



COMUNICACION INTERCULTURAL EN LOS NEGOCIOS

Datos generales

Nombre de la asignatura		Nivel de formación	Clave de la asignatura
COMUNICACION INTERCULTURAL EN LOS NEGOCIOS		Licenciatura	IH010
Prerrequisito		Area de formación	Departamento
Introduccion a los Negocios Internacionales		Especializante Obligatoria	Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales
Academia	Modalidad	Tipo de asignatura	Prerrequisito de % de créditos
Administración Internacional	Semipresencial Mixta	Curso-Taller	0 %

Carga horaria

Teoría Práctica Total Créditos

40 40 80 8

Trayectoria de la asignatura

La asignatura de Comunicación Intercultural en los Negocios, 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.

Contenido del programa

Presentación

El curso de Comunicación Intercultural en los Negocios consta de 5 unidades que van de lo general a lo particular, iniciando con el estudio de la diversidad intercultural, las brechas culturales en el lenguaje y las estrategias de comunicación en los negocios y concluyendo con la identificación y análisis de las características y estilos culturales de las negociaciones internacionales.

Objetivos del programa

Objetivo general

Que el estudiante conozca los desafíos de vivir en un mundo donde tendrá que interactuar, cada vez más, con personas principalmente diferentes. Los objetivos principales son ayudarlo a tener en cuenta las diferencias que se producen en la comunicación intercultural y proporcionarle los conocimientos y las habilidades que le permitirán interactuar con éxito con personas de culturas distintas a la suya, así como ubicarse geográficamente en los países del mundo.

- 0. Nivelación de conocimientos de geografía universal.
- 1. Diversidad intercultural en los negocios.
- 2. Brechas culturales en los negocios.
- 3. El lenguaje en los negocios globales.
- 4. Estrategia de comunicación en los negocios.
- 5. Características y estilos culturales en las negociaciones internacionales.

Contenido temático

- 0. Nivelación de conocimientos de geografía universal.
 - 0.1 ÁFRICA. Ubicación, capitales y características relevantes de cada país, grupos geopolíticos, acuerdos comerciales, etc.
 - 0.2 AMÉRICA. Ubicación, capitales y características relevantes de cada país, grupos geopolíticos, acuerdos comerciales, etc.
 - 0.3 ASIA. Ubicación, capitales y características relevantes de cada país, grupos geopolíticos, acuerdos comerciales, etc.
 - 0.4 EUROPA. Ubicación, capitales y características relevantes de cada país, grupos geopolíticos, acuerdos comerciales, etc.
 - 0.5 OCEANÍA. Ubicación, capitales y características relevantes de cada país, grupos geopolíticos, acuerdos comerciales, etc.
- 1. Diversidad intercultural en los negocios.
 - 1.1 Cultura, enculturación, aculturación y etnocentrismo.
 - 1.2 Subcultura y subgrupos.
 - 1.3 Mentalidad global.
- 2. Brechas culturales en los negocios.
 - 2.1 Valores
 - 2.2 Diferencias semánticas
 - 2.3 Actitudes y comportamientos culturales.
 - 2.4 Influencia religiosa
 - 2.5 Individualismo y colectivismo.
- 3. El lenguaje en los negocios globales.
 - 3.1 Lenguaje de alto y bajo contexto.
 - 3.2 Diversidad lingüística.
 - 3.3 Lenguaje lineal y no lineal.
 - 3.4 Lenguaje e interacción cultural.
 - 3.5 Barreras de comunicación.
- 4. Estrategia de comunicación en los negocios.
 - 4.1 Verbal y no verbal.
 - 4.2 Modelos de comunicación.
 - 4.3 Costumbres y protocolos en las comunicaciones orales y escritas.
- 5. Características y estilos culturales en las negociaciones internacionales.
 - 5.1 Características de la negociación en América.
 - 5.2 Características de la negociación en Europa.
 - 5.3 Características de la negociación en Oriente.

5.5 Características de la negociación en África.

Actividades prácticas

Las actividades extracurriculares relacionadas con esta firma son: a) Asistencia a congresos, seminarios y convenciones que sobre el tema orgánico del departamento u otra entidad; b) Visitas guiadas a empresas u organizaciones; c) Las tutorías que reciban los estudiantes que las soliciten a este Departamento a través del coordinador de carrera del programa educativo específico; d) Vinculación empresarial a través de la aplicación o transmisión de conocimientos; e) Lectura de temas seleccionados en idioma extranjero, f) Imágenes y videos.

Metodología

Tradicional, deductivo, analítico, descriptivo, explicativo, lectura previa, discusión de temas, trabajos de investigación, exposición del docente, exposición del estudiante, artículos, pizarras, diapositivas, libros de texto.

Evaluación

Los criterios de asistencia para el ciclo 2025, serán:

Los criterios de evaluación del curso se definen por los miembros de la academia considerando los siguientes conceptos:

Periodo de exámenes ordinarios del 9 de diciembre de 2025.

Periodo de exámenes extraordinarios del 12 de diciembre de 2025.

Fecha límite de captura de calificaciones 9 al 12 de diciembre de 2025.

Asistencia del alumno al 80% de las clases para tener derecho a calificación en el período ordinario.

