



Instituto Universitario  
de Investigación en  
Estudios Norteamericanos  
"Benjamin Franklin"

# NEGOCIOS INTERNACIONALES: COMUNICACIÓN Y CULTURA

## DESCRIPCIÓN

El cambio que ha experimentado el mundo de la empresa en las últimas décadas hace necesario que cualquier persona que por razones de estudio o trabajo se traslade a vivir en otro país, pueda adaptarse y desarrollar su actividad profesional, académica y personal, de la forma más efectiva posible dentro del contexto cultural y lingüístico en el que viva. Las transformaciones que se han producido en relación a las nuevas tecnologías, las formas de trabajo (virtual), la globalización, el desarrollo y abaratamiento del transporte, etc. han dado lugar a una gran movilidad de expatriados y estudiantes que se desplazan a vivir a otros países. Este hecho hace necesaria la formación de estos colectivos en el ámbito intercultural.

Este es un curso que explora y acerca al alumno a la comunicación y la cultura especialmente en el contexto de la empresa internacional.

El curso se dividirá en las siguientes partes:

- 1) El desarrollo de conceptos e ideas generales en lo referido a la empresa multinacional, internacionalización empresarial, cultura, comunicación, negociación internacional, diferencias culturales, estereotipos, resolución de conflictos en otras culturas y comunicación no verbal, entre otros.
- 2) Análisis de las principales diferencias culturales y los estilos de comunicación en América Latina, Asia, países anglosajones y países árabes.
- 3) Estudio de las características y las particularidades del "international manager" o ejecutivo internacional, analizándose cuál sería el perfil más idóneo para trabajar en entornos multiculturales e internacionales. Se tratarán temas relativos a la comunicación on-line, gestión de equipos de trabajo virtuales, habilidades globales, negociación internacional y comportamiento y comunicación dentro de la empresa internacional.

## OBJETIVOS

- Entender los conceptos básicos generales sobre cultura, comunicación, resolución de conflictos culturales, gestión intercultural, cultura corporativa, negociación internacional.
- Aprender cuáles son las diferencias culturales y comunicativas básicas con respecto a los países latinos, anglosajones, asiáticos y árabes.
- Aprender las técnicas básicas de negociación internacional.
- Entender y conocer las características principales del “international manager” además de los principios básicos sobre habilidades globales, equipos de trabajo internacional y virtual.

El alumno desarrollará las siguientes competencias:

<b>Competencia 1.</b>	Desarrollo de la conciencia intercultural
<b>Competencia 2.</b>	Conocer y utilizar los conceptos básicos generales sobre cultura, comunicación, cultura corporativa, gestión intercultural, negociación internacional.
<b>Competencia 3.</b>	Desarrollar la capacidad de búsqueda, análisis y síntesis de información
<b>Competencia 4.</b>	Identificar y analizar las diferencias culturales y comunicativas básicas con respecto a los países latinos, anglosajones, asiáticos y árabes
<b>Competencia 5.</b>	Estimular y mejorar la comunicación oral y escrita en español de los negocios
<b>Competencia 6.</b>	Desarrollar la capacidad de aplicar los conceptos básicos a pequeños casos prácticos aportando soluciones a problemas sencillos de comunicación y cultura

## METODOLOGÍA

La metodología del curso busca el desarrollo de las competencias antes expuestas en los alumnos, para ello se utilizarán diferentes estrategias metodológicas:

- Clases teóricas presenciales que ofrecerán explicaciones sobre los diferentes conceptos, ideas y teorías relacionadas con la comunicación y la cultura. El alumno, además de escuchar activamente, intentará entender los argumentos y teorías y tomará apuntes estructurados de los contenidos más importantes. (competencias 1, 2, 4)
- Realización de diferentes pruebas o tests de tipo comunicativo y cultural con el objetivo de que el alumno reflexione sobre su propia cultura y estilo comunicativo y aprenda las características culturales y comunicativas de otras culturas. (competencias 1, 4, 6)
- Realización de pequeños casos prácticos sobre interculturalidad y comunicación intercultural. (competencia 4, 6)
- Realización de dos trabajos; un informe empresarial sobre los aspectos culturales y comunicativos más importantes de un país elegido por el alumno. Otro trabajo en el que se compare la página web de una empresa multinacional en dos países. (competencias 3, 4, 5)

- Presentación oral de los dos trabajos escritos. (competencias 3, 5)
- Lecturas de artículos que el profesor dará a los alumnos. (competencias 2, 4)

## PREPARACIÓN

Se espera que los alumnos lean las lecturas indicadas por el profesor para poder discutir sobre los distintos temas del programa. Cada día debes llegar preparado a clase, habiendo hecho las lecturas asignadas en el programa, con el propósito de participar **activamente**.

