



DATOS IDENTIFICATIVOS

Comunicación Intercultural

Materia	Comunicación Intercultural			
Código	V01M094V01113			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Alonso Alonso, María Rosa			
Profesorado	Alonso Alonso, María Rosa de Sá Fernandes, M. Gonçalo Jamardo Suárez, Begoña			
Correo-e	ralonso@uvigo.es			
Web	http://fatic@uvigo.es			
Descrición xeral	Esta materia está orientada a que el alumno se sensibilice sobre la importancia de las diferencias culturales en la comunicación humana en todos los ámbitos profesionales y que sepa analizar y aplicar modelos fiables de análisis para relacionarse con profesionales de otras culturas.			

Competencias de titulación

Código	
A2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
A3	Integrar conocimientos y poder desarrollar un proceso de comunicación sólido a partir de una información que, aunque sea incompleta, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas al proceso comunicativo.
A5	Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de manera autónoma basándose en los conocimientos adquiridos y en el uso de las nuevas tecnologías.
A6	Mejorar la capacidad de comunicación en las lenguas objeto de estudio (español, gallego e inglés) en diferentes contextos profesionales, trabajando las destrezas de comprensión y expresión orales y escritas. Desarrollar competencias de carácter transversal mostrando actitudes de tolerancia hacia la diversidad social y cultural, incluyendo la defensa de los derechos fundamentales de igualdad social, de género, raza y orientación sexual y los valores propios de la democracia y la cultura de la paz.
A12	Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.
B1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
B4	Reconocer las señales no verbales clave en distintos bloques culturales con el fin de evitar problemas en la comunicación.
B5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
B6	Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.
B9	Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.
B11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe
---------------------------------	-----------	---------------------------------------

Ser capaz de aplicar un modelo científico de análisis del perfil cultural de los diferentes países con los que el alumno se pueda relacionar en su puesto de trabajo.	saber saber hacer Saber estar / ser	A2 A6 A12 B1 B4 B11
Conocer e interiorizar el impacto multicultural en diversos ámbitos de la comunicación empresarial: reuniones, negociaciones y relaciones interpersonales internas y externas (con clientes, proveedores, socios, etc).	saber saber hacer Saber estar / ser	A2 A3 A6 A12 B1 B4 B5 B11
Familiarizarse y saber usar de modo eficaz las principales diferencias culturales entre España y los países con los que se llevan a cabo operaciones internacionales, atendiendo en especial a los mercados estratégicos de las exportaciones gallegas, tanto actuales como potenciales.	saber saber hacer Saber estar / ser	A2 A3 A6 A12 B1 B4 B5 B6 B11
Conocer y saber utilizar recursos bibliográficos y fuentes web fiables para la preparación de encuentros con profesionales de otras culturas	saber saber hacer Saber estar / ser	A5 A6 B1 B4 B5 B9

Contidos

Tema

1.- MULTICULTURALIDAD: CONCEPTOS BASICOS	1.1. ¿Camina el mundo hacia la convergencia cultural?: Globalización versus diversidad cultural. 1.2. Qué es cultura y qué no lo es: Estereotipos, miscategorizaciones, nacionalidad y personalidad. 1.3. Introducción a las diferencias culturales en la gestión empresarial.
2. MODELOS CIENTIFICOS DE ANÁLISIS INTERCULTURAL.	2.1. Modelos de análisis intercultural: Modelo de Hall, Modelo de Inglehart (World Value Survey), Modelo de Trompenaars, Modelo de Chokkar (The Globe Project). 2.2. El modelo de Hofstede: Introducción. 2.3. Culturas colectivistas frente a individualistas. 2.4. Culturas igualitarias frente a jerárquicas. 2.5. Culturas femeninas frente a masculinas. 2.6. Culturas de alta y baja aversión a la incertidumbre. 2.7. Culturas de orientación de largo plazo y de corto plazo.
3. IMPLICACIONES DE LAS DIMENSIONES DE HOFSTEDE EN LA DIRECCION INTERNACIONAL DE EMPRESAS	3.1. Relación jefe-subordinado 3.2. Proceso de toma de decisiones 3.3. Planificación e innovación 3.4. Tendencias futuras en el impacto de las dimensiones culturales.
4. PERFIL CULTURAL DE LOS MERCADOS ESTRATEGICOS PARA OPERACIONES INTERNACIONALES ESPAÑOLAS Y GALLEGAS.	4.1. La cultura francesa 4.2. La cultura alemana. 4.3. La cultura italiana. 4.4. La cultura portuguesa. 4.5. La cultura británica. 4.6. Países del Este: Polonia. 4.7. Países Emergentes: China, Brasil, India, Marruecos y Turquía.
5. NEGOCIACION INTERCULTURAL	5.1. Perfil del buen negociador intercultural 5.2. Uso de segundas lenguas y colaboración con intérpretes. 5.3. Estilos culturales en el turno de palabra. 5.4. Tácticas aceptables e inaceptables. 5.5. Diferencias culturales en la comunicación no verbal.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Debates	3	1	4
Estudo de casos/análises de situacións	3	6	9

