



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA

**EAN**

Escuela de  
**Administración de  
Negocios**

## Programa de Curso

# DN-0114

# Terminología Universal para los Negocios

## La Escuela de Administración de Negocios.

Fundada en 1943, es una de las escuelas con mayor trayectoria en Costa Rica y Centroamérica en la formación de profesionales de alto nivel en las carreras de Dirección de Empresas y Contaduría Pública. Cuenta con un equipo de docentes altamente capacitado, así como un currículum actualizado según las necesidades actuales del mercado. A partir de junio 2016, el SINAES otorgó acreditación de ambas carreras a la Sede Rodrigo Facio.

### Misión

Promover la formación humanista y profesional en el área de los negocios, con ética y responsabilidad social, excelencia académica y capacidad de gestión global, mediante la docencia, la investigación y la acción social, para generar los líderes y los cambios que demanda el desarrollo del país.

### Visión

Ser líderes universitarios en la formación humanista y el desarrollo profesional en la gestión integral de los negocios, para obtener las transformaciones que la sociedad globalizada necesita para el logro del bien común.

### Valores Humanistas

Ética      Tolerancia      Solidaridad  
Perseverancia      Alegría

### Valores Empresariales

Innovación      Liderazgo      Excelencia  
Trabajo en Equipo      Emprendedurismo  
Responsabilidad Social

## Una larga trayectoria de excelencia...





**PROGRAMA DEL CURSO**  
**DN-0114 “Terminología Universal para los Negocios”**  
**II CICLO 2021**

**I. INFORMACIÓN DEL CURSO**

<b>Carrera (s):</b>	Dirección de Empresas y Contaduría Pública		
<b>Curso del VI ciclo del Plan de Estudios.</b>			
<b>Requisitos:</b>	DN-0113 o DN-0546 o PC-0583		
<b>Correquisitos</b>	No tiene		
<b>Créditos</b>	03		
<b>Horas de teoría:</b>	2 horas	<b>Horas de laboratorio:</b>	0
		<b>Horas de práctica:</b>	1

**I. PROFESORES DEL CURSO**

GR	Docente	Horario Lectivo	Plataforma	Horario de Atención de Consultas
<b>SEDE RODRIGO FACIO</b>				
01	Aurora Gómez Jiménez	V: 19 - 21:50	Mediación Virtual	V: 17:00-19:00
<b>SEDE RODRIGO FACIO</b>				
02	Percival K. Aguilar Segura	V: 19 - 21:50	Mediación Virtual	V: 18 - 19:00
<b>SEDE ATLÁNTICO</b>				
01	Juan José Castro Palma	L: 18:00 - 20:50	Mediación Virtual	L: 16:00-18:00
<b>SEDE GUANACASTE</b>				
01	Adriana Rivas Loáiciga	V: 17:00 - 19:50	Mediación Virtual	J: 5 -7 p.m.
<b>SEDE CARIBE</b>				
01	Eduardo Rojas Fernández	L: 17:00 - 19:50	Mediación Virtual	S: 9:00am-10am
<b>RECINTO PARAISO</b>				
21	Percival K. Aguilar Segura	J: 18:00-20:50	Mediación Virtual	K: 7:30pm-8:30pm

**DESCRIPCIÓN DEL CURSO**

La globalización y los negocios internacionales requieren profesionales capaces de desenvolverse en diferentes ámbitos empresariales y culturales en el idioma inglés. Las habilidades técnicas son tan necesarias como las habilidades blandas.

Las compañías multinacionales funcionan desde diferentes partes del mundo y enfrentan desafíos como el uso de diferentes idiomas, valores culturales, zonas horarias, estilos de comunicación y trabajo, diferentes percepciones





de las relaciones de poder, roles de género, gestión del tiempo, entre muchos otros factores que afectan la productividad y los resultados en proyectos de empresa.

Este curso de Terminología Universal para los Negocios busca que los estudiantes desarrollen habilidades comunicativas como líderes en Negocios Internacionales, que puedan de forma eficiente y efectiva desempeñarse en ambientes de constante transformación personal y organizacional.

Asimismo, este curso refuerza las habilidades lingüísticas en el idioma inglés, como lenguaje universal de los negocios. Los temas para desarrollar se enfocan en las principales áreas de desarrollo profesional en Negocios y brinda materiales y actividades que invitan a los estudiantes a ser profesionales críticos y conscientes de diferencias culturales tanto a nivel organizacional como a nivel individual.

## II. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar en los y las estudiantes las habilidades de comunicación transcultural, liderazgo intercultural y trabajo en equipos multiculturales en el idioma inglés, así como conocer terminología en dicho idioma, relacionada con las diferentes áreas del conocimiento de las carreras de Dirección de Empresas y de Contaduría Pública.

## III. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Distinguir entre la comunicación directa e indirecta en los negocios.
2. Analizar las características de un gerente intercultural en un contexto de equipos multiculturales.
3. Impulsar la venta producto doméstico para el mercado internacional a través de un plan de mercadeo.
4. Conocer la importancia del uso de las Tecnología de Información para las empresas.
5. Analizar la perspectiva de la gerencia en un ambiente de trabajo intercultural.
6. Conocer la importancia de la contabilidad y los diferentes tipos de contador en una empresa.
7. Conocer los tipos de Estados Financieros según las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF's) y los tipos de opiniones Normas Internacionales de Auditoría (NIA's).

