



INSTITUTO UNIVERSITARIO DE INVESTIGACIÓN
EN ESTUDIOS NORTEAMERICANOS
"BENJAMIN FRANKLIN"

Asignatura	Negocios Internacionales: Comunicación y Cultura
Programa	Study Abroad
Créditos ECTS	3 USA
Horas de clase	45
Tutorías	Por cita previa
Requisitos	Nivel de español intermedio alto
Idioma	Español
Tipo de enseñanza	Presencial

INTRODUCCIÓN

Este curso es especialmente interesante para aquellos estudiantes que tengan la intención de trabajar en otros países o quieran trabajar en empresas multinacionales en las que tenga que desarrollar sus tareas con compañeros de otras culturas. El estudiante mejorará su propia conciencia cultural a través del descubrimiento de sus características culturales y las diferencias que le separan de otras culturas. Practicará la comunicación en español y sus habilidades interculturales a través de la resolución de casos prácticos que simulan situaciones que puede encontrarse en el futuro viviendo en otros países.

DESCRIPCIÓN

Este curso es especialmente interesante para aquellos estudiantes que tengan la intención de trabajar en otros países o quieran trabajar en empresas multinacionales en las que tenga que desarrollar sus tareas con compañeros de otras culturas. El estudiante mejorará su propia conciencia cultural a través del descubrimiento de sus características culturales y las diferencias que le separan de otras culturas. Practicará la comunicación en español y sus habilidades interculturales a través de la resolución de casos prácticos que simulan situaciones que puede encontrarse en el futuro viviendo en otros países.

Objetivos del curso:

- 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.

COMPETENCIAS

Competencias generales (CG):

CG1: Estimular y mejorar la comunicación oral y escrita en español de los negocios.

CG2: Desarrollar la capacidad de aplicar los conceptos básicos a pequeños casos prácticos aportando soluciones a problemas sencillos de comunicación y cultura.

Competencias específicas (CE):

CE1: Desarrollo de la conciencia intercultural.

CE2: Identificar y analizar las diferencias culturales y comunicativas básicas con respecto a los países latinos, anglosajones, asiáticos y árabes.

CE3: Conocer y utilizar los conceptos básicos generales sobre cultura, comunicación, cultura corporativa, gestión intercultural, negociación internacional.

METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

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.
- 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.
- Realización de pequeños casos prácticos sobre interculturalidad y comunicación intercultural.
- 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.
- Presentación oral de los dos trabajos escritos.
- Lecturas de artículos que el profesor dará a los alumnos.

PREPARACIÓN PARA CLASE

Trabajar las lecturas antes de venir a clase te prepara para hacer preguntas y dar opiniones sobre la materia en clase.

- Lee los temas asignados antes de clase
- Reflexiona sobre preguntas que pueden dar lugar a debates interesantes
- Toma notas durante las explicaciones y discusiones en clase

SISTEMA DE EVALUACIÓN

- **Participación**

Debe ser activa, es de decir, el alumno no solo debe preguntar sus dudas, sino que también debe hacer comentarios y participar activamente en los ejercicios propuestos en clase tanto en grupo como individualmente. Además, el estudiante deberá leer los textos asignados por el profesor y hacer los ejercicios relacionados con el texto. Se espera que el estudiante demuestre madurez y responsabilidad en el aula por lo que los gestos, actitud pasiva como dormir en clase, y tener comportamientos inadecuados en el aula pueden repercutir negativamente en la nota de este apartado.

El porcentaje total de este apartado es de un 10 %.

- **Exámenes parcial y final.**

El estudiante debe prepararse con antelación los exámenes haciendo resúmenes de las explicaciones del profesor, entendiendo las lecturas y relacionándolas con las explicaciones, resolviendo todas las dudas en clase o en tutorías directas con el profesor.

El porcentaje total de este apartado es de un 25 % cada examen.

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.

- **Trabajo escrito y presentación oral.**

El objetivo del trabajo o reporte 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 escrito 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.

El porcentaje total de este apartado es de un 40 % (20% cada uno).

Nota. Si el trabajo no se entrega en la fecha indicada el estudiante recibirá un punto menos por cada día de retraso.

