

IV CONGRESSO INTERNACIONAL DA REDE ACINET

P.PORTO



Competências interculturais para o mercado global: promover a internacionalização pelo desenho de curricula

**Sara Pascoal
Clara Sarmento
Laura Tallone
Marco Furtado
Sandra Ribeiro**

spascoal@iscap.ipp.pt



P. PORTO



Pressupostos

- Plano estratégico IPP – **Formação** (valorizar, promover e racionalizar a oferta formativa) e **Internacionalização** (atrair estudantes e investigadores estrangeiros e reforçar a presença de docentes e investigadores IPP em redes internacionais)
- Resolução do Conselho de Ministros nº47/2015, 2 de julho de 2015 (posicionar alunos, investigadores e pessoal (...) num plano mundial)

ETP (English taught programme), que considera o inglês como lingua franca.

Acreditados pela A3Es por 6 anos

Licenciatura: Language Management for International Business e Mestrado em Intercultural Studies for Business

Curricula desenhados para aumentar a vocação internacional dos cursos do ISCAP

Aprofundar os programas de mobilidade dentro e fora da UE



P. PORTO



Objectivos dos ciclos de estudos

- **Promover a internacionalização da UO** e do IPP, através de um ETP;
- **Valorizar os sabres acumulados**, através da investigação científica e prática pedagógica dos docentes, oferecendo UC inovadoras e valorizadas pelo mercado: Digital Storytelling, Digital Rhetoric, Technical Writing, Public Speaking, Localization, Project Management, ou Entrepreneurship in Culture, et...)
- **Racionalizar os recursos humanos da UO**, através da integração de UC já existentes e leccionadas em inglês, nos cursos Erasmus, integrando-os num ciclo de estudos.

ETP (English taught programmes): Pourquoi?

“the number of English-Taught Programmes (ETPs) at universities in non-English-speaking European countries has more than tripled between 2007 and 2014.”

Bernd Wächter and Friedhelm Mainworm, “English taught programmes in European Higher education. The state of 2014”, ACA, Bonn, Lemmens Medien GmbH



P. PORTO



Aumento de ETP's

- Remover a grande barreira da língua para os potenciais estudantes internacionais.
- Preparar os alunos internos para os mercados internacionais.
- Enriquecer a experiência de aprendizagem, aumentando a diversidade de origens e nacionalidades.
- Melhorar o perfil da instituição em contexto internacional e em comparação com a concorrência nacional.
- Melhorar a compreensão intercultural de estudantes nacionais.
- Construir parcerias com instituições de outros países (por exemplo, programas de intercâmbio, diplomas duplos).
- Atrair os melhores talentos internacionais (por exemplo, estudantes de doutoramento).
- Preparar um corpo docente internacional.
- Atrair os estudantes estrangeiros como uma futura força de trabalho bem qualificada.
- Proporcionar educação superior de alta qualidade para estudantes de países em desenvolvimento, possivelmente como uma forma de ajuda ao desenvolvimento.
- Contrabalançar a falta de inscrição de estudantes nacionais.
- Melhorar a base de rendimento da escola através de propinas de estudantes internacionais.



P. PORTO



Cursos semelhantes na Europa: BA Language Management for International Business

- **Sheffield University:** BA Languages and International Business;
- **Kent University:** BA Business Administration and English Language and Linguistics;
- **Latvia University:** BA Modern Languages and Business Studies;
- **Heriot Watt University:** BA International Business Management and Language.
- **Birmingham University:** BA Modern Languages and Business;
- **Bath University:** BA International Management and Modern Languages



P. PORTO



Cursos semelhantes na Europa: MA Intercultural Studies for Business

- **University of Surrey, UK** – MA Translation Studies with Intercultural Communication.
- **University of Manchester, UK** – MA in Intercultural Communication.
- **Université d'Artois, Arras, França** – Master Professionnel Languages and Intercultural Management.
- **University of Warwick, UK** – MA in Intercultural Communication for Business and the Professions. Cologne University of Applied Sciences.
- **Alemanha** – MA in International Management and Intercultural Communication.



P. PORTO



Estrutura curricular: BA LMIB

UNIDADES CURRICULARES	ÁREA CIENTÍFICA	TIPO	TEMPO DE TRABALHO (HORAS)		CRÉDITOS	OBSERVAÇÕES
			TOTAL	CONTACTO		
Foreign Language 1- Portuguese 3/ Russian 3/ German 3/ French 3/ Spanish 3	LC	Semestral (1º)	140	TP 48	5	
Foreign Language 2- Portuguese 3/ Russian 3/German 3/ French 3/ Spanish 3	LC	Semestral (1º)	140	TP48	5	
Digital Rhetoric	LC	Semestral (1º)	196	TP48	7	
Multimedia tools I	INF	Semestral (1º)	196	TP48	7	
Elective Management A,B,C,D,E,F,G	G	Semestral (1º)	168	TP48	6	OPTION
Foreign Language 1 – Portuguese 4/ Russian4/German 4/ French 4/ Spanish 4	LC	Semestral (2º)	140	TP48	5	
Foreign Language 2 – Portuguese 4/ Russian4/German 4/ French 4/ Spanish 4	LC	Semestral (2º)	140	TP48	5	
Digital Storytelling	LC	Semestral (2º)	196	TP48	7	
Multimedia tools II	INF	Semestral (2º)	196	TP48	7	
Elective Management A,B,C,D,E,F,G	G	Semestral (2º)	168	TP48	6	OPTION



