Global Leadership*. Vol. 5. pp. 225–250
332. Nguyen Luu Lan Anh (2003): *Lehet-e összehasonlító a pszichológia, ha kulturális?* In: Nguyen Luu Lan Anh és Fülöp M. [Szerk.] (2003): *Kultúra és pszichológia*. Osiris Kiadó, Budapest pp. 15–54
333. Nguyen Luu Lan Anh és Fülöp M. [Szerk.] (2003): *Kultúra és pszichológia*, Osiris Kiadó, Budapest
334. Nickerson, C. (2005): *Editorial English as a lingua franca in international business contexts*. *English for Specific Purposes* 24. pp. 367–380
335. Norman, K. és Lincoln, Y. [Szerk.] (1994): *Handbook of Qualitative Research*. Sage, Thousand Oaks (Cal.)
336. Noszkay E. (2011): *Értékteremtő tudásközösségek A TM rendszerek és tudásközösségek kiépítésének néhány, a gyakorlatban bevált módszere, megoldása*. In: Noszkay E. [Szerk.]: *Tudásból várát...* N & B Kiadó, Budapest pp. 198–211

337. Novy, I. (2002): Problemfelder der deutsch-tschechischen Wirtschaftskooperation aus personalwirtschaftlicher Sicht. In: Möller, J. és Nekula, M. [Szerk.]: Wirtschaft und Kommunikation. Iudicium Verlag, München pp. 99–109
338. Novy, I. (2004): Problemfelder der deutsch-tschechischen Wirtschaftskooperation aus Sicht des Personalmanagements. In: Mit interkulturellem Wissen zum Unternehmenserfolg. Unternehmenskultur & Unternehmenserfolg Band.2. Erschienen zur Konferenz „Firmenkultur VII“, 19–21. April 2004. Fachliche Beratung: Novy, I. Bundesverband Deutscher Unternehmer in der Tschechischen Republik .e.V. etc, Prag pp.63–71.
339. Novy, I. és Schroll-Machl, S. (2003): Tschechien. In: Thomas, A., Kamhuber, S. és Schroll-Machl, S. [Szerk.]: Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band 2. Vandenhoech & Ruprecht, Göttingen pp. 90–103
340. Nyíri K. (1998): Globális társadalom és lokális kultúra a hálózottság korában. <http://21.sz.phil-inst-hu/nyiri/places/tutzinghn.htm> (Letöltés: 2012. április 20.)
341. Oberg, K. (1960): Cultural shock: Adjustment to new cultural environments. *Practical Anthropologist*. 7. pp. 177–182
342. Oder, C. (2010): Multicultural teambuilding: case study of a German-Czech Greenfield project. *European Journal Cross-Cultural Competence and Management*. Vol. 1, Nos. 2/3, pp. 281–294.
343. Oksaar, E. (1991): Problematik im interkulturellen Verstehen. In: Bernd-Dietrich Müller [Szerk.]: Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Iudicium verlag, München pp. 13–26
344. Oeckl, A. (1976): PR-Praxis. Pimlott, Düsseldorf, Wien
345. Olins, W. (1978): The Corporate Personality: An Inquiry into the Nature of Corporate Identity. Design Council, London
346. Osváth G. (é.n.): A koreai verbális és nem verbális kommunikáció néhány sajátága. <http://terebess.hu/keletkultinfo/nyelv2.htm> (Letöltés: 2012. május 27.)
347. Ouchi, W.G. (1981): Theory Z. Avon Books, New York
348. Pál, E. (2007): Talcott Parsons: Rendszerelmélet és organicizmus. pp. 96–118 <http://www.tarsadalomkutatas.hu/kkk.php?TPUBL-A-785/kotojelek2003/TPUBL-A-785.pdf> (Letöltés: 2012. február 7.)
