

Programa de asignatura Comunicación Intercultural

1. Identificación

Nombre Escuela:	Administración
Nombre Departamento:	Negocios Internacionales
Nombre Programa:	Negocios Internacionales
Nombre Programa Académico:	Comunicación Intercultural
Nombre Programa Académico (En inglés):	Intercultural Communication
Materia Correquisito:	NI0313 Proyecto 1
Semestre de Ubicación:	2
Código:	NI0312
Intensidad Horaria Semanal	2 Horas
Intensidad Horaria Semestral	32 Horas
Créditos	2
Características	Suficientable

2. Justificación

Los procesos de globalización en curso, así como la diversidad de la población en el lugar de trabajo, llevan a los gerentes a ser más sensibles y conscientes de los méritos culturales en los negocios internacionales. Esta sensibilidad puede convertir los desafíos futuros en oportunidades dentro de un contexto empresarial global. Este curso de comunicación intercultural ha sido pensado para que los estudiantes desarrollen sus habilidades sociales y comunicativas para identificar, comprender y enfrentar los desafíos generados en un contexto comercial internacional multicultural y multilingüe.

Este programa también busca que los estudiantes manejen varias implicaciones culturales dentro de la comunicación efectiva en aspectos tales como: gestión y liderazgo para que puedan acceder al conocimiento para desarrollar prácticas de gestión internacional en entornos multilaterales.

3. Propósito u objetivo general del curso

Para que los estudiantes identifiquen elementos culturales integrados en la comunicación humana. Al realizar un análisis general de los rasgos culturales en las principales regiones del mundo, los estudiantes de Europa, África, Asia, Oceanía y América podrán poner en práctica teorías, conceptos e ideas para desarrollar un enfoque de pensamiento crítico sobre su propia cultura.

3.1 Competencias genéricas

Adaptación a diferentes culturas
Comunicación multilingüe

3.2 Resultados de Aprendizaje

Competencia específica: Analiza críticamente contextos internacionales desde perspectivas

económicas, políticas, legales, sociales, tecnológicas, ambientales, geográficas y culturales, con el objetivo de identificar oportunidades y amenazas para los procesos de internacionalización

Descriptor: Reconoce, clasifica y contrasta las principales fuentes de información

Resultado de aprendizaje: Emplea y contrasta las fuentes que se ajustan a las necesidades de información (Nivel Medio)

Descriptor: Identifica actores, intereses, causas y consecuencias de situaciones en el entorno analizado

Resultado de aprendizaje: Distingue los diferentes actores que participan en un entorno (Nivel inicial)

Descriptor: Analiza realidades y problemáticas teniendo en cuenta sus factores y causas, utilizando diferentes metodologías

Resultados de aprendizaje:

Emplea diferentes fuentes para obtener información sobre una situación (Nivel inicial)

Extrae de la situación problemática, las causas y factores que lo complejizan (Nivel inicial)

Descriptor: Interpreta entornos internacionales desde diferentes perspectivas para identificar en él oportunidades y amenazas

Resultados de aprendizaje: Clasifica las variables y aspectos que componen un entorno internacional por su naturaleza (económico, legal, social, cultural, tecnológico, ambiental, geográfico, político) (Nivel Medio)

Descriptor: Propone cursos de acción basados en el análisis crítico del entorno

Resultados de aprendizaje: Reconoce las opciones de cursos de acción existentes para un mejor desempeño de la organización en un entorno internacional. (Nivel inicial)

Descriptor: Evalúa los potenciales efectos de sus decisiones en el entorno analizado

Resultados de aprendizaje: Identifica las potenciales consecuencias positivas y negativas de una decisión. (Nivel inicial)

Competencia específica: Ejecuta operaciones y/o procesos propios de los negocios internacionales de manera eficiente

Descriptor: Se apropia de las herramientas tecnológicas existentes para hacer más eficiente la ejecución de los procesos propios de los negocios internacionales

Resultados de aprendizaje: Selecciona la herramienta tecnológica que mejor se ajusta a las condiciones de eficiencia de los procesos propios de los negocios internacionales. (Nivel Medio)

4. Contenidos

Unidad 1: Introducción

- Definiciones relevantes de cultura en el mundo occidental.
- Proceso de identidad cultural.
- Modelos de cultura de iceberg o cebolla.
- El principio de puntuación
- Organizaciones, culturas y relaciones internacionales.

