



Universidad de Guadalajara

Departamento de Humanidades, Artes y Culturas Extranjeras

Licenciado en Lenguas y Culturas Extranjeras

PROGRAMA DE ESTUDIO POR COMPETENCIAS

1. IDENTIFICACIÓN DEL CURSO

Centro Universitario

Centro Universitario de los Lagos

Departamento:

Departamento de Humanidades, Artes y Culturas Extranjeras

Carrera:

Lenguas y Culturas Extranjeras

Academia:

Academia de Ciencias Sociales y Humanas

Nombre de la unidad de aprendizaje (nombre de la materia)

Cultura empresarial europea

Clave de la materia:	Horas de teoría:	Horas de práctica:	Total de Horas:	Valor en créditos:
ID619	40	20	60	6
Tipo de curso:	Nivel en que se ubica:	Carreras relacionadas	Prerrequisitos:	
CT	Licenciatura	BPO	N/A	

Área de formación

Básica Particular Obligatoria

Elaborado por:

Mtra. Georgina Padilla y Dra. Karla Padilla Martínez

Fecha de elaboración:

Septiembre de 2018

Actualizado por:

Dra. Karla Noemí Padilla Martínez

Fecha de última actualización

14 de Enero de 2025

2. PRESENTACIÓN

El curso está diseñado para que el estudiante se familiarice con el entorno de los negocios y la cultura empresarial de Europa, desde un punto de vista teórico, privilegiando la investigación, el uso y manejo de la información en una segunda lengua, así como el análisis de los casos que se presentan dentro de un contexto global, incorporando las tecnologías de la información y desarrollando un trabajo en equipo con un sentido ético. De esta forma, el estudiante desarrollará habilidades que le permita tomar decisiones para formular y desarrollar estrategias de negociación en la gestión de

proyectos e identificar espacios de cooperación internacional llevando sus conocimientos a la práctica.

3. UNIDAD DE COMPETENCIA (objetivo general)

El estudiante será capaz de identificar las principales concepciones de las empresas, empresarios y cultura empresarial desde el debate teórico-metodológico y la perspectiva regional europea. Se analizará al sector empresarial como actores políticos y económicos de las Relaciones Internacionales, así como algunos casos de empresas o corporativos emblemáticos de la región europea. En la segunda parte del curso, el estudiante analizará las estrategias empresariales, sus procesos de toma de decisiones (gobernanza corporativa) y analizará la proyección internacional empresarial europea dentro de un contexto global.

4. SABERES

Saberes Prácticos	Aplicar los conocimientos teóricos adquiridos sobre las Empresas Multinacionales y Transnacionales como actores internacionales, el entorno empresarial globalizado, cultura empresarial europea y su aplicación en el ámbito profesional de los perfiles de egreso de la lic. en Lenguas y Culturas Extranjeras (Gestor cultural, Profesor-Educador, Gestor en el ámbito empresarial). Los saberes prácticos son la toma de decisiones, inteligencia comercial y en el entorno de negocios, gestión de proyectos y mecanismos de cooperación internacional.
Saberes teóricos	Identificar, estudiar y analizar críticamente paradigmas, enfoques y aplicaciones de las relaciones públicas internacionales en contextos globales.
Saberes formativos	Identificar contextos globales que requieran habilidades interculturales enfocadas a la resiliencia y a la cultura de paz.

5. RELACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO

El egresado de la Licenciatura en Lenguas y Culturas Extranjeras como profesional conocedor de dicha área es capaz de facilitar el entendimiento entre las diversas comunidades lingüísticas internacionales, a través de la dimensión comunicativa en la educación, la cultura y el sector empresarial para lo cual debe conocer la evolución histórica, la estructura, el desarrollo, los actores y las interpretaciones teóricas de la cultura empresarial y las empresas europeas a nivel internacional desde un punto de vista crítico, práctico y teórico.

6. CONTENIDO TEÓRICO PRÁCTICO (temas y subtemas)

- Tema 1. Entorno de negocios. Definiciones o marco conceptual: globalización y negocios internacionales
- Tema 2. Los empresarios como actores internacionales: debate teórico-práctico
- Tema 3. Diplomacia económica, comercial, corporativa y de negocios.
- Tema 4. Unión Europea y entorno de negocios
- Tema 4.1 Unión Europea y cultura empresarial
- Tema 4.2 Cultura empresarial en Europa
- Tema 5. Cultura empresarial Alemana: características y prácticas
- Tema 5.1 Cultura empresarial Alemana: estudio de caso
- Tema 6. Cultura empresarial Francesa: características y prácticas
- Tema 5.2 Cultura empresarial Francesa: estudio de caso
- Tema 7. Cultura empresarial Española: características y prácticas

7. ACCIONES

- Proyección de videos en cada unidad temática, como ejemplos que pueden fomentar la reflexión y la discusión en clase.
- Participación en clase y realización de las actividades propuestas, como debates, estudios de caso, investigación, exposiciones entre otras.
- Estudio algunos blogs, podcast, artículos periodísticos con reflexiones afines.

