

**UNIVERSIDAD INTERAMERICANA DE PUERTO RICO
RECINTO METROPOLITANO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ECONOMIA
MAESTRIA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

PRONTUARIO

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Curso	: COMUNICACIÓN Y NEGOCIACIÓN INTER-CULTURAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES
Código y Número	: ADNI 5000
Créditos	: Tres
Término Académico	:
Profesor	:
Horas de Oficina	:
Teléfono de la Oficina	: 787-250-1912
Correo Electrónico	:

II. DESCRIPCIÓN

Análisis sobre la importancia de la comunicación en diversas culturas y su influencia en las relaciones comerciales; el desarrollo y la aplicación de estrategias de comunicación en las relaciones comerciales internacionales y multiculturales; el estudio de las implicaciones de estas relaciones comerciales internacionales. REQUISITO: BADM 3300- Comunicación Gerencial

III. OBJETIVOS

1. Sensibilizar sobre la diferencias en la comunicación intercultural.
2. Examinar diferentes estilos y patrones que impactan los encuentros interculturales (cultura, comunicación verbal y no verbal, choque cultural, diferencias entre género).
3. Desarrollar una visión general sobre cómo negociar, resolver disputas y tomar decisiones in ambientes multiculturales.
4. Analizar los conceptos fundamentales en una negociación y cómo se aplican en diferentes escenarios culturales.
5. Explicar cómo la cultura afecta las presunciones sobre cuándo y cómo negociar considerando los intereses, las prioridades y las estrategias de las partes.
6. Analizar como la confrontación, la motivación, la influencia y las estrategias de información se desplazan debido a la cultura.

IV. CONTENIDO

- A. La comunicación en su contexto intercultural
 1. Cultura
 2. Barreras de comunicación
 3. Orientaciones gerenciales multinacionales
- B. Sistemas universales
 1. Económicos
 2. Políticos
 3. Educativos

- 4. Sociales/ familiares
- 5. Jerarquías e interacción social
- C. Valores culturales
 - 1. Semántica
 - 2. Atribuciones / percepciones
 - 3. Actitudes hacia la mujer, el trabajo, la ética
 - 4. Influencias religiosas
 - 5. Dimensión del individualismo vs. Colectivismo
- D. El choque cultural
 - 1. Etapas
 - 2. El “yo” público y privado
- E. Lenguaje y diversidad
 - 1. Alto y bajo contexto
 - 2. Linear vs. Circular
 - 3. Problemas de traducción
- F. Patrones de comunicación oral y no-verbal
 - 1. Patrones de pensamiento
 - 2. Para-lenguaje / meta-comunicación
 - 2.1. Cronémica
 - 2.2. Proxémica
 - 2.3. Kinésica
- G. Patrones de comunicación escrita
 - 1. Inglés internacional
 - 2. Formatos de cartas y otros documentos
- H. Etiqueta global
 - 1. Presentaciones
 - 2. Tarjetas de presentación
 - 3. Propinas / regalos, etc.
- I. Costumbres sociales y comerciales
 - 1. Saludos: posición y jerarquía
 - 2. Relaciones entre géneros
 - 3. Humor
 - 4. Vestimenta / apariencia
 - 5. Días feriados
- J. Negociación intercultural
 - 1. Características de negociaciones efectivas
 - 2. Guías para la negociación intercultural
 - 2. Modelos de negociación
 - 2.1. Acuerdos Integros vs. Distributivos
 - 2.2. BATNA
 - 3. Considerando y ejecutando estrategias realistas sobre asuntos múltiples
 - 4. Conflictos—como se suscitan y aumentan—enfoques para resolverlos
 - 3.1. Intereses
 - 3.2. Derechos
 - 3.3. Poder
 - 5. Resolución de conflictos con terceras personas
 - 5.1. Arbitraje
 - 5.2. Mediación
 - 6. Negociando decisiones y manejando el conflicto en equipos multiculturales
 - 7. Tipos de dilemas sociales y cómo manejarlos usando las destrezas de negociación
 - 8. El papel que juega el gobierno en la mesa de negociaciones
 - 9. El papel de los medios de comunicación
 - 3. Acuerdos comerciales

- 4. Leyes internacionales
 - 4.1. Contratos
 - 4.2. La ética y la ley

V. ACTIVIDADES:

- A. DISCUSIONES GRUPALES
- B. PRESENTACIONES ORALES y en POWER POINT
- C. INVESTIGACIONES GRUPALES
- D. ANÁLISIS DE PELÍCULAS
- E. EJERCICIOS DE AUTO-EVALUACIÓN