349. Pálinkás J. (2000): Üzleti kommunikáció. LSI Oktatóközpont, Budapest
350. Palmer, G.B. (1996): Toward a Theory of Cultural Linguistics. University of Texas Press, Austin
351. Papa, M. J., Daniels, T. D., és Spiker, B. K. (2008). *Organizational Communication: Perspectives and Trends*. Sage Publications, Thousand Oaks
352. Parsons, T. (1949): *The Structure of Social Actions*. The Free Press, New York és London (Magyarul: A cselekvés elmélete. Részlet. In: Válogatás Talcott Parsons cselekvéselméleti írásaiból. Szociológiai Füzetek 38., Budapest, 1985 pp. 17–38)
353. Parsons, T. (1978): *Action Theory and the Human Condition*. Free Press, New York
354. Parsons, T. és Shils, E.A. (1988): Értékek, motívumok és cselekvési rendszerek. In: Szociológiai füzetek. 45. Talcott Parsons a társadalmi rendszerről. ELTE Szociológiai Intézet és Továbbképző központ, Budapest pp. 5–37

355. Parsons, T. és Shils, E.A. (Szerk.) (1962): *Toward a General Theory of Action*. Harvard University Press, Cambridge (Mass.) (Magyarul: *Értékek, motívumok és cselekvésrendszerek*. In: *Talcott Parsons a társadalmi rendszerről*. Szociológiai Füzetek. 45, Budapest, 1988 pp. 5-37)
356. Pauleen, D. J., Evaristo, R., Davidson, R.M., Ang, S., Alanis, M., Klein, S. (2006): *Cultural Bias in Information System Research and Practice: Are You Coming from the Same Place I am?* *Communications of the Association for Information Systems*. Vol. 17. Article 17. *Proceeding of the International Conference on Informational Systems*. ICIS December 11-14, 2005. Las Vegas, NV, USA
357. Penndorf, P. (1932): *Die historische Entwicklung des kaufmännischen Briefstiles*. In: *Messing, E. E. J. [Szerk.]: Zur Wirtschaftslinguistik. Eine Auswahl von kleineren und größeren Beiträgen über Wert und Bedeutung, Erforschung und Unterweisung der Sprache des wirtschaftlichen Verkehrs*. Rotterdam pp. 158-174
358. Perlmutter, H.V. (1969): *The Tortuous Evolution of the Multinational Corporation*. *Columbia Journal of World Business*. Jan-Febr. pp. 9-18
359. Peter, H. (1973): *Historischer Überblick über die Wirtschaftslinguistik*. In: *Bulletin der internationalen Vereinigung Sprache und Wirtschaft*. Nr. 1. pp. 3-42
360. Pfannenber, J. és Zerfaß, A. [Szerk.] (2005): *Wertschöpfung durch Kommunikation*. *Frankfurter Allgemeine Buch*. Frankfurt am Main
361. Piwinger, M. és Zerfaß, A. [Szerk.] (2007): *Handbuch Unternehmenskommunikation*. Gabler Verlag, Wiesbaden
362. Pizzioni, B. (2003): *Re-examining politeness, face and the Japanese language*. *Journal of Pragmatics* (35) pp. 1471-1506
363. Pléh Cs. (1995): *Kognitív tudomány*. Osiris Kiadó, Budapest
364. Pléh Cs., Síklaki I. és Terestyén T. (1997): *Nyelv – kommunikáció és cselekvés*. Osiris Kiadó, Budapest
365. Pokol B. (1997): *Szociológiaelmélet. Felsőoktatási Koordinációs Iroda*, Budapest
366. Poór, J. (2009): *Nemzetközi emberierőforrás-menedzsment*. Complex, Wolters Kluwer csoport, Budapest
367. Posner, R. (1993): *Believing, Causing, Intending: The Basis for a Hierarchy of Sign Concepts in the Reconstruction of Communication*. In: *R.J. Jorna, B. van Heusden und R. Posner [Szerk.]: Signs, Search, and Communication: Semiotic Aspects of Artificial Intelligence*. de Gruyter, Berlin, New York pp. 215-270
368. Pothman, A. (1997): *Diskursanalyse von Verkäuferinnen*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden
369. Redding, W. C. (1972). *Communication Within the Organization*. *Industrial Communication*. Purdue University, New York
370. Resch, D. (2007): *Soziales Miteinander in Organisationen*. Carl-Auer Verlag, Heidelberg
371. Riel, van C. B. M. (1995): *Principles of Corporate Communication*. Prentice Hall. London
372. Riel, van C. B. M. (2000) *Research in Corporate Communication*. In: *Riel, van C.B.M. [Ed.]: Strategic Corporate Communication*. Samsom bv. Alphen an den Rijn pp. 209-226

373. Riel, van C. B. M. és Fombrun, Ch. J. (2007): *Essentials of Corporate Communication. Implementing practices for effective reputation management*. Routledge, London, New York
374. Roberts, K. H., Reilly, C. A., Bretton, G. E. és Porter, L. W. (1974): *Organizational theory and organizational communication: A communication failure*. *Human Relations* (27) pp. 501-524
375. Rogerson-Revell, P. (2007): *Using English for international business: A European case study*. *English for Specific Purposes* (26) pp. 103-120
376. Rokeach, M. (1973): *The nature of human values*. Free Press, New York
377. Ronneneberger, F. és Rühl, M. (1992): *Theorie des Public Relations*. Westdeutscher Verlag, Opladen
378. Röttger, U. (2000): *Public Relations – Organisation und Profession*. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden
379. Rudnák I. (2010): *A multikulturális környezet kihívásai a magyarországi nagyvállalatok vezetői körében*. PhD-disszertáció. Szent István Egyetem, Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Doktori Iskola, Gödöllő
380. Ruedi, A. és Lawrance, P. (1970): *Organizations in two cultures*. In: Lorsch, J. és Lawrance, P. [Szerk.] *Organization design*, Homewood, Illinois pp. 54-83
381. Salánki Á. (2001): *Äquivalenzmöglichkeiten der deutschen und ungarischen Werbesprache*. *Berliner Beiträge zur Hungarologie*. 12. pp.
382. Scharf, W. (1971): *Public Relation in der Bundesrepublik – Ein kritischer Überblick über die gegenwärtig maßgebenden Ansichten*. In: *Publizistik*. 16. Nr. 2. pp. 166-181
383. Schein, E. (1965): *Organizational psychology*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
384. Schein, E. (1996): *Culture: The missing concept in Organization Studies*. *Administrative Science Quarterly*. June. 1996. Nr. 2. pp. 229-240
385. Schirmer, (1911): *Wörterbuch der deutschen Kaufmannsprache auf geschichtlicher Grundlage*. Verlag von Karl J. Trübner, Strassburg
386. Schmid, B.F. és Lyczek, B. [Szerk.] (2006): *Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung*. Gabler, Wiesbaden
387. Schneider, S.C. – Barsoux, J. (2003): *Managing across cultures*. 2nd Edition. Prentice Hall, London
388. Schneiders, G. (2005): *Reklamationsgespräche. Eine diskursanalytische Studie*, Günter Narr Verlag, Tübingen
389. Schroll-Machl, S. (2003): *Kulturunterschiede: Ergebnisse der Kulturstandardforschung*. In: Thomas, Kammhuber és Schroll-Machl: *Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation*. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen pp. 72-89
390. Schwandt, T. (1994): *Constructivist, Interpretivist Approaches to Human Inquiry*. In: Norman, K. & Lincoln, Y. [Szerk.]: *Handbook of Qualitative Research*. Sage, Thousand Oaks (Cal.) pp. 118-137
391. Schwartz, S. H. (1994): *Are there universal aspects in the content and structure of values?* *Journal of Social Issues*, 50. pp. 19-45.

