

GLOSARIO

- **Acuerdos :**

“Resolución unánime o por mayoría fruto de un negociación o reunión.”

Diccionario de Economía y Negocios (1999), Madrid, Espasa - Calpe.

- **Códigos :**

“ Signos y símbolos, debidamente estructurados para formular y comprender mensajes.”

Ignacio H. De La Mota (1988), Diccionario de la comunicación, Madrid, Paraninfo.

- **Compañía Global :**

“ Organizaciones que tiene un número significativo de operaciones a través de varias naciones pero con jefatura en una sola nación.”

“ Una compañía global es una compañía que comercializa un producto estandarizado mundialmente y solo concede las mínimas adaptaciones a las condiciones y a los gustos locales país por país. Sus estrategias financieras, de mercadotecnia, y de comunicación son globales con poca diferenciación según los países o las áreas donde se produce”.

Pearson Frederic S., Rochester J. Martin (2000), Relaciones internacionales: situación global en el siglo XXI, Sante Fe de Bogota, Mc Graw-Hill, p.635.

● **Comprensión :**

“ Facultad, capacidad o perspicacia para entender y penetrar las ideas y las cosas.”

Ignacio H. De La Mota (1988), Diccionario de la comunicación, Madrid, Paraninfo.

● **Cooperación :**

“ Acción de cooperar.// Acción simultánea de dos o más agentes que obran juntos. Operar juntamente con cualquier otra persona [...] para la obtención del fin social común.”

“ Obrar juntamente con otro ú otros para un mismo fin ó contribuyendo al éxito de una misma cosa.”

Enciclopédico Universal Ilustrada (1957), Espasa Calpe, Madrid, p.329,330.

● **Educación :**

1. Acción de desarrollar las facultades morales, físicas e intelectuales; su resultado.
2. Conocimiento y práctica de los usos (cortesía, buenas maneras, etc.) de la sociedad.

Dictionnaire Universel Francophone (1988), Paris, Hachette Edicef.

● **Estereotipo :**

“ Imagen global, no fundamentada científicamente, más pasional que racional, con que se pretende definir, tipificar y caracterizar a la generalidad de los individuos de una raza, un pueblo, un grupo social, una corporación profesional, etc.”

Dictionnaire Universel Francophone (1988), Paris, Hachette Edicef.

● **Globalización :**

“La producción y distribución de productos y servicios homogéneos en cuanto a su tipo y calidad con una base a escala mundial.”

Hodgetts, Luthans (1985), Organizational Behaviour Modification and beyond : an operant and social learning approach, Glenview Ill, Scott, Foresman, p.573.

● **Idioma :**

a) “ Cada idioma tiene su propia gramática y su propia visión del mundo.”

b) “ Cada uno entiende las palabras a su manera.”

c) “ El idioma es más que un instrumento, es un mundo que la mente entiende entre ella y los objetos.”

Whorf (1971), Lenguaje, pensamiento y realidad: selección de escritos, Barcelona, Barral Editores, 1ª edición.

● **Información :**

a) “ Conocimiento que se tiene de algo.”

b) “ Noticia dada por cualquier medio de comunicación.”

Ramón García-Pelayo y Gross (1958), Diccionario Enciclopédico, Paris, Libreria Larousse.

● **Lenguaje :**

a) “ Cualquier sistema de signos usado por el hombre para el ejercicio de dicha capacidad: el lenguaje oral, escrito, visual.”

Quillet (1976), Diccionario, Enciclopédico, México, Editorial Cumbre S.A, p. 672.

b) “ El lenguaje está relacionado con la cultura. Refleja el entorno, los valores.”

J.Médina, C.Morali, A.Sénik, Philosophie, Paris, Larousse.

● **Norma :**

“ Pauta, regla que determina cómo debe de hacerse una cosa, qué características debe tener y qué conducta debe seguir.”

Diccionario Enciclopédico (1976), México, Editorial Cumbre S.A, p.1318.

● **Percepción :**

“ Conocimiento directo de los objetos y acontecimientos a través de los sentidos.”

“ La percepción está íntimamente unida a nuestra experiencia de modo que es imposible percibir algo sin relacionarlo con ella.”

Enciclopedia Ilustrada (1974), Edición Cumbre, México.

● **Relación :**

“Conexión, correspondencia, trato, comunicación de una persona con otra.”

Quillet (1976), Diccionario, Enciclopédico, México, Editorial Cumbre S.A, p. 672.