## IV. CONTENIDO PROGRAMÁTICO

**Perspectiva:** este curso está conceptualizado bajo la estructura de 6 temas que les permita a los y las estudiantes como al profesor(a) de este, participar en un proceso interactivo, eficiente, más global y orientado a resultados.

### Tema 1. Introducción a la Comunicación Intercultural (CI) en los Negocios

- Introducción a la Comunicación Intercultural
- Definición, teoría y características





- Relevancia de la CCC en los Negocios

## **Tema 2. Gerencia Intercultural**

- Perfil del Gerente Intercultural
- Género y Gerencia
- Negociación, Persuasión y Manejo de Conflictos
- Uso del Elevator Pitch

## **Tema 3. Mercadeo Internacional**

- Definición, objetivos y tendencias en el Mercadeo Internacional
- Aspectos culturales en publicidad
- Modelo de “Segmentation, Targeting and Positioning” (STP)

## **Tema 4. Etiqueta de reuniones para Negocios**

- Introducción profesional en reuniones de negocios
- Tipos de reuniones en Negocios
- Etiqueta en Reuniones de Negocios
- Estrategias para Presentaciones de Negocios

## **Tema 5. Tecnología de la Información en los Negocios**

- Definición y ejemplos de tecnologías de información relevante a los negocios
- Procesos organizacionales y su relación con las tecnologías de la información
- Uso de aplicaciones ofimáticas para la toma de decisiones

## **Tema 6. Información Financiera Contable**

- Importancia del trabajo del contador y tipos de contadores
- El ciclo contable
- ¿Qué son los Estados Financieros?
- Antecedentes y uso de las Normas Internacionales de información Financiera
- Tipos de estados financieros según las Normas Internacionales de información Financiera
- Vocabulario clave para comprender los Estados Financieros
- Antecedentes y uso de las Normas Internacionales de Auditoría
- Tipos de opinión de auditoría según las Normas Internacionales de Auditoría





## V. ASPECTOS METODOLÓGICOS

- a) El personal docente y la población estudiantil desarrollarán las clases dentro de un ambiente de tolerancia, respeto y comunicación asertiva. El profesorado promoverá el trabajo en equipo, en un plano de igualdad de oportunidades y sin discriminación de ninguna especie de forma tal que se garantice un ambiente de diálogo y libre expresión de las ideas y opiniones.
- b) El curso se impartirá bajo la modalidad de taller por lo que se utilizarán diversas estrategias para incentivar la participación individual y grupal y desarrollar habilidades de comunicación verbal y escrita en idioma inglés. Además, se busca que en los grupos exista diversidad de género y que en la medida de lo posible sean multidisciplinarios.
- c) Los reportes y la discusión en clase se realizarán en el idioma inglés, tomando en consideración las habilidades y nivel lingüísticos del idioma inglés de cada estudiante. Los estudiantes deben prepararse de previo a la clase con la lectura y análisis de la bibliografía indicada en la respectiva sección del cronograma, tales como capítulos de libros, artículos académicos, artículos de revistas especializadas, videos y estudios de caso. El profesor(a) podrá asignar la lectura de otros materiales complementarios.
- d) El docente contará con diversas estrategias didácticas para lograr involucrar al estudiante en la construcción del proceso de aprendizaje. Dichas estrategias implican que el estudiante debe prepararse de previo a la clase para participar activamente de las discusiones, con análisis significativo y argumentos bien elaborados para sostener sus posiciones. Las diversas estrategias se detallan en el apartado de sistema de evaluación.
- e) El curso se impartirá bajo la modalidad Virtual, mediante el uso de la plataforma institucional “Mediación Virtual”. Dicha plataforma constituye el entorno oficial del curso para poner a disposición de los estudiantes los materiales del curso (lecturas, videos, entre otros), realizar evaluaciones y actividades como por ejemplo foros, recibir las tareas, trabajos, pruebas y para realizar los comunicados formales del curso. Además, de manera complementaria puede utilizarse otra(s) plataforma(s) para facilitar la interacción del profesor(a) y los estudiantes durante el horario de lecciones y de atención de consultas. Esas otras plataformas no pueden en ningún caso sustituir total o parcialmente el uso de la plataforma oficial.
- f) Es posible realizar la grabación de las clases virtuales sincrónicas en formatos de audio y video, en cuyo caso el profesor(a) lo indicará en cada sesión, con la finalidad de que los estudiantes decidan si desean o no ingresar a la sesión con su audio y video.

### Objetivos de los aspectos metodológicos

- a. Fomentar el aprendizaje colaborativo para buscar comprensión, significado y generar soluciones a partir de la interacción de los estudiantes comprometidos con el proceso, logrando así la generación de conocimiento.
- b. Potenciar habilidades de los estudiantes, explorando sus fortalezas y promoviendo el empoderamiento de las mismas.





