UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

1. Datos generales

Materia: ANTROPOLOGÍA CULTURAL

Código: FAD0131

Paralelo:

Periodo : Septiembre-2017 a Febrero-2018

Profesor: MALO MARTINEZ ANA ISABEL

Correo electrónico anismalo@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
3				3

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

La Antropología cultural proporciona a los estudiantes de la carrera de Ingeniería de Marketing, una perspectiva tanto global como comparativa de los rasgos culturales que se presentan en los diferentes segmentos de población, situación que permite desarrollar e implementar con mayor precisión los diferentes programas empresariales destinados fundamentalmente a mejorar las ventas; al mismo tiempo que permite tener una visión de proceso de los cambios en los gustos y preferencias de los consumidores, lo que permite proyectar las políticas de la empresa a futuro.

Durante el período lectivo que tiene una duración de 48 horas de clase, se pretenden abordar los conceptos básicos de temas como la Antropología y sus aplicaciones; los códigos éticos y los métodos de investigación en la Antropología; la cultura; etnicidad; raza; Lenguaje y comunicación; sistemas políticos; familias, parentesco y filiación; el sistema mundial moderno, considerados como los más importantes para el desarrollo de la cátedra.

Los conceptos y herramientas de la antropología, permiten al estudiante tener más elementos de juicio cuando estudian asignaturas relacionadas con el diseño y la formulación de proyectos; la segmentación de mercados; el diseño de nuevos productos, así como sus planes de mercadeo.

3. Contenidos

01	**Aproximación a la Antropología Cultural**
1.1	El ámbito de la antropología (2 horas)
1.2	División de la antropología general (1 horas)
1.3	La antropología y su relación con otras ciencias (1 horas)
1.4	Método de la antropología: Etnografía - Etnología (2 horas)
1.5	Perspectiva y enfoque antropológico: Relativismo Cultural y Visión Holística (2 horas)
02	**Visión antropológica de la Cultura**
2.1	El concepto antropológico de la cultura (2 horas)
2.2	Definición de cultura (1 horas)
2.3	Cultura y simbolo (1 horas)
2.4	Niveles de cultura (2 horas)
2.5	Etnocentrismo (2 horas)
03	**Antropología y cambio cultural**
3.1	Antropología y cambio cultural: proceso de aculturación, asimilación, sincretismo (5 horas)
04	**Antropología - Diversidad**
4.1	Alternativas culturales frente a la diversidad: multiculturalismo ¿ interculturalidad (3 horas)
4.2	Grupos étnicos - etnicidad (2 horas)
4.3	Género (2 horas)
05	**La antropología simbólica**

5.1	El hombre como animal simbólico (2 horas)
5.2	Comunicación y lenguaje (2 horas)
5.3	Origne del mito (1 horas)
5.4	Celebración del rito (1 horas)
06	Antropología y familia
6.1	Matrimonio, incesto y exogamia (2 horas)
6.2	Endogamia (2 horas)
6.3	Matrimonio: alianza y pluralidad. Divorcios (2 horas)
07	Antropología Urbana
7.1	La ciudad como espacio de significación (2 horas)
7.2	Tribus urbanas (3 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
bj. Realiza aprendizaje continuo para desarrollar nuevas competencias.	
-Conoce las áreas en las que requiere actualizar constantemente los conocimientos.	-Evaluación escrita -Investigaciones -Reactivos
-Conoce los cambios culturales que se dan en la sociedad, en beneficio de desarrollar nuevos emprendimientos.	-Evaluación escrita -Investigaciones
bp. Conoce conceptos científicos básicos sobre antropología cultural.	
-Analiza y entiende la sociedad y la cultura humanas a través de las similitudes y diferencias que se presentan.	-Evaluación escrita -Investigaciones
-Evalúa la utilización del conocimiento científico de la antropología.	-Investigaciones
bq. Conoce y aplica las herramientas básicas para la investigación etnografica relacionada al Marketing	
-Conoce y aplica las técnicas de investigación etnográfica.	-Evaluación escrita -Investigaciones
-Evalúa la utilización de la investigación etnográfica en el campo del Marketing.	-Evaluación escrita -Investigaciones