VI. EVALUACIÓN

A. EXÁMENES (2 Ex. parciales)	40%	
B. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN ESCRITA (en equipos)		20%
C. PRESENTACIÓN ORAL – Proyecto de investigación (en equipos)	10%	
D. PRESENTACIÓN ORAL – tema de negociación (en equipos)	10%	
E. ANÁLISIS DE PELÍCULAS (en equipos)	10%	
F. EVALUACIÓN DE PARES (formulario provisto)	<u>10%</u>	
TOTAL		100%

ÁREAS GEOGRÁFICAS PARA PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

- A. E.U. – Canadá – México
- B. América Latina
- C. Unión Europea
- D. Europa Central Oriental
- E. Asia: China, Japón y los 4 tigres (K. Sur, H. Kong, Singapur y Taiwán)
- F. Países asiáticos del sur-este
- G. Países sub-desarrollados
 - a. Oriente medio
 - b. África
- H. India

VII. NOTAS ESPECIALES

A. Servicios Auxiliares o Necesidades Especiales

Todo estudiante que requiera servicios auxiliares o asistencia especial deberá solicitar los mismos al inicio del curso o tan pronto como adquiriera conocimiento de los que necesita, a través del registro correspondiente en la Oficina del Consejero Profesional, el Sr. José Rodríguez, ubicado en el Programa de Orientación Universitaria.

B. Honradez, fraude y plagio (Reglamento General de Estudiantes, Capítulo V)

La falta de honradez, fraude, plagio y cualquier otro comportamiento inadecuado con relación a la labor académica constituyen infracciones mayores sancionadas por el Reglamento General de Estudiantes. Las infracciones mayores, según dispone el Reglamento de Estudiantes pueden tener como consecuencia la suspensión de la Universidad por un tiempo definido mayor de un año o la expulsión permanente de la Universidad, entre otras sanciones.

C. Uso de artefactos electrónicos

Los teléfonos celulares y cualquier otro tipo de artefacto electrónico que puedan interrumpir el proceso de enseñanza-aprendizaje o que atente contra la excelencia académica deberán ser desactivados. Las situaciones críticas serán atendidas según lo establece el reglamento. El uso de artefactos electrónicos que permiten el acceso, el almacenamiento o el envío de información durante el período de exámenes queda totalmente prohibido.

VIII. RECURSOS EDUCATIVOS

A. Textos

Chaney, L. H., & Martin, J. S. (2011). **Intercultural Business Communication**. (5th. Ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. ISBN: - 10-0-13-212790-3.

Brett, Jeanne: (2007). **Negotiating Globally: How to Negotiate Deals, Resolve Disputes, and Make Decisions Across Cultural Boundaries**. 2nd. Ed. Jossey-Bass Pub. Co. ISBN:978-0-7879-8836-4.

B. Lecturas suplementarias

1. Beamer, Linda, Iris Varner: (2010). **Intercultural Communication in the Global Workplace**, (4th. Ed.). McGraw-Hill Companies, ISBN: 0072829222.
2. **DOING BUSINESS IN...** (Serie de libros sobre diversos países), Ernst & Young.
3. Ferraro, Gary P.: (2006). **The Cultural Dimension of International Business**, (5th. Ed.). Pearson Prentice Hall, ISBN: 0-13-192767-1.
4. Hofstede, Gert & Gert Jan Hofstede. (2005). **Cultures and Organizations—Software of the Mind**. McGraw-Hill Companies. ISBN: 0-07-143959-5.

C. RECURSOS AUDIOVISUALES

1. COMPUTADORA / PROGRAMA POWER POINT / INTERNET
2. PROYECTOR DE PELÍCULAS
3. PELÍCULAS
 - A. Communicating Across Cultures
 - b. Películas comerciales temas culturales

D. PERIÓDICOS – Sección de negocios internacionales

E. EJERCICIOS / PRUEBAS DIAGNÓSTICAS

F. Recursos Electrónicos (entre otros...)

The Web of Culture – www.worldculture.com

Article: Cultural Dimensions of Language –

www.css.edu/users/dswenson/web/CULTURE/CULTDIM.HTM

Foreign governments' approaches to int'l. trade – www.embassy.org

Travlang Site – www.travlang.com/

CommerceNet-India – www.commercenetindia.com

Doing Business in France – www.faccparisfrance.com/them/5leg.htm

Info. on 20 Arab countries – www.arab.net/

The Keisai Society: US – Japanese Business Forum – www.keizai.org

Your Japanese Guest – <http://fly/hiwaay/net/%7Eeueda/japguest.htm>

Booklet on cross-cultural communication

<http://mwrel.org/cnorse/booklets/ccc/index.html>

Web search engines – www.google.com y www.yahoo.com

Business Week Online -- www.businessweek.com

IX. BIBLIOGRAFÍA

Axtell, Roger: (1998). **Do's and Taboo's of Body Language Around the World**. John Wiley & Sons, Inc. ISBN: 0-471-59528-4.

