

Intercultural Negotiation and Communication

| ENNEG733 | | 3 Créditos |
|---------------|--|------------|
| Profesor (es) | Lorena Andrea Palacios Chacón (lpalaciosc@fen.uchile.cl) | |
| Ayudantes | - | |

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Este curso avanzado de negocios internacionales tiene como objetivo adquirir una comprensión profunda del constructo cultura, sus raíces, marcos analíticos y roles. El conocimiento de las diferentes culturas y sus mecanismos subyacentes es una habilidad crítica para los futuros líderes/gerentes que buscan una carrera en el entorno multicultural de los negocios de hoy. También trabajaremos en la comprensión de los estudiantes sobre los procesos y estrategias internacionales de negociación. A un nivel más técnico, analizaremos el papel de los líderes mundiales y las diversas prácticas internacionales de gestión de recursos humanos que son fundamentales para manejar la tensión intercultural dentro de las organizaciones globales.

El curso requiere conocimientos previos de técnicas de negociación, marketing internacional, gestión de negocios transfronterizos, culturas del mundo, sistemas políticos del mundo, finanzas internacionales y globalización. Como apoyo al aprendizaje, se espera que el estudiante participe en actividades en clase, resuelva casos y desarrolle proyectos de investigación que demuestren sus conocimientos avanzados de negociación en diferentes regiones y culturas organizacionales y transfronterizas, incluyendo elementos esenciales como la ética y la cultura.

I.- OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DEL CURSO

Este curso tiene como objetivo proporcionar una comprensión profunda del constructo cultura, sus raíces, marcos analíticos y roles. También se proporcionarán algunos elementos relevantes de los procesos y estrategias de negociación en todo el mundo.

| | |
|---|--|
| 1. Comprender los conceptos clave y los principales marcos analíticos de la cultura. | |
| 2. Reconocer las diferencias culturales que pueden afectar a la gerencia y a los individuos/trabajadores, equipos y organizaciones, y el papel fundamental de la comunicación y la negociación. | |
| 3. Reconocer el papel de los líderes/gerentes globales en entornos y organizaciones multiculturales. | |
| 4. Analizar las diferencias en los estilos y estrategias de negociación a través de las fronteras. | |

II.- CONTENIDOS

| Tema | Contenido | Lectura Obligatoria |
|------|--|---|
| 1 | Definición de cultura Niveles de cultura | Lectura: "National cultures and work-related values: the Hofstede Study" HBR Caso: "Silvio Napoli" HBR |
| 2 | La comunicación y la importancia del lenguaje Inteligencia cultural | Lectura: "Global business speaks English" HBR Lectura: "Cultural intelligence" HBR |
| 3 | Negociación: definición y estrategias | Lectura: "Investigative negotiation" HBR Lectura: "The hidden challenge of cross-border negotiation" HBR |
| 4 | Liderar equipos y grupos multiculturales | Lectura: "Motivating and leading across cultures" HBR Lectura: "Working with multicultural groups and teams" HBR |

III.- METODOLOGÍA, EVALUACIÓN Y NORMATIVA BÁSICA

Este curso consta de conferencias, discusiones en clase, ejercicios interactivos y una presentación grupal. Si bien la mayoría de las sesiones de clase comienzan con una intervención magistral, el resto del tiempo de clase incluirá discusiones, actividades grupales y análisis de casos. Discutiremos algunos de los principales conceptos y métodos teóricos, y los estudiantes deberán aplicarlos a tareas y proyectos prácticos del mundo real. **El éxito de este curso depende de:** i) la preparación de los estudiantes antes de cada clase mediante la realización de las lecturas asignadas, ii) el análisis de casos y la realización de ejercicios de clase, iii) participación activa y, iv) el proyecto final (video promocional).