392. Schwartz, S.H. (1994b). Beyond individualism/collectivism: New cultural dimensions of values. In: Kim, U., Triandis, H.C., Kagitçibasi, C., Choi, S.C. és Yoon, G. [Szerk.] (1994): Individualism and collectivism. Theory, method, and applications. Sage, Thousand Oaks, CA pp. 85-119
393. Schwartz, S.H. (2003): Vannak-e egyetemes aspektusai az emberi értékek tartalmának és szerkezetének? In: Nguyen Luu Lan Anh és Fülöp M. [Szerk.] (2003): Kultúra és pszichológia. Osiris Kiadó, Budapest pp. 97-119
394. Searle, J. R. (1969): Speech Acts. Cambridge University Press, Cambridge
395. Segall, M.H., Dasen, P.R., Berry, J.W. és Poortinga, Y.H. (2003): Kultúra-összehasonlító kutatások: témakörök és módszerek. In: Nguyen Luu Lan Anh és Fülöp M. [Szerk.] (2003): Kultúra és pszichológia. Osiris Kiadó, Budapest pp. 137-165
396. Seidhofer, B. (2001): Towards making Euro-English a linguistic reality. English Today (68) pp. 14-16
397. Seidhofer, B. (2004): Research perspectives on teaching English as a Lingua Franca. Annual Review of Applied Linguistics. 26. pp. 3-34
398. Shenkar, O. (2001): Cultural distance revisited: Toward a more rigorous conceptualization and measurement of cultural differences. Journal of International Business Studies. 32(3) pp. 519-535
399. Siegrist, M. (2001): Die Bedeutung von Vertrauen bei der Wahrnehmung und Bewertung von Risiken. Arbeitsbericht. Nr 197/Sept. Universität Zürich
400. Sievert, H. (2009): From Back-Seat to Dashboard. The Global Navigation of International Corporate Communications. Working Paper for the Annual Meeting of the Commission on Global PR Research. Miami FL
401. Sievert, Holgert (2007): Der Blick über den Tellerrand. Prmagazin, 2/2007. pp. 47-54
402. Simon, H. (1955): A Behavioral Model of Rational Choice. Quarterly Journal of Economics. 69(1) pp. 99-118
403. Síklaki I. (2010): Előítélet és tolerancia. Akadémiai Kiadó, Budapest
404. Skrabski, Á. (2008): A társadalmi tőke változásai Magyarországon az átalakulás időszakában. In: Kopp M. [Szerk.] Magyar lelkiállapot 2008. Semmelweis Kiadó, Budapest pp. 121-131
405. Spencer-Oatey, H. és Franklin, P. (2009): Intercultural Interaction. Palgrave Macmillan, Houndmills, New York
406. Spindler, G.-P. (1974): Public Relations. Deutscher Fachverlag, Frankfurt am Main
407. Sreberny-Mohammadi, H. (2002): The Global and the Local in International Communication. In: Askew, K.M. és Wilk, R.R. [Szerk.]: The anthropology of media: a reader. Blackwell Publ. Malden MA pp. 337-357
408. Sriramesh, K. & Verčič, D. (2003). The global public relations handbook: Theory, research and practice. Routledge, New York
409. Sriramesh, K. & Verčič, D. (2009). The global public relations handbook: Theory, research and practice (Expanded and revised edition). Routledge, New York
410. Sternad, D. és Döring, Th. [Szerk.] (2012): Doing Business in South East Europe Palgrave - Macmillan, London

411. Stewart, E.C. (1985): Culture and Decision-Making. In: Gudykunst, Stewart és Ting Toomey [Szerk.]: Communication, Culture and Organizational Processes. Sage, Beverly Hills pp. 177–212
412. Straub, J. (2007): Kompetenz. In: Straub, J., Weidemann, A. és Weideman, D. [Szerk.]: Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kompetenz. J.B. Metzlersche Verlagsbuchhandlung und Carl Ernst Poeschel GmbH, Stuttgart. 35–46.
413. Sturcz, Z. (2004): A munkavállaló nyelvi környezete. In: Bakonyi, I. és Nádai, J. [Szerk.]: A többnyelvű Európa. XIII. Alkalmazott Nyelvészeti Kongresszus. Széchenyi István Egyetem Idegen Nyelvi és Kommunikációs Tanszék, Győr. 29–41
414. Stüdle, Y. (1997): Management von Kulturunterschieden. Phasenkonzept für internationale strategische Allianzen. Springer Fachmedien, Wiesbaden
415. Sümeiginé Dobrai K., Borgulya Iné és Somogyvári M. (2002): Ziel Wirtschaftsdeutschprüfung. KJK-Kerszöv Kiadó, Budapest
416. Sümeiginé Dobrai K., Borgulya Iné, Jacob R. és Mátyás J. (2004): Wirtschaftskenntnisse auf Deutsch. KJK-Kerszöv Kiadó, Budapest
417. Szalay Gy. (2002): Munka és kommunikáció német-magyar teamekben. Arbeit und kommunikation in deutsch-ungarischen Teams. Goethe Institut. Inter Nationes – Német-Magyar Ipari és Kereskedelmi Kamar. Budapest
