



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” III CICLO 2020

I. INFORMACIÓN DEL CURSO

Carrera (s): Dirección de Empresas y Contaduría Pública
Curso del VI ciclo del Plan de Estudios:
Requisitos: DN-0113 o DN-0546 o PC-0583
Correquisitos: No tiene
Créditos: 03

Horas de teoría: 2 horas	Horas de laboratorio: 0	Horas de práctica: 1
---------------------------------	--------------------------------	-----------------------------

II. PROFESORES DEL CURSO

GR	Docente	Horario Lectivo	Plataforma	Horario de Atención de Consultas
SEDE RODRIGO FACIO				
01	Percival K. Aguilar Segura	K y J : 18 a 20:50	Mediación Virtual	
RECINTO PARAÍSO				
01	Susana Rivera Álvarez		Mediación Virtual	

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 5 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

- *Definición, teoría y características*
- *Perfil del Gerente Intercultural*
- *Uso del Elevator Pitch*

Tema 2. Mercadeo Internacional

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

Tema 3. Gestión de Reuniones y Presentaciones para Negocios

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

Tema 4. 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 5. 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

- 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.*
- 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.*
- 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.*
- 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.*
- 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. Glossary of Business vocabulary	1-5	20%
2. Elevator Pitch (60 secs)	1	10%
3. Reading Comprehension Journal (2 articles) 10% each	1-4	20%
4. Ongoing Assessment (4 classroom activities) 5% each	1-4	20%
5. Marketing Group Project	2	30%
NOTA		100%





Rubro 1. Glossary (20%)

Los estudiantes de forma individual crearán un glosario electrónico con vocabulario técnico en inglés para cada tema (5 temas). El mínimo de palabras por tema son 5 y el máximo 10. El glosario debe estar compuesto por la palabra en inglés y su definición o sinónimo en inglés (no utilizar traducción) en el contexto de negocios. Además de una oración o ejemplo en contexto donde la palabra se utilice. La oración o ejemplo puede ser original del estudiante o tomada de un extracto técnico; en este segundo caso se debe de citar la fuente como corresponde.

El vocabulario que se utilice será extraído de las lecturas y videos que se asignan como tarea cada semana. Se evaluará la pertinencia de la palabra para cada tema y la relevancia de los ejemplos brindados. Se motiva al estudiante a utilizar oraciones originales en contexto. Si se utilizan ejemplos de textos especializados, se debe incluir la cita bibliográfica.

Rubro 2. Elevator Pitch (10%)

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 Journal (20%)

A través de todo el curso, se les asigna los estudiantes lecturas en inglés sobre los temas a desarrollar en cada clase. Los estudiantes de forma individual deben de seleccionar 2 lecturas a lo largo del curso (10% cada una) y redactar para cada artículo un resumen crítico del contenido del artículo en Inglés. Cada estudiante tiene la responsabilidad de intercambiar de forma digital su artículo con otro compañero para retroalimentación. Una vez que cada persona haya recibido su journal de vuelta, el estudiante lo reescribe, anexa la respectiva revisión del compañero y lo sube al foro en Mediación Virtual al profesor(a) del curso para su respectiva evaluación. Este documento debe tener el formato de un email con un mínimo de 200 palabras y un máximo de 400 palabras.

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 EVALUACION CONTINUA se desarrollarán en grupos el día indicado en el programa. Cada estudiante debe participar activamente en la tarea de equipo a realizar ese día. 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 entre 4 y 5 integrantes por equipo de los estudiantes que van a conformar cada equipo. Consiste en un proyecto de mercadeo en el cual los estudiantes eligen un bien o servicio nacional, con la finalidad de elaborar un plan de mercadeo para comercializarlo 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 estas dos variables 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.

VII. CRONOGRAMA

WEEK 1. 04TH-09TH JANUARY, 2021





CLASS 1: INTERCULTURAL COMMUNICATION IN BUSINESS

1. Presenting the syllabus

2. Students introduce themselves (Name, career, occupation, Passion in life)

3. Defining Intercultural communication and Brief History of the Field

Text 1: Cross-cultural Communication (meaning, origins, interdisciplinary orientation)

<https://www.businessmanagementideas.com/communication/cross-cultural-communication/3299>

4. Watch the video and discuss how this Business trip could go better with intercultural communication.

https://www.youtube.com/watch?v=2xJ_hbD4TQA&t=18s

5. ELEVATOR PITCH

5.1. What is an ELEVATOR PITCH? <https://www.youtube.com/watch?v=JYda8Rvw8Gw>

5.2. How to do an Elevator Pitch?

<https://onlinebusiness.northeastern.edu/master-of-business-administration-mba/elevator-pitch-guide/pitch-examples/>

5.3. Examples of Elevator Pitches

<https://www.youtube.com/watch?v=uyxfERV5ttY>

<https://www.youtube.com/watch?v=P9t2I-rSpNg>

HOMEWORK:

