

[Regresar...](#)

Negocios Internacionales y Diferencias Culturales

Datos Generales

1. Nombre de la Asignatura	2. Nivel de formación	3. Clave de la Asignatura	
Negocios Internacionales y Diferencias Culturales	Licenciatura	I5319	
4. Prerrequisitos	5. Area de Formación	6. Departamento	
Ninguno	Especializante Obligatoria	Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales	
7. Academia	8. Modalidad	9. Tipo de Asignatura	
Investigación y desarrollo de mercados	Presencial	Curso-Taller	
10. Carga Horaria			
Teoría	Práctica	Total	Créditos
40	40	80	8
12. Trayectoria de la asignatura			
<p>La asignatura pertenece al área de formación especializante obligatoria y no tiene prerrequisitos. Sin embargo se recomienda tomarla después de haber cursado las asignaturas del área de formación básica particular obligatoria.</p>			

Contenido del Programa

13. Presentación

El curso de Negocios Internacionales y Diferencias Culturales está formado por 5 unidades que van de lo general a lo particular, iniciando con los Negocios Internacionales y sus ámbitos, razón de ser de los negocios Internacionales y la inversión extranjera directa, patrones de comunicación, proceso intercultural de los negocios y sus componentes interculturales de negocios.

14.- Objetivos del programa

Objetivo General

Teorías y visión global de los negocios internacionales. Factores e influencia de aspectos culturales entre los países, su desarrollo económico, sistemas políticos y sistemas sociales relacionados con los negocios internacionales. Los objetivos principales son el tener presente las diferencias que se dan en la comunicación intercultural y facilitar el conocimiento y las habilidades que permitan tener éxito al interaccionar con personas de culturas diferentes.

15.-Contenido

Contenido temático

1. Negocios Internacionales y los ámbitos: Culturales, político, legal y económico de las empresas.
2. Naturaleza de la Comunicación Intercultural.
3. Sistemas Universales.
4. Contraste de Valores Culturales.
5. Choque Cultural.
6. Lenguaje.
7. Patrones de Comunicación Verbal, no Verbal y Comunicación Escrita.
8. Etiqueta Global.
9. Costumbres Sociales y de Negocios.
10. Proceso Intercultural de Negocios.
11. Componentes Interculturales de Negociación.
12. Leyes que afectan los Negocios y los Viajes Internacionales.

Contenido desarrollado

1. Negocios Internacionales y los ámbitos: Culturales, político, legal y económico de las empresas.
 - 1.1 Globalización en los Negocios. Líneas aéreas, hotelería, alimentación, consultoría e investigación de mercados entre otras.
 - 1.2 Cómo entender las instituciones informales: política, leyes y economía. La repercusión de la crisis de China a nivel internacional. El caso de Siria y su repercusión en los negocios. Las estrategias de mercado en un estado islámico absoluto.
 - 1.3 Énfasis en las instituciones informales: cultura, ética y normas. Afectación de la cultura en las prácticas de la mercadotecnia y turismo. El alcance de las normas y leyes religiosas en las prácticas de los negocios.
2. Naturaleza de la Comunicación Intercultural.
 - 2.1 Cultura, Enculturación, Aculturación y Etnocentrismo.
 - 2.2 Subculturas y subgrupos.
 - 2.3 Barreras de comunicación.
 - 2.4 Mentalidad Global.
3. Sistemas Universales.
 - 3.1 Sistema económico, político y educativo.
 - 3.2 Sistema familiar.
 - 3.3 Jerarquías sociales y la interacción.
4. Contraste de Valores Culturales.
 - 4.1 Valores.
 - 4.2 Diferencias semánticas.
 - 4.3 Actitudes y conductas culturales.
 - 4.4 Influencia religiosa.
 - 4.5 Individualismo y colectivismo.
5. Choque Cultural.
 - 5.1 Etapas del choque cultural.
 - 5.2 Aspectos del choque cultural.
6. Lenguaje.
 - 6.1 Lenguaje de alto y bajo contexto.
 - 6.2 Diversidad lingüística.
 - 6.3 Lenguaje lineal y no lineal.
 - 6.4 Lenguaje y la interacción cultural.

