

Titulació	Tipus	Curs
Unió Europea-Xina: Cultura i Economia	OB	1

Professor/a de contacte

Nom : Xianghong Qu Lu

Correu electrònic : xianghong.qu@uab.cat

Equip docent

Xiaoyan Guo

Javier Ruiz Barreto

Equip docent (extern a la UAB)

Natalia Fernández Díaz

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

Prerequisits

El màster té una vocació professional pel que es valorarà l'experiència laboral prèvia en àmbits de gestió econòmica i cultural, encara que no és un requisit imprescindible. El fonamental és l'interès per aprendre nous coneixements en un mitjà intercultural i globalitzat. Es valora també el tenir un nivell B1 d'anglès o superior del Marc Europeu Comú de Referència

Objectius

Els objectius d'aquest mòdul són, en primer lloc, adquirir uns coneixements teòrics bàsics sobre el concepte de cultura. S'abordarà la problemàtica de la diversitat cultural i del contacte entre cultures i 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.

En segons lloc, la comunicació intercultural és un dels aspectes en què s'aprofundirà a nivell teòric i posteriorment aplicat mitjançant estudis de casos de comunicació intercultural entre la Unió Europea i la Xina en el món dels negocis.

En tercer lloc, s'estudiarà el valor econòmic de la cultura en les societats actuals i les seves conseqüències en l'organització social i laboral. Es realitzarà una aproximació a l'evolució cultural de les societats xinesa i espanyola des d'una perspectiva històrica, analitzant la transformació política, econòmica i social d'Espanya al llarg del segle XX, amb referències al mateix procés a la Xina. Per a finalment aprofundir en les indústries

culturals, des de les diferents aproximacions teòriques fins al seu desenvolupament en l'era digital, sense oblidar les polítiques culturals

Resultats d'aprenentatge

1. Tenir coneixements que aportin la base o l'oportunitat de ser originals en el desenvolupament o l'aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.
2. Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit.
3. Identificar les característiques diferenciadores entre les manifestacions culturals de la Unió Europea i de la Xina.
4. Reconèixer els trets més rellevants dels corrents i tendències culturals actuals a la Unió Europea i la Xina.
5. Interpretar els canvis socioculturals que han experimentat aquestes dues regions en la primera dècada del segle XXI.
6. Reconèixer i aplicar diferents models teòrics a casos concrets en l'àmbit cultural i sociològic.
7. Identificar els actors principals de la comunicació intercultural entre les dues regions.
8. Fer propostes innovadores als problemes i conflictes interculturals en les relacions entre la Unió Europea i la Xina.
9. Treballar en equip en entorns interdisciplinaris i multiculturals.
10. Fer aportacions creatives i originals en àmbits diferents, demostrant una actitud de respecte cap a les opinions, els valors, els comportaments i les pràctiques d'altres.

Continguts

Economia i cultura xinesa. Sociologia del consum a la Xina

1. Fonaments antropològics de la cultura. El contacte entre cultures
2. Antropologia econòmica i consumo
3. Economia i cultura en els mons xinesos
4. Sociologia del consum a la Xina

Estudi de cas de comunicació intercultural UE-Xina

1. Principis bàsics, teories principals
2. Aplicació dels conceptes
3. Els mitjans de comunicació i la publicitat

Teoria de comunicació intercultural

1. La comunicació intercultural
2. La comunicació intercultural verbal i no verbal.
3. Mitjans de comunicació i interculturalitat.
4. Cap a un canvi epistemològic

Cultura i societat a Espanya contemporània. Indústries culturals

1. Cultura Política i Institucions: l'Església catòlica i l'estat de les autonomies
2. Democràcia i modernitat. Secularització, urbanització, industrialització, immigració i gènere
3. Cultura i economia: indústries culturals
4. Les indústries culturals en l'era digital
5. Polítiques culturals

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Exercicis de lectures, correcció d'exercicis i resolució de dubtes, tutoria presencial i online	50	2	
Lectura d'articles, llibres i textos, preparació d'activitats, Cerca de informació.	100	4	
Realització d'activitats de lectura, debat, exposició, resolució de casos reals, seminaris i classe magistral presencial	75	3	

- Classes magistrals / expositives

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

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè l'alumnat completi les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Lliurament d'informes / treballs individuals	25	50	2	1, 2, 6, 10
Lliurament d'informes / treballs en grup	25	50	2	6, 8, 9, 10
Examen escrit final de cada assignatura	40	12,5	0,5	3, 4, 5, 6, 7
Presentacions orals individuals a classe	10	37,5	1,5	3, 4, 5, 7

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 quatre 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. Es farà un examen escrit final (40% 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. Consistirà en treballs individuals (25% de la nota final) i treballs en grup (25% de la nota final) i presentacions orals individuals a classe (10%)

Les tasques s'han de lliurar puntualment perquè puguin ser avaluades. No s'acceptaran lliuraments fora de termini. L'assistència a classe és obligatòria i de manera regular segons el procés Bolonya.

Aquest mòdul no té segona convocatòria, però es dona una segona oportunitat si la nota final és entre 3,5 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 avaluable.

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 avaluable;
- Quan la nota final, incloent la nota per la competència clau de l'assignatura, prèvia a l'acta sigui entre el 3,5 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 "zero". S'exclouen de la recuperació de nota les proves suspeses per còpia o plagi. Es considera com a "còpia" un treball que reproduïx 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.

