



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

PLAN DE CURSO

CÓDIGO:
FDOC-088
VERSIÓN: 02
EMISIÓN:
22/03/2019
PÁGINA
1 DE 5

1. INFORMACIÓN BÁSICA

1.1. Facultad	Ciencias Económicas	1.2. Programa	Administración en Finanzas y Negocios Internacionales		
1.3. Área	Profesional Especifico	1.4. Curso	Gerencia de Negocios Internacionales (La Negociación y la Interculturalidad)		
1.5. Código	1025039	1.6. Créditos	3		
1.6.1. HDD	24	1.6.2. HTI	72	1.7. Año de actualización	2020

2. JUSTIFICACIÓN

En el desarrollo del curso es necesario que el estudiante del programa de Administración de Negocios y Finanzas Internacionales, conozca e identifique las variables más importantes que son objeto de estudio de la organización. Por lo anterior el estudiante deberá trabajar los fundamentos conceptuales que inciden en la organización, sus componentes, tendencias económicas, culturas, comportamiento, etc., con el fin de adquirir el conocimiento necesario para atender la existencia y funcionamiento de la empresa en la sociedad

3. PROPÓSITOS DE FORMACIÓN

Propósito General

La gerencia de negocios, cobra una mayor importancia entre los empresarios debido a que las organizaciones se enfrentan a un gran reto en el mercado, ocasionado por los constantes cambios que sufren algunos factores como: los avances tecnológicos, la movilidad de la economía, los retos, diversidad social, los movimientos políticos, entre otros. Pero aún es mucho más trascendental estudiar el concepto de la Negociación Intercultural, debido a que cada día las empresas se interrelacionan en actividades de negocios en mercados lejanos desde un punto de vista cultural.

Propósitos Específicos

En el desarrollo del curso el estudiante aprenderá a realizar un adecuado análisis del entorno y el enfoque estratégico para aprovechar oportunidades que ofrece el mercado nacional e internacional, estudiando de manera cuidadosa los modelos de negociación y las diferencias interculturales. El Gerente de Negocios y/o el ejecutivo empresarial (perfil del egresado), requiere hacer negocios y para ello debe conocer e identificar la Negociación intercultural destacando: El contexto en que se desarrolla la negociación, la adaptación cultural de la otra parte y los componentes culturales que afectan la negociación en mercados internacionales.



PLAN DE CURSO

4. COMPETENCIAS

4.1 Específicas

Al finalizar el estudiante desarrolla las siguientes competencias:

Competencia Cognitiva: Identificar y conocer los conceptos, factores y elementos de la organización, que le permitan liderar desde la Gerencia de forma exitosa, los tipos de negociación intercultural.

Competencia Comunicativa: Lograr adquirir la competencia en el lenguaje intercultural que se requiere y es necesario para el ejercicio profesional, en las negociaciones internacionales o con empresas de otras nacionalidades diferentes a la de origen.

Competencia Contextual: Adquirir la capacidad de formular ideas, entender las relaciones abstractas, resolver situaciones problemas, desarrollar nuevas estrategias, conocer los diferentes comportamientos, culturas, tradiciones y conceptos en que se puede llevar una negociación intercultural.

Competencia Valorativa: El estudiante debe desarrollar crecimiento profesional e integral, potenciando los valores, principios y competencias profesionales.

4.2 Transversales

Liderazgo. Es importante en las empresas el indicador de desempeño de sus líderes. Estos deben ser capaces de motivar a sus colaboradores, unir al equipo de trabajo, contribuir a su desarrollo profesional y potenciar al máximo su rendimiento.

Capacidad de negociación: En todas las negociaciones son esenciales en el ámbito empresarial. El estudiante alcanzará destrezas y habilidades que le permitan poder alcanzar acuerdos en distintas áreas; es por ello, que el estudiante, sin importar el área en el que se desenvuelva, debe ser un hábil negociador.

Capacidad de planificar: El gerente debe ser capaz de organizar y ordenar tareas de manera objetiva. Así mismo, es capaz de delegar tareas teniendo en cuenta el perfil ocupacional y habilidades de sus colaboradores.

5. CONTENIDOS



PLAN DE CURSO

UNIDAD I: Generalidades

- Conceptos Básicos
- Introducción a la Negociación Intercultural
- Modelos de Negocios Internacionales

UNIDAD II: Estrategias en negocios internacionales.