Unidad 2: Una visión general de las esferas moldeadas por la cultura.

- Familia
- Roles de género
- Años.
- Historia.
- Religión.
- Breve explicación sobre el cristianismo, el judaísmo, el islamismo, el hinduismo, el budismo y el confucianismo. (Jimmy Nelson) Antes de que murieran

Unidad 3: Cultura internacional: comprensión de la diversidad

- Las culturas nacionales y sus estilos de comunicación.
- conceptos erróneos religiosos
- Comunicarse con (África, India, Asia)

Unidad 4: Comunicación

- Comunicación humana
- Un modelo contextual de comunicación intercultural.
- El contexto cultural.
- individualismo
- colectivismo
- Contexto perceptual
- estereotipos
- Procesamiento de información humana.

Unidad 5: Lenguaje y Cultura

- Código verbal
- símbolos
- Sintaxis y gramática universal
- estilos contextuales

Unidad 6: Non-verbal comunicación

- Sistemas de codificación
- Kinesics, Occulesics, Haptics
- Paralenguaje
- •Distancia de poder
- Contexto alto y bajo

Unidad 7: Lenguaje en Negocios Internacionales

- El papel del lenguaje en el IB.
- Lenguaje y procesos de internacionalización.
- Niveles de comunicación en IB

Unidad 8: Gestión de la comunicación

- ¿Por qué es importante la gestión de la comunicación en el IB?
- Aprender a diseñar un CS en organizaciones internacionales
- Identificar los elementos principales de una estrategia de comunicación para una organización internacional.

Unidad 9: Multiculturalidad y multilingüismo en el IB

- El factor multicultural en los negocios internacionales.
- El factor multilingüe en los negocios internacionales.
- Problemas de traducción e interpretación en la comunicación del IB
- La UE como laboratorio de multilingüismo en la gobernanza internacional.

Unidad 10: ICTs in IB

- Terminología y comunicación especializada.
- El papel de la terminología en el IB.
- Bases de datos terminológicas
- Tesoros y ontologías.
- vocabulario especializado del IB

5. Estrategias metodológicas y didácticas

- Presentaciones orales
- Taller
- Simulación global
- Caso de estudio
- Discusiones en clase
- Trabajo final

5.1 Metodología docente y estimación de volumen de trabajo del estudiante

Este curso de carácter teórico práctico, tendrá su complemento de aprendizaje activo en el proyecto 1, laboratorio de culturas. Los estudiantes en este curso tendrán una introducción a la comunicación y cómo esta tiene variaciones y adecuaciones en distintos contextos culturales. Además se brindará un marco de análisis y aplicación para el desempeño comunicacional en diferentes culturas. Para este propósito, se desarrollan diferentes metodologías y estrategias didácticas, de naturaleza individual y grupal.

- Discusiones en clase
- Estudio de casos
- Presentaciones orales
- Talleres
- Simulaciones
- Trabajo final

5.2 Temporalización o cronograma

sesión #	Unidad/Bloque
1	Intro. Dinámica del curso, Reglamento Estudiantil
2	Cultura y sus definiciones
3	Esferas moldeadas por la cultura
4	Identidades culturales
5	Comprensión de la diversidad cultural
6	Comunicación humana
7	El lenguaje en la comunicación

8	El lenguaje y la Cultura
9	Comunicación no verbal
10	El lenguaje en los Negocios Internacionales
11	Gestión de la comunicación
12	Multilingüismo en los NI
13	TIC's en los NI
14	Comunicación especializada
15	Vocabulario especializado en los NI
16	Presentaciones finales
17	Trabajo final

6 Recursos:

6.1 Locativos:

Aula, salón de computadores, equipos de video conferencia.