Beamer, Linda, Iris Varner: (2004). **Intercultural Communication in the Global Workplace**, (3rd. Ed.). McGraw-Hill Companies.

DOING BUSINESS IN... (2000) **Doing Business in Puerto Rico** (Serie de libros sobre diversos países), Ernst & Young.

Ferraro, Gary P.: (2006). **The Cultural Dimension of International Business**, (5th. Ed.). Pearson Prentice Hall, ISBN: 0-13-192767-1.

Foster, Dean Allen: (1992). **Bargaining Across Borders – How to Negotiate Business Successfully Anywhere in the World**. McGraw-Hill Companies. ISBN: 0-07-021647-9.

Hofstede, Gert & Gert Jan Hofstede. (2005). **Cultures and Organizations—Software of the Mind**. McGraw-Hill Companies. ISBN: 0-07-143959-5.

Hofstede, Gert Jan, Paul B. Pederson, Geert Hofstede. (2002) **Exploring Culture: Exercises, Stories, and Synthetic Cultures**. Intercultural Press. ISBN: 1877864900.

Guzmán, Milagros: (2006). **Cultural Diversity – An Asset in the New Global Work Scenario**. Institute for Productivity of Puerto Rico, ISBN: 0-9650023-4-9.

Jandt, F.E. (2006). **An Introduction to Intercultural Communication: Identities in a Global Community**, 5th Ed. Sage Publications.

Lewicki, Roy J. y otros: (2004). **Essentials of Negotiation**. McGraw-Hill Companies, ISBN: 0-07-254582-8.

Lewis, Richard D. **When Cultures Collide – Managing Successfully Across Cultures**. Nicholas Brealey Publishing Co. ISBN: 1857880870.

Medina-Walker, Danielle & Thomas Walter. (2003) **Doing Business Internationally**, Second Edition: **The Guide to Cross-Cultural Success**. McGraw-Hill Publishing Co. ISBN 0-07-137832-4.

Morrison, Terri & Wayne A. Conoway. (2006) **Kiss, Bow, or Shake Hands: The Bestselling Guide to Doing Business in More Than 60 Countries**. Adams Media of F. W. Publishing Co., Avon, MA. ISBN: 1-59337-368-6.

[Rudd, Jill E. and Diana R. Lawson. \(2007\) **Communicating in Global Business Negotiations: A Geocentric Approach** Sage Pub., Inc., ISBN: 13:978-1-429-1658-5.](#)

The International Business Dictionary & Reference. Presner, Lewis A., Ph. D. (1991). John Wiley & Sons, Inc. ISBN: 0-471-54594-5.

Berret-Thomas, David C. & Kerr Inkson. (2004) **Cultural Intelligence: People Skills for Global Business**. Kochler Publishing Co. ISBN: 1-57675-256-9.

[Ting-Toomey, Stella PhD. \(1999\) **Communicating Across Cultures**. New York, The Guilford Press. ISBN 1-57230-445-6.](#)

Ting-Toomy, Stella & Cheng, Leeva C. (2005). **Understanding Intercultural Communication**,
Los Angeles, CA: Roxbury Pub. Co., ISBN: 1-891487-73-6.

RECURSOS ELECTRONICOS

- www.worldculture.com
- [Intercultural Communication Institute](#)
- [Intercultural Press](#)
- [Gert Hofstede ITIM Cultural Dimensions](#)
- [Doing Business Guides](#)
- [The Culture Network InterMundo](#)
- [Communications and Culture Transformation](#)
- [Cross Cultural Communications](#)
- [Cultural Savvy](#)
- [Culture: Components-gestures, languages, religions](#)
- Foreign governments' approaches to int'l. trade – www.embassy.org
- Travlang Site – www.travlang.com/
- Web search engines – www.google.com y www.yahoo.com
- Business Week Online -- www.businessweek.com

OPAC/VAAEPS

REV. 11/2011