



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”
II CICLO 2024

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:	4 horas	Horas de laboratorio:	0
		Horas de práctica:	2

I. PROFESORES DEL CURSO

GR	Docente	Horario Lectivo	Plataforma	Horario de Atención de Consultas
SEDE RODRIGO FACIO				
01	Prof. Aurora Gómez Jiménez	J: 16 a 18:50	Virtual	L: 16-17:30
02	Prof. Aurora Gómez Jiménez	V: 16 a 18:50	Virtual	L: 17-18:30
03	Prof. Aurora Gómez Jiménez	S: 10 a 12:50	Virtual	L:18-19:30
SEDE DEL CARIBE				
01	Prof. Andrés Shum	V 18- 20:50	Presencial	V: 16-17:30
RECINTO DE SANTA CRUZ				
01	Prof. Adriana s Rivas Loáiciga	V: 17:00 a 19:50	Presencial	J:17-19
SEDE DE OCCIDENTE				
01	Prof. Alexander León Chaves	V 18:00-20:50	Bimodal	K: 17- 19
SEDE DEL PACIFICO				
01	Prof. Morera Arias José Rodrigo	V 18:00-20:50	Altovirtual	J: 17 -19:00
RECINTO DE PARAISO				
01	Prof. Roberto Méndez Torres	V: 18:00 a 20:50	Presencial	J: 17 -19:00

Las siguientes son las fechas para los cursos bimodales y alto virtual:

MODALIDAD	Sesiones presenciales	Sesiones virtuales
BIMODAL	1-2-4-6-8-9-10-12-17	3-5-7-11-13-14-15-16-18
ALTO VIRTUAL	1-4-6-10-17	2-3-5-7-8-9-11-12-13-14-15-16-18

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.
- b) El profesorado promoverá el trabajo en equipo, en un plano de igualdad de oportunidades sin discriminación de ninguna especie de forma tal que se garantice un ambiente de diálogo y libre expresión de las ideas y opiniones.
- c) 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.
- d) Los estudiantes deberán leer con antelación los capítulos y las lecturas en idioma inglés asignadas en el cronograma para cada sesión, con el objetivo de orientar la discusión hacia la aplicación de los conceptos y teorías relacionadas a los contenidos del curso. Los reportes y la discusión en clase se realizarán en el idioma inglés, tomando en consideración las habilidades y nivel lingüísticos de cada estudiante. El profesor(a) podrá asignar la lectura de otros materiales complementarios.
- e) El docente contará con diversas estrategias didácticas para lograr involucrar al estudiante en la construcción del proceso de aprendizaje. Dichas estrategias buscan la participación activa de los estudiantes, con análisis significativo y argumentos bien elaborados para sostener sus posiciones. Las diversas estrategias se detallan en el apartado de sistema de evaluación.
- f) El curso utilizará 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.

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%
NOTA		100%

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, nearpod, blooket, 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, quizes de 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 Guía 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 10, máximo de páginas 15 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 específica 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	August 12-17 , 2024	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presentation of the program and syllabus 2. Students introduce themselves and comment their expectations for the course <p>2. Watch video about cultural awareness in Business Communication https://www.youtube.com/watch?v=IH_O_KcseGU</p> <p>3..Discuss Book: Communication for Business Professionals. Chapter 10: Intercultural and International Communication pages 245-267</p> <p>4. Watch the video and think how this applies to business: https://www.youtube.com/watch?v=2xJ_hbD4TQA&t=18s</p> <p>5. Discuss Chapter 1 and 10: from Book: Communicate with Business Professionals What is Communication? What are the essential components of communication? What is Intercultural Communication? What are some cultural characteristics?</p> <p>Homework:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Read Chapter 1 and 10. Book: Communicate with Business Professionals (Review) 2. Read Introduction: Navigating Cultural Differences (p. 1-27) Book: The Culture Map: 3. INDIVIDUAL DIAGNOSTIC TEST to see your English level (Part I: vocabulary and Grammar and PART II: Listening) and upload a screenshot of the results in the google drive provided by the professor
		THEME 1. INTERCULTURAL COMMUNICATION IN BUSINESS





