



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID



FACULTAD DE
COMERCIO Y TURISMO

GRADO EN TURISMO

Asignatura	Pragmática de la comunicación intercultural.	Código	800048
Módulo	Formación complementaria en Turismo.	Materia	Formación complementaria transversal
Carácter	Optativa	Créditos	6
Curso	3º- 4º	Semestr	2º

Departamento Responsable	Lingüística, Estudios Árabes, Hebreos y de Asia Oriental Lengua Española y Teoría de la Literatura
Coordinador/a	Ver listado de Coordinadores/as https://comercioyturismo.ucm.es/grado

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR

- Introducción a la pragmática intercultural: Pragmática y Competencia Intercultural
- Estudio de los conceptos, unidades de análisis y recursos básicos de la pragmática desde una perspectiva intercultural (actos de habla; principio de cooperación y las máximas conversacionales; la cortesía; turnos de habla y comunicación no verbal).
- Análisis de la comunicación intercultural a partir de la pragmática.
- Comunicación intercultural: contextos específicos y resolución de conflictos.
- Casos específicos de patrones comunicativos en diferentes culturas.
- Aplicación de lo anterior al ámbito del Turismo y de la negociación empresarial.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS *(opcional)*

No se contemplan.

OBJETIVOS FORMATIVOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

(debe trasladarse lo que aparece en la memoria verificada)

Reflexionar sobre la interacción comunicativa en diversos contextos.
Proporcionar al alumno los conocimientos –teóricos y prácticos- para analizar los diferentes patrones comunicativos culturales en las comunidades y en las relaciones personales.
Facilitar al alumno las herramientas para adquirir estrategias de análisis, comparación, contraste y reflexión acerca de realidades culturales y comunicativas diversas.
Proporcionar al alumno los conocimientos para gestionar conflictos ligados a la comunicación intercultural.
Concienciar al alumno para buscar matices de contraste cultural y evitar, así, los choques, malentendidos, tópicos, prejuicios y juicios de valor subjetivos.
Aplicar todos los conocimientos de la comunicación intercultural al ámbito concreto del turismo y de la negociación empresarial.

COMPETENCIAS *(debe trasladarse el nombre de la competencia y la descripción que aparecen en la memoria verificada)*

Generales:

- CG1 Capacidad de análisis y de síntesis
- CG2 Comunicación oral y escrita en lengua nativa
- CG3 Resolución de problemas
- CG4 Razonamiento crítico
- CG5 Aprendizaje autónomo
- CG6 Trabajo en equipo

Específicas:

- CE1 Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica
- CE13 Manejar técnicas de comunicación
- CE24 Trabajar en medios socioculturales diferentes



CONTENIDOS TEMÁTICOS
(Programa de la asignatura)

TEMA 1: INTRODUCCIÓN A LA PRAGMÁTICA DE LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL

- 1.1. Interculturalidad y Competencia Intercultural
- 1.2. ¿Qué es la Pragmática? Inicios y evolución de la Pragmática
- 1.3. Conceptos básicos de la Pragmática
- 1.4. Lengua y Cultura
- 1.5. Dimensiones de la comunicación intercultural.

TEMA 2: CONCEPTOS Y RECURSOS BÁSICOS DE LA PRAGMÁTICA: ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL

- 2.1. Actos de habla
- 2.2. Principio de cooperación y las máximas conversacionales
- 2.3. La cortesía
- 2.4. Turnos de habla
- 2.5. Comunicación no verbal
- 2.6. Modelos de análisis de conversación intercultural



FACULTAD DE
COMERCIO Y TURISMO

TEMA 3: COMUNICACIÓN INTERCULTURAL. CONTEXTOS ESPECÍFICOS Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

- 3.1. Conflictos comunicativos en las empresas desde una perspectiva intercultural.
- 3.2. Estudios de interacción comunicativa intercultural: casos específicos de patrones comunicativos en diferentes culturas.

ACTIVIDADES DOCENTES	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	45	100
Trabajo guiado	27,5	55
Trabajo autónomo del/la alumno/a	40	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	25	0
Otras actividades	12,5	

EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	Participación en la Nota Final
Pruebas orales y/o escritas	Hasta un 50 %
Trabajo e informes	Hasta un 50 %
Presentaciones	Hasta un 30 %
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	Hasta un 20 %