## EVALUACIÓN

La asignatura se evaluará utilizando distintos sistemas de evaluación, a fin de que todos los estudiantes puedan desarrollar sus capacidades. El trabajo continuado del estudiante será un criterio en el sistema de valuación. En consecuencia, la evaluación global se basará en la participación de los estudiantes en las sesiones teóricas y prácticas; la realización de ejercicios, trabajos y pruebas escritas; la preparación de presentaciones y exposiciones orales y participación en las actividades del curso. El porcentaje de la calificación que se asigna a cada uno de los apartados del curso quedará de la siguiente manera:

Presentación y reporte de comparación de web corporativa y país	30% (15% cada uno)
Examen Parcial	25%
Examen Final	25%
Participación	10%

### Participación

La nota de participación se otorgará en función de:

- Alta participación: el alumno está siempre preparado para las clases, participa activamente con comentarios o preguntas relevantes que indican que ha estudiado y se ha preparado.
- Baja participación: el alumno no es activo en clase, está ausente o habla con otros alumnos y no está preparado porque no ha estudiado. No pregunta ni hace comentarios relevantes.

### Trabajo escrito

El objetivo del trabajo escrito es realizar un informe empresarial y un informe comparativo de páginas web de una empresa multinacional de tu elección. Se entiende por informe empresarial el conjunto de información transmitida de forma escrita, objetiva y ordenada para una persona o grupo de personas, pertenecientes a la misma empresa a partir de la información previamente recogida por el autor del informe con los fines principales de informar y facilitar la toma de decisiones.

El trabajo final deberá estar escrito a doble espacio en Times New Roman 12 y tendrá una extensión entre 4-7 páginas. Será un trabajo de investigación sobre un país determinado y sus características culturales. El formato a seguir será MLA. El objetivo de este trabajo es que el alumno sepa cómo escribir un reporte empresarial referido a un país. La nota obtenida se basará en los siguientes aspectos:

- **Ideas y contenido:** Claridad del escrito, mantiene el interés en el lector. El tema se enriquece con detalles interesantes.
- **Organización del tema:** El escrito está claramente estructurado, ordenado y es de presentación atractiva. Se incluyen todos los apartados necesarios (portada, índice, desarrollo de los distintos puntos, conclusión, bibliografía, gráficos, fotos).
- **Estilo:** La expresión es directa, el mensaje se transmite de forma precisa y concisa. Se aportan los datos necesarios.
- **Lenguaje específico:** Se utiliza un lenguaje específico que deberá ir adquiriendo a través de las lecturas y las explicaciones dadas por el profesor.

### **Presentación Oral**

Este apartado tendrá como objetivo que el estudiante sea capaz de presentar oralmente los dos trabajos escritos antes descritos. La nota obtenida se basará en los siguientes aspectos:

- **Contenido y desarrollo:** Presentación bien estructurada que incluya una introducción al tema principal. Desarrollo de las ideas de forma coherente y relacionadas entre sí para terminar con una conclusión lógica según la investigación que se haya llevado a cabo.
- **Lenguaje específico:** El estudiante deberá exponer su trabajo utilizando el vocabulario, conceptos e ideas que se han desarrollado a lo largo del curso.
- **Lenguaje corporal:** El estudiante debe mostrar un control sobre el contenido del tema y la atención de la clase. Para ello es importante el contacto visual, la entonación y el lenguaje corporal. El estudiante deberá mostrar una actitud eficaz para mantener la atención de la clase.
- **Medios Audiovisuales:** Utilización de medios audiovisuales para hacer su presentación oral. Se aconseja el uso de *Power Point*, fotos etc. También es importantísimo que el estudiante no lea directamente la información a exponer.

**EXAMEN (parcial):** Se realizará a mediados de curso. El temario incluirá todo lo visto hasta la fecha. El examen consistirá en responder varias preguntas tipo ensayo.

**EXAMEN (final):** Se realizará al final de curso y comprenderá todos los temas estudiados desde el examen parcial hasta el final del curso. Consistirá en responder a varias preguntas tipo ensayo.

El objetivo de los exámenes es evaluar si el alumno ha adquirido los conceptos, ideas y teorías del curso necesarias para entender, analizar y aplicarlos a casos prácticos y la vida real.

**Si el profesor detecta copia o plagio en el examen, el estudiante recibirá una nota de cero y no tendrá opción a ningún tipo de recuperación.**

## ASISTENCIA

La asistencia es OBLIGATORIA. Si el alumno se ausenta más del límite permitido (**2 ausencias**) durante el programa de otoño, su nota final reflejará un descenso de **10 puntos** por cada falta de asistencia que no haya sido justificada por el médico o por su director de programa. Será responsabilidad del alumno preparar por sí mismo la materia impartida en clase los días en que se ausente.