- c. Fortalecer el trabajo en equipo como una herramienta para el desarrollo confianza entre los compañeros de equipo, generando sentimientos de pertenencia y entablando relaciones reales.
- d. Posibilitar la innovación educativa por medio de metodologías participativas de investigación y trabajo cooperativo.
- e. Promover la lectura y comprensión de material didáctico de interés del curso, en idioma inglés.

## VI. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Rubro	Tema	Porcentaje
1. Group Presentation about a theme in the program	2-6	20%
2. Elevator Pitch (60 secs)	2	20%
3. Reading Comprehension Report (2 articles) 5% each	1-6	10%
4. Ongoing Assessment (4 classroom activities) 5% each	1-6	20%
5. Marketing Group Project	3	30%
<b>NOTA</b>		<b>100%</b>

### Rubro 1. Group Presentations (20%)

Los estudiantes en grupos de 3 personas como mínimo y 5 como máximo desarrollaran un tema del programa. La presentación consiste en introducir el concepto principal de la semana que les corresponde, crear un resumen del material de lectura asignado para esa semana (pueden incluir material complementario) y organizar una actividad de comprensión del tema para que los compañeros de la clase participen. Estas actividades pueden realizarse con ayuda de plataformas digitales como: kahoot, quizizz, menti.com, crosswordlab.com, puzzel.org, celebriti, quizlet, mindmeister.com, infogram, entre otras.

La presentación grupal tiene un máximo de 15 minutos y 10 minutos para realizar la actividad con el resto de la clase. Para esta presentación, los estudiantes tienen la libertad de escoger a sus compañeros de grupo.

### Rubro 2. Elevator Pitch (20%)

Cada estudiante debe seleccionar un tema de su preferencia relacionado a su carrera y realizar el día de clase respectivo, un elevator pitch de 60 segundos. Este tema se desarrollará en el idioma inglés y debe de contener todos los elementos fundamentales para un elevator pitch concreto y convincente. No se pueden utilizar materiales audiovisuales, no se puede leer y se evaluará el uso de vocabulario, fluidez y calidad de la presentación (comunicación no verbal: eye contact, tone of voice etc). Es necesario el uso de cámara en esta actividad por ser una actividad evaluada.

### Rubro 3. Reading Comprehension Report (10%)

Los estudiantes de forma individual seleccionan 2 lecturas (5% cada una) según su nivel de inglés (principiante, intermedio, avanzado) que sean avaladas por el docente y preparan un resumen crítico del contenido del artículo





en inglés. El estudiante puede utilizar lecturas en inglés que han tenido en otros cursos de la carrera, lecturas nuevas o lecturas que se han utilizado en la clase.

El reporte debe incluir un glosario con las palabras nuevas en inglés (mínimo 5-10 palabras por texto) y su definición o sinónimo en inglés (no utilizar traducción) en el contexto de negocios. Durante la semana asignada en el cronograma, los estudiantes deben de publicar sus reportes en mediación virtual.

#### **Rubro 4. Ongoing Assessment of Classroom activities (20%)**

El docente contará con diversas estrategias didácticas (uso de videos, aula virtual, foros, grupos de discusión, debate, dramatizaciones, juegos de palabras, síntesis de artículos especializados entre otros) para lograr involucrar al estudiante en la construcción del proceso del aprendizaje. Dichas estrategias implican que el estudiante debe prepararse de previo a la clase para participar activamente de las discusiones, con análisis significativo y argumentos bien elaborados para sostener sus posiciones. Estas actividades de evaluación continua NO serán anunciadas por el docente. Cada estudiante debe participar activamente en la actividad que el docente seleccione para su evaluación. No se reponen las actividades realizadas dentro del horario lectivo, como parte de la dinámica de la clase. Es necesario el uso de cámara en esta actividad por ser una actividad evaluada.

#### **Rubro 5. Marketing Group Project (30%)**

El docente asignará un mínimo de 3 y un máximo de 5 personas por equipo. Este trabajo grupal tiene la finalidad de asemejarse lo más posible a un caso real de trabajo profesional donde miembros del equipo pueden estar en otras partes del mundo, con diferentes zonas horarias y con diferentes estilos de trabajo.

El proyecto de mercadeo consiste en elegir un bien o servicio nacional, con la finalidad de elaborar un plan para comercializar el bien o servicio en el extranjero. El grupo debe seleccionar el país en el cual se va a comercializar y tomar en cuenta todos los aspectos técnicos y culturales que representa el lanzamiento del bien o servicio en ese país. El profesor(a) debe aprobar el producto y el país ya que ninguna de estos dos elementos se puede repetir entre grupos. Los estudiantes deben de presentar un documento con las principales partes de un plan de mercadeo y hacer una presentación de 15 minutos, donde cada estudiante debe de participar por igual. Ambos (documento y presentación) deben de realizarse en el idioma inglés. Mínimo de páginas 5, máximo de páginas 10 de puramente texto, excluyendo la bibliografía y anexos (fotos, gráficos, tablas, otros). Para la presentación de este plan, es necesario el uso de cámara en esta actividad por ser una actividad evaluada.