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	Reactivos		APORTE 1	10	Semana: 2 (02/10/17 al 07/10/17)
Evaluación escrita	Evaluación escrita		APORTE 2	10	Semana: 6 (30/10/17 al 01/11/17)
Investigaciones	Investigaciones y/o evaluación escrita		APORTE 3	10	Semana: 14 (al)
Evaluación escrita	Examen final escrito		EXAMEN	20	Semana: 17-18 (14-01-2018 al 27-01-2018)
Evaluación escrita	Examen supletorio escrito		SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (28-01-2018 al 03-02-2018)

Metodología

El método desarrollado para el desarrollo de la asignatura estará basado en las siguientes actividadesm de aprendizaje:
a) Clases magistrales
b) Lecturas dirigidas
c) Trabajos de investigación bibliográfica y de campo

El curso se desarrollará principalmente bajo la modalidad de aprendizaje dirigido con exposiciones magistrales, empleando el método dialéctico y dialógico. Es indispensable la participación del grupo de estudiantes de tal modo que se motivará para que luego de la exposición o del empleo de ayudas pedagógicas como diapositivas, los mismos discutan, participen, deben y cuestionen.

En cuanto al aprendizaje colaborativo, donde el estudiante es directo actor en el proceso, se plantearán actividades previamente planificadas, luego de lo cual, se formarán pequeños grupos de trabajo a los que se les asignarán tareas en temas específicos.Los miembros de cada grupo investigarán, analizarán y sintetizarán la información recopilada y la compartirán al resto de la clase, para en forma conjunta formular conclusiones en base a ese tema.

El curso se desarrollará principalmente bajo la modalidad de aprendizaje dirigido con exposiciones magistrales, empleando el método dialéctico y dialógico. Es indispensable la participación del grupo de estudiantes de tal modo que se motivará para que luego de la exposición o del empleo de ayudas pedagógicas como diapositivas, los mismos discutan, participen, deben y cuestionen.

En cuanto al aprendizaje colaborativo, donde el estudiante es directo actor en el proceso, se plantearán

actividades previamente planificadas, luego de lo cual, se formarán pequeños grupos de trabajo a los que se les asignarán tareas en temas específicos.Los miembros de cada grupo investigarán, analizarán y sintetizarán la información recopilada y la compartirán al resto de la clase, para en forma conjunta formular conclusiones en base a ese tema.

Criterios de Evaluación

La evaluación a los estudiantes estará basada en la calificación de trabajos de investigación bibliográfica y de campo; resolución de cuestionarios sobre los diferentes temas tratados y exámenes de evaluación de conocimientos. Todos los informes y exámenes serán devueltos a los estudiantes para su revisión antes de sentar la nota en el sistema. las notas se entregarán de acuerdo al calendario establecido para el efecto.

e estimará la capacidad de análisis y el aporte de criterios personales cuando sea del caso.

Se considerará para la calificación de las exposiciones la claridad en la exposición, la naturalidad, la entonación, la postura corporal.

En todo trabajo y evaluación escrita se calificará el uso correcto de la redacción y ortografía, también se considerará el uso adecuado de las citas bibliográficas, las mismas que deberán ser de alto nivel académico. Adicionalmente los trabajos deberán utilizar los formatos de escritura académica exigidos en la Universidad del Azuay. Se medirá el manejo del tópico materia de la evaluación y la capacidad de análisis del estudiante.

En los trabajos en grupo, se calificará independientemente el trabajo escrito cuya calificación será grupal, y la exposición oral que tendrá una calificación individual. Se considerará el aporte individual al trabajo grupal, la utilización de herramientas y otros medios que sirvan para ayudar en la exposición del tema del trabajo.

Se tendrá en cuenta, la capacidad de manejo del auditorio, en donde se verá, la destreza para contestar preguntas y receptar comentarios.

Todo trabajo que haya sido copiado o plagiado parcial o íntegramente tendrá una calificación equivalente a cero puntos, a más de las repercusiones contempladas en la normativa interna de la Universidad. Así mismo la copia o intento de la misma en las lecciones, pruebas y exámenes escritos será sancionado

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
KOTTAK, PHILIP CONRAD	Mc Graw Hill	INTRODUCCIÓN A LA ANTROPOLOGÍA CULTURAL.	2007	978-0-07-353090-1

Web

Autor	Título	URL
Dell'Ordine, José Luis	Antropología Social Y Cultural	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?
Ecología Cultural Y	Tomé Martín, Pedro	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 01/09/2017

Estado: Aprobado