ELEMENTOS PARA LA EVALUACIÓN

8. Evidencias de aprendizaje	9. Criterios de desempeño	10. Campo de aplicación
Exámenes Parciales	Exámenes de respuesta cerrada, la suma de respuestas correcta determina el total de la calificación. El contenido es sobre conocimiento teórico y razonamiento explicativo sobre sucesos en el entorno internacional.	Análisis y explicación teórico-práctica del entorno internacional
Tareas y actividad en clase	Ensayos y análisis de casos. Los cuales deben contener una estructura básica de discurso (introducción, planteamiento, desarrollo, conclusiones, sin limitarse a ella), con referencias en APA, sin plagios, cuidando formato y estilo. El contenido debe reflejar el tema establecido en clase, y apegarse al uso explicativo de los marcos teóricos y metodológicos. Clippings: resumen y análisis crítico de noticias. Resumen o ficha de lectura. Mapa conceptual	Identificar, analizar y explicar los motivos y acciones de los actores a nivel internacional en su interacción.
Exposiciones	Explicación del tema asignado, debe presentar un índice, una revisión de la literatura, un desarrollo histórico – analítico del tema, una comparación entre sistemas, referenciado en APA.	Análisis y explicación del entorno internacional
Producto final	Estudio de caso. Debe contener una estructura básica de discurso (introducción, planteamiento, desarrollo, conclusiones, sin limitarse a ella), con referencias en APA, sin plagios, cuidando formato y estilo. El contenido debe reflejar el tema propuesto en clase como trabajo final, y utilizar de forma extensiva los marcos teóricos y metodológicos para analizar y explicar el tema, y proponer una solución o alternativa desde la perspectiva política y económica.	Identificar, analizar y explicar los motivos y acciones de los actores a nivel internacional en su interacción (análisis teórico-práctico)

11. CALIFICACIÓN

Tareas

30

Actividades en clase /participación	20
Trabajo final	30
Exposición	20
TOTAL	100%

12. ACREDITACIÓN

Acreditación: Para tener derecho a examen ordinario el alumno deberá cumplir con un 80% de las asistencias y actividades registradas durante el curso. Para tener derecho a examen extraordinario el alumno deberá cumplir con el 65% de las asistencias y actividades registradas durante el curso.

De acuerdo con la normatividad los talleres no tienen la posibilidad de realizar exámenes extraordinarios.

Asimismo, esta materia puede ser acreditada por competencias para lo cual el alumno deberá registrar su solicitud en el departamento al cual pertenece la materia, de acuerdo con el calendario escolar vigente.

Esta materia también puede ser sujeta a revalidación, acreditación o convalidación de acuerdo con la normatividad vigente.

13. BIBLIOGRAFÍA

BÁSICA

- Puerto Becerra, Doria Patricia (2010) La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización
- Trajan Shipley (2017) La política exterior de las multinacionales, 13 marzo, 2017
- Fortune 500 Europa: ¿Qué empresa es la más poderosa del continente?
- Antonio García Rebollar (2010) NOTAS SOBRE DIPLOMACIA ECONÓMICA.
- Business diplomacy management: A core competency for global companies.
- Arias. Durango, et.al. (2004) Unión Europea: la otra cara, Estudiantes del Programa de Relaciones Internacionales, Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia.
- Adrian Lubowiecki -Vikuk (2020), Business Culture in Central and Eastern European Countries: The Role of the Manager's Etiquette and Image Article.
- Romero Luna, Isidoro; Fernández Serrano, José, La Política Europea de Fomento empresarial. Un análisis crítico. Revista de Economía Mundial, núm. 13, 2005, pp. 137-161. Sociedad de Economía Mundial, Huelva, España.
- Cultura organizacional: qué es, tipos y ejemplos en Europa (Curriculum y trabajo)
- Cultura empresarial y laboral en diferentes países europeos (Negocio, 2024)
- Western Europe - Business culture similarities and differences.
- Capítulo 2. Elementos constitutivos de la cultura organizacional y evolución de la vertiente de estudio (Alberto Vallejo Peña: La cultura organizacional en España).
- Globalization, organizational size, and innovation in the French luxury fashion industry: Production of culture theory revisited (Diana Crane)
- French Business Etiquette in France (artículo en web) Doing Business in France <https://open.spotify.com/episode/5guNvNJRJWBwyQzVF08Q3?si=19f68aef977942cb>
- Cultura Empresarial en España: Costumbres, Comunicación y Cómo Negociar
- Cultura de empresa Francia vs. España (podcast)
- México y España: cultura empresarial en común

COMPLEMENTARIA

N/A

14. PERFIL DOCENTE

Formación Profesional:	Experiencia profesional:
1. Preferentemente Licenciatura en Relaciones internacionales, ciencia política, sociología, historia, ciencias sociales en general.	Contar con experiencia en análisis de procesos globales, participación en proyectos que impliquen la participación de actores y procesos internacionales, docencia, gestión internacional.

2. Posgrado en Relaciones internacionales, ciencia política, sociología, historia, ciencias sociales en general.

15. ANEXOS (Instrumentos para la evaluación (rubricas) y calificación)

Aval de Academia: Historia

Fecha: 16 de agosto de 2024

Nombre:	Cargo:	Firma:
Dr. David Carbajal López	Presidente	
Mtra. María del Mar Marín Macías	Secretario	
	Vocal	