El proyecto de Mercadeo va a tener un rubrica especifica de evaluación para valorar el proceso de trabajo grupal (10%). Cada estudiante evaluara al final del curso la participación y aportes de sus otros compañeros de equipo con una rubrica que será facilitada por el/la profesor/a . Cada grupo debe reunirse mínimo en 2 ocasiones para coordinar el desarrollo de su plan de negocios. Cada sesión de trabajo debe de realizarse en zoom, grabar la sesión y subirla a la carpeta de mediación virtual que el/la docente proporcionará. Esto con el fin de dar seguimiento a la asistencia, participación y proceso de desarrollo del plan de negocios de cada equipo.

## **VII. CRONOGRAMA**

Siguiente página...





WEEK	DATE	THEME 1. INTERCULTURAL COMMUNICATION IN BUSINESS
1	August 16th-21st, 2021	<p>1. Presenting the syllabus</p> <p>2. Introduce yourself (each student) to the rest of the class (Name, career, occupation, Passion in life)</p> <p>3. Defining Intercultural communication and Brief History of the Field</p> <p>Text 1: Cross-cultural Communication (meaning, origins, interdisciplinary orientation) <a href="https://www.businessmanagementideas.com/communication/cross-cultural-communication/3299">https://www.businessmanagementideas.com/communication/cross-cultural-communication/3299</a></p> <p>Text 2: Chapter 11: Intercultural Communication in Organizations by Martin, J. N., &amp; Nakayama, T. K. (2014).</p> <p>Text 3: Myths about Culture and Business <a href="https://toggl.com/blog/cross-cultural-communication-workplace">https://toggl.com/blog/cross-cultural-communication-workplace</a></p> <p>4. Link between Intercultural Communication and Business. Watch the video and discuss how this applies to business: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=2xJ_hbD4TQA&amp;t=18s">https://www.youtube.com/watch?v=2xJ_hbD4TQA&amp;t=18s</a></p> <p>5. In groups read the following article about ways to introduce yourself: <a href="https://www.businessinsider.com/the-best-way-to-introduce-yourself-2015-10?r=US&amp;IR=T">https://www.businessinsider.com/the-best-way-to-introduce-yourself-2015-10?r=US&amp;IR=T</a></p> <p>6. After, students take a few minutes students to write their <b>OWN PERSONAL INTRODUCTION</b> for an international summer Business program (Networking) or a job Interview. <u>Download the paragraph in the Forum when it is available</u></p> <p>7. Carry out the <b>INDIVIDUAL DIAGNOSTIC TEST</b> (Part I: vocabulary and Grammar and PART II: Listening)</p> <p><b>HOMEWORK:</b></p> <p>1. Watch this video: Cross culture communication <a href="https://www.youtube.com/watch?v=RV6CxOj8zmk">https://www.youtube.com/watch?v=RV6CxOj8zmk</a></p> <p>2. Read the following article: “Looking Another Culture in the Eye” <a href="https://www.nytimes.com/2014/09/14/jobs/looking-another-culture-in-the-eye.html">https://www.nytimes.com/2014/09/14/jobs/looking-another-culture-in-the-eye.html</a></p> <p>3. *Read Chapter 1: Listening to the Air. Erin Meyer’s book: Culture Map</p>







2	August 23rd-28th, 2021	<b>THEME 1. INTERCULTURAL COMMUNICATION IN BUSINESS</b>
		<p><b>Based on Chapter 1: Listening to the Air. Erin Meyer’s book: Culture Map,</b></p> <p>The whole class, brainstorm the questions in a <b>virtual board</b>:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. What is Cross cultural Communication? (Based on video for homework)</li> <li>2. What are different ways to communicate a message?</li> <li>3. What is direct and non-direct communication in daily life? Provide examples</li> </ol> <p><b>Activities:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Volunteers share their <b>PERSONAL PRESENTATION</b> paragraphs to the class</li> <li>2. Watch: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=zQvqDv4vbEg">https://www.youtube.com/watch?v=zQvqDv4vbEg</a> (based on the reading “<b>Looking Another Culture in the Eye</b>”, discuss in groups what is the misunderstanding between the speaker and the audience. How did it get fixed?</li> <li>3. In groups, think about other cultural misunderstanding that an international visitor to your (real or fictious) company could encounter (for example, Business etiquette: dress code, Punctuality, Gender roles etc). Pick any company based in Costa Rica.</li> <li>4. Professor assigns the team members for Marketing project</li> </ol> <p><b>HOMEWORK:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Watch the video: Cultural differences (Manager’s perspective) <a href="https://www.youtube.com/watch?v=XxFJilntvvU">https://www.youtube.com/watch?v=XxFJilntvvU</a></li> <li>2. Read the articles:       <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. *INTERCULTURAL MANAGEMENT: THEORIES, TOOLS AND FACTORS OF SUCCESS by Hanan Gouda Access in: <a href="http://www.iraj.in/journal/journal_file/journal_pdf/14-196-144618961219-25.pdf">http://www.iraj.in/journal/journal_file/journal_pdf/14-196-144618961219-25.pdf</a></li> <li>2.2. Read: Level 5 Leadership: The Triumph of Humility and Fierce Resolve <a href="https://hbr.org/2001/01/level-5-leadership-the-triumph-of-humility-and-fierce-resolve-2">https://hbr.org/2001/01/level-5-leadership-the-triumph-of-humility-and-fierce-resolve-2</a></li> <li>2.3. The 14 Qualities of Great Leaders <a href="https://hrdailyadvisor.blr.com/2014/04/11/the-14-qualities-of-great-leaders-how-many-do-you-have/">https://hrdailyadvisor.blr.com/2014/04/11/the-14-qualities-of-great-leaders-how-many-do-you-have/</a></li> </ol> </li> </ol>