MUY IMPORTANTE: Todos los trabajos que requieran investigación o consulta de fuentes secundarias deben citarse adecuadamente en formato APA e incluir una bibliografía, también en formato APA. Cualquier información que no sea de conocimiento común (estadísticas, gráficos, imágenes, ejemplos) debe citarse dentro del documento en formato APA. Cualquier estudiante que no cite correctamente tendrá una calificación de 0.0 en su tarea. Se recomienda encarecidamente que todos los estudiantes revisen el siguiente enlace para obtener el formato de cita APA adecuado: <http://owl.english.purdue.edu/owl/resource/560/01/>

Directrices específicas:

1. Participación en clase

La asistencia a clase y **la participación** son esenciales para el éxito en este curso, diseñado bajo los principios del **aprendizaje activo**, lo cual implica que los estudiantes son responsables de contribuir de manera significativa a su aprendizaje. La asistencia se tomará diariamente. **Se anima a los estudiantes a participar en las actividades en clase y a hacer contribuciones significativas de forma activa.** En caso de ausencia, el estudiante deberá presentar una excusa formal para poder realizar esas actividades de clase en una nueva fecha.

2. Análisis de casos de estudio

Se asignarán casos de negocios internacionales para su discusión. Se aplicarán los conceptos aprendidos en cada sesión y se desarrollarán habilidades de resolución de problemas y pensamiento crítico.

3. Video promocional del país

A cada grupo de 5 o 6 integrantes se le asignará un país. Los estudiantes prepararán **un video de máximo 5 minutos de duración** promocionando el país entre inversionistas chilenos. El trabajo de los estudiantes es convencer a los inversionistas potenciales de que el país asignado es una oportunidad de negocio atractiva, destacando similitudes y diferencias culturales entre dicho país y Chile.

3.2.- Evaluación:

| Asignación | % |
|------------------------|----------|
| Análisis de casos | 30 |
| Participación en clase | 30 |
| Vídeo promocional | 40 |

3.3.- Normativa Básica

1. Los alumnos deberán tener al menos un 75% de asistencia en el curso para poder aprobarlo.
2. Las clases serán los días y horas indicados por la dirección del programa.
3. Para cada clase los alumnos deberán haber leído y estudiado anticipadamente la bibliografía correspondiente.
4. La calificación de todas las evaluaciones se hará con nota de 1 a 7.
5. El profesor se reserva el derecho de agregar, eliminar o reemplazar bibliografía durante el transcurso del programa si así lo estimara conveniente para la buena marcha de la asignatura.
6. La ausencia injustificada de un alumno a una exigencia será calificada con nota 1.
7. Es importante enfatizar que cada alumno debe asumir su propia responsabilidad en el cumplimiento del programa, especialmente en lo relativo a:
 - a. Estar al día en el desarrollo de la materia y de las diversas indicaciones que entregue tanto el profesor como la coordinadora del curso. Por ejemplo, la ausencia a una sesión de clases no lo exime de las obligaciones académicas señaladas ese día.
 - b. Velar por el fiel cumplimiento de las fechas y plazos establecidos para las distintas

actividades de evaluación. Una vez fijadas y conocidas no se procederá a modificarlas.

- c. Obtener el material de apoyo indicado para la cátedra cuando corresponda.
8. Todos los trabajos que se presenten en el transcurso del programa solo tendrán valor en la medida en que su autor sea capaz de explicar y respaldarlos personalmente. No se aceptan entregas que contradigan lo anterior. Toda justificación médica correspondiente a la inasistencia a una exigencia debe ser presentada a través de los canales regulares establecidos por la Universidad.
9. Toda forma de **copia y/o plagio** está penalizada de la forma drástica, reprobando la cátedra con nota 1,0. Para evitar inconvenientes, favor revisar la normativa correspondiente [aquí](#).