1. Read: Level 5 Leadership: The Triumph of Humility and Fierce Resolve

<https://hbr.org/2001/01/level-5-leadership-the-triumph-of-humility-and-fierce-resolve-2>

2. Watch video: How Cultural Differences Affect Business? What is the misunderstanding between the speaker and the audience? Watch: <https://www.youtube.com/watch?v=zQvqDv4vbEg>





CLASS 2: INTERCULTURAL MANAGEMENT

1. What are the qualities of Great Leaders?

<https://hrdailyadvisor.blr.com/2014/04/11/the-14-qualities-of-great-leaders-how-many-do-you-have/>

2. In groups, read the text: "Looking Another Culture in the Eye". What are Cultural misunderstandings between the speaker and the audience?

<https://www.nytimes.com/2014/09/14/jobs/looking-another-culture-in-the-eye.html>

4. **ONGOING ASSESSMENT 1. ROLE PLAY.** Create a situation (Zoom call meeting) of a challenge that a manager can face in an International environment. Write the script and download it in the Forum

5. Professor assigns the team members for Marketing project

HOMEWORK:

1. Write **READING COMPREHENSION JOURNAL 1**

WEEK 2: 11-16TH JANUARY, 2021

CLASS 3: INTERNATIONAL MARKETING

1. What is International Marketing? Watch video:

<https://www.cleverism.com/global-marketing-strategies/>

2. What are Global Marketing Trends? Give examples in the **VIRTUAL BOARD**

See: D.I 2020 Global Marketing Trends from pages 7 to 11 and 39 to 45 (PDF document)

3. Brainstorm on the board examples of International Brands. What differentiate them from the competitors?

4. Watch this video with examples of 13 Businesses with Brilliant Global Marketing Strategies

<https://blog.hubspot.com/marketing/global-marketing-and-international-business>

5. In groups, discuss the following questions:

- What are the advantages of a company of expanding beyond the domestic market?
- What kind of problems do companies face when they go international?
- What methods can companies use to enter overseas markets?





HOMEWORK:

1. See example of SEGMENTATION, TARGETING AND POSITIONING OF VOLKSWAGEN GROUP:
<https://mpk732t22016clusterb.wordpress.com/2016/08/08/volkswagenpeoples-car-the-perfect-example-for-stp/>
3. Watch Volkswagen video: <https://www.youtube.com/watch?v=iPjvgXWA78E>
4. Watch a summary of STP: <https://www.youtube.com/watch?v=iGOW39GWDal>
5. Read: Keller, K.L., 2009. Building strong brands in a modern marketing communications environment. Journal of Marketing Communications 15, 139–155.
<https://pdfs.semanticscholar.org/f180/3ea131a96817d142900777cc1c73b41ee6c4.pdf>

CLASS 4: INTERNATIONAL MARKETING

1. Study the concepts of Segmentation, Targeting and Positioning (STP) Model. What are the advantages and Disadvantages?
-Refer to article: Segmentation, Targeting and Positioning (PDF)
2. In groups, look at the example of companies such as: Volkswagen and Coca Cola.
-What are their audiences?
-What themes and marketing strategies do they use?

ONGOING ASSESSMENT 2. In groups, provide an extra example of an international brand that has remained in the international market successfully. Explain

HOMEWORK

1. Write READING COMPREHENSION JOURNAL 2

WEEK 3: 18TH-23RD JANUARY, 2021





CLASS 5: BUSINESS MEETINGS

1. Types of Business meetings

[https://www.youtube.com/watch?v= BnfbXFbNQU](https://www.youtube.com/watch?v=BnfbXFbNQU)

2. Etiquette of Business meetings (Time, Code dress, Language style, Agenda, Gender)

2.1 Discuss the most important aspects of Business etiquette

<https://uni.edu/~schragec/Businessetiquette%20US.pdf>

2.2 Discuss the main concepts in Chapter 8: How Late is Late? The Culture Map by Erin Meyer

2.3 In groups, discuss each statement as a personal strength or weakness. Page 19

<http://www.futuremedia.com.au/docs/businessetiquette.pdf>

3. Does and donts in Business Meetings. Read and discuss:

<https://smallbusiness.chron.com/three-dos-donts-attending-business-meeting-21691.html>

HOMEWORK:

1. **AUDIO:** Listen to an example of how to introduce yourself in a business meeting:

<https://www.quickanddirtytips.com/business-career/public-speaking/how-to-introduce-yourself-in-a-meeting?page=1>





CLASS 6: BUSINESS PRESENTATIONS

BUSINESS PRESENTATIONS

1. *What makes a Business presentation effective and memorable? Refer to the first impression from the Introduce Yourself Audio*

2. *Strategies for Business Presentation (Organization, Timing, Verbal and Nonverbal communication, Visual aids)*

See: <http://mi.eng.cam.ac.uk/~cipolla/archive/Presentations/MakingPresentations.pdf>

