



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS

ESCUELA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

1. Datos generales

Materia: CROSS-CULTURAL COMMUNICATION
Código: ESI0021
Paralelo: B
Periodo: Septiembre-2022 a Febrero-2023
Profesor: CARR ANNE
Correo electrónico: acarr@uazuay.edu.ec

Nivel: 5

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 64		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
64	32	0	64	160

Prerrequisitos:

Código: ESI0016 Materia: ADVANCED ORAL COMMUNICATION SKILLS AND COMPOSITION
 Código: UID0400 Materia: INTERMEDIATE 2

2. Descripción y objetivos de la materia

La asignatura pretende vincular a los estudiantes con los debates contemporáneos sobre comunicación intercultural y la comprensión de la cultura y la diversidad, propiciando herramientas teóricas y metodológicas que les permita ejercer su profesión en el marco de la construcción de verdaderas relaciones interculturales.

En un mundo marcado por la eliminación de las fronteras nacionales y el incremento de las relaciones transnacionales, conocimientos sobre la comunicación intercultural son fundamentales para la formación de los futuros profesionales en Relaciones Internacionales. La comunicación no atraviesa exclusivamente por los sistemas verbales del lenguaje sino que implica percepciones y formas particulares y diversas de comprender el mundo y habitarlo; en tal sentido, el diálogo intercultural es fundamental no solo para el relacionamiento entre pueblos y la mitigación de los conflictos, sino también para promover y fomentar el pluralismo y la diversidad cultural.

Esta materia se construye sobre las bases gramaticales, conversacionales y de redacción aprendidas en materias de inglés antecedentes. Proporciona herramientas conceptuales para cuestiones de negociación internacional, diplomacia y derecho internacional.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible



4. Contenidos

1.	Introducción a la cultura
1.1.	Definiciones de cultura, funciones, límites
1.2	Inteligencia cultural
2.	Modelos generales de la cultura: Dimensiones de diferencia cultural
2.1	Introducción a las diferencias culturales
2.1.1.	El modelo de Adler
2.1.2.	El modelo de Hostede

2.1.3.	El modelo de Weaver
2.1.4.	El modelo de Tonnies
3.	Interactuando a través de la cultura
3.1.	¿Qué es una sociedad multicultural?
3.2.	Una nueva filosofía de Marketing: Valorar a los consumidores y compartir sus valores
4.	Identidad del Consumidor en una sociedad multicultural: Identidades culturales
4.1.	Consumismo y expresiones de identidad social y valores del consumidor
4.2.	El Marketing como un medio de intercambio cultural y económico
4.3.	El significado de las instituciones mediáticas y sus representaciones en una sociedad multicultural,
4.4.	La visión Americana de sí misma e identidad social
4.5.	Culturas Americanas y Subculturas en América
5.	Latinos en Estados Unidos
5.1.	Diferencias entre Hispanos y Latinos
5.2.	Orígenes de los Latinos en Estados Unidos
5.3.	Uso de la Lengua y aculturación
5.4.	Familia, Iglesia y Lengua como símbolos de la cultura Latina
6.	Afro-Americanos: Raíces étnicas, Diversidad Cultural,
6.1.	El mito de la raza, la realidad del prejuicio racial,
6.2.	Diversidad Afro-Americana
6.3.	Identidad étnica y valores culturales Afro-Americanos
7.	Americanos Gay: Orientación Sexual como límite comunitario
7.1.	Asuntos de identidad: Ser gay o lesbiana en un mundo heterosexual,
7.2.	Geografía, estilos de vida, y política gay
7.3.	Comunidades de gays unidas a favor de sus derechos,
8.	Americanos Asiáticos: En busca del sueño Americano
8.1.	América Asiática: Diversidad de culturas, recursos y experiencias

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

aj. Conocer la realidad jurídica, política y económica de los países y su influencia en las relaciones internacionales

Evidencias

-Aplicar un modelo de contraste cultural a varios contextos de negociación

-Evaluación escrita
-Evaluación oral
-Trabajos prácticos -
productos

-Conocer cómo incide la cultura en la manera de percibir, procesar y actuar según información que se recibe

-Evaluación escrita
-Evaluación oral
-Trabajos prácticos -
productos

-Exponer sobre los retos y las estrategias sugeridas para interactuar a través de las culturas desde las perspectivas identitarias