418. Szalay Györgyi (2009): Fit für Ungarn. Wissenswertes über die Ungarn und ihre Kulturstandards. ISG, Budapest
419. Szili K. (2007): Az udvariasság pragmatikája. Magyar Nyelvőr. 131. pp. 1–17
420. Tannenbaum, A. (1966): Social psychology of the work organization. Wadsworth, Belmont, CA.
421. Taylor, F.W. (1911): Scientific management. Harper, New York
422. Terestyéni T. (2006): Kommunikációelmélet. A testbeszédetől az internetig. AKTI/Typotex Kiadó, Budapest
423. Thomas, A. [Szerk.] (1991): Kulturstandards in der internationalen Begegnung. Verlag für Entwicklungspolitik. Saarbrücken
424. Thomas, A. [Szerk.] (1993): Kulturvergleichende Psychologie. Hofgrefe-Verlag, Göttingen
425. Thomas, A. [Szerk.] (1994.): Psychologie und multikulturelle Gesellschaft, 2. Auflage, Hofgrefe-Verlag, Göttingen
426. Thomas, A. (2005): Grundlagen der interkulturellen Psychologie, Band 55, Traugott Bautz, Nordhausen
427. Thomas, A., Kammhuber, S. és Schroll-Machl, S. [Szerk.] (2003): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen.
428. Thomas, A., Kammhuber, S. és Schroll-Machl, S. [Szerk.] (2005): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation, Band 1, Grundlagen. 2. Auflage, Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co KG
429. Thommen, J.P. (1992): Betriebswirtschaftslehre. 3. Auflage. Verlag Hans Schellenberg, Winterthur
430. Tomka J. (2005): A szakmai közösségek (Communities of Practice) hozzájárulása a szervezeti együttműködés fejlesztéséhez. PhD értekezés. Budapesti Műszaki és Gazdálkodástudományi Egyetem

431. Tompkins, P.K. (1987): Translating Organizational Theory: Symbolism Over Substance. In: Jablin, M.J., Putnam, L.L., Roberts, K. H. és Porter, L.W. (1987): Handbook of Organizational Communication. Sage Publ., Newbury Park, CA pp. 70-96
432. Topcu K. (2005 a): A kulturastandard-kutatás elmélete és gyakorlata magyar-osztrák menedzserinterakciókban: egy magyar szempontú elemzés. PhD-értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástani PhD Program, Budapest www.lib.uni-corvinus.hu. (Letöltés: 2009. január 10.)
433. Topcu K. (2005b): A kulturastandard módszer, mint az interkulturális kooperációk elemzésének egyedi eszköze. Vezetéstudomány. XXXVI. évf. 10. szám pp. 2-15
434. Triandis, H.C. (1982): Culture's consequences. Human Organization. 41 (1) pp. 86-90
435. Triandis, H.C. (1992): The analysis of subjective culture. John Wiley Interscience, New York
436. Triandis, H.C. (2003): A társas viselkedésmintázatok kulturális eltérései. In: Nguyen Luu Lan Anh és Fülöp M. [Szerk.] (2003): Kultúra és pszichológia. Osiris Kiadó, Budapest pp. 67-97
437. Triandis, H.C. (2004): Culture and Social Behavior. McGraw-Hill, New York
438. Triandis, H.C. és Albert, R.D. (1987): Cross-Cultural Perspectives. In: Jablin, M.J., Putnam, L.L., Roberts, K. H. és Porter, L.W. (1987): Handbook of Organizational Communication. Sage, Newbury Park CA pp. 264-295
439. Trompenaars, F. (1993): Riding the Waves of Culture. Nicholas Brealey Publ., London
440. Trompenaars, F. és Hampden-Turner, C. (1998) : Riding the Waves of Culture. Understanding Cultural Diversity in Business. Nicholas Brealey Publ., London
441. Tung, R. L. és Verbeke, A. (2010): Beyond Hofstede and GLOBE: Improving the quality of cross-cultural research. Journal of International Business Studies (2010) 41, pp. 1259-1274
442. Vančura, Z. (1936): The study of the language of commerce. In: Travaux du Cercle linguistique de Prag. Nr. 6. pp. 159-164
443. Van Dyne, L., Ang, S., Ng, K. Y., Rockstuhl, T., Tan, L. M., Koh, C. (2012): Sub-Dimensions of the Four Factor Model of Cultural Intelligence: Expanding the Conceptualization and Measurement of Cultural Intelligence. Social and Personality Compass, 6/4. pp. 295-313 http://www.aacu.org/meetings/annualmeeting/AM14/documents/Sub-DimensionsoftheFourFactorModelofCulturalIntelligence_000.pdf. Letöltés: 2014. február 14.