6.2 Tecnológicos:

Computador, video beam, conexión estable a internet.

6.3 Didácticos:

Acceso a Internet

7 Criterios y políticas de seguimiento y evaluación académica

Criterios de evaluación:

Los estudiantes con este curso estarán en capacidad de:

- Integrar dimensiones culturales en las negociaciones comerciales internacionales.
- Conocer las principales corrientes en los estudios culturales, especialmente dentro de la tradición occidental.
- Comprender la comunicación como un sistema complejo y sus dimensiones integradoras.
- Reconocer las implicaciones de la comunicación verbal y no verbal como parte de la construcción social llamada identidad cultural y su influencia en las negociaciones comerciales multiculturales.
- Adoptar el carácter multilingüe de la comunicación para empresas y organizaciones en sus estrategias de internacionalización.
- Reconocer el impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en los múltiples procesos de comunicación en los negocios internacionales.
- Identificar rasgos culturales en manifestaciones sociales como parte del análisis del contexto internacional
- Desarrollar respeto por las diferencias culturales en contextos sociales al identificar sus aspectos y actores.
- Encontrar soluciones a situaciones de conflicto mediante el uso de una comunicación precisa

8 Bibliografía

- Deresky, Helen. (2006). Understanding the role of culture. Prentice Hall (Eds), International Management (pp. 79-115). New Jersey, NJ.

- Leung, Kwok. (2005). Culture and international business: recent advances and their implications for future Research. *Journal of International Business Studies*, 36, 357–378.
- Klyukanov, I. (2005). *Principles of Intercultural Communication: Pearson A and B*, chapter 1: Creating Cultural Boundaries: Punctuation Principle
- Bolten, Jurgen. (1993). Life-World Games: the theoretical foundations of training courses in intercultural communication. *European Journal of Education*, 28 (3).
- Dallmayr, Fred. (2009). Hermeneutics and inter-cultural dialog: linking theory and practice. *Ethics & Global Politics*, 2, (1), 23-39.
- Walton, D. (2007). *Introducing Cultural studies learning through practice*. SAGE Publications, chapter 7: Introducing Stuart Hall: The importance and re-evaluation of Popular Mass Culture.
- Landis, D., Bennet, J. M., & Bennet, M. J. (2004). *Handbook of Intercultural Training*. Thousand Oaks: Sage Publications, chapter 9: Translating conflict face-negotiation theory into practice.
- Gudykunst, W. B. (2003). *Cross-Cultural and Intercultural Communication*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Klyukanov, I. (2005). *Principles of Intercultural Communication: Pearson A and B*, chapter 7: Dynamics of intercultural communication: Pendulum Principle.
- Neulip, J. W. (2015). *Intercultural communication: a contextual approach*. Thousand Oaks: Sage, chapter 7: The verbal code.
- Sinor, D. (1995). Languages and Cultural Interchange along the Silk Roads. *Diogenes*, 43(171), 1-13. doi:10.1177/039219219504317102
- Jandt, F. E. (2012). *An introduction to intercultural communication: identities in a global community 7th edition*. Thousand Oaks, California, United States of America: Sage Publications, Inc., chapter 10: Culture and Gender.
- Landis, D., Bennet, J. M., & Bennet, M. J. (2004). *Handbook of Intercultural Training*. Thousand Oaks: Sage Publications, chapter 6: Developing Intercultural Sensitivity.
- Neulip, J. W. (2015). *Intercultural communication: a contextual approach*. Thousand Oaks: Sage, Chapter 8: The nonverbal code.
- Schinckus, C. (2010). Semiotics of Financial Marketplace. *Journal of Interdisciplinary Economics*, 22(4), 317-333. doi:doi:10.1177/02601079X10002200402
- Martin, I. M., Stewart, D. W., & Matta, S. (2005). Branding strategies, marketing communication, and perceived brand meaning: The transfer of purposive, goal-oriented brand meaning to brand extensions. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(3), 275-294. doi:10.1177/0092070304271197
- Welch, D. E., Welch, L. S., & Marschan-Piekkari, R. (2001). The Persistent Impact of Language on Global Operations. *Prometheus*, 19(3), 193-209. doi:10.1080/08109020110072180
- Brannen, M. Y., Piekkari, R., & Tietze, S. (2014). The multifaceted role of language in international business: Unpacking the forms, functions and features of a critical challenge to MNC theory and performance. 45(5), 495-507.
- Yuan, Z. (2014). The language factor in international business: New perspectives on research, teaching and practice. *Language in Society*, 43(5), 599-600. doi:10.1017/s0047404514000591
- Grosse, C. U. (2002). Managing Communication within Virtual Intercultural Teams. *Business Communication Quarterly*, 65(4), 22-38. doi:10.1177/108056990206500404
- Hamacher, B. (2008). *Intercultural Communication Management and Lean Global Supply Chains*. In T. Koch (Ed.), *Lean Business Systems and Beyond* (pp. 365-372). Boston, MA: Springer US.
- Landis, D., Bennet, J. M., & Bennet, M. J. (2004). *Handbook of Intercultural Training*. Thousand Oaks: Sage Publications, chapter 4: Instrumentation in Intercultural Training.

