Programa de asignatura

La Cultura en los Negocios Internacionales

bajo el enfoque por competencias.

sábado, 12 de julio de 2014

I. Datos Generales de la Asignatura

Unidad Académica	Programa Educativo	Área Académica	Año - Semestre
División de Ciencias Económico Administrativas (DICEA)	Licenciatura en Comercio Internacional (LCI)	Comercio Internacional y Finanzas	6° año- Segundo semestre.

Clave	Denominación de la Asignatura	Fecha de Elaboración	Fecha de Aprobación	Fecha de Revisión
	La cultura en los negocios internacionales	Marzo 24, 2014		

Área de conocimiento	Comercio Internacional y Finanzas
Responsable del Programa:	

Distribución de horas formativas							
Horas Semanales				Horas Semestrales			Créditos Totales
Teoría	Práctica	Viaje de Estudios	Trabajo independiente	Teoría	Práctica	Totales	
3.0	1.5	0.0	2.25	48	24	72	6.75

Nivel		Carácter		Tipo		Modalidad	
Medio Superior	( )	Obligatoria	( )	Teórico	( )	Presencial	(X)
Licenciatura	(X)	Optativa	(X)	Práctico	( )	Mixto	( )
Posgrado	( )	Electiva	( )	Teórico-Práctico	(X)	En Línea	( )

Contextualización de la asignatura (módulo, disciplina, unidades de competencia):

El aprendizaje es "[...] un proceso, cuyo núcleo es la adquisición de competencias y habilidades que permiten al individuo que aprende ser más exitoso al alcanzar las metas individuales o aquellas de su organización. Ello también implicará un cambio en el contexto de significado y propósito para el individuo y afecta su conocimiento existente" (OCDE, 2000: 29); por ende, el aprendizaje es producto del conocimiento que se alberga dentro de un contexto social, temporal, espacial y sobre todo personal. Por ello, cuando las personas trabajan en sociedades y culturas que difieren de las suyas propias, se multiplican los problemas que enfrentan al abarcar un solo conjunto de culturas por el número de conjunto culturales que encuentran en cada mercado extranjero, esto a un punto tal que la estimación implica que más de 50% de los negocios internacionales no se concluyen por el desconocimiento de las diferencias culturales (Rodríguez, 2007) al no considerar que el conocimiento del idioma, las técnicas comerciales, la empatía con la contraparte, el dimensionar la cultura y otras más, son parte fundamental de la gestión del mercado internacional. Es necesario dimensionar que concretar negocios es mucho más que sólo el trato, es socializar, establecer lazos de amistad, es identificar el perfil del empresario, el protocolo y después los detalles que van desde pequeños *"gaffes"* hasta situaciones complicadas que perjudican el desarrollo de las negociaciones frente al tiempo y trabajo invertido.

Así, la cultura es un paso fundamental para el éxito en las relaciones personales en otras naciones y, para tener éxito en una negociación internacional se tienen que considerar los diferentes aspectos que conforman las culturas de cada país evitando comportamientos basadas en falsas percepciones. Los elementos culturales facilitan al negociador internacional la comprensión de las actitudes de su interlocutor y la adaptación a su cultura, es por ello que los empresarios internacionales deben ser sensibles a las diferencias culturales. Es en este contexto donde surge el nuevo reto educativo para la Universidad Autónoma Chapingo (UACh) y en particular para la División de Ciencias Económico Administrativas (DICEA), pues implica una educación en materia económica vislumbrada como un espacio

de avance humano, una educación financiera ubicada hacia nuevos y preferibles estilos de actuación y pensamiento a partir de un despliegue diferente de los recursos acompañados de la explicita búsqueda de otorgar una educación tendiente al ser competente, significándose esto como el saber hacer las cosas y saber actuar con los demás, asumiendo de manera responsable.