P. PORTO



Estrutura curricular : MISB

Course Units	Year	Semestre	ECTS
English Culture in Business I	1	1	6
French or German or Spanish Culture in Business I	1	1	5
Intercultural Economic Relations			
Culture and Development I	1	1	8
Chinese (Mandarin) or Arabic Language & Culture in Business I	1	1	6
	1	1	5
English Culture in Business II	1	2	6
French or German or Spanish Culture in Business II	1	2	5
Entrepreneurship in Culture			
Culture and Development II	1	2	8
Chinese (Mandarin) or Arabic Language & Culture in Business II	1	2	6
	1	2	5
English Culture in Business III	2	1	6
French or German or Spanish Culture in Business III	2	1	6
Intercultural Communication Technologies			
Chinese (Mandarin) or Arabic Language & Culture in Business III	2	1	6
	2	1	6
Research Methodologies			
	2	1	6
Dissertation or Project or Professional Internship	2	2	30



P. PORTO

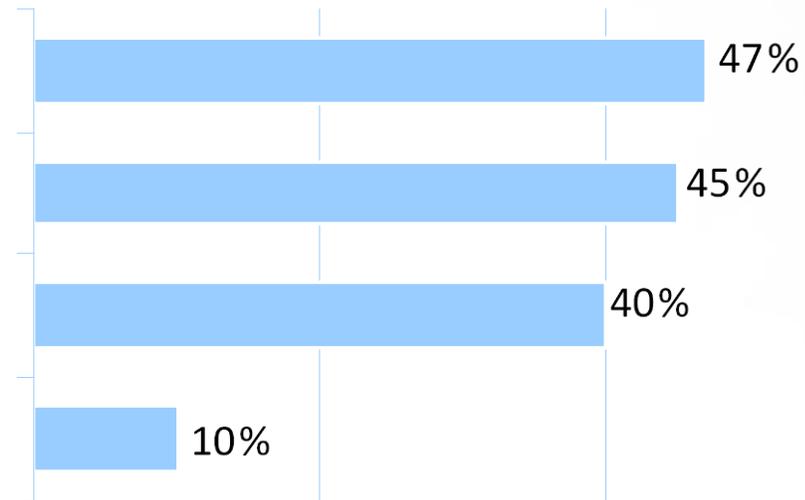


Problems with English

Cultural Differences

Time Zones

Accents



P.PORTO



Fig. 1: Global obstacles to communication (AIM Strategies. Virtual Team Trends Report, 2010)

Percentage Increase in Companies* Turnover Due to LMS Implementation

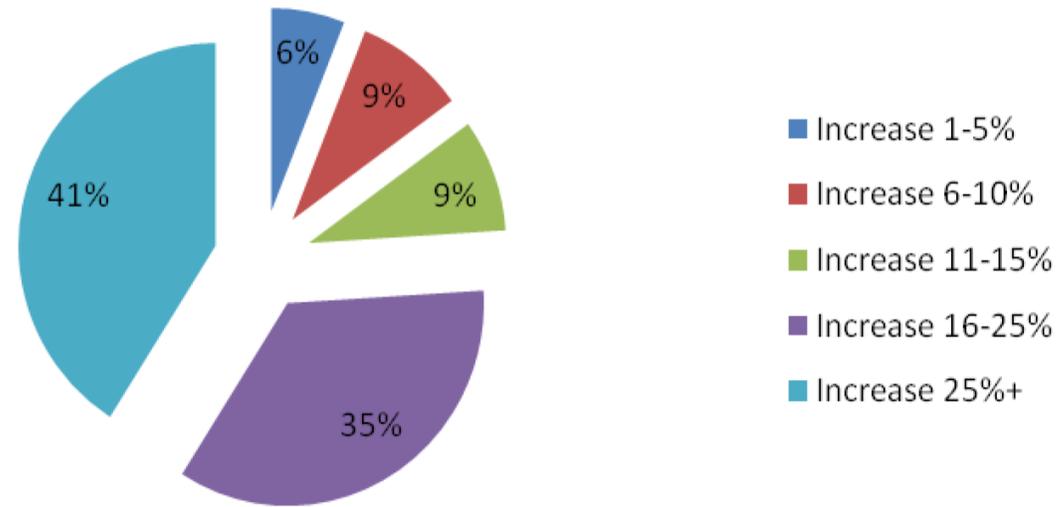


Fig. 2: Increase in Companies' Turnover Due to LMS implementation (Brandt, 2011: 22).