3	August 30th-September 04th, 2021	<b>THEME 2. INTERCULTURAL MANAGEMENT</b>
		<p>Based on the texts from the homework: INTERCULTURAL MANAGEMENT: THEORIES, TOOLS AND FACTORS OF SUCCESS, Level 5 Leadership: The Triumph of Humility and Fierce Resolve, The 14 Qualities of Great Leaders share your ideas in <b>the virtual board</b> about the following questions:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. What is Intercultural Management? -Students provide ideas</li> <li>2. What are the qualities of a good manager? -Brainstorm the adjectives on the board</li> <li>3. What the video about the CEO of SOHO CHINA. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Hw3zOiHYu3A">https://www.youtube.com/watch?v=Hw3zOiHYu3A</a> -Take notes about the most important events in her life and characteristics of her personality. Do they match with the ones the class provided earlier?</li> <li>4. Talk with Lisa Foulger on Positive Management. Video available in Googledrive</li> </ol> <p>ROLE PLAY. Create a situation (Zoom call meeting) of a challenge that a manager can face in an International environment. <b>Write the script and download it in the Forum</b></p> <p><b>HOMEWORK</b> Read the following texts:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Getting to Si, Ja, Oui, Hai, and Da <a href="https://hbr.org/2015/12/getting-to-si-ja-oui-hai-and-da">https://hbr.org/2015/12/getting-to-si-ja-oui-hai-and-da</a></li> <li>2. 15 Tactics For Successful Business Negotiations <a href="https://www.forbes.com/sites/allbusiness/2016/09/16/15-tactics-for-successful-business-negotiations/#6bd9caff2528">https://www.forbes.com/sites/allbusiness/2016/09/16/15-tactics-for-successful-business-negotiations/#6bd9caff2528</a></li> <li>4. The Art of Negotiation: <a href="https://www.researchgate.net/publication/286903542_The_Art_of_Negotiation_Leadership_Skills_Required_for_Negotiation_in_Time_of_Crisis">https://www.researchgate.net/publication/286903542_The_Art_of_Negotiation_Leadership_Skills_Required_for_Negotiation_in_Time_of_Crisis</a></li> <li>3. * Chapter 3: Why versus How. The Culture Map, Erin Mayer</li> </ol>





4	September 06th to September 11th, 2021	THEME 2. INTERCULTURAL MANAGEMENT
		<p><b>*GROUP PRESENTATION #1</b></p> <p><b>Based on Chapter 3: Why versus How. The Culture Map, Erin Mayer</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Discuss the following terms: Negotiation and persuasion</li> <li>2. What is the difference between Negotiation and Persuasion?</li> </ol> <p>Watch the following video: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=8E1eV7dMLe4">https://www.youtube.com/watch?v=8E1eV7dMLe4</a></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Introduction of “The Art of Negotiation” (Refer to article from homework)</li> </ol> <p><b>ELEVATOR PITCH</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explain what is an ELEVATOR PITCH?</li> </ol> <p>Look at: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=JYda8Rvw8Gw">https://www.youtube.com/watch?v=JYda8Rvw8Gw</a> <li>2. How to do an Elevator Pitch?</li> <p><a href="https://onlinebusiness.northeastern.edu/master-of-business-administration-mba/elevator-pitch-guide/pitch-examples/">https://onlinebusiness.northeastern.edu/master-of-business-administration-mba/elevator-pitch-guide/pitch-examples/</a></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Examples of Elevator Pitches</li> </ol> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=uyxfERV5ttY">https://www.youtube.com/watch?v=uyxfERV5ttY</a></p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=P9t2l-rSpNg">https://www.youtube.com/watch?v=P9t2l-rSpNg</a></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. In groups, discuss important elements to include in an elevator pitch and possible catchy topics</li> </ol> <p><b>HOMEWORK:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. *Read: Positioning Multicountry Brands (PDF) (*OPTIONAL FOR STUDENTS)</li> <li>2. Read: 2020 Global Marketing Trends from pages from 7 to 11 and 39 to 45</li> </ol> <p><a href="https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/consultancy/deloitte-uk-consulting-global-marketing-trends.pdf">https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/consultancy/deloitte-uk-consulting-global-marketing-trends.pdf</a></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Watch: Segmentation, Targeting and Positioning</li> </ol> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=0sridRDh99Y">https://www.youtube.com/watch?v=0sridRDh99Y</a></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Read article on: An Introduction to Marketing and Branding (PDF)</li> </ol> </p>





