FITXA IDENTIFICATIVA

Dades de l'Assignatura

Codi	35900
Nom	Cross Cultural Management
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2018 - 2019

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1314 - Grau de Negocis Internacionals/ International Business	Facultat d'Economia	3	Segon quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1314 - Grau de Negocis Internacionals/ International Business	18 - Aspectos Culturales de los Negocios	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
LEON DARDER, FIDEL	105 - Direcció d'Empreses 'Juan José Renau Piqueras'

RESUM

Operar als mercats internacionals s'ha tornat una activitat quotidiana per a un elevat nombre d'empreses de totes les grandàries i pertanyents a qualsevol sector d'activitat. La globalització de l'economia, fenomen sobradament conegut impulsat pels processos de liberalització econòmica, l'evolució tecnològica i la pròpia activitat empresarial obliguen a les empreses a abordar processos de negociació i gestionar activitats de les pròpies empreses en contextos molt allunyats del país d'origen. Comprendre el fenomen de la globalització en totes les seues dimensions es torna una necessitat per a l'empresari i el directiu. L'assignatura Cross Cultural Management té per objecte formar l'alumne perquè adquirisca els coneixements bàsics per interpretar les oportunitats i amenaces que presenta l'escenari global, preparar-lo per abordar amb èxit processos de negociació en els quals la multiculturalitat siga l'eix dominant i estar preparat per dissenyar i coordinar polítiques de gestió internacional dels recursos humans en les empreses. Així mateix, l'alumne ha de ser capaç d'assimilar les dimensions que marquen les diferències culturals entre les diferents regions del món, tenint coneixement de les particularitats de cada regió en el que afecta a la forma de comunicar-se i fer negocis.

CONEIXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

Els estudiants parteixen d'una formació completa sobre Fonaments de Direcció d'Empreses i, per tant, coneixen l'empresa i les seues àrees funcionals, la seua estructura organitzativa i la seua vinculació amb l'entorn. Aquests coneixements previs són un punt de referència per al desenvolupament de l'assignatura, i sobre ells s'aprofundirà i s'adaptarà al context intercultural.
- Els coneixements desenvolupats en l'assignatura troncal del grau Direcció d'Empreses Internacionals.
- Nivell mínim d'anglès qu

COMPETÈNCIES

1314 - Grau de Negocis Internacionals/ International Business

- Desenvolupar la capacitat d'avaluació i d'anàlisi crítica de fenòmens i agents econòmics internacionals.
- Desenvolupar la sensibilitat intercultural i la capacitat d'adaptació a altres contextos geopolítics.
- Tenir capacitat per treballar en equips multidisciplinaris i interculturals.
- Comprendre i reflexionar sobre contextos socioeconòmics i polítics que afecten a la presa de decisions empresarials i econòmiques en un entorn internacional.
- Comprendre l'estructura i el funcionament de les empreses i les organitzacions que operen en un context internacional.
- Desenvolupar una actitud ètica en els negocis respectant els drets humans i el medi tant al país d'origen com en els distints mercats en què s'opere.
- Gestionar les relacions entre les matrius de les empreses multinacionals i les seues filials.
- Desenvolupar la capacitat per a l'elaboració i defensa d'informes que contribuïsquen a la presa de decisions d'agents públics i privats.
- Aprendre a detectar les desigualtats entre persones per dissenyar, implementar i avaluar les polítiques pertinents que faciliten l'eliminació d'aquesta discriminació en empreses i institucions.
- Conèixer distints models de diferències culturals i reconèixer les distintes dimensions culturals que afecten els negocis.
- Tenir capacitat per abordar la diversitat com un element positiu.
- Conèixer els trets principals de la cultura de negocis en les distintes regions del món.
- Conèixer els trets organitzatius de les empreses en les distintes regions del món.

- Reconèixer els models dominants en la formació de l'estratègia empresarial en les distintes regions del món.

RESULTATS DE L'APRENENTATGE

Reconèixer els trets de la pròpia cultura com a instrument per minimitzar el xoc cultural en la negociació i les activitats professionals amb persones d'altres cultures.

Desenvolupar capacitat d'adaptació a cultures diferents de la d'origen.

Capacitat per treballar en equips multiculturals.

