*Guia docent del Mòdul I: Cultura de la Unió Europea i la Xina*

1. IDENTIFICACIÓ

✓ **Nom de l'assignatura / mòdul:** Mòdul I Cultura de la Unió Europea i la Xina

✓ **Codi:** 42660

✓ **Titulació:** Màster Oficial UE-Xina: Cultura i Economia

✓ **Curs acadèmic:** 2018-19

✓ **Tipus d'assignatura / mòdul:** Obligatòria

✓ **Crèdits ECTS (hores):** 15 (375)

✓ **Període d'impartició:** 1r semestre

✓ **Idioma en que s'imparteix:** Castellà

✓ **Responsable de l'assignatura / mòdul i e-mail de contacte:** Joaquín Beltrán; Joaquin.Beltran@uab.cat

2. PRESENTACIÓ

3. OBJECTIUS FORMATIUS

L'objectiu d'aquest mòdul és, en primer lloc, adquirir uns coneixements teòrics bàsics sobre què vol dir cultura i els debats entorn de la seva interpretació. S'abordarà la problemàtica de la diversitat cultural i del contacte entre cultures, per finalment introduir els paradigmes de les relacions interculturals. S'exposarà i debatrà sobre els diferents models d'estudis interculturals sobre la Unió Europea i la Xina, centrant-se en l'evolució històrica, social i cultural de les dues regions.

Seguint amb una perspectiva fonamentalment antropològica s'introduiran també els conceptes bàsics d'economia i consum. D'aquesta manera, es disposarà de les bases teòriques per poder analitzar la interrelació entre cultura i economia per després realitzar estudis de casos de comunicació intercultural Unió Europea-Xina aplicats al món dels negocis.

També s'analitzarà la relació entre economia i cultura als mons xinesos, a partir de diversos casos com el desenvolupament del capitalisme confucià i de les xarxes econòmiques transnacionals xineses. Finalment aprofundirem en les característiques del consum a la Xina amb el desenvolupament d'una societat de consum de masses al costat de les peculiaritats del consum segmentat.

4. COMPETÈNCIES i RESULTATS D’APRENENTATGE

**COMPETÈNCIES BÀSIQUES**

|  |  |
| --- | --- |
| B6 | Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i/o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca |
| B10 | Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant d'una manera que haurà de ser en gran manera autodirigida o autònoma |

**COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES I RESULTATS DE L'APRENENTATGE**

|  |  |
| --- | --- |
| E01 | **Analitzar les característiques socials i culturals de la Unió Europea i la Xina actuals sent capaç d'interpretar els canvis que han experimentat.** |
|   | Resultats d'aprenentatgeE01.1-Identificar les característiques diferenciadores entre les manifestacions culturals de la Unió Europea i de la XinaE01.2- Reconèixer els trets més rellevants de les corrents i tendències culturals actuals a la Unió Europea i la Xina.E01.3-Interpretar els canvis socioculturals que han experimentat aquestes dues regions en la primera dècada del segle XXI. |
| E04 | **Aplicar diferents models teòrics a l'anàlisi de discursos complexos (polítics, socials, econòmics, empresarials i culturals) des d'una perspectiva intercontinental i intercultural.** |
|   | Resultats d'aprenentatgeE04.1- Reconèixer i aplicar diferents models teòrics a casos concrets en l'àmbit cultural i sociològic.E04.2- Identificar els actors principals de la comunicació intercultural entre les dues regions.E04.3- Fer propostes innovadores als problemes i conflictes interculturals en les relacions entre la Unió Europea i la Xina. |

**COMPETÈNCIES GENERALS**

|  |  |
| --- | --- |
| G01 | Treballar en equip en entorns interdisciplinaris i multiculturals |
| G02 | Realitzar aportacions creatives i originals en àmbitsdiferents, demostrant una actitud de respecte cap a les opinions, els valors, els comportaments i les pràctiques d'altres |