La realització de qualsevol irregularitat en un acte d'avaluació (fraud acadèmic, plagi o ús indegut de la IA, tret que aquest ús estigui autoritzat expressament a la guia docent), que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació, suposa que aquest acte es qualificarà amb un 0. En cas que la guia docent prevegi que per superar l'assignatura sigui requisit imprescindible haver obtingut una nota mínima en aquest acte d'avaluació o que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura és 0. Al marge d'això, es podrà instruir un procés disciplinari a l'estudiant que incorri en alguna d'aquestes irregularitats.

NOTA: Aquest mòdul no preveu el sistema d'avaluació única.

Bibliografia

- Álvarez-Uría, Fernando (2013) Mujeres y política. Las políticas de las mujeres en la España de la Segunda República y la Guerra Civil. *Papers*, 98/4 629-646
- 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.
- Bi, J. (1999). *Comunicación intercultural no verbal* (跨文化非语言交际). Pekín: Editorial de Enseñanza e Investigación de Lenguas Extranjeras (外语教学与研究出版社).
- Bin Zhao (1997) "Consumerism, Confucianism, Communism: Making sense of China today". *New Left Review*, nº 222, pp. 43-59.
- Briceño Linares (2010) La escuela de Frankfurt y el concepto de Industria Cultural. Herramientas y claves de lectura. *Revista Venezolana de Económica y Ciencias Sociales*, vol.16, nº3, pp.55-71
- 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 Pacífico*, Barcelona: Fundacion CIDOB, pp. 323-331
- Fernández-Llebrez González, Fernando y F. Camas García. (2013) Cambios y persistencias en la igualdad de género de los y las jóvenes en España (1990-2010). (Conclusiones) Instituto de la juventud, Madrid
- Fernández Leost, José Andrés (2014) La cultura española en las relaciones internacionales, una arquitectura

- institucional insuficiente en Bustamante y Rueda (Cds.) *II Informe sobre el estado de la cultura en España. La salida Digital*, Fundación Alternativas, Madrid, pp. 105-113.
- 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
- Kim, Y. Y. (2001). *Becoming Intercultural: An Integrative Theory of Communication and Cross-Cultural Adaptation*. Thousand Oaks: Sage.
- Informe sobre el estado de la cultura en España 2018. España y el espacio cultural Iberoamericano*. Fundación Alternativas.org
- Hall, E. T. (1976). *Beyond Culture*. New York: Anchor Books.
- He, Y. (2025). *Los desafíos de la comunicación intercultural: dificultades lingüísticas de los pequeños comerciantes inmigrantes chinos y sus necesidades de apoyo en los servicios públicos*. Trabajo Fin de Máster, Universidad de Alcalá.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and Organizations: Software of the Mind* (3.ª ed.). New York: McGraw-Hill.
- 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.
- Hu, W. (Ed.). (1995). *Diccionario de cultura británica y estadounidense* (英美文化辞典). Pekín: Editorial de Enseñanza e Investigación de Lenguas Extranjeras (外语教学与研究出版社).
- 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.
- Martin, J. N., & Nakayama, T. K. (2018). *Intercultural Communication in Contexts* (7.ª ed.). New York: McGraw-Hill.
- Martinell Sempere (2014) La cooperación cultural internacional: por un nuevo marco de gobernanza en Bustamante y Rueda (Cds.) *II Informe sobre el estado de la cultura en España. La salida Digital*, Fundación Alternativas, Madrid, pp. 114-131
- 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). Individualización y solidaridad familiar. Colección Estudios Sociales de La Caixa, nº32
- Meseguer Munuera, M. (2025). "Comunicación intercultural en contextos de negocios: español y chino en perspectiva comparada". *ForLingua*, 8, 143-157.

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) Características principales de la inmigración en España en *Inmigración 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.) *Desafíos actuales de la Comunicación Intercultural*, Barcelona: Edicions Bellaterra, pp.197-221

Rodrigo Alsina, M. *Comunicación 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.

Siebert, Stephanie (2010) ¿Qué significa estudiar la 'cultura española moderna'? *IC -Revista Científica de Información y Comunicación*, 7, pp. 347-356

Tian, Kelly and Lily Dong (2011) *Consumer-citizens of China: The Role of Foreign Brands in the Imagined Future China*. Routledge, Nueva York.

Ting-Toomey, S., & Chung, L. C. (2012). *Understanding Intercultural Communication* (2.^a ed.). Oxford University Press.

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.

UNESCO, *Informe sobre la economía creativa 2013*

Van Dijk, T. (1987). *Communicating racism*. Londres, Sage Publication.

VVAA, Grupo Crit (2003). *Claves para la comunicación intercultural*. Castellón, Universidad Jaume I.

Weng, L., & Kulich, S. J. (2015). "Communicating Across Cultures With People From China". En *The SAGE Encyclopedia of Intercultural Competence*. Sage.

Yeung, Henry Wai-chung (2006) "[Change and continuity in Southeast Asian business](#)", *Asia Pacific Journal of Management*, Vol.23, n.º 2.

Zhang, Y. (2024). "La comunicación intercultural en las negociaciones empresariales entre España y China: la perspectiva china". *RUE: Revista Universitaria Europea*, 41, 199-224.

Zhu, H. (2014). *Exploring Intercultural Communication: Language in Action*. Routledge.

Office, Power Point, Eines IA, TEAMS i aula moodle.

Grups i idiomes de l'assignatura

La informació proporcionada és provisional fins al 30 de novembre.
A partir d'aquesta data, podreu consultar l'idioma de cada grup a través d'aquest [enllaç](#). Per accedir a la informació, caldrà introduir el CODI de l'assignatura

Tipus de docència	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(TEm) Teoria (màster)	1	Espanyol	primer quadrimestre	tarda
(TEm) Teoria (màster)	2	Espanyol	primer quadrimestre	tarda