



COMUNICACIÓN INTERCULTURAL EN LOS NEGOCIOS

Datos generales

Nombre de la asignatura	Nivel de formación	Clave de la asignatura
COMUNICACIÓN INTERCULTURAL EN LOS NEGOCIOS	Licenciatura	CU176
Prerrequisito	Area de formación	Departamento
Mercadotecnia	Especializante Obligatoria	Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales
Academia	Modalidad	Tipo de asignatura
Administración Internacional	Semipresencial Mixta	Prerrequisito de % de créditos
	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 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

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

-

Contenido

Contenido temático

Unidad 0. Nivelación de Conocimientos de Geografía Universal

Unidad 1. Reconocimiento de las dimensiones culturales.

Unidad 2. El uso de las dimensiones culturales en un proceso de negociación.

Unidad 3. La Personalidad de los negociadores.

Unidad 4. La comunicación en la negociación

Unidad 5. Comunicación no verbal: Aspectos relevantes en una negociación.

Unidad 6. Tipos de negociación y estrategias más comunes

Unidad 7. El mundo desarrollado

Contenido temático

Unidad 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. Reconocimiento de las dimensiones culturales básicas

1.1 El modelo de Hall.

1.2 El modelo de Stewart y Bennet.

1.3 El modelo de Condon y Yousef.

1.4 El modelo de Trompenaars y Hampden-Turner.

1.5 El modelo de Schwartz.

2. Uso de las dimensiones culturales en un proceso de negociación.

2.1 Dimensión de jerarquía.

2.2 Dimensión de identidad.

2.3 Dimensión de género.

2.4 Dimensión de la incertidumbre.

2.5 Dimensión de las normas.

2.6 Dimensión de la implicación

2.7 Dimensión de las emociones

2.8 Dimensión del locus de control

2.9 Dimensión de la percepción del mundo

2.10 Dimensión del tiempo.

3. La personalidad de los negociadores.

3.1 Tipos de personalidad.

3.2 Cómo reconocer las personalidades para su aprovechamiento.

4. La comunicación en la negociación.
 - 4.1 El origen de la comunicación.
 - 4.2 La comunicación intercultural en la negociación.
 - 4.3 La comunicación intercultural y las nuevas tecnologías.
5. Comunicación no verbal. Aspectos relevantes en una negociación.
 - 5.1 Uso de los canales no verbales.
 - 5.2 Clasificación de la comunicación no verbal.
6. Tipos de negociación y estrategias más comunes.
 - 6.1 La negociación competitiva.
 - 6.2 La negociación cooperativa.
 - 6.3 La negociación en equipo.
7. El mundo desarrollado.
 - 7.1 EEUU. El liderazgo inevitable.
 - 7.2 Rusia esta de vuelta.
 - 7.3 Asia, el continente emergente.
 - 7.4 Entorno árabe-musulmán.
 - 7.5 África subsahariana.
 - 7.6 Australia, buscando su lugar en el mundo.

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. f) Videos y Películas.

Metodología

Tradicional, deductivo, analítico, descriptivo, explicativo, lectura previa, discusión de temas, trabajos de investigación exposición del maestro, exposición de alumnos, artículos, Pintarrón, Videos, Películas, 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, artículos en ingles, etc.	25%
Trabajo de equipo (participación en Negomarket)	25%

El trabajo en equipo se presentara en NEGOMARKET del ciclo 2026-B

La participación activa en NEGOMARKET es obligatoria, quien no acumulados; y se realizara del 09 al 13 de Noviembre del 2026.

Bibliografías

Bibliografía

Libro

Negociación intercultural. Estrategias y técnicas de negociación internacional.

Cabeza,D., Corella, P., Jimén (2013) Marge Books No. Ed 1ra

ISBN:

Libro

Tácticas para la negociación internacional las diferencias culturales.

Ávila, Felipe. (2008) Trillas No. Ed

ISBN:

Libro

EL hombre light, una vida sin valores

Rojas, Enrique (2002) Booket No. Ed

ISBN:

Libro

Comportamiento del consumidor

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

ISBN:

Libro

Comportamiento del consumidor

Solomon, 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.

Padrón, María, Padrón, R (2004) Mc Graw Hill, interameric No. Ed

Libro

Colection the Lonely Planet.

Biblioteca Benjamin Frank. (.) . No. Ed

ISBN:

Libro

Intercultural Business Communication

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

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: 2. Divya, S V (2025). " Cultural Differences A Factor in Marketing Messages Strategy " . International Scientific Journal Of Engineering And Management , 04(05), 1-7. <https://doi.org/10.55041/isjem03387>

Revista: The future of AI politics, policy, and business Business And Politics

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: 7. Changwony, 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

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

Se revisó y actualizó el 12 de enero 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.

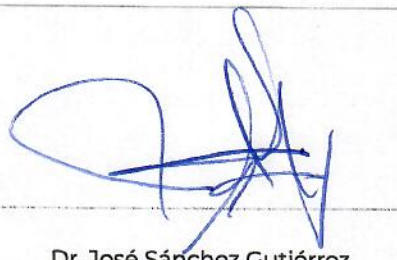


Juan Gaytán Cortéz

Presidente de la
Academia



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



Dr. José Sánchez Gutiérrez

Jefe del Departamento