Considerando que los estudiantes formados al interior de la DICEA deben fungir como un factor de cambio y de desarrollo en la economía, es imperante dotarles de elementos que les permitan desarrollarse y crecer transversalmente en las organizaciones, el que posean un amplio bagaje de conocimientos técnico-operativos al tiempo que se autorregulan, comprometen, buscan alternativas, detectan y exploran oportunidades en diversos escenarios de negocios; situación en la que la asignatura cobra relevancia y pertinencia al buscar consolidar la formación de profesionales flexibles, capaces de liderar y gestionar los escenarios a su cargo así como en los cambiantes contextos en los que la producción, exportación y apuesta por el talento empresarial no es suficiente pues se requiere de un experto en materia que ser capaz de apuntar a la estrategia más acorde respecto a la internacionalización de cada mercado, al gestionar dichas áreas tanto al interior como al exterior del país, al comprender que la logística es un factor clave de éxito conducente a la generación de ventaja competitiva sustentable y que esto solo se logra por medio de una formación académica cimentada en programas de calidad, flexibles y ajustados a las demandas de mercado local y regional acompañados de metodologías activas de enseñanza.

La Cultura en los Negocios Internacionales se ubica en el sexto año segundo semestre de la Licenciatura en Comercio Internacional. Pertenece al área de orientación de Agronegocios y Negocios Internacionales.

La asignatura tiene relación horizontal con las materias de Diseño y Evaluación de Planes de Negocios Internacionales, Promoción internacional y Contratación y Formas de Pago Internacional. A su vez, de manera vertical

con Negocios de Productos Agrícolas, Negocios de Productos Pecuarios, La Negociación Empresarial en los Negocios Internacionales y Negocios Internacionales y Tratados Comerciales de México.

Consecuentemente, la organización y estructura de esta asignatura está planteada para que sea desarrollada de manera presencial a partir de unidades temáticas diseñadas en el enfoque por competencias fundamentadas en el aprendizaje por descubrimiento planteado de Bruner en el que el estudiante debe ser participativo y asumir la responsabilidad del correcto desarrollo de su proceso de aprendizaje, del involucramiento de sus potencialidades y capacidades así como de la estructura de relación entre el conocimiento previo con el recién adquirido por medio del descubrimiento directo y la verbalización; lo que propicia la adquisición de competencias investigativas así como la movilización de la información adquirida; se retoma el aprendizaje significativo planteado por Ausubel y Novak en el que se explicita la necesidad de la articulación e integración de significados en una estructura jerárquica que se nutre en la significancia y comprensión de lo aprendido para dar paso a la transferencia; finalmente del socioconstructivismo planteado por Vigotsky se retoma la importancia de la interacción social pues el proceso personal de construcción de nuevos conocimientos se regula por el lenguaje y la realimentación de los otros.

Al cursar los estudiantes esta asignatura, obtendrán elementos que les permitan ligar los conocimientos teóricos adquiridos en otras complementarias al tiempo que aprehenden e incorporan otros temas con una mayor profundidad en torno a su formación profesional; por ende, el abordaje de los contenidos será a partir de la revisión de los conceptos generales que intervienen en la cultura de los negocios internacionales permitiendo que el estudiante identifique los más significativos e influyentes, a través de seminarios donde cada estudiante deberá abordar los textos básicos indicados para cada tema, de la elaboración de diversos análisis lógicos y estructurados de los mismos a la par que argumenta, expone y defiende sus puntos de vista e incorpora por iniciativa propia diversas técnicas que favorezcan su aprendizaje; la enseñanza se propiciará a través de debates en clase por medio del planteamiento de

preguntas generadoras o del plantear problemas y casos reales, de exposiciones magistrales, análisis documentales y artículos que profundicen los conceptos y enfoques teóricos abordados en las clases.

Asimismo se busca complementar el trabajo de clase con trabajo independiente que oscile entre el planteamiento y replanteamiento de una serie de cuestiones y casos prácticos que permitan a los estudiantes medir su evolución en el desarrollo del curso.

II. Propósito y Competencia (s) académica (s) de la asignatura

Propósito General
Analizar el impacto de las diferencias culturales en el proceso de negociación y en el comportamiento de la contraparte, a través del desarrollo de alternativas y estrategias que coadyuven a la mediación y negociación internacional, para instrumentar proyectos de negocios socialmente sustentables.

Competencias genéricas

- Capacidad de planeación y organización.
- Habilidad para negociar y solucionar problemas.
- Capacidad de liderar.
- Habilidades creativas y emprendedoras.
- Capacidad para la toma de decisiones.

Competencias profesionales

- Aplicar los aspectos socioculturales como estrategia de impulso, a los negocios internacionales.
- Manejar el idioma inglés en las reuniones, sitios, centros de información y de negocios.
- Analizar las tendencias económicas regionales del mundo y sus determinantes, en los vínculos que se establecen en el Comercio Internacional de México.

