



COMUNICACIÓN INTERCULTURAL EN LOS NEGOCIOS

Datos generales

Nombre de la asignatura		Nivel de formación	Clave de la asignatura
COMUNICACIÓN INTERCULTURAL EN LOS NEGOCIOS		Licenciatura	I5227
Prerrequisito		Area de formación	Departamento
Mercadotecnia Internacional		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

Se recomienda tomarla después de haber cursado las asignaturas del área de formación básica particular obligatoria.

Contenido del programa

Presentación

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

Objetivos del programa

Objetivo general

Objetivo General

Que el alumno conozca los retos de vivir en un mundo en el que tendrá que relacionarse, cada vez mas, con personas que en aspectos fundamentales son diferentes. Los objetivos principales son ayudarlo a tener muy presente las diferencias que se dan en la comunicación intercultural y facilitarle el conocimiento y las habilidades que le permitirán tener éxito al interactuar con personas de culturas diferentes a la suya, así como ubicar geográficamente a los países del mundo.

Contenido

Contenido temático

0. Nivelación de Conocimientos de Geografía Universal.

1. Diversidad intercultural en los negocios.
2. Brechas culturales en los negocios.
3. Lenguaje en los negocios globales.
4. Estrategia de comunicación en los negocios.
5. Características culturales y estilos 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 conductas culturales.
- 2.4 Influencia Religiosa
- 2.5 Individualismo y colectivismo.

3. 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 y la interacción cultural.
- 3.5 Barreras de comunicación.

4. Estrategia de comunicación en los negocios.

- 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.

- 5.1 Características de negociación en América.
- 5.2 Características de negociación en Europa.
- 5.3 Características de negociación en Oriente.

Actividades prácticas

Las actividades extracurriculares relacionadas con esta signatura son: 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 en 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.

Metodología

Tradicional, deductivo, analítico, descriptivo, explicativo, lectura previa, discusión de temas, trabajos de investigación exposición del maestro, exposición de alumnos, artículos, pizarrón, diapositivas, 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

Intercultural Business Communication

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

ISBN:

Libro

Tácticas para la negociación internacional las diferencias culturales.

Avila Felipe (2008) 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 (2008) 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:

Otros materiales

Revista: Implementation of business culture far Mexican SMEs versus Globalization

Descripción: 1. Cite: Sandoval-Gomez , R J . , Alvarez-Cedillo , J A , Sarabia-Alonso , M. T , Alvarez-Sanchez , T , Perez-Garcia , R, Gonzalez-Vasquez , A (2022). Implementat ion of business culture far Mexican SMEs versus Globalization 4 .O. Eastern- European Journal of Enterprise Technologies , 4 (13 (118)) , 34-43 . doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2022.263580>

Revista: Cultural Differences A Factor in Marketing Messages Strategy

Descripción: 4. Divya, S V (2025). " Cultural Differences A Factor in Marketing Messages Strategy " . International

Descripción: 5. Best, E , Robles, P., & Mallinson, O J (2024). The future of AI politics, policy, and business Business And Politics , 26(2), 171- 179. <https://doi.org/10.1017/bap.2024.6>

Revista: Understanding cultural stress and mental health among Latinos in the us: probabilistic omnidirectional inference model.

Descripción: Sahbaz, S , Topuz , K , Schwartz, S J , & Montero-Zamora , P (2025). Understanding cultural stress and mental health among Latinos in the us: probabilistic omnidirectional inference model. Annals Of Operations Research . <https://doi.org/10.1007/s10479-024-06448-w>

Revista: The Role of Gestures in Communication. Theory And Practice In Language Studies.

Descripción: 14. Kelmaganbetova, A , Mazhitayeva, S., Ayazbayeva, B., Khamzina, G., Ramazanova, Z , Rahymberlina, S , & Kadyrov, Z. (2023). The Role of Gestures in Communication . Theory And Practice In Language Studies , 13(10), 2506 - 2513 . <https://doi.org/10.17507/tpls.1310.09>

Revista: Business strategies and corruption in small and medium-sized enterprises : The impact of business group affiliation , external auditing, and international standards certification.

Descripción: Changwon, F. K , & Kyiu, A K. (2023). Business strategies and corruption in small- and medium-sized enterprises : The impact of business group affiliation , external auditing , and international standards certification . Business Strategy And The Environment, 33(1), 95- 121. <https://doi.org/10.1002/bse.3333>

Revista: The Impact of the Negotiators ' Personality and Socio- Demographic Factors on Their Perception of Unethical Negotiation Tactics.

Descripción: 24. Skandrani, H , Fessi, L, & Ladhari, R. (2021). The Impact of the Negotiators ' Personality and Socio- Demographic Factors on Their Perception of Unethical Negotiation Tactics. Journal Of Business-to-Business Marketing , 28(2), 169- 185. <https://doi.org/10.1080/1051712x.2021.1920700>

Revista: What is innovation? Laying the ground for a philosophy of innovation.

Descripción: 27. Blok, V. (2021). What is innovation? Laying the ground for a philosophy of innovation. (¿Qué es la innovación? Sentando las bases para una filosofía de innovación). Techne: Investigación en Filosofía y Tecnología, 25 (1). https://www.pdcnet.org/collection/browse?fp=technehttps://www.pdcnet.org/PDC_Viewentries/index.jsp doi: 10.5840/techne2020109129

Revista: Medical tourism brand equity in emerging markets: scale development and empirical validation

Descripción: 28. Guha Roy, D., Bhattacharya, S., Mukherjee, S. (2023). Medical tourism brand equity in emerging markets: scale development and empirical validation. (Valor de marca de turismo médico en mercados emergentes: desarrollo de escala y validación empírica). International Journal of Emerging Markets, 18 (11), págs. 5172-5194. www.emeraldinsight.com/products/journals/journals.htm?id=ijoem doi: 10.1108/IJOEM-05-2021-0805

Revista: Culture as antecedent of national innovation performance: Evidence from neo-configurational perspective.

Descripción: Tekic, A., Tekic, Z. (2021). Culture as antecedent of national innovation performance: Evidence from neo-configurational perspective. (La cultura como antecedente del desempeño nacional en innovación: evidencia desde una perspectiva neoconfiguracional). Revista de Investigación Empresarial, 125, págs. 385-396. <http://www.elsevier.com/locate/jbusres>. doi: 10.1016/j.jbusres.2020.12.014

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

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