



NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIFERENCIAS CULTURALES

Datos generales

Nombre de la asignatura		Nivel de formación	Clave de la asignatura
NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIFERENCIAS CULTURALES		Licenciatura	15319
Prerrequisito		Area de formación	Departamento
Mercadotecnia		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 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.

Contenido del programa

Presentación

El curso de Negocios Internacionales y Diferencias Culturales, esta 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.

Objetivos del programa

Objetivo general

Objetivo General:

Teorías y visión global de los negocios internacionales. Factores e influencia de los 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, así como la ubicación geográfica de los países en el mundo.

Los conocimientos, aptitudes, actitudes, valores, capacidades y habilidades que el alumno deberá adquirir con base al desarrollo de la unidad

Contenido

Contenido temático

Contenido temático:

0. Nivelación de conocimientos de Geografía Universal, Negocios Internacionales y los ámbitos: Culturales, político, legal y económico.

1. Naturaleza de la comunicación Intercultural.
2. Sistemas Universales.
3. Contraste de Valores Culturales.
4. Choque Cultural.
5. Lenguaje.
6. Patrones de Comunicación Verbal y Comunicación Escrita.
7. Etiqueta Global.
8. Costumbres Sociales y de Negocios.
9. Proceso Intercultural de Negocios.
10. Componentes Interculturales de Negociación.
11. Leyes que afectan los Negocios y los Viajes Internacionales.
12. Leyes que afectan los negocios y los viajes 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. 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 formales, 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.

3.3 Jerarquías sociales y la interacción.

4. Contraste de Valores Culturales.

4.1 Valores.

4.2 Diferencia semánticas.

4.3 Actitudes y conductas culturales.

4.4 Influencia religiosa.

4.5 Individualismo y colectivismo.

5. Choque Cultural.

5.1 Etapa 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 hombres/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.

Entre las actividades extra curriculares que tienen que ver con esta asignatura se 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. f) Videos películas con temáticas del programa.

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, artículos, Pintarón, diapositivas, Estudios de Casos, Videos y Películas, libros de texto.

Evaluación

Los criterios de asistencia para el ciclo 2026 - B, serán:

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

Periodo de exámenes ordinarios del 11 de Diciembre del 2026.

Periodo de exámenes extraordinarios del 16 de Diciembre del 2026.

Fecha límite de captura de calificaciones 16 de Diciembre del 2026.

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

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

Fin del curso 2026 - B, 11 de Diciembre del 2026.

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

Vacaciones de Invierno del 19 de Diciembre del 2026 al 06 de Enero del 2027.

Ponderación:

Exámenes,	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; y se realizara del 09 al 13 de Noviembre del 2026.

Bibliografías

Bibliografía

Libro

Negocios Globales

Peng, Mike W. (.) Cengage Learning No. Ed 3ra

ISBN: .

Libro

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

ISBN: .

Libro

Psicología del Mexicano en el trabajo

Rodríguez, Mauro. Ramírez P. (2004) Mc Graw Hil No. Ed .

ISBN: .

Libro

Técnicas de Negociación, como negociar eficaz y exitosamente

Ovejero, Anastasio. (2004) Mc Graw Hil No. Ed .

ISBN: .

Libro

El Hombre Ligth, Una vida sin valores

Rojas, Enrique (2002) Booket No. Ed .

ISBN: .

Libro

Técnicas para la Negociación Internacional las diferencias culturales

Ávila, Felipe (2008) Trillas No. Ed .

ISBN: .

Otros materiales

-

Perfil del profesor

Contar con posgrado de preferencia en área de Negocios Internacionales y/o Mercadotecnia, con experiencia deseable en el área de 2 años mínimo.

Lugar y fecha de su aprobación

08 de julio de 2026.

Instancias que aprobaron el programa

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 08 de julio de 2026.

Inicio de clases. Lunes 17 de Agosto de 2026.

Periodo vacacional. De invierno Del 19 de Diciembre del 2026 al 06 de Enero del 2027.

Fin de clases. Viernes 11 de Diciembre de 2026.



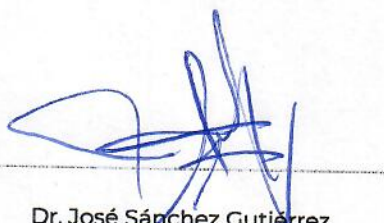
Juan Gaytán Cortéz

Presidente de la

Academia



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



Dr. José Sánchez Gutiérrez

Jefe del Departamento