5. TEMARI I CONTINGUTS

* **Cas de comunicació intercultural UE-Xina**
	+ Principis bàsics, teories principals.
		- Introducció a les teories principals i les seves idees.
		- *Brainstorming* a partir de la primera presa de contacte.
		- Entendre les diferències contextuals i culturals.
	+ Aplicació dels conceptes.
	+ Els mitjans de comunicació i la publicitat.
		- Els estereotips i els prejudicis en els missatges dels mitjans.
		- Entendre els mecanismes de formació i transmissió de prejudicis.
* **Economia i cultura de la Xina:** **Sociologia del consum a la Xina**
	+ Fonaments antropològics de la cultura. El contacte entre cultures
		- El concepte de cultura
		- El contacte entre cultures
		- Cultura i relacions de poder
	+ Antropologia econòmica i consum
		- Transferència de béns: reciprocitat, redistribució i intercanvi
		- Antropologia del consum: cultura, procés, poder
	+ Economia i cultura als mons xinesos
		- capitalisme confucià
		- Xarxes econòmiques transnacionals
		- Empreses xineses a l'estranger. Transnacionalisme i internacionalització
	+ Sociologia del consum a la Xina
		- Característiques del consum a la Xina
		- Desenvolupament d'una societat de consum
		- consum segmentat

* **Teoria de comunicació intercultural**
	+ La comunicació intercultural
		- Clarificació conceptual
		- Multiculturalitat i interculturalitat
		- La comunicació intercultural
		- Les diferències culturals
		- La comunicació intercultural com a objecte d'estudi.
	+ La comunicació intercultural verbal i no verbal.
		- La importància de la comunicació verbal
		- La llengua com a poder
		- La llengua internacional vehicular
		- La importància de la comunicació no verbal
		- La vista
		- El tacte
		- El gust
		- L'olfacte
	+ Mitjans de comunicació i interculturalitat.
		- l'etnocentrisme
		- La producció informativa
		- La representació social de la immigració
		- Els estereotips com a productors de sentit
		- Per un periodisme millor
		- Per un lector més crític
	+ Cap a un canvi epistemològic
		- La ciència moderna i postmoderna
		- L'epistemologia mono-cultural
		- L'epistemologia multicultural
		- El pensament mestís
		- El pensament dicotòmic

* **Cultura i societat a l'Espanya contemporània**
	+ Cultura Política i Institucions: l'estat de les autonomies
		- Definició de la Cultura des de les Ciències Socials
		- La república i les seves Institucions polítiques
		- Autonomies a Espanya
		- Transició, memòria col·lectiva i participació ciutadana
	+ Postguerra i regulació de la vida quotidiana: L'església catòlica
		- Regulació de la vida quotidiana: l'església catòlica i el catolicisme social
	+ Democràcia i modernitat. Secularització, urbanització, industrialització i immigració
		- Secularització
		- Urbanització
		- Industrialització
		- Migració
	+ Família i relacions interpersonals: noves famílies, solidaritat i gènere
		- Canvis en la institució familiar

