



Comunicación Intercultural en los Negocios

1. Datos de identificación

División de adscripción de la UA	Departamento			Academia
División de Ciencias Sociales y de la Cultura (DCSC)	Departamento de Estudios Jurídicos, Sociales y de la Cultura			Disciplinas Sociales y Humanidades
Programa educativo	Área de formación			Tipo
Licenciatura en negocios internacionales	Especializante obligatoria			Curso - Taller
Modalidad	Semestre	Créditos	Clave	Prerrequisitos
Presencial	[4]	[8]	15227	Ninguno
Horas	Relación con otras unidades de aprendizaje			
Teoría [40] Práctica [40] Total [80]	<i>En el ciclo que se imparte (relación horizontal)</i>		<i>En otros ciclos (relación vertical)</i>	
	Mercadotecnia Internacional		Negociación Internacional	
Saberes previos				
Conocimientos de geografía universal; capitales y características relevantes de los principales países; grupos geopolíticos; y de principales acuerdos comerciales internacionales				
Elaboró	Fecha de elaboración	Actualizó	Fecha de actualización	
Mtra. Thania Jiménez Castellanos	26 de mayo de 2017	Mtra. Rosaura Saldaña Ríos	14 de agosto de 2023	

2. Competencia de la unidad de aprendizaje

Desarrollar las competencias necesarias para planear, ejecutar y evaluar estrategias de comunicación entre personas y organizaciones de contextos culturales diversos, encaminadas a lograr negociaciones comerciales exitosas que, además de cumplir con los requisitos normativos, criterios de sustentabilidad y expectativas económicas, sean congruentes y pertinentes con los valores, creencias, tradiciones y saberes de los participantes.

Perfil de egreso

Participa en la negociación de acuerdos internacionales en el ámbito público y privado, a partir del reconocimiento de las diferencias culturales.

3. Competencias a las cuales contribuye la unidad de aprendizaje

Genéricas	Disciplinares	Profesionales
Analiza e interpreta los diferentes entornos en función de los contextos culturales	Se comunica de manera eficiente en entornos internacionales	Aplica con eficacia y eficiencia los conocimientos teóricos y prácticos de la interculturalidad



4. Contenido temático por unidad

1. Conceptos y categorías básicas para pensar la comunicación intercultural
<ul style="list-style-type: none"> 1.1. Generalidades acerca de la relación entre comunicación y cultura 1.2. Interculturalidad como proceso de comunicación 1.3. Cultura, enculturación, aculturación y etnocentrismo 1.4. Subcultura y subgrupos 1.5. Mentalidad global
2. Brechas culturales en los negocios
<ul style="list-style-type: none"> 2.1. Valores 2.2. Diferencias semánticas 2.3. Actitudes y conductas culturales 2.4. Influencia religiosa 2.5. Individualismo y colectivismo
3. Lenguaje en los negocios globales
<ul style="list-style-type: none"> 3.1. Lenguaje de alto y bajo contexto 3.2. Diversidad lingüística 3.3. Lenguaje lineal y no lineal 3.4. Lenguaje y la interacción cultural 3.5. Barreras de comunicación
4. Estrategias de comunicación en los negocios
<ul style="list-style-type: none"> 4.1. Verbales y no verbales 4.2. Modelos de comunicación 4.3. Costumbres y protocolo en comunicaciones orales y escritas
5. Características culturales y estilos en las negociaciones internacionales
<p>Características de negociación en:</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.1. América 5.2. Europa 5.3. Oriente 5.4. Oceanía 5.5. África

5. Metodología de trabajo docente y acciones del estudiante

Metodología	Acción del docente	Acción del estudiante
<ul style="list-style-type: none"> • Aprender a aprender (aprendizaje autogestivo y permanente) • Ejercicios prácticos • Proyecto integrador final 	<p>El profesor expone el tema, presenta casos prácticos, acompaña al estudiante en el proceso de comprensión de la interculturalidad y orienta en la aplicación del conocimiento en casos prácticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El estudiante hace investigación documental, expone frente al grupo, analiza la información y aplica el conocimiento en un caso práctico • Descubre la forma de mejorar la eficiencia de las negociaciones comerciales a través de la consideración de la interculturalidad



