

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	35900
Nombre	Cross Cultural Management
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2017 - 2018

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1314 - Grado de Negocios Internacionales/ International Business	Facultad de Economía	3	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1314 - Grado de Negocios Internacionales/ International Business	18 - Aspectos Culturales de los Negocios	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
DASI COSCOLLAR, MARIA DELS ANGELS	105 - Dirección de Empresas 'Juan José Renau Piqueras'
LEON DARDER, FIDEL	105 - Dirección de Empresas 'Juan José Renau Piqueras'

RESUMEN

Operar en los mercados internacionales se ha vuelto una actividad cotidiana para un elevado número de empresas de todos los tamaños y pertenecientes a cualquier sector de actividad. La globalización de la economía, fenómeno sobradamente conocido impulsado por los procesos de liberalización económica, la evolución tecnológica y la propia actividad empresarial obligan a las empresas a abordar procesos de negociación y gestionar actividades de las propias empresas en contextos muy alejados del país de origen. Comprender el fenómeno de la globalización en todas sus dimensiones se vuelve una necesidad para el empresario y el directivo. La asignatura Cross Cultural Management tiene por objeto formar al alumno para que adquiera los conocimientos básicos para interpretar las oportunidades y amenazas que presenta el escenario global, prepararle para abordar con éxito procesos de negociación en los que la multiculturalidad sea el eje dominante y estar preparado para diseñar y coordinar políticas de gestión internacional de los recursos humanos en las empresas. Así mismo, el alumno debe ser capaz de asimilar las dimensiones que marcan las diferencias culturales entre las distintas regiones del mundo, teniendo



conocimiento de las particularidades de cada región en lo que afecta a la forma de comunicarse y hacer negocios.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

Los estudiantes parten de una formación completa sobre Fundamentos de Dirección de Empresas y, por tanto, conocen la empresa y sus áreas funcionales, su estructura organizativa y su vinculación con el entorno. Estos conocimientos previos son un punto de referencia para el desarrollo de la asignatura, y sobre ellos se profundizará y se adaptará al contexto intercultural.

- Los conocimientos desarrollados en la asignatura troncal del grado Dirección de Empresas Internacionales.
- Nivel mínimo de inglés que permita al estudiante trabajar con la abundante literatura y material disponible en esa lengua.
- Conocimientos básicos de geografía que permitan al estudiante ubicar cada país en su contexto regional.

COMPETENCIAS

1314 - Grado de Negocios Internacionales/ International Business

- Desarrollar la capacidad de evaluación y de análisis crítico de fenómenos y agentes económicos internacionales.
- Desarrollar la sensibilidad intercultural y la capacidad de adaptación a otros contextos geopolíticos.
- Tener capacidad para trabajar en equipos multidisciplinares e interculturales.
- Comprender y reflexionar sobre contextos socioeconómicos y políticos que afectan a la toma de decisiones empresariales y económicas en un entorno internacional.
- Comprender la estructura y funcionamiento de las empresas y organizaciones que operan en un contexto internacional.
- Desarrollar una actitud ética en los negocios respetando los derechos humanos y el medio ambiente tanto en el país de origen como en los distintos mercados en los que se opere.
- Gestionar las relaciones entre las matrices de las empresas multinacionales y sus filiales.
- Desarrollar la capacidad para la elaboración y defensa de informes que contribuyan a la toma de decisiones de agentes públicos y privados.
- Aprender a detectar las desigualdades entre personas para diseñar, implementar y evaluar las políticas pertinentes que faciliten la eliminación de dicha discriminación en empresas e instituciones.



- Conocer distintos modelos de diferencias culturales y reconocer las distintas dimensiones culturales que afectan a los negocios.
- Tener capacidad para abordar la diversidad como un elemento positivo.
- Conocer los principales rasgos de la cultura de negocios en las distintas regiones del mundo.
- Conocer los rasgos organizativos de las empresas en las distintas regiones del mundo.
- Reconocer los modelos dominantes en la formación de la estrategia empresarial en las distintas regiones del mundo.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Reconocer los rasgos de la propia cultura como instrumento para minimizar el shock cultural en la negociación y las actividades profesionales con personas de otras culturas.

Desarrollar capacidad de adaptación a culturas distintas de la de origen.

Capacidad para trabajar en equipos multiculturales.

