

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA****Codi:** 43730**Nom:** Management intercultural**Cicle:** Màster Universitari Oficial**Crèdits ECTS:** 4**Curs acadèmic:** 2026-27**TITULACIONS**

Titulació	Centre	Curs	Període
2166 - M. U. en Internacionalització Econòmica: Gestió del Comerç Internacional	Facultat d'Economia	1	Segon quadrimestre

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
2166 - M. U. en Internacionalització Econòmica: Gestió del Comerç Internacional	Mercats internacionals	OBLIGATÒRIA

COORDINACIÓ

LEON DARDER FIDEL

RESUM

Operar als mercats internacionals s'ha convertit en una activitat quotidiana per a un gran nombre d'empreses de totes les dimensions i pertanyents a qualsevol sector d'activitat. La globalització de l'economia, un fenomen àmpliament conegut impulsat pels processos de liberalització econòmica, l'evolució tecnològica i l'activitat empresarial mateixa, obliga les empreses a abordar processos de negociació i a gestionar activitats en contextos molt allunyats del país d'origen. En els darrers anys, el context geopolític està marcat per un increment del proteccionisme i de les restriccions al comerç. En aquest sentit, esdevé més necessari desenvolupar habilitats interculturals que permeten operar amb èxit en contextos diversos.

L'assignatura Management Intercultural té com a objectiu formar l'alumnat 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 haurà 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 pel que fa a la forma de comunicar-se i fer negocis.



Concretament, es pretenen assolir els següents objectius:

- Comprendre l'entorn global com la font d'on sorgeixen les oportunitats i amenaces que afecten les empreses.
- Dotar l'estudiant dels coneixements necessaris per abordar una negociació amb persones de diferents cultures, així com la capacitat per obtenir bons resultats en el procés i evitar conflictes culturals.
- Utilitzar els diferents instruments d'anàlisi de les diferències culturals entre països per facilitar la presa de decisions empresarials.
- Entendre la gestió internacional dels recursos humans com un procés en què les persones i el seu entorn familiar són l'element fonamental.
- Conèixer les diferències entre les estructures empresarials dominants a les diverses regions del món.
- Analitzar la cultura de negocis en cada una de les regions del món, centrant-se en aquells països més significatius en l'escenari empresarial actual.

CONEXIMENTS PREVIS

RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

ALTRES TIPUS DE REQUISITS

COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENENTATGE

2166 - M. U. en Internacionalització Econòmica: Gestió del Comerç Internacional

Articular de forma sòlida arguments crítics amb les posicions defenses pels companys d'activitat o els possibles socis en els negocis, al mateix temps que desenvolupar l'autocrítica respecte als propis posicionaments.

Conèixer les pràctiques i els costums dels sectors econòmics en l'aspecte internacional, així com les peculiaritats inherents a les diferents àrees econòmiques.

Desenvolupar la capacitat de treballar en equip, responent a situacions problemàtiques de manera col·lectiva

Desenvolupar la capacitat de treballar en equip, responent a situacions problemàtiques de manera col·lectiva.

Desenvolupar les capacitats d'anàlisi i de síntesi necessàries per abordar problemes complexos.

Desenvolupar un coneixement suficient i una utilització efectiva de les fonts estadístiques i documentals necessàries per sustentar les propostes efectuades.

Dissenyar programes d'adaptació de les pràctiques de negoci a països distints del propi.



Entendre i adaptar-se als distints entorns culturals que caracteritzen cada mercat internacional i als agents que hi operen.

Estimular la capacitat d'adaptació a i la preparació per a l'exercici de l'activitat professional en mitjans culturals diferents del país d'origen.

Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.

Promoure el desenvolupament d'actituds i valors que establisquen condicions favorables per a un comportament ètic en l'exercici de l'activitat professional

Que els estudiants posseïsquen les habilitats d'aprenentatge que els permeten continuar estudiant d'una forma que haurà de ser en gran manera autodirigida o autònoma.

Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seua capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seua àrea d'estudi.

Que els estudiants sàpiguen comunicar les conclusions (i els coneixements i les raons últimes que les sustenten) a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.

Que els estudiants siguen capaços d'integrar coneixements i afrontar la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, incloga reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

Tema 1. Cultura i diferències culturals entre països

- 1.1. Concepte de cultura.
- 1.2. El model de Hofstede.
- 1.3. El model de Gesteland.
- 1.4. El model de Trompenaars.

Tema 2. Influència de la cultura en els negocis internacionals

- 2.1. Conceptes clau relacionats amb el lideratge global
- 2.2. Comunicació intercultural
- 2.3. Gestió d'equips virtuals globals
- 2.4. Negociació intercultural
- 2.5. L'ús de traductors
- 2.6. Influència de la xarxa en els negocis

Tema 3. Gestió dels processos d'expatriació

- 3.1. Política internacional de recursos humans: expatriació enfront de contractació local
- 3.2. El procés d'expatriació
- 3.3. El procés d'aculturació i el xoc cultural

**Tema 4. Empresa i negocis a Europa**

- 4.1. Introducció. Empresa i negocis a Europa
- 4.2. Cultura de negocis al Regne Unit
- 4.3. Cultura de negocis a França
- 4.4. Cultura de negocis a Alemanya
- 4.5. Cultura de negocis a Itàlia
- 4.6. Cultura de negocis a Rússia

Tema 5. Empresa i negocis a Àsia

- 5.1. Introducció. Empresa i negocis a Àsia.
- 5.2. Cultura de negocis al Japó.
- 5.3. Cultura de negocis a la Xina.
- 5.4. Cultura de negocis a l'Índia.
- 5.5. Cultura de negocis a Corea del Sud.
- 5.6. Cultura de negocis al Kazakhstan i Àsia Central.