5	September 13th to 18th, 2021	<b>THEME 3. GLOBAL MARKETING</b>
		<p><b>*GROUP PRESENTATION #2</b></p> <p>1. What is International Marketing? Watch video: <a href="https://www.cleverism.com/global-marketing-strategies/">https://www.cleverism.com/global-marketing-strategies/</a></p> <p>2. What are Global Marketing Trends? Give examples in the <b>VIRTUAL BOARD</b>  <b>See: D.I 2020 Global Marketing Trends from pages 7 to 11 and 39 to 45 (PDF document)</b></p> <p>3. Brainstorm on the board examples of International Brands. What differentiate them from the competitors?</p> <p>4. Watch this video with examples of 13 Businesses with Brilliant Global Marketing Strategies <a href="https://blog.hubspot.com/marketing/global-marketing-and-international-business">https://blog.hubspot.com/marketing/global-marketing-and-international-business</a></p> <p><b>HOMEWORK:</b></p> <p>1. Read article: Market Segmentation, Targeting and Positioning (PDF document) (*OPTIONAL FOR STUDENTS)</p> <p>2. See example of VOGSWAGEN: <a href="https://mpk732t22016clusterb.wordpress.com/2016/08/08/volkswagenpeoples-car-the-perfect-example-for-stp/">https://mpk732t22016clusterb.wordpress.com/2016/08/08/volkswagenpeoples-car-the-perfect-example-for-stp/</a></p> <p>3. Watch Volkswagen video: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=IPjvgXWA78E">https://www.youtube.com/watch?v=IPjvgXWA78E</a></p> <p>4. Watch a summary of STP: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=iGOw39GWDal">https://www.youtube.com/watch?v=iGOw39GWDal</a></p> <p>5. Read: Keller, K.L., 2009. Building strong brands in a modern marketing communications environment. Journal of Marketing Communications 15, 139–155. <a href="https://pdfs.semanticscholar.org/f180/3ea131a96817d142900777cc1c73b41ee6c4.pdf">https://pdfs.semanticscholar.org/f180/3ea131a96817d142900777cc1c73b41ee6c4.pdf</a></p>
6	September 20th to 25 <sup>th</sup> , 2021	<p><b>THEME 3. GLOBAL MARKETING</b></p> <p><b>ASYNCHRONOUS CLASS</b></p> <p><b>WORK SESSION FOR FINAL PROJECT</b> *Work in your final project teams to build your marketing campaign plan. RECORD YOUR MEETING AND POST IT IN VIRTUAL CLASS.</p>





7	September 27th to October 02nd, 2021	<b>THEME 3. GLOBAL MARKETING</b>
		<p><b>-DUE DATE FOR INDIVIDUAL READING COMPREHENSION REPORT ARTICLE #1 (post in virtual class)</b></p> <p>1. Study the concepts of Segmentation, Targeting and Positioning (STP) Model. What are the advantages and Disadvantages?</p> <p>-Refer to article: Segmentation, Targeting and Positioning (PDF)</p> <p>2. In groups, look at the example of companies such as: Volkswagen and Coca Cola.</p> <p>-What are their audiences? and What themes and marketing strategies do they use?</p> <p>CLASS ACTIVITY: In groups, provide an extra example of an international brand that has remained in the international market successfully. Explain</p> <p>3. In groups, discuss the following questions:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• What are the advantages of a company of expanding beyond the domestic market?</li> <li>• What kind of problems do companies face when they go international?</li> <li>• What methods can companies use to enter overseas markets?</li> </ul> <p>6. Students design their own International marketing campaign for a Costa Rican brand to position it internationally</p> <p>Step 1: Choose a product</p> <p>Step 2: Choose a country</p> <p>Step 3: Research the competitors</p> <p>Step 4: Determine the Segmentation. Targeting and Positioning strategy (how the brand will enter the new market, promote it and become relevant in the new market?)</p> <p><b>HOMEWORK:</b></p> <p>1. Watch Types of Business Presentations: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=BnfbXFbNQU">https://www.youtube.com/watch?v=BnfbXFbNQU</a></p> <p>2. Chapter 8: How Late is Late? The Culture Map by Erin Meyer. (*OPTIONAL FOR STUDENTS)</p>