-Evaluación escrita
-Evaluación oral
-Trabajos prácticos -
productos

ba. Comunicarse con fluidez y precisión en español y en un idioma extranjero, de forma oral y escrita

-Exponer de forma fluida sobre las lecturas e investigación propia sobre el tema de comunicación intercultural

-Evaluación escrita
-Evaluación oral
-Trabajos prácticos -
productos

-Interactuar de forma comprensible de manera oral y escrita en inglés dentro

-Evaluación escrita

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

del aula

Evidencias

-Evaluación oral
-Trabajos prácticos -
productos

-Poder elaborar redacciones analíticas en inglés con formato de cita APA que demuestren capacidad expresiva en el idioma extranjero así como capacidad organizativa y analítica del contenido

-Evaluación escrita
-Evaluación oral
-Trabajos prácticos -
productos

bb. Aplicar técnicas que permiten una comprensión lectora profunda de los textos en español y/o un idioma extranjero

-Demostrar por medio de prueba el hecho de haber leído y entendido la lectura asignada para cualquier clase.

-Evaluación escrita
-Evaluación oral
-Trabajos prácticos -
productos

-Poder leer, digerir y exponer sobre lecturas sustanciales sobre el tema de la comunicación intercultural

-Evaluación escrita
-Evaluación oral
-Trabajos prácticos -
productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	group presentation	Introduccion a la cultura, Modelos generales de la cultura: Dimensiones de diferencia cultural	APORTE	10	Semana: 9 (14-NOV-22 al 16-NOV-22)
Evaluación oral	evaluacion oral	Identidad del Consumidor en una sociedad multicultural: Identidades culturales, Interactuando a través de la cultura, Latinos en Estados Unidos	APORTE	10	Semana: 14 (19-DIC-22 al 22-DIC-22)
	evaluacion oral	Afro-Americanos: Raíces étnicas, Diversidad Cultural,, Americanos Asiáticos: En busca del sueño Americano, Americanos Gay: Orientación Sexual como límite comunitario	APORTE	10	Semana: 17-18 (08-01-2023 al 21-01-2023)
Evaluación escrita	examen escrita	Afro-Americanos: Raíces étnicas, Diversidad Cultural,, Americanos Asiáticos: En busca del sueño Americano, Americanos Gay: Orientación Sexual como límite comunitario, Identidad del Consumidor en una sociedad multicultural: Identidades culturales, Interactuando a través de la cultura, Introduccion a la cultura, Latinos en Estados Unidos, Modelos generales de la cultura: Dimensiones de diferencia cultural	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (22-01-2023 al 28-01-2023)
Evaluación escrita	examen escrita	Afro-Americanos: Raíces étnicas, Diversidad Cultural,, Americanos Asiáticos: En busca del sueño Americano, Americanos Gay: Orientación Sexual como límite comunitario, Identidad del Consumidor en una sociedad multicultural: Identidades culturales, Interactuando a través de la cultura, Introduccion a la cultura, Latinos en Estados Unidos, Modelos generales de la cultura: Dimensiones de diferencia cultural	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
To achieve cross-cultural competence students will read, access online sites and practice assigned activities.	Autónomo
Course content will be through slides, video, online sites and individual and group written and oral activities and presentations.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Students will study independently and in groups on assigned readings and tasks. They will use professor directed rubrics to self-evaluate in process	Autónomo
Students will be evaluated with rubrics on individual and group written and oral assignments and participation in forums.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
THARP, MARYE C.	Sage Publications, Inc	MARKETING AND CONSUMER IDENTITY IN MULTICULTURAL AMERICA	2001	0761911022
Ang, S.	International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences	Cultural Intelligence & Competencies	2015	

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Autor	Título	Url
Minoja, M., Kocallari, U., Caviicchioli, M.	Exploring differences of corporate social responsibility perceptions & expectations between eastern and western countries: emerging patterns and managerial implications	https://doi.org/10.1177/14705958221112253 International Journal of Cross Cultural Management
Hostfede, Geert	Hostfede insights	https://www.hofstede-insights.com/
Aririguzoh, Stella	Communication competencies, culture and SDGs: effective processes to cross-cultural communication	https://www.nature.com/articles/s41599-022-01109-4

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **13/09/2022**

Estado: **Aprobado**