Competencias específicas

- Distinguir las leyes, normas y procedimientos que rigen los negocios en los diferentes continentes para lograr negociaciones competitivas.
- Analizar las diferencias culturales y económicas regionales del mundo y sus determinantes en los vínculos que se establecen en el comercio regional, nacional e internacional.
- Considerar los aspectos socioculturales como estrategia de impulso en el proceso de negociación según el contexto donde se desarrolla.

III. Evidencias Generales de Desempeño

Productos o evidencias Generales	Estrategias y Criterios Generales de Evaluación del Desempeño
PRODUCTO: • Reportes de lectura • Ensayos • Análisis escrito de artículos afines a la asignatura • Exposiciones • Investigación documental/campo reportada • Notas de clase • Cuadro comparativo • Simulacros • Informe escrito/digital de proyectos. • Exámenes orales y/o escritos • Constancia de presentación de trabajos, visitas o participación en eventos científicos. **DESEMPEÑO:** • Observaciones por parte del docente en la realización de las actividades • Autoapreciaciones respecto al propio desempeño	**ESTRATEGIAS:** • Rubrica • Lista de cotejo • Participación • Análisis de caso • Aprendizaje Basado en la solución de Problemas • Proyecto integrador con lineamientos y criterios establecidos (Foro) **CRITERIOS:** • **FORMA:** Estructura, coherencia, claridad, gramática, organización, los tiempos de entrega, seguimiento del formato establecido, creatividad, involucramiento y participación. • **CONTENIDO (DE FONDO):** calidad y organización de la información, establecimiento de los objetivos, los recursos utilizados, las propuestas de soluciones, el cronograma, la puntualidad, las destrezas sociales, las contribuciones, las fuentes de información utilizadas, la creatividad, las conclusiones, la correcta utilización de citas y referencias bibliográficas, la argumentación..

IV. Estructura Básica del programa

UNIDAD DE APRENDIZAJE No 1	**ASPECTOS FUNDAMENTALES DE LA CULTURA**
Horas Teoría	4.5
Horas Práctica	3.0

Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:

Enunciar los conceptos básicos relacionados con la cultura para distinguir su valor en el contexto actual por medio de la interpretación de los mismos.

Contenido de la Unidad de Aprendizaje

Elementos de la Competencia

Conocimientos	**Habilidades**	**Actitudes y valores**
1.1 Hacia un concepto de cultura 1.2 Características de la cultura 1.3 Elementos de la cultura 1.4 Cultura y orientación temporal 1.5 Funciones de la cultura 1.6 Tipos de cultura	Identifica a la cultura como una construcción continua. Explica su realidad socioeconómica a partir del proceso histórico local, nacional e internacional.	De manera respetuosa frente a las opiniones de los otros Desde una perspectiva ética.

Materiales y recursos a utilizar

Didácticos	**Tecnológicos, informáticos y de comunicación**
Libros de texto, artículos, pintarron, marcadores, borrador,	Laptop, cañón, videos, periódicos impresos, documentales,

libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.
Estrategias de enseñanza	**Actividades de aprendizaje**
Clases Magistrales Análisis de casos Café económico (espacio de discusión) Organización del foro: la cultura en los negocios internacionales	Toma de notas Análisis de casos Análisis escrito de noticias nacionales e internacionales Aplicación del conocimiento consolidado a nuevas situaciones Elección de un negocio o empresa para el foro: la cultura en los negocios internacionales
Evidencias de Desempeño	
Productos o evidencias de desempeño	**Criterios de Evaluación del Desempeño**
Notas escritas Reporte escrito sobre el análisis de casos: critica o aporte Redacción de la justificación de la elección de la empresa que representaran en el foro Reportes de lectura: análisis de noticias de periódicos	Fuentes, alcance, apoyo, creatividad, organización, entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información así como involucramiento y participación.
Actividades Prácticas: **Título de la Práctica: Contexto de la cultura en los negocios internacionales** **Propósito:** Exponer el contexto del país donde su ubica la empresa o negocio que eligieron a partir de factores sociales, políticos, económicos y culturales para contextualizar los aspectos influyentes en el mismo. **Duración: 3 horas.**	

UNIDAD DE APRENDIZAJE No 2	CULTURA, ENTORNO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
Horas Teoría	9.0
Horas Práctica	3.0

Contenido de la Unidad de Aprendizaje

Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:

Relacionar los conceptos de la cultura con los negocios para explicar su importancia en el entorno internacional a través del análisis de impacto de estos.