Diferenciar les característiques dels models empresarials en diferents zones del món.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Definició de cultura

1.1. Concepte de cultura
1.2. Característiques de la cultura
1.3. Factors determinants de la cultura
1.4. Desenvolupament de la sensibilitat cultural

2. Agrupació de països en funció de la cultura

2.1. Classificació dels països en funció de la cultura
2.2. Mesura de la distància cultural

3. Influència de la cultura en les organitzacions

3.1. Lideratge de grups interculturals
3.2. Cultura i negociacions internacionals
3.3. Cultura i comunicació
3.4. El shock cultural i l'aculturació

4. Dimensions culturals

4.1. Distància al poder
4.2. Aversió a la incertesa
4.3. Assertivitat
4.4. Individualisme
4.5. Orientació al negoci a la relació
4.6. Orientació a curt llarg termini
4.7. Consideració del temps

4.8. Expressivitat
4.9. Universalisme particularisme
4.10. Especificitat holisme

5. Cultura i negocis a Europa

5.1. Empresa i negocis a Europa
5.2. Protocol i influència de la cultura en els negocis a Europa
5.3. Pràctiques de negocis locals: Blat

6. Cultura i negocis a Amèrica del Nord

6.1. Empresa i negocis a Amèrica del Nord
6.2. Protocol i influència de la cultura en els negocis a Amèrica del Nord

7. Cultura i negocis a Amèrica Llatina

7.1. Empresa i negocis a Amèrica Llatina
7.2. Protocol i influència de la cultura en els negocis a Amèrica Llatina

8. Cultura i negocis a Àsia

8.1. Empresa i negocis a Àsia
8.2. Protocol i influència de la cultura en els negocis a Àsia
8.3. Cultura i estructures empresarials a Àsia: keiretsu, zaibatsu i chaebol
8.4. Pràctiques de negocis locals: Guanxi, Dharma i Sharia

9. Cultura i negocis a Àfrica

9.1. Empresa i negocis a Àfrica
9.2. Protocol i influència de la cultura en els negocis a Àfrica
9.3. Pràctiques de negocis locals: Ubuntu

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	30,00	100
Pràctiques en aula	30,00	100
Assistència a esdeveniments i activitats externes	5,00	0
Elaboració de treballs en grup	15,00	0
Elaboració de treballs individuals	15,00	0
Estudi i treball autònom	10,00	0
Lectures de material complementari	8,00	0
Preparació d'activitats d'avaluació	15,00	0
Preparació de classes de teoria	10,00	0
Resolució de casos pràctics	12,00	0
TOTAL	**150,00**	

METODOLOGIA DOCENT

En el procés d'ensenyament-aprenentatge de Cross Cultural Management s'utilitzaran diferents mètodes docents. D'una banda, es continuarà fent ús de formes didàctiques expositives per al cas de les classes teòriques, encara que s'utilitzaran altres mètodes docents -formes didàctiques de participació- que busquen la implicació de l'alumne en el procés d'ensenyament-aprenentatge. Aquest segon tipus de mètodes afavoreix la interacció tant entre el professor i l'estudiant com entre els propis estudiants, i són adequats per al desenvolupament de les competències genèriques. La metodologia serà la següent:

- **Sessions teòriques:** es farà ús, fonamentalment, de la lliçó magistral per presentar els continguts de l'assignatura especificats anteriorment. A més, com que els estudiants tindran un paper més actiu en el seu procés d'ensenyament-aprenentatge i se'ls ha de facilitar l'autonomia al procés, per a cada tema disposaran d'un esquema-guia que els permetrà, a través de la consulta de la bibliografia, la construcció dels seus propis materials d'estudi. Amb això es pretén desenvolupar les següents competències genèriques: anàlisi i síntesi de la informació, capacitat crítica, i la capacitat d'aprendre i treballar de forma autònoma.

- **Sessions pràctiques:** permeten posar en pràctica els coneixements adquirits en les classes teòriques i posar de manifest la capacitat per treballar en grup i les habilitats de comunicació interpersonal. Així mateix, es pretén que aquestes sessions contribueixen a millorar la capacitat d'organització i planificació del treball de l'estudiant. Normalment, el desenvolupament de les classes pràctiques utilitzarà com a mètode fonamental el mètode del cas, amb la resolució, en primer lloc individual i posteriorment per grups. També es farà ús d'altres formes docents, com ara l'anàlisi i discussió de lectures a classe mitjançant grups reduïts. A més, es farà ús del vídeo per a la presentació d'algunes pràctiques.

Amb l'objectiu de desenvolupar algunes de les competències genèriques i específiques establertes anteriorment es realitzarà un treball monogràfic individual consistent a analitzar situacions en les quals el professional s'haja d'enfrontar a reptes interculturals relacionats amb conceptes estudiats en l'assignatura. Igualment, els estudiants hauran de realitzar un informe individual la data de lliurament del qual s'anunciarà a la programació inicial del curs a través de l'Aula Virtual.