IV.- BIBLIOGRAFÍA

Lecturas Obligatorias

- Earley, P. C., & Mosakowski, E. (2004). Cultural intelligence. *Harvard business review*, 82(10), 139-146.
- Ibarra, H. (1996). National cultures and work-related values: The Hofstede study. *Harvard Business School: Boston, MA, USA*.
- Malhotra, D., & Bazerman, M. H. (2007). Investigative negotiation. *Harvard business review*, 85(9), 72.
- Neeley, T. (2012). Global business speaks English: Why you need a language strategy now.
- Sebenius, J. K. (2002): The Hidden Challenge of Cross-Border Negotiation. In: *Harvard Business Review*, 80. Jg., Nr. 3, 2002, S. 76-85.
- Thomas, D.C., & Inkson, K. (2009). Motivating and leading across cultures. *Harvard Business Publishing: Boston, MA, USA*.
- Thomas, D.C., & Inkson, K. (2009). Working with Multicultural Groups and Teams. *Harvard Business Publishing: Boston, MA, USA*.
- Yoshino, M., Bartlett, C., and Fagan, P. (2003). Silvio Napoli at Schindler India (A) and (B). *Harvard Business Publishing: Boston, MA, USA*.

Lecturas Recomendadas

- Sadri G. and Lees, B (2001). Developing corporate culture as a competitive advantage. *Journal of Management and Development*. Vol. 20. Pp. 853-859
- Hofstede, G. (1983). The cultural relativity of organizational practices and theories. *Journal of International Business Studies*, 14(2), 75-89.
- Hofstede, G., Neuijen, B., Ohayv, D., & Sanders, G. (1990). Measuring Organizational Cultures: A Qualitative and Quantitative Study Across Twenty Cases. *Administrative Science Quarterly*, 35(2), 286-316. doi:10.2307/2393392
- Hofstede, G., Van Deusen, C. A., Mueller, C. B., & Charles, T. A. (2002). What goals do business leaders pursue? A study in fifteen countries. *Journal of International Business Studies*, 33(4), 785-803.
- Hofstede, G. (2002). Dimensions do not exist: A reply to Brendan McSweeney. *Human relations*, 55(11), 1355-1361.
- McSweeney, B. (2002). Hofstede's model of national cultural differences and their consequences: A triumph of faith-a failure of analysis. *Human relations*, 55(1), 89-118.
- Schein, Edgar H. *Organizational culture and leadership*. Vol. 2. John Wiley & Sons, 2010.

- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. *Online readings in psychology and culture*, 2(1), 2307-0919.
- Hofstede Insights (simulation): <https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/>
- Zhu P. Cross-Cultural Blunders in Professional Communication from a Semantic Perspective. *Journal of Technical Writing and Communication*. 2010;40(2):179-196. doi:10.2190/TW.40.2.e
- Kogut, B., & Singh, H. (1988). The effect of national culture on the choice of entry mode. *Journal of International Business Studies*, 19(3), 411-432.
- Dotan-Eliasz, O., Sommer, K. L., & Rubin, Y. S. (2009). Multilingual groups: Effects of linguistic ostracism on felt rejection and anger, coworker attraction, perceived team potency, and creative performance. *Basic and Applied Social Psychology*, 31(4), 363-375.
- Voss, J., Albert, I., & Ferring, D. (2014). Language use and value orientations in multinational work teams in Luxembourg: Conflict or harmony?. *International Journal of Intercultural Relations*, 41, 192-196.
- Tenzer, H., Pudelko, M., & Harzing, A. W. (2014). The impact of language barriers on trust formation in multinational teams. *Journal of International Business Studies*, 45(5), 508-535.
- Du-Babcock, B., & Tanaka, H. (2017). Leadership construction in intra-Asian English as lingua franca decision-making meetings. *International Journal of Business Communication*, 54(1), 83-98.
- Tenzer, H., & Pudelko, M. (2017). The influence of language differences on power dynamics in multinational teams. *Journal of World Business*, 52(1), 45-61.
- Tenzer, H., & Pudelko, M. (2016). Media choice in multilingual virtual teams. *Journal of International Business Studies*, 47(4), 427-452.

*Programa sujeto a cambios