6. Criterios generales de evaluación (desempeño)

Rubros de evaluación		Actividades	Productos
Exposición frente al grupo	30 %	<ul style="list-style-type: none"> • Lecturas previas (aula invertida) • Investigación previa (aula invertida) • Trabajo en equipo • Exposiciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición de tema designado (Promedio 20 minutos por equipo) • Toma de asistencia • Textos de una cuartilla por tema y presentación en <i>Power Point</i> o cualquier otra herramienta digital. • Trabajo final con aplicación de teoría, casos prácticos y evidencias de las mejoras.
Asistencia	20 %		
Tareas y trabajos semanales	20 %		
Trabajo final – Caso práctico	30 %		
Total			100 %

7. Perfil deseable del docente

Saberes / Profesión	Habilidades	Actitudes	Valores
<ul style="list-style-type: none"> • Identifica las técnicas, estrategias y tácticas de la cultura internacional. Para saber cómo reaccionar, con ayuda de las diferentes técnica y estrategias, a la hora de entrar en una controversia con la contraparte • Ostenta disposición para la lectura individual, el análisis y la investigación 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis cualitativo • Expresión oral y escrita • Trabajo multidisciplinario 	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa y autonomía de trabajo • Capacidad de adaptación a distintas corrientes de pensamiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Tolerancia y apertura a distintas corrientes disciplinarias para explicar el mismo objeto de estudio • Solidaridad • Ética de trabajo

8. Bibliografía

Básica para el estudiante

Autor(es)	Año	Título	Editorial	URL
Bharadwaj, A.	2023	"Intercultural Communication Challenges in IT Companies in India: A Case Study" <i>Business and Professional Communication Quarterly</i> , 0(0).		https://doi-org.https://doi-org.wdg.biblio.udg.mx:8443/10.1177/23294906231186560wdg.biblio.udg.mx:8443/10.1177/23294906231186560
Wang, G.F. y Hu, X.	2022	"Research on Intercultural Communication in International Business". <i>Open Access Library Journal</i> , Vol.9, No.7, Julio		https://doi.org/10.4236/oalib.1109064

Complementaria

Autor(es)	Año	Título	Editorial	URL
Corona Berkin, S. & Martín-Barbero, J.	2017	Ver con los otros: comunicación intercultural	Fondo de Cultura Económica	https://elibro-net.udg.biblio.udg.mx:8443/es/lc/udg/titulos/109767
Ivorra Pérez, F.M.	2016	La comunicación intercultural y el discurso de los negocios	Publicacions Universitat Alacant	https://elibro-net.udg.biblio.udg.mx:8443/es/lc/udg/titulos/117195
Cabeza, D., P. Corella y C. Jiménez	2015	Negociación intercultural. Estrategias y técnicas de negociación internacional	Alfaomega Grupo Editor	Biblioteca CUAItos
Schiffman, L.G. y L. Lasar	2015	Comportamiento del Consumidor	Pearson Educación	Biblioteca CUAItos
	2010	"Intercultural Communication Challenges And Multinational Organization & Communication" <i>International Journal of Organizational Innovation</i> , Vol. 3, Núm. 2, Otoño		https://www.ijoi-online.org/index.php/back-issues/24-volume-3-number-2-fall-2010
Samovar, L., R.E. Porter y E.R. McDaniel	2009	Communication between Cultures	Wadsworth Cengage Learning	http://course.sdu.edu.cn/Download/6a200514-34ca-4ab0-b25b-053cae8ea852.pdf
Salacuse, J.W.	1999	"Intercultural Negotiation in International Business" <i>Group Decision and Negotiation</i> , 8, 217-236		https://doi-org.udg.biblio.udg.mx:8443/10.1023/A:1008660330550

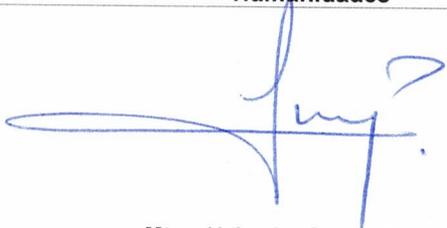
Tepatitlán de Morelos, Jalisco, a 14 de agosto de 2023.

Jefe del Departamento de Estudios Jurídicos, Sociales y de la Cultura



Mtro. Fernando Falcón López

Presidenta de la Academia de Disciplinas Sociales y Humanidades



Mtra. Alejandra García González