- Chen, S., Geluykens, R., & Choi, C. J. (2006). The importance of language in global teams: A linguistic perspective. *Management International Review*, 46(6), 679. doi:10.1007/s11575-006-0122-6
- Luo, Y. D., & Shenkar, O. (2006). The multinational corporation as a multilingual community: Language and organization in a global context. *Journal of International Business Studies*, 37(3), 321-339. doi:10.1057/palgrave.jibs.8400197
- Qin, Z., Chang, Y., Li, S., & Li, F. (2014). E-Commerce Strategy of Industries. In *E-Commerce Strategy* (pp. 151-206). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Introduction to the Semantic Web. (2006). In *Semantic Web and Education* (pp. 29-69). Boston, MA: Springer US.
- Davies, J., & Warren, P. (2011). Knowledge Management in Large Organizations. In J. Domingue, D. Fensel, & J. A. Hendler (Eds.), *Handbook of Semantic Web Technologies* (pp. 737-786). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

Bibliografía Adicional

- Alon, Ilan and Higgins, James M. "Global leadership success through emotional and cultural intelligences". In: Science Direct. Kelley School of Business. 2005.
- Barnlund, Dean. "Communication in a Global Village". In *Public and Private Self*, Intercultural Press, Yarmouth-USA, 1989.
- Bennett, Milton J. *Basic Concepts of Intercultural Communication: Selected Readings*. Intercultural Press, Inc, Yarmouth-USA, 1998.
- Graf, Andrea. "Expatriate selection: An empirical study identifying significant skill profiles". In: *Thunderbird International Business Review*, 2004, 46(6), pp. 667-685.
- Hall, Edward T. "The Power of Hidden Differences." In: *Basic Concepts of Intercultural Communication: Selected Readings*. Intercultural Press, Inc, Yarmouth-USA, 1998.
- Harvey, Michael G. & Griffith, David A. "Developing effective intercultural relationships: The importance of communication strategies". In: *Thunderbird International Business Review*, 44(4), 2002, pp. 455-476.
- Hofstede, Gert J., Pedersen, Paul B., Hofstede, Geert. *Exploring Culture: Exercises, Stories and Synthetic Cultures*. Intercultural Press, Boston, 2002.
- Hofstede, Geert and Hofstede, Gert J. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. McGraw-Hill, New York, 2005.
- Jarvenpaa, Sirkka L. and Leidner, Dorothy E. "Communication and Trust in Global Virtual Teams". In: *Organization Science*. Vol. 10, No 6, November-December 1999.
- Johnson, James P., Lenartowicz, Tomas & Apud, Salvador. "Cross-cultural competence in international business: toward a definition and a model". *Journal of International Business Studies*, 2006, 37(4), pp 525-543.
- Klyukanov, Igor E. *Principles of Intercultural Communication*. Ed. Pearson, Boston, 2006.
- Kumar, Kuldeep. *Gold Peak Electronics: R&D Globalisation from East to West*. Asia Case Research Center, The University of Hong Kong. 2009.
- Lewis, Richard D. *When Cultures Collide: Leading Across Cultures*, Third Edition. Ed. Nicholas Brealey International. Boston, 2006.
- Mccall, Morgan W and Hollenbeck, George P. *Developing Global Executives*. Harvard Business School Press, Boston, 2002.
- McDaniel, Edwin R.; Porter, Richard E.; Samovar, Larry A. (2007). *Communication between cultures*. Belmont: Thomson.
- Oetzel, John, Dhar Soumia, & Kirschbaum, Kris. "Intercultural Conflict from a Multilevel