Asistencia del alumno al 65% de las clases para tener derecho a calificaciones en periodo extraordinario.

Fin del curso 2025 - B, 9 de diciembre de 2025.

Los días de descanso obligatorios establecidos en los contratos colectivos de trabajo celebrados con STAU de G, serán publicados mediante circulares emitidas por la Secretaría General.

Vacaciones de Invierno del 20 de diciembre al 7 de enero de 2026.

Ponderación:

Exámenes, 2 (medio curso y fin de curso) 50%

Investigación y tareas, exposiciones, películas, etc. 25%

Trabajo de equipo (participación en Negomarket) 25%

La participación activa en NEGOMARKET es obligatoria, quien no acumulados.

Bibliografías

Bibliografía

Libro

Intercultural Business Communication

Chaney, Lillian H., Martin, Je (2007) Pearson No. Ed 6ta

ISBN:

Libro

Tácticas para la negociación internacional las diferencias culturales.

Avila Felipe (2007) Trillas No. Ed

ISBN:

Libro

Rojas Enrique (2002) Booket No. Ed

ISBN:

Libro

Comportamiento del consumidor

Schiffman, Leon G. (2005) Pearson education No. Ed

ISBN:

Libro

Comportamiento del consumidor

Salomon, Michael R. Pineda L (2004) Pearson education No. Ed

ISBN:

Libro

Técnica de negociación. Como negociar eficaz y exitosamente.

Anastasio, Ovejero (2004) Mc Graw Hill, interameric No. Ed

ISBN:

Libro

Psicología del mexicano en el trabajo.

Rodríguez, Muro, RÃ mirez Pa. (2004) Mc Graw Hill, interameric No. Ed

ISBN:

Libro

Colection the Lonely Planet.

() Biblioteca Benjamin Frank No. Ed

ISBN:

Libro

Communication between culture.

Samovar, Porter, McDaniel (2007) Cengage learning No. Ed

ISBN:

Libro

The Conept of intercultural Communication and Cosmopolitan Leader

Schimdt W.V., Conaway R. N., E (2007) Sage Publication. No. Ed .

ISBN: .

Libro

Intragenerational Cultural Evolution and Ethnocentrism, Journal of Conflict Resolution

ISBN: .

Libro

Culture and Identity

Thomas A. J., Schwarzbaum S. E (2016) Sage Publication. No. Ed .

ISBN: .

Libro

From Graduate Student to World Citizen in a Global Environment. International Higher Education

Nerad, M. (2005) . No. Ed .

ISBN: .

Libro

Cultures and Organization.

Hofstede G. et al. (2010) McGraw Hill. No. Ed .

ISBN: .

Libro

Dimensiones centrales de la cultura y la comunicación en América Latina hoy.

Patricia Cerda-Hegerl (.) Universidad Ludwig Maxim No. Ed .

ISBN: .

Libro

The Role of Shared Foreign Language in Intercultural Communication: A Case of Working Environments, International Journal of Humanities and Social Science.

Keisala N. K. K. (2012) . No. Ed Vol. 2

ISBN: .

Revista

Linearity in Language. Rhetorical-discursive Preferences in English and Spanish in the Light of Kaplan's Model.

Monroy – Casas R (2008) IJES No. Ed vol. 8 (2)

ISBN: .

Libro

The Importance of Language in Cross-Cultural Interaction Lacy

Norton, L. (2018) (Tesis doctoral) No. Ed .

ISBN: .

Revista

Barreras interaccionales en aulas multilingües: una aproximación crítica a la comunicación intercultural

ISBN: .

Libro

Non-verbal barriers to effective intercultural communication, Utopía y Praxis Latinoamericana

)Abu-Arqoub, I.A; Alserhan, F. (2019) . No. Ed Vol. 24

ISBN: .

Revista

Language management in international business. Implementation of strategies to bridge linguistic and cultural barriers

Barbara Grzeszczyk K (2015) World Scientific News. No. Ed .

ISBN: .

Libro

Models of Intercultural Communication: Identities, Styles of Acculturation, and Premises for Enjoying the Company of One Another–Empirical Data From the Public Sector in Norway

Al-Araki M. (2015) Sage No. Ed .

ISBN: .

Revista

Cross-Cultural Etiquette and Communication in Global Business: Toward a Strategic Framework for Managing Corporate Expansion

Ephraim Okoro E. (2012) International Journal of No. Ed Vol. 7, No. 16

ISBN: .

Libro

When Culture Collide

Lewis R. D. (2006) Nicholas Brealey Internat No. Ed .

ISBN: .

Otros materiales

-

Perfil del profesor

Have a postgraduate degree preferably in International business and Marketing with desirable experience in the area at least for 2 years.

Lugar y fecha de su aprobación

El programa fue evaluado y revisado por los profesores que integran la Academia de Administración Internacional del Colegio Departamental de Mercadotecnia y Negocios Internacionales el 9 de agosto del 2025.

Instancias que aprobaron el programa

The program was evaluated and reviewed by the teachers that make up the Academy of International Business from the Departamental College of Marketing and International Business on August 9th, 2025.



Presidente de la Academia



Jefe del Departamento

Centro Universitario de
Ciencias Económicas Administrativas
Departamento de Mercadotecnia
y Negocios Internacionales