Com a norma general, els estudiants lliuraran les pràctiques utilitzant el mòdul tasques de l'**Aula Virtual**. **No s'acceptaran lliuraments fora de termini ni per cap altre mitjà**.

AVALUACIÓ

L'assignatura Cross Cultural Management s'avaluarà a partir de la consideració dels següents aspectes:

- **Prova de síntesi** (60% de la nota final). La principal funció de les prova de síntesi (examen) és avaluar la consecució dels objectius formatius. Les proves escrites poden combinar tant proves de caràcter objectiu (test) com proves d'assaig o desenvolupament. En qualsevol cas, les qüestions poden referir-se tant a continguts teòrics com pràctics. Preferentment es formularan preguntes que exigeixen que l'estudiant relacione diversos conceptes de la matèria. L'examen es realitzarà en la data oficial que la Facultat d'Economia habilite a l'efecte al calendari acadèmic del curs. Serà requisit **necessari obtenir cinc punts** sobre deu en la prova escrita per poder sumar l'avaluació contínua que es planteja a continuació.

- **Avaluació contínua** (40% de la nota final). En aquesta part es valorarà l'evolució de l'alumne en la seua adquisició de les destreses o competències específiques, les competències genèriques i les habilitats socials proposades en aquest programa docent. Al llarg del curs se sol·licitarà als alumnes el lliurament de casos pràctics per avaluar-los que es realitzaran individualment i/o en grup i que aniran associats a les classes pràctiques. Així mateix, es valorarà la participació en les diferents activitats proposades pel professor tals com l'anàlisi i discussió de lectures, de notícies o de vídeos o, si fos el cas, l'assistència a conferències o seminaris. Finalment, s'avaluarà, la realització d'un treball monogràfic individual i un informe. Les dates de lliurament de totes les tasques d'avaluació contínua es determinaran a l'inici del curs i s'informarà de les mateixes a través de l'Aula Virtual. No s'acceptarà cap lliurament fora de termini. Aquesta part de l'avaluació és de caràcter formatiu, ja que permet un procés de retroalimentació tant per al professor com per a l'alumne.

En compliment de l'article 6.9 del Reglament d'Avaluació i Qualificació de la Universitat de València, **les classes practiques són d'assistència obligatòria**. Es considerarà que l'estudiant ha complert amb l'assistència si ha assistit a un mínim del 80% de les hores d'aquestes sessions i si ha justificat adequadament la impossibilitat d'assistir a les sessions restants per raons de força major.

La qualificació final de l'estudiant serà la resultant de la suma ponderada de les notes obtingudes en la prova de síntesi i en l'avaluació contínua, sempre que s'haja superat aquesta prova (examen). En cas de no superar la prova de síntesi la qualificació màxima serà de 4,5.

Les activitats de l'avaluació contínua es consideren **no recuperables en segona convocatòria** degut a que el seu disseny (participació a l'aula, treball en grup sobre casos pràctics, etc.) impedeix la valoració dels resultats de l'aprenentatge en contexts diferents d'aquelles per als quals van ser dissenyades.

REFERÈNCIES

Bàsiques

- Gesteland, R.R. (2012). Cross-cultural business behavior: A guide for global management. Copenhagen Business School Press.
- Hofstede, G. (2001): Cultures consequences: comparing values, behaviours, institutions and organizations across cultures, Londres: Sage.
- Moran, R.T., Abramson, N.R. & Moran, S.V. (2014): Managing cultural differences. Routledge.

Complementàries

- 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. & Akcal, A.A. (2012): Doing business in emerging markets. 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.
- Dheer, R.J., Lenartowicz, T. & Peterson, M.F. (2015): Mapping India's regional subcultures: Implications for international management. Journal of International Business Studies, 46(4), 443-467.
- Dowling, P.J., Festing, M. & Engle, A.D. (2016): 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): How to negotiate successfully in 50 countries. Madrid: Global Marketing.
- Minbaeva, D.B. & Muratbekova-Touron, M. (2013): Clanism: Definition and Implications for Human Resource Management. Management International Review, 53(1), 109139.
- 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. (2016): Dirección Internacional de la Empresa, Madrid: McGraw-Hill.

- Ronen, S. & Shenkar, O. (1985): "Clustering countries on Attitudinal Dimensions". Academy of Management Journal, Setembre, pp. 440-452.
- Trompenaars, F. & Hampden-Turner, C. (2012): Riding the waves of culture: Understanding diversity in global business. 3ª Ed. New York: McGraw-Hill.
- Warner, M. & Joynt, P. (2002): Managing across cultures: issues and perspectives, Londres: Thomson.