



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA

**EAN**

Escuela de  
**Administración de  
Negocios**

## Programa de Curso

# DN-0114

# Comunicación Intercultural 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 “Comunicación Intercultural de los Negocios”**  
**III CICLO 2023**

**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>	4 horas	<b>Horas de laboratorio:</b>	0
		<b>Horas de práctica:</b>	2

**I. PROFESORES DEL CURSO**

GR	Docente	Horario Lectivo	Plataforma	Horario de Atención de Consultas
<b>SEDE RODRIGO FACIO</b>				
01	Aurora Gómez Jiménez	L-M: 17 - 19:50	Mediación Virtual	M: 15h-17h
02	Aurora Gómez Jiménez	K:17 - 19:50 y S:10am-12:50h	Mediación Virtual	S: 13h-15h

**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 Comunicación Intercultural 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

### 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. Guest speaker conference and forum	2-4	10%
3. Ongoing Assessment (minimum 2 activities)	1-6	20%
4. Marketing Group Project (progress report, final presentation, final document, team evaluation)	1-6	50%
<b>NOTA</b>		<b>100%</b>

### Rubro 1. Group Presentations of Business Theme (20%)

Los estudiantes en grupos de 4 personas como mínimo y 6 como máximo desarrollaran un tema del programa. La presentación consiste en introducir el concepto principal de la semana que les corresponde, presentar un reporte escrito 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: quizizz, menti.com, wheel spinning, genial.ly, crosswordlab.com, puzzle.org, wordlegame.org, celebriti, quizlet, mindmeister.com, kahoot, edpuzzle, boardgames, hangmanwords, 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. PARTICIPATION IN CONFERENCE AND FORUM (10%)

Durante el curso la /el profesor (a) compartirá una conferencia relacionada al tema de Intercultural Communication in the workplace and styles of meetings donde un(a) invitado (a) experto (a) desarrolla una charla por medio de la plataforma Zoom. Esta es una actividad de catedra. Su profesor/ra le facilitará el video cuando se acerque la fecha. La participación a esta actividad es obligatoria y tiene un valor de 5% por participar en la actividad y 5% por participar en el foro en mediación virtual posteriormente a la charla. Durante esta semana, la charla substituye la clase correspondiente a su horario respectivo.

### Rubro 3. ONGOING ASSESSMENT (20%)

El docente contará con diversas estrategias didácticas ( aula virtual, foros, comprobaciones de lectura, 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. Estas actividades de evaluación continua pueden ser individuales o grupales según lo establezca el docente. 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 (50%)

El docente asignará un mínimo de 4 y un máximo de 6 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 avance del documento (progress report 10%) con las primeras 3 secciones de la Guia de Trabajo Final. El documento final (10%) debe incluir las observaciones hechas por el docente y el resto de las secciones del plan de mercadeo. Al final del curso, los estudiantes realizan una presentación final (10%). 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 en equipo (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 (10%) 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	Day 1 January 02nd-06th, 2024	<p><b>ASYNCRONOUS CLASS (independent study time)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sign in mediacion virtual and read the <u>syllabus</u></li> <li>2. Watch video about cultural awareness in Business Communication <a href="https://www.youtube.com/watch?v=IH_O_KcseGU">https://www.youtube.com/watch?v=IH_O_KcseGU</a></li> <li>3. <b>Read Chapter 1:</b> Listening to the Air. Erin Meyer’s book: Culture Map</li> <li>4. Watch the video and think 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></li> <li>5. Record a <b>video in FLIPGRID</b> (3 minutes) to introduce yourself include: Name, career, occupation, main tasks at work, passion in life</li> <li>6. Do an INDIVIDUAL <b>DIAGNOSTIC TEST to see your English level</b> (Part I: vocabulary and Grammar and PART II: Listening) and upload a screenshot of the results in the google drive provided by the professor</li> </ol>
1	DAY 2 January 02nd-06th, 2024	THEME 1. INTERCULTURAL COMMUNICATION IN BUSINESS







		<p><b>ASYNCHRONOUS CLASS (Independent study time)</b></p> <p><b>1. Read Chapter 2</b> of the book: Culture Map.</p> <p>2. Read the 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. Watch: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=zQvqDv4vbEg">https://www.youtube.com/watch?v=zQvqDv4vbEg</a> (based on the reading "Looking Another Culture in the Eye")</p> <p>4. <b>FORUM</b> in mediación virtual. Write the description of your personal experience when you had a misunderstanding at work/university and using the strategies that you learned in Chapter 1 and 2 from the Culture Map how could this situation been solved differently. Be specific. <u>Write place, job tittle, stage in your career, people involved, type of misunderstandings, what happened at the end of the situation, alternative solution you can provide now.</u></p> <p><b>HOMEWORK:</b></p> <p>1. Read the articles:</p> <p>-*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></p> <p>-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></p> <p>-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></p>
2	<p><b>DAY 1</b>  <b>January 08th-13th, 2024</b></p>	<p><b>THEME 2. INTERCULTURAL MANAGEMENT</b></p>