7. Patrones de Comunicación Verbal, no Verbal y Comunicación Escrita.
 - 7.1 Patrones de pensamiento.
 - 7.2 Gestos y otras comunicaciones no verbales.
 - 7.3 Tono y estilo de escritura.
 - 7.4 Costumbres y protocolo en comunicaciones orales y escritas en los ámbitos culturales y geográficos.
 - 7.5 Patrones verbales y no verbales.
 - 7.6 Patrones de comunicación escrita.
8. Etiqueta Global.
 - 8.1 Posición y escritura.
 - 8.2 Modales en la mesa y propinas.
9. Costumbres Sociales y de Negocios.
 - 9.1 Las relaciones hombre / mujer y la igualdad en el trabajo.
 - 9.2 Vestimenta y apariencia.
10. Proceso Intercultural de Negocios.
 - 10.1 Pasos en el proceso de la negociación.
 - 10.2 Modelos de negociación intercultural.
 - 10.3 Estrategias de negociación.
 - 10.4 Estilos de negociación.
11. Componentes Interculturales de Negociación.
 - 11.1 Componentes de la negociación intercultural.
 - 11.2 Estereotipos que afectan a las negociaciones interculturales.
 - 11.3 Características de los negociadores eficaces.
 - 11.4 Importancia del protocolo en la negociación intercultural.
 - 11.5 Segmentación internacional.
 - 11.6 Estrategias para la penetración y expansión en los mercados internacionales.
12. Leyes que afectan los Negocios y los Viajes Internacionales
 - 12.1 Leyes de país de origen y país anfitrión.
 - 12.2 Derecho internacional.
 - 12.3 Costumbres y consejos de viaje.

16. Actividades Prácticas

Entre las actividades extracurriculares que tienen que ver con ésta signatura e encuentran las siguientes: a) Asistencia a conferencias, seminarios y convenciones que sobre la materia sean organizadas por el Departamento u otra entidad. b) Las visitas guiadas a empresas u organizaciones c) las tutorías que reciben los alumnos que las solicitan a este Departamento vía el coordinador de carrera del programa educativo específico. d) Vinculación empresarial mediante la aplicación o transmisión del conocimiento. e) Lectura de temas selectos en lengua extranjera.

17.- Metodología

- 1.- Tradicional.
- 2.- Deductivo, .
- 3.- Analítico.
- 4.- Descriptivo.
- 5.- Explicativo.

- 6.- Lectura previa.
- 7.-Discusión de temas.
- 8.-Trabajos de investigación.
- 9.-Exposición del maestro.
- 10.-Exposición de alumnos, Acetatos, Pizarrón, Diapositivas, Libros de texto.

18.- Evaluación

Los criterios de evaluación del curso se definen por los miembros de la academia y considerándose los siguientes elementos:

Negomarket. del 14 al 18 de Noviembre de 2016

Asistencia al 80% de las clases para el período ordinario, captura de calificaciones 13 de Diciembre de 2016

Asistencia al 65% de las clases para el período extraordinario, captura de calificaciones 16 de Diciembre del 2016

Participación en clase 30%

Tareas 10%.

Trabajo en equipo y su exposición respetando las citas del APA 30%.

Exámenes parciales 30% (2 dos).

Inicio de clases: **15 de Agosto del 2016.**

El alumno deberá asistir de manera obligatoria a la Semana de la Mercadotecnia y Negocios Internacionales (NEGOMARKET) **del 14 al 18 de Noviembre de 2016.**

Asistencia al 80% de las clases para el periodo ordinario, captura de calificaciones 20 de mayo de 2016.

Asistencia al 65% de las clases para el periodo extraordinario, captura de calificaciones 28 de mayo de 2016.

Vacaciones de Invierno del **17 de Diciembre al 5 de Enero de 2017.**

Un Sabado del mes de mayo, para la aplicacion de Prueba de Aptitud Academica.

19.- Bibliografía

Libros / Revistas Libro: Negocios Internacionales
Daniels, J. Radebaugh (2010) Prentice Hall No. Ed 12th

ISBN:

Libro: Intercultural Business Communication
H Chaney Lillian/ S. Jeanette (2007) Pearson Hall No. Ed Fourth

ISBN: 0- 13-186009-7

Libro: Manual de comunicación turística: de la información a la persuasión, de la promoción a la emoción

de San Eugenio Vela Jordl (2011) Documenta Universitaria No. Ed

ISBN: 9788499841182

Libro: Elementos de Turismo: Economía, Comunicación, Alimentos y Bebidas, Líneas Aéreas
Dahdá (2004) Trillas No. Ed

ISBN:

Libro: Protocolo, relaciones públicas y comunicación
Dorado Juarez Jose Antonio (2010) Síntesis No. Ed