Diferenciar las características de los modelos empresariales en distintas zonas del mundo.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Definición de cultura

- 1.1. Concepto de cultura
- 1.2. Características de la cultura
- 1.3. Factores determinantes de la cultura
- 1.4. Desarrollo de la sensibilidad cultural

2. Agrupación de países en función de la cultura

Agrupación de países en función de la cultura

Agrupación de países en función de la cultura

- 2.1. Clasificación de los países en función de la cultura
- 2.2. Medida de la distancia cultural

3. Influencia de la cultura en las organizaciones

- 3.1. Liderazgo de grupos interculturales
- 3.2. Cultura y negociaciones internacionales
- 3.3. Cultura y comunicación
- 3.4. El shock cultural y la aculturación



4. Dimensiones culturales

- 4.1. Distancia al poder
- 4.2. Aversión a la incertidumbre
- 4.3. Asertividad
- 4.4. Individualismo
- 4.5. Orientación al negocio / a la relación
- 4.6. Orientación a corto / largo plazo
- 4.7. Consideración del tiempo
- 4.8. Expresividad
- 4.9. Universalismo / particularismo
- 4.10. Especificidad / holismo

5. Cultura y negocios en Europa

- 5.1. Empresa y negocios en Europa
- 5.2. Protocolo e influencia de la cultura en los negocios en Europa
- 5.3. Prácticas de negocios locales: Blat

6. Cultura y negocios en Norte América

- 6.1. Empresa y negocios en Norte América
- 6.2. Protocolo e influencia de la cultura en los negocios en Norte América

7. Cultura y negocios en América Latina

- 7.1. Empresa y negocios en América Latina
- 7.2. Protocolo e influencia de la cultura en los negocios en América Latina

8. Cultura y negocios en Asia

- 8.1. Empresa y negocios en Asia
- 8.2. Protocolo e influencia de la cultura en los negocios en Asia
- 8.3. Cultura y estructuras empresariales en Asia: keiretsu, zaibatsu y chaebol
- 8.4. Prácticas de negocios locales: Guanxi, Dharma y Sharia

9. Cultura y negocios en África

- 9.1. Empresa y negocios en África
- 9.2. Protocolo e influencia de la cultura en los negocios en África
- 9.3. Prácticas de negocios locales: Ubuntu

**VOLUMEN DE TRABAJO**

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	30,00	100
Prácticas en aula	30,00	100
Asistencia a eventos y actividades externas	5,00	0
Elaboración de trabajos en grupo	15,00	0
Elaboración de trabajos individuales	15,00	0
Estudio y trabajo autónomo	10,00	0
Lecturas de material complementario	8,00	0
Preparación de actividades de evaluación	15,00	0
Preparación de clases de teoría	10,00	0
Resolución de casos prácticos	12,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

En el proceso de enseñanza-aprendizaje de Cross Cultural Management se utilizarán diferentes métodos docentes. Por una parte, se continuará haciendo uso de formas didácticas expositivas para el caso de las clases teóricas, aunque se utilizarán otros métodos docentes -formas didácticas de participación- que buscan la implicación del alumno en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Este segundo tipo de métodos favorecen la interacción tanto entre el profesor y el estudiante como entre los propios estudiantes, y son adecuados para el desarrollo de las competencias genéricas. La metodología será la siguiente:

- **Sesiones teóricas:** se hará uso, fundamentalmente, de la lección magistral para presentar los contenidos de la asignatura especificados anteriormente. Además, como los estudiantes tendrán un papel más activo en su proceso de enseñanza-aprendizaje y se les debe facilitar la autonomía en tal proceso, para cada tema dispondrán de un esquema-guía que les permitirá, a través de la consulta de la bibliografía, la construcción de sus propios materiales de estudio. Con ello se pretende desarrollar las siguientes competencias genéricas: análisis y síntesis de la información, capacidad crítica, y la capacidad de aprender y trabajar de forma autónoma.

- **Sesiones prácticas:** permiten poner en práctica los conocimientos adquiridos en las clases teóricas y poner de manifiesto la capacidad para trabajar en grupo y las habilidades de comunicación interpersonal. Asimismo, se pretende que estas sesiones contribuyan a mejorar la capacidad de organización y planificación del trabajo del estudiante. Normalmente, el desarrollo de las clases prácticas utilizará como método fundamental el método del caso, con la resolución, en primer lugar individual y posteriormente por grupos. También se hará uso de otras formas docentes, como el análisis y discusión de lecturas en clase mediante grupos pequeños. Además, se hará uso del video para la presentación de algunas prácticas.



Con el objetivo de desarrollar algunas de las competencias genéricas y específicas establecidas anteriormente se realizará un trabajo monográfico individual consistente en analizar situaciones en las que el profesional se tenga que enfrentar a retos interculturales relacionadas con conceptos estudiados en la asignatura. Igualmente, los estudiantes deberán realizar un informe individual cuya fecha de entrega se anunciará en la programación inicial del curso por aula virtual.