		<p><b>SYNCHRONOUS CLASS ( ZOOM MEETING WITH PROFESSOR)</b></p> <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. Watch the video <a href="https://www.youtube.com/watch?v=7ZsN-ciuh0U&amp;t=1s">https://www.youtube.com/watch?v=7ZsN-ciuh0U&amp;t=1s</a></li> </ol> <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>
2	DAY 2 January 08th-13th, 2024	<b>THEME 2. INTERCULTURAL MANAGEMENT</b>
		<p><b>SYNCHRONOUS CLASS ( ZOOM MEETING WITH PROFESSOR)</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>HOMEWORK:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Read: 2023 Global Marketing Trends by Deloitte</li> </ol>
3	DAY 1 January 15 <sup>th</sup> -20th, 2024	<b>THEME 3. GLOBAL MARKETING</b>





		<p><b>SYNCHRONOUS CLASS ( ZOOM MEETING WITH PROFESSOR)</b></p> <p><b>*GROUP PRESENTATION #1</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?</p> <p>3. Brainstorm on the board examples of International Brands. What differentiate them from the competitors?</p> <p>4. 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>5. Watch Volkswagen video: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=IPjvgXWA78E4">https://www.youtube.com/watch?v=IPjvgXWA78E4</a>. 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>6. Study the concepts of Segmentation, Targeting and Positioning (STP) Model. What are the advantages</p> <p>7. Watch a summary of STP: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=iGOW39GWDal">https://www.youtube.com/watch?v=iGOW39GWDal</a> and Disadvantages?</p>
3	DAY 2 January 15 <sup>th</sup> - 20 <sup>th</sup> , 2024	<p><b>ASYNCHRONOUS CLASS (INDEPENDENT STUDY TIME)</b></p> <p><b>WORK SESSION PREPARE PROGRESS REPORT MEETING #1*</b>Work in your PROGRESS REPORT teams to build your marketing campaign plan. RECORD YOUR MEETING AND POST IT IN VIRTUAL CLASS.</p> <p><b>HOMEWORK</b></p> <p>1. Chapter 8: How Late is Late? The Culture Map by Erin Meyer.</p> <p>2. Watch Types of Business Presentations: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=BnfbXFbNQU">https://www.youtube.com/watch?v=BnfbXFbNQU</a></p>
4	DAY 1 January 22 <sup>nd</sup> - 27 <sup>th</sup> , 2024	<b>THEME 4: BUSINESS PRESENTATIONS ETIQUETTE</b>





		<p><b>GROUP PRESENTATION #2</b></p> <p>1. Types of Business meetings <a href="https://www.youtube.com/watch?v=_BnfbXFbNQU">https://www.youtube.com/watch?v=_BnfbXFbNQU</a></p> <p>2. Etiquette of Business meetings (Time, Code dress, Language style, Agenda, Gender)</p> <p>2.1 Discuss the most important aspects of Business etiquette</p> <p><a href="https://uni.edu/~schragec/Businessetiquette%20US.pdf">https://uni.edu/~schragec/Businessetiquette%20US.pdf</a></p> <p>2.2 Discuss the main concepts in Chapter 8: How Late is Late? The Culture Map by Erin Meyer</p> <p>3. Does and donts in Business Meetings. Read and discuss:</p> <p><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></p> <p>4. Strategies for Business Presentation (Organization, Timing, Verbal and Nonverbal communication, Visual aids)</p> <p>See: <a href="https://www.skillsyouneed.com/present/presentation-tips.html">https://www.skillsyouneed.com/present/presentation-tips.html</a></p> <p>5. Watch this presentation and discuss the strategies that the speaker used:</p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=2-ntLGOyHw4">https://www.youtube.com/watch?v=2-ntLGOyHw4</a></p> <p><b>HOMEWORK :</b></p> <p>1. Read: How Information Technology Has Revolutionized Business?</p> <p><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:</p> <p><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>
4	DAY 2 January 22nd-27 <sup>th</sup> , 2024	<b>ASYNCHRONOUS CLASS. VIRTUAL CONFERENCE</b>
		<p><b>*UPLOAD PROGRESS REPORT (10%)</b></p> <p><b>*Watch CONFERENCE and participate in FORUM (10%)</b></p>
5	DAY 1 January 29 <sup>th</sup> -February 03rd, 2024	<b>THEME 5. INFORMATION TECHNOLOGY IN BUSINESS</b>