2	August 19-24th, 2024	<p>* Students decide Groups for Business Theme</p> <p>*Professor decides Groups for Marketing Project</p> <p>1.Review the concept of Intercultural Communication</p> <p>2. Discuss Book: The Culture Map: Introduction: Navigating Cultural Differences (p. 1-27)</p> <p>3.Read the article: Looking another culture in the Eye https://www.nytimes.com/2014/09/14/jobs/looking-another-culture-in-the-eye.html</p> <p>3.Watch: https://www.youtube.com/watch?v=zQvqDv4vbEg (based on the reading "Looking Another Culture in the Eye")</p> <p>4. Discuss cultural elements that could cause misunderstandings at work using the Cultural Dimensions in The Culture Map -Introduction. Give specific examples from Costa Rica and other countries. Use the country comparison chart. See: https://www.hofstede-insights.com/country-comparison-tool</p> <p>HOMEWORK:</p> <p>1.Read Book Communication for Business Professionals pages 233-238: Conflict in the Work Environment</p> <p>2.FORUM in mediación virtual. Write the description of your personal experience when you had a misunderstanding at work/university and using the strategies. How could this situation been solved differently. Be specific. Write place, job title, stage in your career, people involved, type of misunderstandings, what happened at the end of the situation, alternative solution you can provide now. Justify your answer with the literature here.</p> <p>3.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</p> <p>4 .The 14 Qualities of Great Leaders https://hrdailyadvisor.blr.com/2014/04/11/the-14-qualities-of-great-leaders-how-many-do-you-have/</p>
3	August 26-31st, 2024	THEME 2. INTERCULTURAL MANAGEMENT
		<p>ASYNCHRONOUS CLASS</p> <p>VIRTUAL CONFERENCE ABOUT INTERCULTURAL MANAGEMENT AND PARTICIPATE IN VIRTUAL FORUM IN MEDIACION VIRTUAL (10%)</p> <p>Homework:</p> <p>1.Read. Chapter 4: How much respect do you want? Book: The Culture Map</p> <p>2. Read Book: Communication for Business Professionals pages 298-299</p>
4	September 02nd-13th, 2024	THEME 2. INTERCULTURAL MANAGEMENT





		<p>*GROUP PRESENTATION #1: INTERCULTURAL MANGEMENT</p> <p>Based on the texts on 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 about the following questions:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. What is Intercultural Management? 2. What are the qualities of a good manager? Provide examples 3. What is the sandwich approach? Watch the video https://www.youtube.com/watch?v=7ZsN-ciuH0U&t=1s 4. Discuss Chapter 4 from the Culture Map : How much respect do you want? 5. . Read and discuss: Getting to Si, Ja, Oui, Hai, and Da https://hbr.org/2015/12/getting-to-si-ja-oui-hai-and-da 6.What is the difference between PERSUASION VS. NEGOTIATION. See: 15 Tactics For Successful Business Negotiations https://www.forbes.com/sites/allbusiness/2016/09/16/15-tactics-for-successful-business-negotiations/#6bd9caff2528 <p>HOMEWORK:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Read Chapter 12: Social Media and Communication. Book: Communication for Business Professionals 2. Read: A Brief Summary of Marketing and How it works? https://www.cim.co.uk/media/4772/7ps.pdf
5	September 9-14th, 2024	THEME 3. GLOBAL MARKETING