- La cultura y la sociedad global: La competitividad
- La Competitividad internacional
- La negociación competitiva y negociación cooperativa

UNIDAD III: El proceso de negociación internacional. Tácticas para negociar internacionalmente

- La dimensión cultural (Hofstede): la distancia al poder, individual / colectivo, la orientación a largo plazo...
- Las siete dimensiones de la cultura- Modelo de Negociación

UNIDAD IV: La negociación intercultural y los estilos de negociación

- Modelo Contextual de Edward Hall Las culturas de contexto alto y bajo -Su influencia en la negociación
- La Estrategia intercultural por países

UNIDAD V: La planeación estratégica en los negocios

- Experiencias Internacionales
- Planeación en los negocios (calidad total y mejoramiento continuo)

6. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Para el Docente:

1. Planificación. El Docente elaborará con antelación, la preparación y desarrollo de cada clase, material de enseñanza, material de estudio y las diferentes actividades a realizar en cada sesión de clase.
2. Utilización de Medios Tecnológicos y de Comunicación. El Docente utilizará todos los medios tecnológicos y de comunicación, así como la plataforma como medio de enseñanza-aprendizaje y de comunicación en el desarrollo del curso.
3. Clase Magistral. El docente socializará de manera magistral en las clases, los temas programados y utilizará diferentes herramientas de enseñanza con el fin de motivar a los estudiantes a participar activamente.

Para el Estudiante:

1. Como parte de su rutina de estudio semanal, debe ingresar a la plataforma donde encontrará descritas las actividades a realizar, anuncios, foros, etc. Las cuales debe desarrollar como complemento a las sesiones presenciales.
2. Destacamos los siguientes:

La cortesía y la amabilidad en las comunicaciones: Aunque uno no esté de acuerdo con las ideas de otro, no tiene sentido volver personal una argumentación; siempre es posible dar una retroalimentación acerca de las ideas, sin necesidad de agredir.

Autogestión de tu aprendizaje: Eres el principal gestor de tu proceso de conocimiento.

Trabajo en equipo: Intercambia información, opiniones, puntos de vista con los compañeros del curso y el tutor.

Puntualidad: Entrega a tiempo el desarrollo de tus actividades y trabajos de acuerdo al cronograma establecido.



PLAN DE CURSO

7. ACTIVIDADES Y PRÁCTICAS

Actividades:

Trabajos: De manera individual y en equipos designados, se programaran actividades académicas que deben ser realizadas por los estudiantes como trabajo independiente.

Mesas Redondas: Se realiza una mesa redonda sobre temas del curso (al menos una)

Talleres: En clase se desarrollan actividades programadas que deben ser realizadas por los estudiantes.

Evento Académico: Se programa una actividad final teniendo en cuenta y aplicando lo aprendido en el curso (Feria Académica)

Videos de apoyo: Los estudiantes deberán consultar y se evaluarán videos de apoyo a los temas programados dentro del curso.

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN PARA EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS

En cada cohorte parcial, se realizan al menos tres actividades evaluativas, con porcentajes de acuerdo a los criterios de calificación estipulada en el Reglamento Académico Estudiantil.

Las actividades evaluativas son:

- Trabajos de seguimiento (Acompañamiento)
- Trabajos en grupos (CIPAS)
- Talleres en clase
- Quizz
- Parciales
- Otros...

9. BIBLIOGRAFÍA

- DRUKER, Peter. La Logística. Comercio Internacional, Metodología para la Formulación de Estudios de Competitividad Empresarial. Guía de estudio, 2008.
- DRUKER, Peter. La Gerencia de Empresas. 2014.
- DRUKER, Peter. Los Desafíos de la Gerencia para el Siglo XXI. Editorial Norma.
- ARCAYA, María. Los seis pasos de la negociación., Argentina: El Cid Editor apuntes, 2009.
- LLAMAZARES GARCÍA-LOMAS, Olegario. Negociación Internacional. © Global Marketing Strategies, S.L., 2015
- HANDABAKA, Ruibal. Los ICONTRMS. Términos de Negociación

Material electrónico de consulta:

<https://prezi.com/ew9ny-wjguat/culturas-de-alto-y-bajo-contexto-en-la-negociacion/>

<https://www.youtube.com/watch?v=xIXnxz15yDs>

<http://globalnegotiator.com/files/negociacion-intercultural-definicion.pdf>

<http://www.reingex.com/China-Negociacion.shtml>

<http://www.reingex.com/Paises-musulmanes.asp>



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

PLAN DE CURSO

CÓDIGO:
FDOC-088
VERSIÓN: 02
EMISIÓN:
22/03/2019
PÁGINA
5 DE 5