Contenido de la Unidad de Aprendizaje

Elementos de la Competencia

Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
2.1 Cultura y poder 2.2 Cultura e ideología 2.3 Concepto de cultura y entorno internacional aplicado a los negocios 2.4 Importancia del factor cultural en el marco de los negocios internacionales 2.5 Multiculturalismo 2.6 Pluralismo cultural	Interpreta diferentes prácticas culturales a partir del reconocimiento de sus significados dentro los negocios.	Sustentando una postura personal en un ambiente de tolerancia y comunicación.

Materiales y recursos a utilizar	
Didácticos	**Tecnológicos, informáticos y de comunicación**
Libros de texto, artículos, pintarron, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	Laptop, cañón, videos, noticias impresas del periódico, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.
Estrategias de enseñanza	**Actividades de aprendizaje**
Clases Magistrales Análisis de casos Aprendizaje por investigación dirigida Café económico (espacio de discusión)	Toma de notas Análisis de casos Trabajo cooperativo en grupo Presentación del guion de investigación Avances de investigación respecto al tema elegido Aplicación del conocimiento consolidado a nuevas situación Análisis escrito de noticias nacionales e internacionales Trabajo de investigación sobre el funcionamiento y operación de la empresa o negocio elegido.
Evidencias de Desempeño	
Productos o evidencias de desempeño	**Criterios de Evaluación del Desempeño**
Notas escritas Reporte escrito sobre el análisis de casos: critica o aporte Guión de la investigación y avances parciales escritos Reportes de lectura: análisis de noticias de periódicos	Fuentes, alcance, apoyo, creatividad, organización, entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información así como involucramiento y participación.
Actividades Prácticas: **Título de la Práctica:** Visita a la empresa (por ubicación Yakult, Corona, Casa Pedro Domecq Pernod Ricard México, etc) **Propósito:** Reconocer los elementos intervinientes de la cultura en el desarrollo y funcionamiento de la empresa visitada para identificar a aquellos que actúan en la empresa/negocio de su elección a partir de los contenidos revisados en clase. **Duración: 3 horas.**	

UNIDAD DE APRENDIZAJE No 3	**INFLUENCIAS CULTURALES EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES**
Horas Teoría	16.5
Horas Práctica	6.0

Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:

Explicar la influencia de la cultura en los negocios internacionales utilizando los métodos comparativos que permitan la mejor determinación en la manera de actuar durante la realización de estos.

Contenido de la Unidad de Aprendizaje

Elementos de la Competencia

Conocimientos	**Habilidades**	**Actitudes y valores**
3.1 Tendencias económicas mundiales y su impacto en los negocios 3.2 Implicaciones de la reestructuración del mapa político mundial 3.3 La geografía como elemento determinante en los negocios internacionales 3.4 Conciencia cultural 3.5 Identificación y dinámica de las culturas 3.5.1 La nación como punto de	Identifica las tendencias económicas en constante transformación y sitúa hechos históricos fundamentales. Identifica las causas principales de la diferencia y el cambio culturales.	Valora el impacto de las diferencias sociales, políticas, económicas, étnicas, culturales y de género en un tiempo y espacio determinado

referencia 3.5.2 Formación y dinámica culturales 3.5.3 El idioma como un estabilizador cultural 3.5.4 La religión como un estabilizador cultural 3.6 Prácticas del comportamiento que afectan a los negocios 3.6.1 Sistema de clases sociales 3.6.2 Motivación 3.6.3 Preferencias de relaciones 3.6.4 Comportamiento relacionado con la toma riesgos 3.6.5 Procesamiento de información y tareas 3.7 Estrategias para manejar las diferencias culturales 3.7.1 Comunicación 3.7.2 Choque cultural	Examina los factores de comportamiento que influyen en las prácticas de negocios en los países. Examina las directrices culturales para empresas que operan a nivel internacional.	Analiza con visión emprendedora los factores y elementos fundamentales que intervienen en las practicas de negocios Valora la diversidad de prácticas sociales a partir del reconocimiento de sus significados dentro de un marco cultural, con una actitud de respeto.