PROGRAMA DE LAS CLASES	
MATERIA DE ESTUDIO	ACTIVIDADES ACADÉMICAS
Presentación del curso. La globalización. La globalización: características	Ejercicio de comportamiento universal, personal y cultural
La globalización. La globalización: características	
Negocios internacionales La internacionalización de la empresa Razones para internacionalizarse Estrategia de internacionalización	Lecturas: De la internacionalización a la multinacionalización de la empresa: Marcos teóricos para su análisis estratégico. Por Xavier Mendoza y Luis Vives. Departamento de Política de Empresa de ESADE. Pg. 78-89. <a href="http://itemsweb.esade.es/research/oeme/informes/primer-informe/informe1-capitulo3.pdf">http://itemsweb.esade.es/research/oeme/informes/primer-informe/informe1-capitulo3.pdf</a>  <ol style="list-style-type: none"><li>1. ¿Qué es una empresa internacional?</li><li>2. ¿Cómo se pasa de la internacionalización a la multinacionalización?</li><li>3. ¿Qué supone a nivel estratégico y organizativo la multinacionalización de la empresa?</li></ol>
Dificultades de la internacionalización Cultura Elementos de la cultura	Lecturas: De la internacionalización a la Multinacionalización de la empresa: Marcos teóricos para su análisis estratégico. Por Xavier Mendoza y Luis Vives. Departamento de Política de Empresa de ESADE. Pg. 90-101. <a href="http://itemsweb.esade.es/research/oeme/informes/primer-informe/informe1-capitulo3.pdf">http://itemsweb.esade.es/research/oeme/informes/primer-informe/informe1-capitulo3.pdf</a>  <ol style="list-style-type: none"><li>1. ¿Qué es una empresa multinacional?</li><li>2. ¿Qué estrategias siguen las empresas para internacionalizarse y/o multinacionalizarse?</li></ol>
Teorías de la cultura Manifestaciones culturales Niveles culturales	

<p>Teorías de la cultura  Manifestaciones culturales  Niveles culturales</p>	
<p>Ejercicio de cultura: ¿qué pasa con la cultura?  comportamientos</p> <p>Fundamentos de la cultura  Geert Hofstede  Estererotipos  Ejercicio: ¿te comunicas bien?</p>	<p>Lectura: Dirección de empresas en distintas culturas. Carlos Sánchez-Runde IESE.  <a href="http://webprofesores.iese.edu/curriculums/docs/Dir%20en%20distintas%20culturas.pdf">http://webprofesores.iese.edu/curriculums/docs/Dir%20en%20distintas%20culturas.pdf</a>  Pgs. 1-19.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué es cultura?</li> <li>2. Menciona las dimensiones culturales más importantes que explican las diferencias culturales</li> <li>3. ¿Cómo afecta la cultura en la empresa?</li> </ol> <p>Lectura: Communication and culture: a collection of observations by Gerry &amp; Elizabeth Wilson. The University of Calgary, 2003.  <a href="http://people.ucalgary.ca/~gwilson/cultcom.txt">http://people.ucalgary.ca/~gwilson/cultcom.txt</a></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué debemos tener en cuenta al comunicarnos en otra cultura?</li> <li>2. Explica algunos ejemplos de diferencias comunicativas de Japón, Francia y Alemania</li> </ol>
<p>Comunicación  Estilos y formas de comunicarse  Tipos de escucha  Barreras para la comunicación</p>	<p>Lectura: Tres pasos para mitigar los problemas de comunicación multicultural en la empresa  Nardon, L.; Steers, R.M.; Sánchez-Runde, Carlos J.  <a href="http://www.ieseinsight.com/doc.aspx?id=1275&amp;ar=20&amp;idioma=1">http://www.ieseinsight.com/doc.aspx?id=1275&amp;ar=20&amp;idioma=1</a></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿qué se debe tener en cuenta para evitar malinterpretaciones comunicativas en diferentes culturas?</li> </ol>
<p>Tipos de comunicación  Comunicación verbal y no verbal</p>	<p>Lectura: Los aspectos no verbales en la comunicación intercultural. Ruth Vilá Baños. Pgs. 6-15.  <a href="http://www.revistas.unam.mx/index.php/rxm/article/view/33896">http://www.revistas.unam.mx/index.php/rxm/article/view/33896</a></p>
<p>Características de la comunicación no verbal  Otras formas de comunicación no verbal  El lenguaje del cuerpo</p>	<p>Lectura: Competencias interculturales transversales: su diagnóstico en equipos de trabajo de baja cualificación Assumpta Aneas. Univ. de Murcia</p>
<p><b>EXAMEN PARCIAL</b></p>	
<p>Características culturales de los países latinos</p>	<p>Lectura: Cross-Cultural Communication Between Latin American and U.S. Managers. Gary M. Wederspahn.</p>