444. Vesala-Varttala, T. és Varttala, T. (2010): Challenges and Successes in Multicultural Corporate Communication. Haaga-Helia Discussion. 1/2010 Haaga_Helia University of Applied Sciences
445. Viktor, A. (1992): International Business Communication. HarperCollins, New York
446. Weber, M. (1957): The theory of social and economic organization. Free Press, New York
447. Weber, M. (1990): Gazdaság és társadalom. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.
448. Weber, M. (1964): The Theory of Social and Economic Organization. The Free Press, New York
449. Weick, K.E. (1979): The social psychology of organizing. (első kiadás 1969) Addison-Wesley, Reading, MA
450. Weigelt, K. és Camerer, C. (1988): Reputation and corporate strategy: a review of recent theory and applications. Strategic Management Journal, 3/4. pp. 517-554

451. Wenger, E.C., McDermott, R. és Snyder, W.M. (2002): *Cultivating Communities of Practice*, Harvard Business School Press, Boston
452. Wierzbicka, A. (1991): *Cross-cultural Pragmatics: The semantics of human interaction*. Mouton de Gruyter, Berlin
453. Yoo, B. és Donthu, N. (1998): *Validating Hofstede's five-dimensional measure of culture at the individual level*. American Marketing Association. Summer Marketing Educator's Conference, Boston MA
454. Zak, P. – Knack, S. (2001): *Building Trust: Public Policy, Interpersonal Trust, and Economic Development*. In: *Economic Journal*. Vol. 111. pp. 295–321 www.goldmark.org/livia/misc/zak-trust (Letöltés: 2010. november 1.)
455. Zankl, H.L. (1975): *Public Relations*. Gabler, Wiesbaden
456. Zerfaß, A. (2006): *Kommunikations-Controlling. Methoden zur Steuerung und Kontrolle der Unternehmenskommunikation*. In: Schmid, B.F és Lyczek, B. [Szerk.]: *Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung*. Gabler, Wiesbaden pp. 431–469
457. Zerfaß, A. (2007): *Unternehmenskommunikation und Kommunikationsmanagement: Grundlagen, Wertschöpfung, Integration*. In: Piwinger, M. és Zerfaß, A. [Szerk.]: *Handbuch Unternehmenskommunikation*. Gabler Verlag, Wiesbaden pp. 21–71
458. Zhang, Z. és Li, I. (2012): *Effect of Cultural Differences on Advertising Translation*. Vol. 16–17. pp. 354–358
459. Zoltayné Paprika Z. (1997): *A stratégiai döntéshozatal módszerei és a versenyképesség. A „Versenyben a világgal” kutatási projekt zárójelentése. A tanulmányosorozat Z6. kötete*. Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem Vállalatgazdaságtan Tanszék http://edok.lib.uni-corvinus.hu/256/1/Z6_ZoltaynC3%A9.pdf

Internetes források:

1. <http://kozmedia.blogspot.hu/2011/08/az-sap-nemzetkozi-kozossegi-media.html> (Letöltés: 2012. július 25.)
2. <http://www.brandrops.com/csepp/marka/top-social-brands-a-legaktivabb-hazai-markak-a-kozossegi-mediaban/#more-1749> (Letöltés: 2012. július 25.)
3. <http://www.donorsforum.hu/hu/archivum/hirlevelek/aktualis-hirlevelek/357>
4. <http://mediapedia.hu/vodafone-social-network-it-the-mobilinternet-facebook-edition-kampany> (Letöltés: 2012. július 25.)