		<p>1. What is International Marketing? Watch video: https://www.cleverism.com/global-marketing-strategies/</p> <p>2. What are Global Marketing Trends?</p> <p>3. Discuss A Brief Summary of Marketing and How it works? https://www.cim.co.uk/media/4772/7ps.pdf</p> <p>4. Brainstorm on the board examples of International Brands. What differentiate them from the competitors?</p> <p>5. Discuss the concepts of Segmentation, Targeting and Positioning (STP) Model Watch a summary of STP: https://www.youtube.com/watch?v=iGOW39GWDal</p> <p>6. Analyze this example of VOGSWAGEN: https://mpk732t22016clusterb.wordpress.com/2016/08/08/volkswagenpeoples-car-the-perfect-example-for-stp/ and watch Volkswagen video: https://www.youtube.com/watch?v=IPjvgXWA78E</p> <p>7. Watch this video with examples of 13 Businesses with Brilliant Global Marketing Strategies https://blog.hubspot.com/marketing/global-marketing-and-international-business</p> <p>Homework: 1. Read: 2023 Global Marketing Trends by Deloitte (Group Presentation) https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/articles/us175825_gmt2023/pdf/DI_GMT-2023.pdf</p>
		THEME 3. GLOBAL MARKETING
6	September 16-21st, 2024	<p>GROUP PRESENTATION #2: GLOBAL MARKETING (Deloitte's Report)</p> <ol style="list-style-type: none"> Why is it important to take into account cultural differences in Marketing campaigns? Marketing Mix: The 7Ps of marketing are product, price, place, promotion, people, process and physical evidence Discuss in class CASE STUDY: ROLEX BRAND STRATEGY See: https://thirdeyblindproductions.com/marketing-strategy-of-rolex/ Discuss examples of successful and unsuccessful marketing campaigns: DOVE, McDonalds and OREOS
7	September 23 rd -28th, 2024	THEME 3. GLOBAL MARKETING
		<p>ASYNCHRONOUS CLASS</p> <p>WORK SESSION PREPARE PROGRESS REPORT MEETING #1*Work in your PROGRESS REPORT teams to build your marketing campaign plan. RECORD YOUR MEETING AND POST IT IN VIRTUAL CLASS.</p>





8	September 30th-October 05th, 2024	THEME 4: BUSINESS MEETINGS
		<p>*UPLOAD PROGRESS REPORT (10%)*</p> <p>GROUP PRESENTATION # 3 BUSINESS MEETINGS</p> <p>1. Types of Business meetings https://www.youtube.com/watch?v=_BnfbXFbNQU</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>https://uni.edu/~schragec/Businessetiquette%20US.pdf</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>https://smallbusiness.chron.com/three-dos-donts-attending-business-meeting-21691.html</p> <p>HOMEWORK:</p> <p>1. Read Chapter 6: Developing Presentations. Book Communication for Business Professionals.</p>
9	October 07 th -12th, 2024	BUSINESS PRESENTATIONS
		<p>1.Types of Business Presentations</p> <p>Watch Types of Business Presentations: https://www.youtube.com/watch?v=_BnfbXFbNQU</p> <p>2.Discuss Chapter 6: Developing Presentations Watch this presentation and discuss the strategies that the speaker used:</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=2-ntLGOyHw4</p> <p>3.Strategies for Business Presentation (Organization, Timing, Verbal and Nonverbal communication, Visual aids)</p> <p>See: https://www.skillsyouneed.com/present/presentation-tips.html</p> <p>HOMEWORK :</p> <p>1. The Role of Information Technology in Business</p> <p>https://zenodo.org/record/1461278/files/75-79.pdf</p> <p>2. Read McKinsey Digital. Technology Trends Outlook (Group Presentation #4)</p> <p>https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/business%20functions/mckinsey%20digital/our%20insights/mckinsey%20technology%20trends%20outlook%202023/mckinsey-technology-trends-outlook-2023-v5.pdf</p>





