



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS

ESCUELA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

1. Datos generales

Materia: CROSS-CULTURAL COMMUNICATION

Código: ESI0021

Paralelo:

Periodo : Septiembre-2020 a Febrero-2021

Profesor: MARTINEZ SOJOS MONICA ALEXANDRA

Correo electrónico mmartinez@uazuay.edu.ec

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

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.

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.

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. Contenidos

1.	Introducción a la cultura
1.1.	Definiciones de cultura, funciones, límites (10 horas)
1.2.	Inteligencia cultural (3 horas)
2.	Modelos generales de la cultura: Dimensiones de diferencia cultural
2.1.	Introducción a las diferencias culturales (3 horas)
2.1.1.	El modelo de Adler (2 horas)
2.1.2.	El modelo de Hostede (2 horas)
2.1.3.	El modelo de Weaver (2 horas)
2.1.4.	El modelo de Tonnies (2 horas)
3.	Interactuando a través de la cultura
3.1.	¿Qué es una sociedad multicultural? (3 horas)
3.2.	Una nueva filosofía de Marketing: Valorar a los consumidores y compartir sus valores (2 horas)
4.	Identidad del Consumidor en una sociedad multicultural: Identidades culturales
4.1.	Consumismo y expresiones de identidad social y valores del consumidor (1 horas)
4.2.	El Marketing como un medio de intercambio cultural y económico (1 horas)
4.3.	El significado de las instituciones mediáticas y sus representaciones en una sociedad multicultural, (2 horas)
4.4.	La visión Americana de sí misma e identidad social (1 horas)
4.5.	Culturas Americanas y Subculturas en América (1 horas)
5.	Latinos en Estados Unidos

5.1.	Diferencias entre Hispanos y Latinos (2 horas)
5.2.	Orígenes de los Latinos en Estados Unidos (2 horas)
5.3.	Uso de la Lengua y aculturación (3 horas)
5.4.	Familia, Iglesia y Lengua como símbolos de la cultura Latina (2 horas)
6.	Afro-Americanos: Raíces étnicas, Diversidad Cultural,
6.1.	El mito de la raza, la realidad del prejuicio racial, (3 horas)
6.2.	Diversidad Afro-Americana (2 horas)
6.3.	Identidad étnica y valores culturales Afro-Americanos (4 horas)
7.	Americanos Gay: Orientación Sexual como límite comunitario
7.1.	Asuntos de identidad: Ser gay o lesbiana en un mundo heterosexual, (3 horas)
7.2.	Geografía, estilos de vida, y política gay (4 horas)
7.3.	Comunidades de gays unidas a favor de sus derechos, (4 horas)
8.	Americanos Asiáticos: En busca del sueño Americano
8.1.	América Asiática: Diversidad de culturas, recursos y experiencias (4 horas)
8.2.	Tradiciones (4 horas)
8.3.	Uniando dos culturas (4 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
aj. Conocer la realidad jurídica, política y económica de los países y su influencia en las relaciones internacionales	
-Aplicar un modelo de contraste cultural a varios contextos de negociación	-Evaluación escrita
-Conocer cómo incide la cultura en la manera de percibir, procesar y actuar según información que se recibe	-Evaluación oral
-Exponer sobre los retos y las estrategias sugeridas para interactuar a través de las culturas desde las perspectivas identitarias	-Evaluación escrita
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
-Interactuar de forma comprensible de manera oral y escrita en inglés dentro del aula	-Evaluación oral
-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
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.	-Trabajos prácticos - productos
-Poder leer, digerir y exponer sobre lecturas sustanciales sobre el tema de la comunicación intercultural	-Evaluación oral

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	prueba oral		APORTE DESEMPEÑO	3	Semana: 3 (05/10/20 al 10/10/20)
Evaluación oral	oral		APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 5 (19/10/20 al 24/10/20)
Evaluación oral	trabajo oral		APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 7 (04/11/20 al 07/11/20)
Trabajos prácticos - productos	trabajos		APORTE DESEMPEÑO	3	Semana: 9 (16/11/20 al 18/11/20)
Evaluación escrita	ensayo		EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Evaluación oral	defensa		EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25/01/21 al 30/01/21)
Evaluación escrita	ensayo		SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Evaluación oral	defensa		SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25/01/21 al 30/01/21)

Criterios de Evaluación

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
THARP, MARYE C.	Sage Publications, Inc	MARKETING AND CONSUMER IDENTITY IN MULTICULTURAL AMERICA	2001	0761911022

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Fecha aprobación: 14/09/2020

Estado: Aprobado

Director/Junta