Plagio:

Los trabajos de investigación deben exponer ideas propias de los estudiantes. El trabajo de otros escritores o expertos utilizado para apoyar las ideas de los estudiantes debe ser citado apropiadamente. La utilización inadecuada de un texto o trabajo de otra persona se considera plagio. Plagiar es una violación de las normas académicas y puede tener como resultado el suspenso del trabajo o incluso de la asignatura para la cual el trabajo fue escrito. En casos extremos puede suponer la expulsión del programa. Las guías para escribir el trabajo adecuadamente las debe proporcionar el profesor.

BAREMACIÓN DE LA NOTA

El baremo de la nota de clase quedará de la siguiente manera:

PARTICIPACIÓN	10 %
EXAMEN PARCIAL	20 %

EXAMEN FINAL	20 %
TRABAJO ESCRITO	25 %
PRESENTACIÓN	25 %

ASISTENCIA

La asistencia a clase es OBLIGATORIA. Si el alumno se ausenta más del límite permitido (1 ausencia) en el programa de verano y (2 ausencias) en los programas de otoño y primavera, su nota final reflejará un descenso de 10 puntos por cada falta de asistencia que no haya sido excusada mediante justificante médico o por su Director de Programa. Será responsabilidad del alumno preparar individualmente la materia impartida en clase los días en que se ausente.

ALUMNOS CON NECESIDADES ESPECIALES

Los estudiantes con algún tipo de necesidad especial pueden contactar con Antonio Fernández: antonio.fernandezm@uah.es El Instituto Franklin-UAH cuenta con las medidas necesarias para ayudar en sus estudios a aquellos estudiantes que demuestren, por medio de un justificante médico, tener necesidades especiales.

USO DE LA TECNOLOGÍA EN CLASE

La tecnología en el aula es fundamental hoy en día. Ahora bien, si se utiliza de una manera inapropiada puede perjudicar el aprendizaje del alumno. Por ejemplo, comprobar el correo electrónico, chatear con otros usuarios, navegar por la web con propósitos diferentes al contenido de la clase etc... El mal uso de estas herramientas puede distraer a otros compañeros igualmente por lo que solamente está permitido tomar notas con el ordenador. Para cualquier otro uso se debe pedir permiso al profesor.

USO DEL AULA VIRTUAL

Este es un curso presencial, aunque la Universidad de Alcalá ofrece la plataforma Blackboard Virtual Classroom. Si fuera necesario el curso se seguirá a través de esta plataforma. En todo caso, el profesor indicará a los alumnos con antelación cualquier actividad que se vaya a realizar en la misma.

PROGRAMA DE LAS CLASES

	MATERIA DE ESTUDIO	
Tema 1	<ul style="list-style-type: none"> • La globalización • La empresa multinacional • Los negocios Internacionales • Internacionalización de la empresa 	
Tema 2	<ul style="list-style-type: none"> • La cultura • Elementos de la cultura • Teorías culturales • Estereotipos • Manifestaciones y niveles culturales 	
Tema 3	<ul style="list-style-type: none"> • Dimensiones culturales • En qué se fundamenta la cultura 	
Tema 4	<ul style="list-style-type: none"> • La comunicación • La escucha • Tipos de comunicación: verbal y no verbal • Manejo del silencio • El lenguaje 	
Tema 5	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación no verbal • El lenguaje del cuerpo 	
Tema 6	<ul style="list-style-type: none"> • Identidad corporativa • Cultura corporativa • Comunicación empresarial • Comportamiento corporativo 	
Tema 7	<ul style="list-style-type: none"> • Equipos de trabajo virtual • El manager intercultural • Gestión intercultural • Conflictos interculturales 	
Tema 8	<ul style="list-style-type: none"> • La cultura de los países asiáticos • China • Japón 	

Tema 9

- Cultura latina
- México
- Países árabes

BIBLIOGRAFÍA

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.

Recursos web:

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

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.profilesinternational.com/home.aspx>

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

HABLAMOS SÓLO EN ESPAÑOL

En la clase solo vamos a hablar en español. El uso del inglés en la clase impediría la inmersión total del estudiante 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 alto de español.