Como norma general, los estudiantes entregarán las prácticas utilizando el módulo tareas del **Aula Virtual**. **No se aceptarán entregas fuera de plazo ni por ningún otro medio.**

EVALUACIÓN

La asignatura de Cross Cultural Management se evaluará a partir de la consideración de los siguientes aspectos:

- **Prueba de síntesis** (60% de la nota final). La principal función de la prueba de síntesis (examen) es evaluar la consecución de los objetivos formativos. Las pruebas escritas pueden combinar tanto pruebas de carácter objetivo (test) como pruebas de ensayo o desarrollo. En cualquier caso, las cuestiones pueden referirse tanto a contenidos teóricos como prácticos. Preferentemente se formularán preguntas que exijan que el estudiante relacione diversos conceptos de la materia. El examen se realizará en la fecha oficial que la Facultat d'Economia habilite para ello dentro del calendario académico del curso. Será requisito **necesario obtener cinco puntos** sobre diez en la prueba escrita para poder sumar la evaluación continua que se plantea a continuación.
- **Evaluación continua** (40% de la nota final). En esta parte se valorará la evolución del alumno en su adquisición de las destrezas o competencias específicas, las competencias genéricas y habilidades sociales propuestas en este programa docente. A lo largo del curso se solicitará a los alumnos la entrega de casos prácticos para evaluarlos que se realizarán individualmente y/o en grupo y que irán asociados a las clases prácticas. Asimismo, se valorará la participación en las diferentes actividades propuestas por el profesor tales como el análisis y discusión de lecturas, de noticias o de videos o, si fuera el caso, la asistencia a conferencias o seminarios. Por último, se evaluará, la realización de un trabajo monográfico individual y de un informe. Las fechas de entrega de todas las tareas de evaluación continua se determinarán al inicio del curso y se informará de las mismas a través del Aula Virtual. No se aceptará ninguna entrega fuera de plazo. Esta parte de la evaluación es de carácter formativo, ya que permite un proceso de retroalimentación tanto para el profesor como para el alumno.

En cumplimiento del artículo 6.9 del Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universitat de València, **las clases prácticas son de asistencia obligatoria**. Se considerará que el estudiante ha cumplido con la asistencia si ha asistido a un mínimo del 80% de las horas de estas sesiones y si ha justificado adecuadamente la imposibilidad de asistir a las sesiones restantes por causa de fuerza mayor.

La calificación final del estudiante será la resultante de la suma ponderada de las notas obtenidas en la prueba de síntesis y en la evaluación continua, siempre y cuando se haya superado dicha prueba (examen). En caso de no superar la prueba de síntesis la calificación máxima será de 4,5.



Las actividades de evaluación continua se consideran **no recuperables en segunda convocatoria** debido a que su diseño (participación en el aula, trabajo en grupo sobre casos prácticos, etc.) impide la valoración de los resultados de aprendizaje en contextos diferentes a aquellos para el que fueron diseñadas.

REFERENCIAS

Básicas

- Gesteland, R.R. (2005): Cross-cultural business behaviour: negotiating, selling and managing across borders, Copenhagen: Copenhagen Business School Press.
- Harris, P.R.; Moran, R.T. & Moran, S.V. (2004): Managing cultural differences, Oxford, Elsevier.
- Hofstede, G. (2001): Cultures consequences: comparing values, behaviours, institutions and organizations across cultures, Londres: Sage.

Complementarias

- Abdul Rahim, A.W.; Lewis, M.K. & Hassan, M.K. (2007): Islamic takaful: Business models, shariah concerns, and proposed solutions, Thunderbird International Business Review, 49(3), 371-396.
- Alston, J.P. (1989): Wa, guanxi and inhwa: Managerial principles in Japan, China and Korea. Business Horizons, 32(2), 26-31.
- Axtell, R.E. (2007): Essential dos and taboos. Hoboken: Wiley.
- Bhasin, M.L. (2010): Dharma, corporate governance and transparency: an overview of the Asian markets. International Journal of Business and Management, 5(6), 56-73.
- Becker, T.H. (2004): Doing business in the new Latin America: a guide to cultures, practices and opportunities, Westport: Praeger.
- Cavusgil, S.T., Ghauri, P.N. & Agarwal, M.R. (2002): Doing business in emerging markets: entry and negotiation strategies, Thousand Oaks, Sage.
- Chen, M. (2004): Asian management systems, London: Thompson.
- Chen, M. (2003): Inside Chinese business: a guide for managers worldwide, Boston: Harvard Business School Press.
- Dowling, P.J., Festing, M. & Engle, A.D. (2008): International Human Resource Management: Managing people in a multinational context, London: Thomson.
- Ghauri, P. & Usunier, J.C. (2003): International Business Negotiations, Oxford: Elsevier.
- Ledeneva, A. (2008): Blat and Guanxi: informal practices in Russia and China. Comparative Studies in Society and History, 50(1), 118-144.
- Llamazares, O. (2006): Cómo negociar con éxito en 50 países. Madrid: Global Marketing.



- Ordóñez, P. (2004): La importancia del Guanxi, Renqing y Xinyong en las relaciones empresariales en China: implicaciones para las empresas españolas. Información Comercial Española, nº 818, 221-234.
- Pla, J. & León, F. (2004): Dirección de Empresas Internacionales, Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Ronen, S. & Shenkar, O. (1985): "Clustering countries on Attitudinal Dimensions". Academy of Management Journal, Setembre, pp. 440-452.
- Trompenaars, F. & Woolliams, P. (2003): Business across cultures, Chichester: Capstone.
- Warner, M. & Joynt, P. (2002): Managing across cultures: issues and perspectives, Londres: Thomson.