8	October 04th to October 09th, 2021	<b>THEME 4. BUSINESS MEETINGS</b>
		<p><b>-DUE DATE FOR INDIVIDUAL READING COMPREHENSION REPORT ARTICLE #2 (post in virtual class)</b></p> <p><b>*PARTICIPATION OF A GUEST SPEAKER</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Types of Business meetings <a href="https://www.youtube.com/watch?v=_BnfbXFbNQU">https://www.youtube.com/watch?v=_BnfbXFbNQU</a></li> <li>Etiquette of Business meetings (Time, Code dress, Language style, Agenda, Gender)             <ol style="list-style-type: none"> <li>Discuss the most important aspects of Business etiquette <a href="https://uni.edu/~schragec/Businessetiquette%20US.pdf">https://uni.edu/~schragec/Businessetiquette%20US.pdf</a></li> <li>Discuss the main concepts in Chapter 8: How Late is Late? The Culture Map by Erin Meyer</li> <li>In groups, discuss each statement as a personal strength or weakness. Page 19 <a href="http://www.futuremedia.com.au/docs/businessetiquette.pdf">http://www.futuremedia.com.au/docs/businessetiquette.pdf</a></li> </ol> </li> <li>Does and donts in Business Meetings. Read and discuss: <a href="https://smallbusiness.chron.com/three-dos-donts-attending-business-meeting-21691.html">https://smallbusiness.chron.com/three-dos-donts-attending-business-meeting-21691.html</a></li> </ol> <p><b>HOMEWORK: AUDIO:</b> Listen to an example of how to introduce yourself in a business meeting: <a href="https://www.quickanddirtytips.com/business-career/public-speaking/how-to-introduce-yourself-in-a-meeting?page=1">https://www.quickanddirtytips.com/business-career/public-speaking/how-to-introduce-yourself-in-a-meeting?page=1</a></p>
9	October 11th to 16th, 2021	<b>THEME 5: BUSINESS PRESENTATIONS ETIQUETTE</b>
		<p><b>*GROUP PRESENTATION #3</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>What makes a Business presentation effective and memorable? Refer to the first impression from the Introduce Yourself Audio</li> <li>Strategies for Business Presentation (Organization, Timing, Verbal and Nonverbal communication, Visual aids) See: <a href="http://mi.eng.cam.ac.uk/~cipolla/archive/Presentations/MakingPresentations.pdf">http://mi.eng.cam.ac.uk/~cipolla/archive/Presentations/MakingPresentations.pdf</a> See: <a href="https://www.skillsyouneed.com/present/presentation-tips.html">https://www.skillsyouneed.com/present/presentation-tips.html</a></li> <li>Watch this presentation and discuss the strategies that the speaker used: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=2-ntLGOyHw4">https://www.youtube.com/watch?v=2-ntLGOyHw4</a></li> </ol> <p>Continua en siguiente pagina...</p>





		<p><b>HOMEWORK :</b></p> <p>1. Read: How Information Technology Has Revolutionized Business? <a href="https://interestingengineering.com/how-information-technology-has-revolutionized-business">https://interestingengineering.com/how-information-technology-has-revolutionized-business</a></p> <p>2. See examples of project management tools: <a href="https://www.business2community.com/communications/5-best-tools-internal-business-communication-01950575">https://www.business2community.com/communications/5-best-tools-internal-business-communication-01950575</a></p>
<b>10</b>	<b>October 18<sup>th</sup> to 23<sup>th</sup>, 2021</b>	<b>THEME 5. INFORMATION TECHNOLOGY IN BUSINESS</b>
		<p>1. What is I.T? and why is it important in Business?</p> <p>2. What is office automation? See: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=8cNjz8sHXWQ">https://www.youtube.com/watch?v=8cNjz8sHXWQ</a></p> <p>3. Examples of Office automation tools See: <a href="https://www.hitechnectar.com/blogs/types-office-automation-tools/">https://www.hitechnectar.com/blogs/types-office-automation-tools/</a></p> <p>4. Get in groups. Discuss what office automation tools have you used? Pick one and prepare a simple tutorial of how to use the tool</p> <p><b>HOMEWORK:</b> In groups, present an example of an <b>OFFICE AUTOMATION TOOL</b> for next class</p>
<b>11</b>	<b>October 25<sup>th</sup> to 30<sup>th</sup>, 2021</b>	<b>THEME 5. INFORMATION TECHNOLOGY IN BUSINESS</b>
		<p><b>* GROUP PRESENTATION # 4</b></p> <p><b>CLASS ACTIVITY :</b> In groups, present and explain one office automation tool</p> <p><b>HOMEWORK:</b></p> <p>1. Read: <a href="https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/accounting/accounting-cycle/">https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/accounting/accounting-cycle/</a></p> <p>2. Bring <b>A JOB AD</b> with a profile description of ONE of the following: Bookkeeper, Auditor, Senior accountant, Chief financial officer Example: <a href="https://onlinebusiness.northeastern.edu/blog/tax-auditor-career/">https://onlinebusiness.northeastern.edu/blog/tax-auditor-career/</a></p> <p>3. Read: Public vs. Private Accounting: Definition and Key Differences <a href="https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/public-vs-private-accounting">https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/public-vs-private-accounting</a></p>