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Cestero Mancera, A. M. (1999). Comunicación no verbal y enseñanza de lenguas extranjeras. Madrid: Arco/Libros.
- Díaz Rojo, J. A.; Morant Marco, R. (2004). "Etnolingüística" en Liceus. El Portal de las humanidades. Proyecto Eexcelence. Lingüística General. Liceus. <http://www.liceus.com>
- Escandell, M. V. (1996). Introducción a la pragmática. Barcelona: Editorial Ariel.
- Hernández Sacristán, C. (1999). Culturas y acción comunicativa. Introducción a la pragmática intercultural. Barcelona: Octaedro
- Hofstede, G. (1999). Culturas y organizaciones. El software mental. La cooperación internacional y su importancia para la supervivencia. Madrid: Alianza Editorial.
- Martín Rojo, L. (2003): "Dimensiones principales de la comunicación intercultural". Educación y Futuro. Revista de investigación aplicada y experiencias educativas. Vol. 8: pp. 81-90.
- Raga Gimeno, F. (2003). "Para un análisis empírico de las interacciones comunicativas interculturales" en Claves para la comunicación Intercultural / Grupo Comunicación y Relaciones Interculturales y Transculturales - CRIT. (2003). Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Aguillera, Reija, B. et alii (2009). Educación Intercultural. Análisis y resolución de conflictos. Madrid: Catarata.
- Bravo, D. y Briz A. (2004). Pragmática Sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español. Barcelona: Ariel.
- Cestero Mancera, A. M. et alii (1998). Estudios de comunicación no verbal. Madrid: edinumen.
- Claves para la comunicación Intercultural / Grupo Comunicación y Relaciones Interculturales y Transculturales - CRIT. (2003). Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Davis, F. (1991 [1971]). La comunicación no verbal. Madrid: Alianza Editorial.
- Escandell, M. V. (2005). La comunicación. Madrid: Gredos.
- Escavy Zamora, R. (2008). Pragmática y subjetividad Lingüística. Murcia: Universidad de Murcia.
- Fermoso, P. (1992). Educación Intercultural: la Europa son fronteras. Madrid: Narcea.
- García Canclini, N. (2004). Diferentes, Desiguales y Desconectados. Mapas de la Interculturalidad. Barcelona: Editorial Gedisa.
- García Martínez, A. (dir.). (2009). El dialogo intercultural. Murcia: Universidad de Murcia. Servicio de Publicaciones.
- García Negrono, M. M. y Tordesillas Colado, M. (2001). La enunciación en la lengua. De la deixis a la polifonía. Madrid: Gredos.
- Geertz, C. (2006 [1973]). La interpretación de las culturas. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Morales López, E; Prego Vázquez, G. y Domínguez Seco, L. (2006). El conflicto comunicativo en las empresas desde el análisis del discurso. La Coruña: Universidad de La Coruña.
- Rey, J., Caro, F. J. y Balhadj, S. (2016). "El reto de la comunicación intercultural en la era de la globalización. El caso de empresas españolas ubicadas en Marruecos" en Prisma Social.

Revista de Ciencias Sociales, 2016, nº 17.

Reyes, G. (1996). El abecé de la pragmática. Madrid: Arco/Libros.

Poyatos, F. (1994). La comunicación no verbal I. Cultura Lenguaje y conversación. Madrid: ediciones Istmo.

- (1994). La comunicación no verbal II. Paralenguaje, kinésica e interacción. Madrid: ediciones Istmo.

Poyatos, F. (1994). La comunicación no verbal I. Cultura Lenguaje y conversación. Madrid: ediciones Istmo.

- (1994). La comunicación no verbal II. Paralenguaje, kinésica e interacción. Madrid: ediciones Istmo.

Idioma en que se imparte

Castellano

Otra información

Directrices de la asignatura en base al Marco Estratégico para la Docencia durante el curso 2020/21

El sistema de docencia para el curso 2020-2021 se ha establecido para cumplir las pautas del marco estratégico aprobado por la Facultad de Comercio y Turismo el 22 de julio de 2020, garantizando que la docencia pueda hacerse en sistema semipresencial por medio del sistema de docencia presencial adaptada a las normas de distanciamiento, difundida por streaming u online, adaptándose a las necesidades, potenciando la evaluación continuada de los progresos del alumno al ir alcanzando los objetivos y las competencias asignadas, según las capacidades de las aulas y el número de alumnos matriculados, combinando clases on line, con clases semipresenciales en días y semanas alternas, durante las semanas que dure el cuatrimestre:

<https://comercioyturismo.ucm.es/file/marco-facultad-de-comercio-y-turismo-60>

Cronograma de la Asignatura Ejemplo de las cuatro primeras semanas



	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Día 1*	G1 presencial G2 streaming	<i>online</i>	G1 streaming G2 presencial	G1 presencial
Día 2*	G1 presencial G2 streaming	<i>online</i>	G1 streaming G2 presencial	G2 presencial

La asignatura tiene dos días de docencia a la semana:

Día 1*: Primer día de clase de una semana concreta.

Día 2*: Segundo día de clase de una semana concreta.

El desdoble de los grupos para las semanas con docencia presencial/streaming será el siguiente:

- G1: Subgrupo de estudiantes cuya letra de su primer apellido esté comprendida entre la A y la M*.
- G2: Subgrupo de estudiantes cuya letra de su primer apellido esté comprendida entre la N y la Z*.

*Si esta distribución por letras de primer apellido no arroja grupos equilibrados, se utilizará otra distribución con otras letras para garantizar la igualdad de tamaño entre los subgrupos.

La distribución por apellido que finalmente se utilice, así como el cronograma completo de la asignatura estará publicado en la asignatura virtualizada en el Campus Virtual.

Duración de las clases:

➤ Las clases presenciales tendrán una duración de 2 horas con 20 minutos de descanso incluidos.

Las clases *online* tendrán una duración de 1 hora con 10 minutos de descanso incluidos.