6. BIBLIOGRAFIA RECOMANADA

* Barker, C. *Televisión, globalización e identidades culturales*. Barcelona: Paidós, 2003.
* Bauman, Z. *Identidad*. Madrid: Losada, 2005.
* Beltrán Antolín, Joaquín (2002) “Urbanización, industrialización y consumo. Las transformaciones sociales de la segunda ‘liberación’ china” Club Amigos de la UNESCO.
* Beltrán Antolín, Joaquín (2006) *Interculturalidad. La diversidad cultural y el poder.* UOC, Barcelona.
* Berger, P. L. y Luckmann, T. *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido*. Barcelona. Paidós, 1997.
* Bin Zhao (1997) “Consumerism, Confucianism, Communism: Making sense of China today”. *New Left Review*, nº 222, pp. 43-59.
* Brook, Timothy y Hy V. Luong, eds. (1999) “Introduction: Culture and economy in a postcolonial world” (pp. 1-21), en *Culture and economy. The shaping of capitalism in Eastern Asia*. The University of Michigan Press, Ann Arbor.
* Castells, M. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 2 El poder de la identidad*. Madrid: Alianza, 1998.
* Chua Beng Huat (2008) “Expansión del consumo en Asia del Este”. *Anuario Asia Pacifico*, Barcelona: Fundacion CIDOB, pp. 323-331
* Flaquer, Lluís, Elisabet Almeda y Lara Navarro (2006) “Perfiles sociodemográficos de la monoparentalidad en España**”** en*Monoparentalidad e infancia* Colección Estudios Sociales Núm. 20 Barcelona, Fundació La Caixa, pp.48-70
* García Canclini, N. *Diferentes, Desiguales y Desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa, 2004.
* García, Cayo Sastre (1997) ”La transición política en España: una sociedad desmovilizada” (Extracto) *Reis* 97, nº 2 pp. 37-42
* Gerth, Karl (2003) “Introduction” (pp. 1-25), en *China Made. Consumer Culture and the Creation of the Nation.* Harvard University Press.
* Giner, Salvador (2002) “Sazón y desazón en la cultura española” *Reis* 100, nº 2 pp. 167-183
* Hall, E. (1991). *El lenguaje silencioso.* Madrid, Cátedra.
* Hofstade, G. *Culturas y organizaciones*. Madrid: Alianza, 1999
* Hsu, Carolyn L. (2005) “A taste of ‘modernity’. Working in a Western restaurant in market socialist China”. *Ethnography* vol. 6, n.º4, pp.543-565.
* Kymlicka, W. (1996). *Ciudadanía multicultural.* Barcelona, Paidós.
* Latham, Kevin (2007) “Consumption in China” (pp. 225-233), “Leisure time, space, and consumption” (pp. 235-269), en *Pop culture China! Media, arts and lifestyle.* ABC Clio, Santa Barbara.
* Maalouf, A. *Identidades asesinas*. Madrid: Alianza, 1999.
* Madsen, Richard (2000) “Epilogue: The Second Liberation, en Deborah S. Davis, ed., *The Consumer Revolution in Urban China*. University of California Press, Berkeley, pp. 312-319.
* Martínez, Javier Gimeno (2006) “Designing symbols. The logos of the Spanish autonomous communities (1977-1991)” *Journal of Spanish Cultural Studies* 7:1, 51- 74
* Meil, Gerardo (2011). Individualziación y solidaridad familiar. Colección Estudios Sociales de La Caixa, nº32
* Molina, José Luis y Hugo Valenzuela (2007) “Antropología y consumo” (pp. 225-246), en *Invitación a la antropología económica*. Edicions Bellaterra, Barcelona.
* Montero, José Ramón (1986) “Iglesia, secularización y comportamiento político en España” en *Revista Española de Investigación Sociológica* (REIS) nº 34, pp. 131-158
* Moreno Fuentes, Francisco Javier y María Bruquetas Callejo (2013) Caracteristicas principales de la inmigracion en España en *Inmigracion y Estado de Bienestar en España*. Colección Estudios Sociales de La Caixa, nº31
* Revista CIDOB d'Afers Internacionals *Dinámicas identitarias*. Revista CIDOB d'Afers Internacionals nº43-44, 1998-1999.
* Rodrigo Alsina, M. (2003) “Identidad cultural y etnocentrismo: una mirada desde Catalunya”, a V. Sampedro y M. Llera (Eds.) *Desafios actuales de la Comunicación Intercultural*, Barcelona: Edicions Bellaterra, pp.197-221
* Rodrigo Alsina, M. Co*municación intercultural*. Editorial Anthropos: Barcelona, 2012.
* Rodrigo Alsina, M. *Identitats i comunicació intercultural*. Edicions 3 i 4: Valencia, 2000.
* Sartori, G. *La sociedad multiétnica. Pluralismo, multiculturalismo y extranjeros*. Taurus: Madrid, 2001.
* Tian, Kelly and Lily Dong (2011) *Consumer-citizens of China: The Role of Foreign Brands in the Imagined Future China*. Routledge, Nueva York.
* Torres García, Francisco (2002) Religión, fe y costumbres en España: anotaciones a la última encuesta del CIS. *Abril*, nº 65
* Toulmin, S. *Cosmópolis. El trasfondo de la modernidad*. Barcelona: Península, 2001.
* Trompenaars, F. & Hampden-Turner, C. (2004). *Managing people across cultures*. Londres, Capstone Publishing ltd.
* Van Dijk, T. (1987). *Communicating racism*. Londres, Sage Publication.
* VVAA, Grupo Crit (2003). *Claves para la comunicación intercultural*. Castellón, Universidad Jaume I.
* Yeung, Henry Wai-chung (2006) “[Change and continuity in Southeast Asian business](http://courses.nus.edu.sg/course/geoywc/publication/2006%20APJM%20Perspective.pdf)”, [*Asia Pacific Journal of Management*](http://www.kluweronline.com/issn/0217-4561), Vol.23, n.º 2.