12	November 01st to October 06th, 2021	THEME 6. FINANCIAL AND ACCOUNTING INFORMATION
		<p>1. Profiles of private and public accountant See: <a href="https://targetjobs.co.uk/careers-advice/job-descriptions/276909-accountant-job-description">https://targetjobs.co.uk/careers-advice/job-descriptions/276909-accountant-job-description</a></p> <p>2. What is the Accounting cycle Read: "Preparing Financial Statements: the Balance Sheet" - page 9 to page 16. See: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=QfOsRz8939w&amp;list=PLDvzBZbWl_wQE1tZyGismBahTGNFMfiN3">https://www.youtube.com/watch?v=QfOsRz8939w&amp;list=PLDvzBZbWl_wQE1tZyGismBahTGNFMfiN3</a></p> <p>3. <b>CLASS ACTIVITY:</b> Vocabulary used in accounting samples Read: "Basic Accounting Concepts and Assumptions" (PDF) - page 4 to page 12. See: <a href="https://quizlet.com/212816752/chapter-3-the-accounting-cycle-vocabulary-flash-cards/">https://quizlet.com/212816752/chapter-3-the-accounting-cycle-vocabulary-flash-cards/</a></p> <p>4. More vocabulary related to Accounting See: <a href="https://www.fluentu.com/blog/business-english/english-for-accounting/">https://www.fluentu.com/blog/business-english/english-for-accounting/</a></p> <p>Continua en siguiente pagina...</p>
		<p>5 .What are Financial Statements? See: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=f-N2hVWvzaM">https://www.youtube.com/watch?v=f-N2hVWvzaM</a></p> <p>Read: "Preparing Financial Statements: the Balance Sheet" (PDF) - page 11 to page 29. Read: <a href="https://accounting-simplified.com/financial/statements/types.html">https://accounting-simplified.com/financial/statements/types.html</a></p> <p>6. What are Financial statements for and how to use them?</p> <p><b>HOMEWORK:</b></p> <p>1. International Financial Reporting Standards. Why do they matter? <a href="https://www.youtube.com/watch?v=gcqMqOBEDW0">https://www.youtube.com/watch?v=gcqMqOBEDW0</a></p> <p>2. Read: International Financial Reporting Standards and Earnings Management in Latin America <a href="https://www.scielo.br/pdf/rac/v20n3/1415-6555-rac-20-03-00368.pdf">https://www.scielo.br/pdf/rac/v20n3/1415-6555-rac-20-03-00368.pdf</a></p>







<b>13</b>	<b>November 08th to 13th, 2021</b>	<b>THEME 6. FINANCIAL AND ACCOUNTING INFORMATION</b>
		<p><b>*GROUP PRESENTATION #5</b></p> <p>1. What are International Financial Reporting Standards? An Overview of International Financial Reporting Standards (IFRS)</p> <p>Go to: <a href="https://www.accountingtools.com/articles/what-is-ifs.html">https://www.accountingtools.com/articles/what-is-ifs.html</a></p> <p>Go to: <a href="https://www.ifrs.org/issued-standards/list-of-standards/">https://www.ifrs.org/issued-standards/list-of-standards/</a></p> <p>2. IFRS in Latin America. Discussion about article: International Financial Reporting Standards and Earnings Management in Latin America (from Homework)</p> <p>3. In Groups, discuss the advantages and disadvantages of IFRS (DEBATE)</p> <p>4. What are the International Standards on Auditing (ISA)</p> <p>See: <a href="https://www.readyratios.com/reference/audit/international_standards_of_auditing_isa.html">https://www.readyratios.com/reference/audit/international_standards_of_auditing_isa.html</a></p> <p>4. Types of audit opinions: Identify types audit opinions according to formats</p> <p>See: <a href="https://insights.diligent.com/audit-reporting/understanding-four-types-audit-reports">https://insights.diligent.com/audit-reporting/understanding-four-types-audit-reports</a></p>
14	November 15th to 20th, 2021	<b>ELEVATOR PITCH</b> <b>Presentations of Elevator Pitch</b>
15	November 22nd to 27th, 2021	<b>PRESENTATIONS OF MARKETING PLAN PROJECT</b> Each Groups presents 20 minutes max
16	November 29th to December 04th, 2021	<b>PRESENTATIONS OF MARKETING PLAN PROJECT</b> Each Groups presents 20 minutes max

## VIII. BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Martin, J. N., & Nakayama, T. K. (2014). Experiencing intercultural communication: an introduction. Fifth edition. New York, NY: McGraw-Hill.
- ✓ Meyer, E. (2014). Culture Map. Public Affairs, New York.
- ✓ Artículos académicos, artículos de revistas especializadas, videos, reportes y documentos especializados cuyos enlaces se indican en el cronograma
- ✓ Otros materiales como artículos académicos, artículos de revistas especializadas, videos y estudios de caso adicionales podrían ser utilizados e incluidos en el programa o sugeridos por el





profesor(a) del curso pertinentemente.

**IX. INFORMACIÓN DE CONTACTO DEL PROFESOR(A)**

GR	DOCENTE	CORREO
<b>SEDE RODRIGO FACIO</b>		
01	Aurora Gómez Jiménez	aurora.gomez@ucr.ac.cr
02	Percival K. Aguilar Segura	percikelso@gmail.com
<b>SEDE ATLÁNTICO</b>		
01	Juan José Castro Palma	juanjocastrop@gmail.com
<b>SEDE GUANACASTE</b>		
01	Adriana Rivas Loáiciga	arivas.admi@gmail.com
<b>SEDE CARIBE</b>		
01	Eduardo Rojas Fernández	eduardorojasf01@gmail.com
<b>RECINTO PARAÍSO</b>		
21	Percival K. Aguilar Segura	percikelso@gmail.com