Tema 6. Empresa i negocis a Amèrica del Nord

- 6.1. Introducció. Empresa i negocis a Amèrica del Nord.
- 6.2. Cultura de negocis als Estats Units.
- 6.3. Cultura de negocis a Mèxic.

Tema 7. Empresa i negocis a Amèrica Llatina

- 7.1. Introducció. Empresa i negocis a Amèrica Llatina.
- 7.2. Cultura de negocis a Veneçuela.
- 7.3. Cultura de negocis al Brasil.
- 7.4. Cultura de negocis a l'Argentina.
- 7.5. Cultura de negocis a Xile

Tema 8. Empresa i negocis a Àfrica

- 8.1. Introducció. Empresa i negocis a Àfrica.
- 8.2. Cultura de negocis al Marroc i al Magrib.
- 8.3. Cultura de negocis a Sud-àfrica.

VOLUM DE TREBALL (HORES)**ACTIVITATS PRESENCIALS**

Activitat	Hores
Tutories	2,00
Treball en grup	7,00
Teoria	27,00
Seminari	2,00
Altres activitats	2,00
Total hores	40,00

**ACTIVITATS NO PRESENCIALS**

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	2,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	15,00
Estudi i treball autònom	20,00
Preparació de classes	8,00
Preparació d'activitats d'avaluació	15,00
Resolució de casos pràctics	10,00
Total hores	70,00

METODOLOGIA DOCENT

El mètode emprat a les classes teòriques serà la lliçó magistral participativa.

El professor exposarà els diferents continguts del programa utilitzant els mitjans tecnològics que li permeten la projecció de documents digitalitzats així com l'accés en línia als continguts actualitzats que es troben a la xarxa.

En cada un dels temes, els recursos docents estan estructurats de la següent manera:

¿ Bibliografia bàsica: recull aquells materials que permeten abordar el tema en conjunt. Donat el dinamisme que presenta el mercat editorial, és possible plantejar-se la conveniència de reduir el nombre de manuals de bibliografia bàsica amb l'objectiu de facilitar la tasca de l'estudiant, recomanant, en la mesura del possible, manuals que s'ajusten als continguts globals de l'assignatura.

¿ Bibliografia complementària: inclou manuals especialitzats que aprofundeixen en aspectes que la bibliografia bàsica tracta de manera més superficial.

¿ Lectures: es tracta d'articles especialitzats per a aquells alumnes que desitgen assolir un coneixement més ampli sobre algun aspecte del programa.

¿ Adreces d'internet: en l'àmbit dels negocis internacionals existeixen abundants recursos online a l'abast de l'estudiant. Des de pàgines web d'altres universitats fins a organitzacions internacionals que ofereixen material docent, dades, articles i adreces d'interès.

Respecte de les sessions pràctiques, es tracta d'utilitzar els mitjans al nostre abast per fomentar un aprenentatge dinàmic i participatiu que permeti consolidar els coneixements teòrics impartits i desenvolupar les habilitats directives, de comunicació intercultural i de treball en equip establertes als objectius del mòdul:

¿ Lectures, que a partir de plantejaments teòrics o aplicats permeten l'anàlisi i la discussió de qüestions relacionades amb el management intercultural.

¿ Casos pràctics, que posen de relleu aspectes relacionats amb els objectius, a partir de situacions reals d'empreses.

¿ Material audiovisual, la visualització i anàlisi de material videogràfic relacionat amb l'assignatura permet assimilar conceptes de forma senzilla, reforçant l'ús d'altres mètodes didàctics.

¿ Exercicis pràctics, exercicis i treballs pràctics que, a partir de la recollida d'informació per part de l'estudiant, permeten presentar informes que contribueixen a assentar els coneixements adquirits i desenvolupar les habilitats interculturals d'utilitat per a la pràctica internacional.

AVALUACIÓ



La avaluació consta de dues parts que han de ser superades per separat: un examen escrit i l'avaluació contínua:

¿ L'examen constituirà el 50 % de la qualificació final i estarà format per preguntes curtes de desenvolupament.

¿ L'avaluació contínua suposarà el 50 % de la qualificació final. Aquest percentatge es repartirà de la següent manera: 30 % treball individual i 20 % treball en equip.

En compliment de l'article 6.9 del Reglament d'Avaluació i Qualificació de la Universitat de València, les classes pràctiques 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 causa de força major.

La qualificació final de l'estudiant serà la resultant de la suma ponderada de les notes obtingudes a la prova de síntesi i a l'avaluació contínua, sempre que s'haja aconseguit en aquesta prova (examen) un mínim de 4,5.

BIBLIOGRAFIA

- Gesteland, R.R. (2012): Cross-cultural business behaviour: A guide for global management, Copenhagen: Copenhagen Business School Press.
- Moran, R.T., Abramson, N.R. y Moran, S.V. (2014). Managing cultural differences. Routledge.
- Hofstede, G.; Hofstede, G.J. & Minkov, M. (2010): Cultures and Organizations: Software of the Mind, Third Edition: Intercultural Cooperation and Its Importance for survival, McGraw-Hill