Presentacións/exposicións	4	16	20
Traballos tutelados	0	12	12
Sesión maxistral	10	20	30

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Debates	Para la introducción de temas polémicos, como el impacto de la globalización económica en las diferentes culturas, se usarán noticias de prensa como punto de partida para debates cuyo fin será hacer reflexionar al alumno sobre la importancia y aplicación de la materia en el entorno social y empresarial actual.
Estudo de casos/análises de situacións	En cada uno de los temas los alumnos, organizados en equipos de trabajo, analizarán diferentes situaciones de conflicto intercultural y, mediante la aplicación del modelo de análisis presentado en clase, expondrán y debatirán sus conclusiones ante los compañeros y la profesora.
Presentacións/exposicións	Como parte de la evaluación de la materia, los alumnos prepararán fuera del aula y de modo guiado una presentación sobre diferencias culturales entre España y un país de su elección.
Traballos tutelados	Para la preparación de las presentaciones finales se proporcionará al alumno la ayuda necesaria para su correcto desarrollo.
Sesión maxistral	Se presentarán los distintos temas del programa mediante un extenso uso de material audiovisual. Asimismo, se hará hincapié en el manejo de noticias de diversos medios de comunicación para ejemplificar la aplicación de los distintos conceptos en el entorno empresarial y social actual.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	Para llevar a cabo el diseño de la presentación final se proporcionarán diferentes modelos a modo de ejemplo para que el alumno pueda preparar su exposición de modo autónomo. Asimismo, se atenderán las consultas necesarias mediante el uso de correo electrónico durante el desarrollo del trabajo.

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Estudo de casos/análises de situacións	Dentro del examen que evalúe los conocimientos de la materia, se incluirá el análisis y resolución de un breve caso práctico que demuestre la capacidad analítica y de aplicación de conceptos.	25
Presentacións/exposicións	Los alumnos llevarán a cabo una presentación individual de las diferencias culturales entre España y un país de su propia elección.	50
Sesión maxistral	Se evaluarán los conocimientos teóricos adquiridos mediante un examen presencial de preguntas abiertas.	25

Outros comentarios sobre a Avaliación

La presentación será evaluada en colaboración con la profesora de la asignatura de Comunicación no verbal dado su carácter de aplicación transversal de los conocimientos adquiridos con las asignaturas del módulo 2 (Presentaciones Eficaces y comunicación no verbal). Los alumnos podrán realizar su exposición en inglés, español o gallego.

La segunda edición de actas consistirá en una prueba única escrita consistente en una pregunta abierta y un breve caso práctico.

Bibliografía. Fontes de información

Hofstede, G & Hofstede, J., **Cultures and organizations: Intercultural cooperation and its importance for survival.**, MacGraw Hill,

Trompenaars, F., **Riding the waves of culture: Understanding cultural diversity in business**, The Economist,

Alvarez, G., **La comunicación como reflejo cultural: elementos no verbales**, Mergablum,

Jamardo, B., **Body language in intercultural negotiations.**, Lincom Europe,

Trompenaars, F & Hampden-Turner, Ch., **Innovación en tiempos de crisis**, Lid,

Recomendacións

Materias que se recomienda cursar simultaneamente

Comunicación Non Verbal/V01M094V01111

Facilitadores e Barreiras na Comunicación/V01M094V01110

Outros comentarios

Dado el extenso uso de material didáctico escrito (noticias de prensa internacional) y audiovisual se recomienda tener conocimientos previos de inglés a nivel de comprensión auditiva y de lectura.