7. METODOLOGIA DOCENT

* Classes magistrals / expositives
* Classes de resolució de casos
* Debats
* Seminaris
* Presentació / exposició oral de treballs
* Lectura d'articles/llibres/informes d'interès
* Tutories presencials i *on-line*

**7.1 ACTIVITATS DE FORMACIÓ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Títol** | **UD** | **Hores** | **ECTS** | **Resultats d’aprenentatge** |
| **Tipus: Dirigides** |   |   |   |   |
|   |   |   |   |   |
| Realització d'activitats de lectura, debat, exposició, resolució de casos reals, seminaris i classe magistral presencial.  |   | 75 | 3 | G01, G02, CB06, CB10, E01, E04. |
|   |   |   |   |   |
| **Tipus: Supervisades** |   |   |   |   |
|   |   |   |   |   |
| Exercicis de lectures, correcció d'exercicis iresolució de dubtes, tutoria presencial i online |   |   75 | 3 | G01, G02, CB06, CB10, E02, E03, E05, CB07, CB08, CB10. |
|   |   |   |   |   |
| **Tipus: Autònomes** |   |   |   |   |
|   |   |   |   |   |
| Lectura i treball d'articles, llibres i textos, preparació d'activitats, i de la comprensió lectora i l'adquisició. Cerca de informacio/cions. |   | 75 | 3 | G01, G02, CB06, CB10, E01, E02, E03, E04, E06. |
| **Tipus: Dirigides** |   |   |   |   |
|   |   |   |   |   |
| Realització d'activitats de lectura, debat, exposició, resolució de casos reals, seminaris i classe magistral presencial.  |   | 75 | 3 | G01, G02, CB06, CB10, E01, E04. |
|   |   |   |   |   |
| **Tipus: Supervisades** |   |   |   |   |
|   |   |   |   |   |
| Exercicis de lectures, correcció d'exercicis iresolució de dubtes, tutoria presencial i online |   |   75 | 3 | G01, G02, CB06, CB10, E02, E03, E05, CB07, CB08, CB10. |

8. SISTEMA D'AVALUACIÓ

Les activitats d'avaluació seran dels tipus següents:

Avaluació formativa i sumativa, l'objectiu de la qual és fer un seguiment del procés d'aprenentatge de l'estudiant, es dividirà en tres tipus de proves distribuïts al llarg del semestre. La data exacta es pactarà prèviament amb els alumnes i s'anunciarà amb suficient antelació.

S'avaluaran diferents competències en funció de l'estat d'aprenentatge en el qual es trobin i constituiran un total de 4 0% de la nota final. Si algun estudiant no pot assistir a classe el dia que hi ha una prova, ha d'informar al professor amb antelació, i fer-la un dia pactat el més aviat possible.