3.7.3 Orientaciones empresariales 3.7.4 Estrategias para instituir el cambio		

Materiales y recursos a utilizar	
Didácticos	**Tecnológicos, informáticos y de comunicación**
Libros de texto, artículos, pintarron, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	Laptop, cañón, videos, noticias impresas del periódico, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.
Estrategias de enseñanza	**Actividades de aprendizaje**
Clases Magistrales Análisis de casos Aprendizaje por investigación dirigida Café económico (espacio de discusión)	Toma de notas Análisis de casos Trabajo cooperativo en grupo Avances escritos de investigación Reporte de lectura: análisis de noticias impresas del periódico Aplicación del conocimiento consolidado a nuevas situación

Evidencias de Desempeño	
Productos o evidencias de desempeño	**Criterios de Evaluación del Desempeño**
Notas escritas Reporte escrito sobre el análisis de casos: critica o aporte Avances parciales escritos Informe escrito de los avances de investigación	Fuentes, alcance, apoyo, creatividad, organización, eentrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información

Reportes de lectura: análisis de noticias	así como involucramiento y participación.

Actividades Prácticas:
Título de la Práctica: Capitalizando la experiencia
Propósito: Recopilar información que permita explicar la influencia de la cultura a partir ubicar las principales dimensiones e indicadores que se presentan en un escenario idear, real y posible de negociación para realizar la exposición en el foro “La cultura en los negocios internacionales”.
Duración: 6 horas.

UNIDAD DE APRENDIZAJE No 4	**PERFILES DE LA CULTURA EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES**
Horas Teoría	9.0
Horas Práctica	6.0

Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:

Analizar las características culturales de los negocios en Europa, América y Asia por medio de diversos indicadores que contribuyen significativamente al logro del desarrollo integral de las naciones.

Contenido de la Unidad de Aprendizaje

Elementos de la Competencia

Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
4.1 Europa 4.1.1 Alemania 4.1.2 Italia 4.1.3 España 4.1.4 Francia 4.2 América del norte 4.2.1 Estados Unidos 4.2.2 Cánada 4.3 América Latina	Confronta las características democráticas y autoritarias de diversos sistemas de negocios. Identifica el papel de las diferencias en los principios de la integración y convivencia en los contextos local, nacional e internacional. Valora las diferencias y las desigualdades que se generan entre los diferentes escenarios de negocios	Considerando otras opiniones y puntos de vista. De manera crítica y reflexiva. Que inducen a prácticas no éticas.

4.3.1 Brasil 4.3.2 México 4.3.3 Argentina 4.4 Asia 4.4.1 China 4.4.2 Japón		

Materiales y recursos a utilizar	
Didácticos	**Tecnológicos, informáticos y de comunicación**
Libros de texto, artículos, pintarron, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.
Estrategias de enseñanza	**Actividades de aprendizaje**
Clases Magistrales Análisis de casos Aprendizaje por investigación dirigida	Toma de notas Análisis de casos Trabajo cooperativo en grupo Estructuración de la investigación Aplicación del conocimiento consolidado a nuevas situación
Evidencias de Desempeño	
Productos o evidencias de desempeño	**Criterios de Evaluación del Desempeño**
Notas escritas Reporte escrito sobre el análisis de casos: critica o aporte Avances parciales escritos Informe de investigación	Fuentes, alcance, apoyo, creatividad, organización, eentrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información

Reportes de lectura	así como involucramiento y participación.

Actividades Prácticas:
Título de la Práctica: Los negocios internacionales rumbo al foro
Propósito: Preparar de manera colaborativa el trabajo que se expondrá en el foro a partir de la información recopilada empleando diversos recursos tecnológicos en la construcción de los materiales grafico visuales, el informe escrito y la presentación verbal.
Duración: 6 horas.

UNIDAD DE APRENDIZAJE No 5	**LA CULTURA Y EL ENFOQUE MEXICANO EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES**
Horas Teoría	9.0
Horas Práctica	6.0

Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:

Identificar los aspectos esenciales del esquema general de la negociación para establecer una negociación internacional exitosa a partir de la distinción de las partes que intervienen en ella, los aspectos así como sus etapas.