		THEME 5. INFORMATION TECHNOLOGY IN BUSINESS
10	October 14-19, 2024	<p>GROUP PRESENTATION # 4 IT IN BUSINESS (McKinsey Digital. Technology Trends Outlook)</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. Read: How Information Technology Has Revolutionized Business? https://interestingengineering.com/how-information-technology-has-revolutionized-business 5. See examples of project management tools: https://www.business2community.com/communications/5-best-tools-internal-business-communication-01950575 6. Discuss Book: Communication for Business Professionals Chapter 12 : Digital Media and Communication
11	October 21 st -26th, 2024	<p>ASYNCHRONOUS CLASS</p> <p>THEME 5: INFORMATION TECHNOLOGY</p> <p>ONGOING ASSESSMENT: In groups, record and upload an example of an OFFICE AUTOMATION TOOL to share with professors and classmates</p> <p>Homework: Work in your Marketing Project</p>
		THEME 6. ETHICS IN ACCOUTNING





12	October 28 th - Nov 02nd, 2024	<p>GROUP PRESENTATION BUSINESS THEME #5:</p> <p>THE INTERNATIONAL CODE OF ETHICS FOR PROFESSIONAL ACCOUNTANTS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. What is the International Code of Ethics for Professional Accountants https://www.ifac.org/flysystem/azure-private/publications/files/IESBA-Handbook-Code-of-Ethics-2018.pdf 2. Breaches to the Code of Ethics: Case Study See: https://www.ccab.org.uk/wp-content/uploads/2022/02/2022CCABEG-Case-Studies-Professional-Accountants-in-Public-Practice-Final.pdf 3. Discuss Ethical issues facing the Accounting Profession See: https://smallbusiness.chron.com/ethical-issues-facing-accounting-profession-18307.html <p>Homework: Work in your Marketing Project</p>
		THEME 6. FINANCIAL AND ACCOUNTING INFORMATION
15	November 04 th - 09th, 2024	<p>GROUP PRESENTATION #6 (IFRS Case study in Latin America)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. What are International Financial Reporting Standards? An Overview of International Financial Reporting Standards (IFRS) Go to: https://www.accountingtools.com/articles/what-is-ifs.html Go to: https://www.ifrs.org/issued-standards/list-of-standards/ 2. IFRS in BRAZIL. Discussion about article: See: International Financial Reporting Standards adoption and information quality: Evidence from Brazil 3. In Groups, discuss the advantages and disadvantages of IFRS (DEBATE) 4. 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
16	November 11- 16th, 2024	<p>ASYNCHRONOUS CLASS</p> <p>MARKETING PROJECT PLAN</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>





17	November 18 th - 23rd, 2024	PRESENTATIONS OF MARKETING PLAN PROJECT Each Group presents 20 minutes max
18	November 25th- 30th, 2024	PRESENTATIONS OF MARKETING PLAN PROJECT Each group presents 20 minutes max
19	November 02 nd - 07th, 2024	FINAL GRADES

VIII. BIBLIOGRAFÍA

- ✓ *Deloitte. (2023). Global Marketing Trends. Deloitte Insights.*
- ✓ *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*
- ✓ *International Federation of Accountants (2018). Handbook of the International Code of Ethics. New York, USA*
- ✓ *Rollinson, Derek. Organisational Behaviour and Analysis: an Integrated Approach. 4th ed. Harlow: Financial Times Prentice Hall, 2008. Print*
- ✓ *Simon David, Roch Shauna, Grimes Michelle (2018) . Communication for Business Professionals BCCampus ; Publisher, eCampusOntario,*
- ✓ *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.*
- ✓ *McKinsey Digital (2023). Technology Trends Outlook 2023. London, UK*
- ✓ *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)

SEDE	DOCENTE	CORREO
SEDE RODRIGO FACIO		
San Pedro	Aurora Gómez Jiménez	aurora.gomez@ucr.ac.cr
Caribe	Andrés Shum	andres.shum@ucr.ac.cr
Santa Cruz	Adriana Rivas	adriana.rivasloaiciga@ucr.ac.cr
Pacífico	José Rodrigo Morera Arias	jose.moreraarias@ucr.ac.cr
Occidente	Alexander León Chaves	alexander.leon@ucr.ac.cr
Paraiso	Roberto Méndez Torres	roberto.mendeztorres@ucr.ac.cr