Avaluació sumativa, l'objectiu de la qual és qualificar, es basarà en el lliurament de les tasques que proposi el professor per a cada assignatura del mòdul es faran un o dos lliuraments, segons els casos.

Les tasques s'han de lliurar puntualment perquè puguin ser avaluades. No s'acceptaran lliuraments fora de termini. L'avaluació sumativa comptarà juny 10% de la nota final. Entre el total de 30% de la nota final. I l'assistència a classe és obligatòria i de manera regular segons el procés Bolonya.

Aquest mòdul no té segona convocatòria, però es dóna segona oportunitat si la nota final és entre 4.0 a 4,9 segons la normativa de la UAB.

La qualificació serà un NO AVALUABLE quan l'alumne no s'ha presentat al 75% de les activitats avaluables.

Segons la normativa aprovada per la Comissió d'Ordenació Acadèmica i de Titulacions de la FTI, i ratificada per la Junta de Facultat el 9 de juny de 2010, només es podrà recuperar l'assignatura en els següents casos:

- Quan, de manera justificada, l'alumne no s'hagi presentat al 25 - 30% de les activitats avaluables;

- Quan la nota final, incloent la nota per la competència clau de l'assignatura, prèvia a l'acta sigui entre el 4,0 i un 4,9.

En tots dos casos l'estudiant es presentarà exclusivament a les activitats o proves no presentades o suspeses.

S'exclouen de la recuperació de nota les proves suspeses per còpia o plagi.

En cap cas es podrà recuperar nota mitjançant una prova final equivalent al 100% de la nota.

En cas que es produeixin diverses irregularitats en les activitats d'avaluació d'una mateixa

assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0. S'exclouen de la recuperació de nota les proves suspeses per còpia o plagi. Es considera com a "còpia" un treball que reprodueix tot o gran part del treball d'un/a altre/a company/a, i com "plagi" el fet de presentar part o tot un text d'un autor com a propi, és a dir, sense citar les fonts, sigui publicat en paper o en forma digital a Internet. La còpia i el plagi són robatoris intel·lectuals i, per tant, constitueixen una falta que serà sancionada amb la nota "zero". En el cas de còpia entre dos alumnes, si no és possible saber qui ha copiat a qui, s'aplicarà la sanció als dos alumnes.

**8.1 ACTIVITATS D’AVALUACIÓ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Títol** | **Pes** | **Hores** | **ECTS** | **Resultats d’aprenentatge** |
| Presentacions orals individuals a classe. |  10% | 37,5 | 1,5 | G01, G02, CB06, CB10, E01, E04 |
|   |   |   |   |   |
| Lliurament d'informes / treballs individuals. |  25% | 50 | 2 | G01, G02, CB06, CB10,E02, E03, E05, CB07, CB08, CB10. |
|   |   |   |   |   |
| Lliurament d'informes / treballs en grup. |  25% | 50 | 2 | G01, G02, CB06, CB10,E02, E03, E05, CB07, CB08, CB10. |
|   |   |   |   |   |
| Examen escrit final de cada assignatura |  40% | 12,5 | 0,5 | G01, G02, CB06, CB10, E01, E02, E03, E04, E06. |
|   |   |   |   |   |

9. PLANIFICACIÓ DE LA DOCÈNCIA

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **SETMANA** | **TEMA** | **MÈTODE** | **HORES** |
| 1 | Economia i cultura de la Xina: Sociologia del consum a la Xina | Exposició, debat, treball en grup, anàlisi de casos | 100 |
| 2 | Cas de comunicació intercultural UE-Xina | Exposició, debat, treball en grup, anàlisi de casos, seminari; | 100 |
| 3 | Cultura i societat a l'Espanya contemporània | Exposició, debat, treball en grup, anàlisi de casos seminari; | 75 |
| 4 | Teoria de comunicació intercultural | Exposició, debat, treball en grup, anàlisi de casos seminari; | 100 |