See: <https://www.skillsyouneed.com/present/presentation-tips.html>

3. *Watch this presentation and discuss the strategies that the Speaker used:*

<https://www.youtube.com/watch?v=2-ntLGOyHw4>

HOMEWORK :

1. *Read: How Information Technology Has Revolutionized Business?*

<https://interestingengineering.com/how-information-technology-has-revolutionized-business>

2. *See examples of project management tools:*

<https://www.business2community.com/communications/5-best-tools-internal-business-communication-01950575>

WEEK 4: 25-30TH JANUARY, 2021

CLASS 7: INFORMATION TECHNOLOGY IN BUSINESS

1. *What is I.T? and why is it important in Business?*

2. *What is office automation?*

See: <https://www.youtube.com/watch?v=8cNJz8sHXWQ>

3. *Examples of Office automation tools*

See: <https://www.hitechnectar.com/blogs/types-office-automation-tools/>

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*

5. ONGOING ASSESSMENT 3: *In groups, prepare and present an example of an OFFICE AUTOMATION TOOL for next class*





CLASS 8: INFORMATION TECHNOLOGY AND REVIEW

1. Groups present Ongoing Assessment 3 about Office Automation tools
2. Students work in groups preparing their Marketing Project

HOMEWORK:

1. Read: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/accounting/accounting-cycle/>
2. Bring **A JOB AD** with a profile description of ONE of the following: Bookkeeper, Auditor, Senior accountant, Chief financial officer
Example: <https://onlinebusiness.northeastern.edu/blog/tax-auditor-career/>
3. Read: Public vs. Private Accounting: Definition and Key Differences
<https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/public-vs-private-accounting>

WEEK 5: 01-06TH FEBRUARY, 2021





CLASS 9: FINANCIAL AND ACCOUNTING INFORMATION

1. Profiles of private and public accountant

See: <https://targetjobs.co.uk/careers-advice/job-descriptions/276909-accountant-job-description>

2. What is the Accounting cycle

Read: "Preparing Financial Statements: the Balance Sheet" - page 9 to page 10.

See:

https://www.youtube.com/watch?v=QfOsRz8939w&list=PLDvzBZbWI_wQEItZyGismBahTGNFMfiN3

3. Vocabulary used in accounting samples

Read: "Basic Accounting Concepts and Assumptions" - page 4 to page 17.

See: <https://quizlet.com/212816752/chapter-3-the-accounting-cycle-vocabulary-flash-cards/>

4. ONGOING ASSESSMENT 4: In groups, write a cover letter to apply for an accounting job.

HOMEWORK:

1. Study more vocabulary related to Accounting

See: <https://www.fluentu.com/blog/business-english/english-for-accounting/>

CLASS 10: FINANCIAL AND ACCOUNTING INFORMATION

1. What are Financial Statements?

See: <https://www.youtube.com/watch?v=f-N2hVWvzaM>

Read: "Preparing Financial Statements: the Balance Sheet" - page 11 to page 29.

Read: : <https://accounting-simplified.com/financial/statements/types.html>

2. What are Financial statements for and how to use them?

Identify financial statements items

HOMEWORK:

1. International Financial Reporting Standards. Why do they matter?

<https://www.youtube.com/watch?v=gcqMqOBEDW0>

WEEK 6: 08-13TH FEBRUARY, 2021





CLASS 11: FINANCIAL AND ACCOUNTING INFORMATION

1. What are International Financial Reporting Standards? An Overview of International Financial Reporting Standards (IFRS)

Read: "The Move Toward International Accounting" - page 37 to page 46.

Go to: <https://www.accountingtools.com/articles/what-is-ifrs.html>

Go to: <https://www.ifrs.org/issued-standards/list-of-standards/>

2. In Groups, discuss the advantages and disadvantages of IFRS (DEBATE)

3. What are the International Standards on Auditing (ISA)

See: https://www.readyratios.com/reference/audit/international_standards_of_auditing_isa.html

4. Types of audit opinions: Identify types audit opinions according to formats

See: <https://insights.diligent.com/audit-reporting/understanding-four-types-audit-reports>

CLASS 12: REVIEW. Students work individually to write their journals and glossary

WEEK 7: 15-20TH FEBRUARY, 2021

CLASS 13: ELEVATOR PITCH

Presentations of Elevator Pitch

CLASS 14: ELEVATOR PITCH

Presentations of Elevator Pitch

WEEK 8: 22ND-27TH, FEBRUARY, 2021

CLASS 15: PRESENTATIONS OF MARKETING PLAN PROYECT

505 of the Groups (20 minutes max)

CLASS 16: PRESENTATION OF MARKETING PLAN PROYECT

50% of the Groups (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
SEDE RODRIGO FACIO		
01	Percival K. Aguilar Segura	percikelso@gmail.com
RECINTO PARAÍSO		
01	Susana Rivera Álvarez	susanarivera@hotmail.com