Características culturales de los países asiáticos	Lectura: Invisible difference: the deep culture of Japanese values. Joseph Shaules
Características culturales de los países árabes	Lectura: Doing business in the Arab world. Reference for business, Encyclopedia of business, 2 <sup>nd</sup> ed. Advertisers Seek to Speak to Muslim Consumers. By LIZ GOOCH. Leer artículo, ver video en <a href="http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&amp;v=LwTHZi0eo2s">http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&amp;v=LwTHZi0eo2s</a>
Identidad corporativa: la cultura en el trabajo	Lectura: el arte de gestionar lo intangible. IESE. Nº 117. Abril-Junio 2012.
Identidad corporativa: la imagen visual y la comunicación	Caso práctico
Comunicación online	Leading a Virtual Intercultural Team. Implications for Virtual Team Leaders. Monika Chutnik, Katarzyna Grzesik Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu Ejercicio de negociación: tipos de negociadores
Equipos de trabajo virtual: aspectos culturales	Caso práctico
Desarrollo de la competencia intercultural	Caso práctico
Imagen y comunicación corporativa	Lectura: Comunicación, cultura y clima. Efectos y paradojas de Jorge Aguilera
Comunicación online	Lectura: Comunicación, cultura y clima. Efectos y paradojas de Jorge Aguilera
El ejecutivo internacional El perfil de expatriado Ejercicio de negociación	Lectura: Políticas de expatriación y repatriación en multinacionales: visión de las empresas y de las personas. Profesor Sandalio Gómez López-Egea. Pg. 25-39
Habilidades globales. Negociación internacional Ejercicio de cultura "trabajando en el extranjero"	Lectura: Políticas de expatriación y repatriación en multinacionales: visión de las empresas y de las personas. Profesor Sandalio Gómez López-Egea. Pg. 39-53
Gestión intercultural y comunicativa en la empresa Equipos de trabajo internacional Gestión de equipos de trabajo virtuales	Lectura: Factores culturales e internacionalización de la empresa. Enrique Fanjul Martín Lectura: Como demostrar un liderazgo efectivo en un ámbito intercultural. Eric Hiep y Liesbeth Pruijs. <a href="http://www.revistasice.info/cachepdf/ICE_830_125-131_C73B01F8DFD88F9CF15961BAD79184AE.pdf">http://www.revistasice.info/cachepdf/ICE_830_125-131_C73B01F8DFD88F9CF15961BAD79184AE.pdf</a>

Inteligencia emocional Entrega de trabajos escritos de web y país	Ejercicios
Presentaciones orales CEREMONIA FIN DE CURSO	
<b>EXAMEN FINAL</b>	

**NOTA:** Este programa está sujeto a cambios. El programa final del curso se entregará el primer día de clase.

### **BIBLIOGRAFÍA**

Recursos web:

<http://www.globalnegotiator.com/>

[http://www.degerencia.com/tema/como\\_hacer\\_negocios\\_en](http://www.degerencia.com/tema/como_hacer_negocios_en)

<http://www.doingbusiness.org/>

Información consular de países. Buscar embajada o consulado del país.

Wikipedia: país

CIA World factbook: país

Lonely Planet: país

About.com: país

Economist country briefings: país

BBC country briefings: país

World Health Organization: país

<http://www.icex.es>

<http://www.iberglobal.com/>

<http://www.economia48.com/>

[http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394\\_5518974\\_5536731\\_0\\_0\\_-1,00.html](http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394_5518974_5536731_0_0_-1,00.html)

<http://www.profilesinternational.com/home.aspx>

<http://www.crit.uji.es/enlaces.php>

Textos de consulta. Estos libros están en la biblioteca de la UAH y pueden ser consulados por los alumnos:

*Claves Para la Comunicación Intercultural.* Publicacions de la Universitat Jaume I, 2003.

Bowe, Heather J. & Martin, Kylie. *Communication accross cultures: mutual understanding in a global world.* Cambridge University Press, 2007.

Schneider, Susan C. *Managing accross cultures.* Harlow, England: Prentice Hall, 2002.



## **HABLAMOS SOLO EN ESPAÑOL**

En la clase solo vamos a hablar en español. El uso del inglés en la clase impediría tu inmersión total dentro del proceso de aprendizaje del español. Además es importante destacar que para poder comprender y disfrutar de la clase te pedimos un esfuerzo adicional de adaptación terminológica con el único fin de familiarizarte con los lenguajes característicos de la materia. Para una mayor comprensión de la clase recomendamos un nivel medio-alto en español.