- Perspective: Trends, Possibilities, and Future Directions.” In *Journal of Intercultural Communication Research* Vol. 36, No. 3, November 2007, pp. 183–204.
- Slack, Jennifer D. and Whitt, Laurie A. “Ethics and cultural studies”. In: *Cultural Studies*. Ed. Routledge, New York, 1992.
 - Storti, Craig. *Cross-Cultural Dialogues: 74 Brief Encounters with Cultural Difference*. Intercultural Press, Boston, 1994.
 - Thomas, David C. and Inkson, Kerr. *Cultural Intelligence*. Berrett-Koehler Publishers, Inc. San Francisco, 2003.
 - Trompenaars, Fons and Hampden-Turner, Charles. *Riding The Waves Of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business*. Nicholas Brealey Publishing, London, 1997.
 - Würtz, E. A cross-cultural analysis of websites from high-context cultures and low-context cultures. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(1), article 13. 2005
 - Brannen, M. Y., Piekkari, R., & Tietze, S. (2014). The multifaceted role of language in international business: Unpacking the forms, functions and features of a critical challenge to MNC theory and performance. *Journal of International Business Studies*, 45(5), 495-507. doi:10.1057/jibs.2014.24
 - Brannen, M. Y., Piekkari, R., & Tietze, S. (2014). The multifaceted role of language in international business: Unpacking the forms, functions and features of a critical challenge to MNC theory and performance. 45(5), 495-507.
 - Chidlow, A., Plakoyiannaki, E., & Welch, C. (2014). Translation in cross-language international business research: Beyond equivalence. *Journal of International Business Studies*, 45(5), 562-582. doi:10.1057/jibs.2013.67
 - Dafouz, E., Camacho, M., & Urquia, E. (2014). 'Surely they can't do as well': a comparison of business students' academic performance in English-medium and Spanish-as-first-language-medium programmes. *Language and Education*, 28(3), 223-236. doi:10.1080/09500782.2013.808661
 - Holden, N. J., & Michailova, S. (2014). A more expansive perspective on translation in IB research: Insights from the Russian Handbook of Knowledge Management. *Journal of International Business Studies*, 45(7), 906-918. doi:10.1057/jibs.2014.10
 - Janssens, M., & Steyaert, C. (2014). Re-considering language within a cosmopolitan understanding: Toward a multilingual franca approach in international business studies. *Journal of International Business Studies*, 45(5), 623-639. doi:10.1057/jibs.2014.9
 - Joshi, A. M., & Lahiri, N. (2015). Language friction and partner selection in cross-border R&D alliance formation. *Journal of International Business Studies*, 46(2), 123-152. doi:10.1057/jibs.2014.56
 - Kuznetsov, A., & Kuznetsova, O. (2014). Building professional discourse in emerging markets: Language, context and the challenge of sensemaking. *Journal of International Business Studies*, 45(5), 583-599. doi:10.1057/jibs.2013.69
 - Welch, D. E., Welch, L. S., & Marschan-Piekkari, R. (2001). The Persistent Impact of Language on Global Operations. *Prometheus*, 19(3), 193-209. doi:10.1080/08109020110072180

9 Requisitos del proceso de aseguramiento de la calidad

Versión número:01

Fecha elaboración:180620

Responsable:Juan Carlos Díaz Vasquez