		<p><b><u>GROUP PRESENTATION # 3</u></b></p> <p>1. What is I.T? and why is it important in Business?</p> <p>2. What is office automation?</p> <p>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</p> <p>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>
5	<p><b>DAY 2</b> January 29<sup>th</sup>- February 03<sup>rd</sup>, 2024</p>	<p><b>ASYNCHRONOUS CLASS</b></p> <p><b>THEME 5: INFORMATION TECHNOLOGY (10%)</b></p> <p><b>ONGOING ASSESSMENT: In groups, record and upload an example of an OFFICE AUTOMATION TOOL to share with professors and classmates</b></p>
6	<p><b>DAY 1</b> February 05<sup>th</sup>- 10<sup>th</sup>, 2024</p>	<p><b>THEME 6. FINANCIAL AND ACCOUNTING INFORMATION</b></p>
		<p><b>SYNCHRONOUS CLASS * GROUP PRESENTATION # 4</b></p> <p><b>GROUP PRESENTATION BUSINESS THEME #5:</b></p> <p><b>THE INTERNATIONAL CODE OF ETHICS FOR PROFESSIONAL ACCOUNTANTS</b></p> <p>1. Breaches to the Code of Ethics: Case Study</p> <p>See: <a href="https://aplusmag.goodbarber.app/home-order/c/0/i/59829007/source-1">https://aplusmag.goodbarber.app/home-order/c/0/i/59829007/source-1</a></p> <p>2. Ethical issues facing the Accounting Profession</p> <p>See: <a href="https://smallbusiness.chron.com/ethical-issues-facing-accounting-profession-18307.html">https://smallbusiness.chron.com/ethical-issues-facing-accounting-profession-18307.html</a></p> <p>2. What is the Accounting cycle?</p> <p>Read: "Preparing Financial Statements: the Balance Sheet" - page 9 to page 16.</p> <p>See: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=QfOsRz8939w&amp;list=PLDvzBZbWI_wQE1tZyGismBahTGNFMfIN3">https://www.youtube.com/watch?v=QfOsRz8939w&amp;list=PLDvzBZbWI_wQE1tZyGismBahTGNFMfIN3</a></p> <p>3. CLASS ACTIVITY: Vocabulary used in accounting samples</p> <p>Read: "Basic Accounting Concepts and Assumptions" (PDF) - page 4 to page 12.</p> <p>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>





6	DAY 2 February 05 <sup>th</sup> - 10 <sup>th</sup> , 2024	<b>THEME 6. FINANCIAL AND ACCOUNTING INFORMATION</b>
		<p><b>SYNCHRONOUS CLASS *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-ifrs.html">https://www.accountingtools.com/articles/what-is-ifrs.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>
7	DAY 1 February 12 <sup>th</sup> - 17 <sup>th</sup> , 2024	<p><b>ASYNCHRONOUS CLASS</b></p> <p><b>MARKETING PROJECT PLAN</b></p> <p>WORK SESSION FOR FINAL PROJECT MEETING #2 : *Work in your final project teams to build your marketing campaign plan. RECORD YOUR MEETING AND POST IT IN VIRTUAL CLASS.</p>
7	DAY 2 February 12 <sup>th</sup> - 17 <sup>th</sup> , 2024	<p><b>PRESENTATIONS OF MARKETING PLAN PROJECT</b></p> <p>Each Group presents 20 minutes max</p>
8	DAY 1 February 19 <sup>th</sup> - 24 <sup>th</sup> , 2024	<p><b>PRESENTATIONS OF MARKETING PLAN PROJECT</b></p> <p>Each Groups presents 20 minutes max</p>
8	DAY 2 February 19 <sup>th</sup> - 24 <sup>th</sup> , 2024	<p><b>FINAL GRADES</b></p>

## VIII. BIBLIOGRAFÍA

- ✓ *Batra, Rajeev & Zhang, Charles & Aydinoglu, Nilüfer & Feinberg, Fred. (2017). Positioning Multi-Country Brands: The Impact of Variation in Cultural Values and Competitive Set. Journal of*





Marketing Research. 54. 10.1509/jmr.13.0058.

- ✓ Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations: software of the mind: intercultural cooperation and its importance for survival*. 3rd ed. New York; London, McGraw-Hill
- ✓ Deloitte. (2023). *Global Marketing Trends*. Deloitte Insights.
- ✓ Rollinson, Derek. *Organisational Behaviour and Analysis: an Integrated Approach*. 4th ed. Harlow: Financial Times Prentice Hall, 2008. Print
- ✓ Martin, J. N., & Nakayama, T. K. (2022). *Experiencing intercultural communication: an introduction*. Seventh edition. New York, NY: McGraw-Hill.
- ✓ Meyer, E. (2014). *Culture Map*. Public Affairs, New York.
- ✓ May, Steve. (2006). *Case Studies in Organizational Communication: Ethical Perspectives and Practices*. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications. Print.
- ✓ 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>		
01-02	Aurora Gómez Jiménez	aurora.gomez@ucr.ac.cr