Contenido de la Unidad de Aprendizaje

Elementos de la Competencia

Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
5.1 El comercio exterior mexicano y su papel en el desarrollo de los negocios internacionales 5.1.1 CEMEX 5.1.2 BIMBO 5.1.3 CERVECERIA MODELO 5.1.4 GRUPO ALFA 5.1.4.1 SIGMA 5.1.5 GRUPO VITRO	Valora distintos puntos de vista y tradiciones culturales competitivas por medio de la ubicación del propio contexto de negocios en uno más amplio.	Aprende y dialoga asumiendo con respeto las diferencias en los contextos local, nacional e internacional.

Materiales y recursos a utilizar

Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación
Libros de texto, artículos, pintarron, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.
Estrategias de enseñanza	**Actividades de aprendizaje**
Clases Magistrales Análisis de casos Aprendizaje por investigación dirigida	Toma de notas Análisis de casos Trabajo cooperativo en grupo Estructuración de la investigación Aplicación del conocimiento consolidado a nuevas situación
Evidencias de Desempeño	
Productos o evidencias de desempeño	**Criterios de Evaluación del Desempeño**
Notas escritas Reporte escrito sobre el análisis de casos: critica o aporte Avances parciales escritos Informe de investigación Reportes de lectura	Fuentes, alcance, apoyo, creatividad, organización, entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información así como involucramiento y participación.
Actividades Prácticas: **Título de la Práctica** Presentación del foro: la cultura en los negocios internacionales **Propósito:** Argumentar los principales elementos culturales intervinientes las negociaciones internacionales a partir de la identificación de casos y experiencias exitosas socialmente sustentables para desarrollar alternativas y estrategias que coadyuven en la mediación y negociación internacional. **Duración: 6 horas.**	

V. Evaluación y Acreditación.

Elaboración y/o presentación de:	Periodo o fechas	Unidades de aprendizaje y temas que abarca	Ponderación (%)
Trabajos escritos: Reportes de lectura (análisis de noticias) Avances de investigación Reporte escrito sobre el análisis de casos Avances parciales escritos Informe de investigación	Acordados en el encuadre por el profesor y los estudiantes	Son actividades que se desarrollaran durante las cinco unidades	20
Exposición en el foro			35
Participaciones			05
Notas de clase			05
Informe escrito			35
Constancia de presentación de trabajos, visitas o participación en eventos científicos			Serán ponderadas de manera adicional a la calificación semestral con 05 decimas y se podrán presentar como máxime 2 en calidad de asistente o una con valor de 1.0 puntos en caso de ser ponente cuando guarden relación directa con los contenidos de la asignatura demostrándose a través de una redacción de una cuartilla que contenga una descripción puntual de lo aprendido, el programa del evento y la constancia o diploma que lo certifica.
TOTAL			100

VI. Bibliografía y Recursos Informáticos.

Bibliografía Básica

Arceo, E., y Hernández, J. (2000). Guía para hacer Negocios en Asia y Oceanía. México: BANCOMEXT.
Ávila, F. (2009). Tácticas para la Negociación Internacional, Las Diferencias Culturales. México: Trillas.
Bowe, H. & Martin, K. (2007). Communication accross cultures: mutual understanding in a global world. Cambridge: University Press.
Fernpandez, E., Junquera, B., y Del Rio, J.A. (2009). Iniciación a los negocios: Aspectos directivos. España: Paraninfo.
Muduate y Martinez. (1999). Técnicas de negociación Internacional. México. Trillas.
Páramo, M. D., y Ramírez, P.E. (2009). Aspectos culturales en la toma de decisiones internacionales. Colombia: Universidad Surcolombiana.
Rodriguez, A. (Septiembre-2007). Impacto de la Cultura en los Negocios Internacionales, un énfasis en los negocios con México. *In:* International Journal of Good Conscience. 2(2), 156-228.
Schneider, S. (2002). Managing accross cultures. England: Prentice Hall.

Bibliografía Complementaria

http://www.globalnegotiator.com/
http://www.degerencia.com/tema/como_hacer_negocios_en
http://www.doingbusiness.org/
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

Búsqueda de artículos

http://www.redalyc.org/home.oa
http://dialnet.unirioja.es/
http://doaj.org/
http://www.scimagolab.com/