ISBN: 9788497566995

Libro: Marketing Turístico
Kotler Philip/ Jonh T. Bowen (2011) Pearson No. Ed 5

ISBN: 978-84-8322-808-1

Libro: Intercultural Business Communication
Lillian H Chaney/ Jeanette S (2007) Pearson Hall No. Ed 4

ISBN: 0-13-186009-7

Otros materiales

CROSS-CULTURAL MANAGEMENT: Cultural Intelligence
Descripción: <https://hbr.org/2004/10/cultural-intelligence>

Culture of Brazil: Countries and Their Cultures
Descripción: <http://www.everyculture.com/Bo-Co/Brazil.html>

History of Married : Marriage and the Family in Japan
Descripción: <http://www.georgeaugustkoch.com/writings/japan.htm>

Islam (BBC): Religions
Descripción: <http://www.bbc.co.uk/religion/religions/islam/>

International Student Affairs: Overcoming Culture Shock in the United States
Descripción: http://www.nova.edu/internationalstudents/affairs/forms/culture_shock.pdf

Corporate Education : Communication Guidelines for Israel
Descripción: <http://www.circlesofexcellence.com/blog/2012/01/cultural-clues-do%E2%80%99s-taboos-communication-guidelines-for-israel-4/>

World Global Gifts: International Gift Giving Eiquette-India
Descripción: <http://www.1worldglobalgifts.com/indiagiftgivingetiquette.htm>

Business : A Bibliometric Study on Culture Research in Inter
Descripción: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=e9b2d761-bb8b-4034-b0b7-916f8544a261%40sessionmgr111&hid=123>

A CASE OF SELECTED COMPANIES IN GHANA: EFFECTIVENESS OF ALTERNATIVE
DISPUTE RESOLUTION IN
Descripción: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=c9fe8fd4-734a-4bf7-9499-5e06fedb7499%40sessionmgr112&hid=110>

A Canadian Case Study: Business Languages for Intercultural and Internati
Descripción: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=7&sid=c9fe8fd4-734a-4bf7-9499-5e06fedb7499%40sessionmgr112&hid=110>

Communication Theory ISSN 1050-3293: From Cultural Exchange to Transculturation: A Revi
Descripción: School of Communication, Northern Arizona University, Flagstaff, AZ 86011

What Multinationals Must Know About Cultural Dista: Because Location Matters: What
Multinationals Must
Descripción: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=17&sid=636b1e48->

d242-43b7-bd98-9d3b20892c06%40sessionmgr111&hid=125

Journal of Business Ethics (2007) 75:273–284: Cultural Values and International Differences in B

Descripción: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=636b1e48-d242-43b7-bd98-9d3b20892c06%40sessionmgr111&hid=125>

Camille P. Schuster and Michael J. Copeland: Global Business Exchanges—Similarities and Diffe

Descripción: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=14&sid=636b1e48-d242-43b7-bd98-9d3b20892c06%40sessionmgr111&hid=125>

Journal of Business Economics and Management www.j: IDENTIFYING CULTURAL DIFFERENCE IN R&D PROJECT FOR

Descripción: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=19&sid=636b1e48-d242-43b7-bd98-9d3b20892c06%40sessionmgr111&hid=125>

Wliat Is the Mission for International Business Co: Innovation, Corfiorate Strategy, and Cuiltural Con

Descripción: Gerald Ledlow Central Michigan Universiyy, Mt. Pleasant H. Thomas Hail University of Oklahoma, Norman

College of Staten Island, City University of New Y: intercultural Differences Between Ciinese and Ame

Descripción: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=7&sid=636b1e48-d242-43b7-bd98-9d3b20892c06%40sessionmgr111&hid=125>

20.- Perfil del profesor

Contar con Licenciatura o posgrado de preferencia en área económico administrativa, con experiencia deseable en el área de 2 años mínimo.

21.- Nombre de los profesores que imparten la materia

Código:

DURÁN HERNÁNDEZ ARACELI

Código: 2407639

SANCHEZ DE ALBA CYNTHIA

Código:

TORRES ESPINOZA J. JESUS

Código: 2419009

VALLADOLID CASTILLO BRENDA ESMERALDA

Código:

22.- Lugar y fecha de su aprobación

Se reviso y actualizo en CUCEA en el Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales en el G 306 el **7 de Enero del 2016** en Reunión de Academia.

23.- Instancias que aprobaron el programa

El programa fue evaluado y revisado por los profesores que integran el Colegio Departamental el **7 de Enero del 2016.**

24.- Archivo (Documento Firmado)

[ACTA DE ACADEMIA ADMINISTRACION INTERNACIONAL.pdf](#)

Imprimir 

Regresar...