O Mestrado em Intercultural Studies for Business e a Licenciatura em Language Management For International Business oferecem formação aprofundada orientada para os negócios, com o intuito de desenvolver competências práticas, analíticas e críticas, em prol de uma **comunicação eficaz entre culturas**, da **rentabilidade do conhecimento**, e do **empreendedorismo** na área da cultura.

Em sintonia com o **mercado de trabalho corporativo**, os cursos propõem uma abordagem inovadora das **Humanidades**, baseada em **metodologias interdisciplinares** e na aplicação das **novas tecnologias**. Os diplomados serão capazes de **compreender, utilizar e tirar partido** das metodologias da análise de contexto e da quantificação das variáveis culturais em ambiente empresarial.



P. PORTO



Perfil do diplomado

- O perfil do diplomado será o de um **mediador intercultural**, com forte experiência na **gestão intercultural** e na **internacionalização das empresas**, que possa funcionar como um **analista de mercados internacionais**, perito em **negociações interculturais e comerciais**. O objetivo é formar profissionais competentes em línguas, capazes de gerir as relações entre atores de culturas diversas, podendo exprimir as suas competências no seio de empresas que têm ou pretendam ter uma atividade internacional ou em organizações internacionais e ONG.



P. PORTO



Forças

- Cursos multifacetados e inovadores, lecionados em inglês, que prevêm as necessidades de internacionalização da IES;
- Especialização em aspetos funcionais da gestão empresarial;
- Focalização e integração em ambientes das Humanidades Digitais;
- Aumento da empregabilidade em língua inglesa;
- Ligação em rede devido à origem heterogénea dos alunos;
- Forte uso de tecnologias no processo de ensino-aprendizagem

Fraquezas

- Cursos ministrados exclusivamente em Inglês, o que pode restringir o acesso nacional;
- Cursos inovadores e altamente tecnológicos que requerem domínio de software específico
- Possível falta de literacia científica bilíngue;
- Possível heterogeneidade no domínio de Inglês utilizado pelos alunos em sala de aula

Oportunidades

- Necessidade de aumentar a internacionalização do Ensino Superior Português e da UO;
- Aumento do número de PME nacionais em processo de internacionalização: os funcionários precisam de dominar línguas e competências de gestão simultaneamente em contextos internacionais;
- Desenvolvimento de novas profissões relacionadas com a era digital

Ameaças

- A Situação económica pode ter impacto negativo sobre as famílias;
- Restrições orçamentais resultantes da diminuição do financiamento público podem ter implicações sobre a qualidade global do ciclo de estudos, atualização de equipamentos, recursos e bibliografia
- Os currículos da escola básica e secundárias apresentam uma oferta instável de opções em línguas estrangeiras;
- ;

Conclusões

- Ambos os Ciclos de Estudos pretendem aumentar a empregabilidade dos alunos ao serem ETP's, promovendo a internacionalização quer da IES quer dos alunos, fomentando as suas competências interculturais e empreendedoras;
- As nossas pesquisas demonstraram que os países escandinavos, os Estados Unidos e o Reino Unido têm uma ampla oferta de CE especializados em Gestão Linguística e Intercultural aplicada aos negócios;
- A Comissão Europeia publicou relatórios e outras publicações, salientando a necessidade de conhecimentos linguísticos e de uma gestão eficaz das línguas e das culturas no contexto das empresas europeias nos próximos anos. A EU admite que este campo do conhecimento deve ser implementado e explorado de forma a fornecer aos futuros profissionais competências linguísticas, interculturais e empreendedoras previstas;
- Estes cursos representam uma oportunidade atrair estudantes estrangeiros e estudantes nacionais, com o objetivo de desenvolver as suas capacidades de internacionalização num mercado global, permitindo a sua empregabilidade.



P. PORTO





«L'entreprise du futur sera résolument humaine et digitale »

Joël de Rosnay



P.PORTO



IV CONGRESSO INTERNACIONAL DA REDE ACINET

P. PORTO



Empreendedorismo e criatividade em cultura:

O projeto Google Arts&Culture

Sara Pascoal
Álvaro Moreira
Laura Tallone
Marco Furtado
Sandra Ribeiro
Hugo Costa



P. PORTO



Empreendedorismo e criatividade em cultura: o projecto Google Arts&Culture

Mestrado em Intercultural Studies for Business – 2016

Formação adaptada ao mercado

Focalização nas Ciências Empresariais (missão da UO)

Competências empreendedoras no âmbito da cultura e capacidades práticas, analíticas e críticas para a comunicação intercultural

Interdisciplinaridade e Novas tecnologias

Medição de variáveis culturais em ambiente empresarial

Comunicação Intercultural

Troca recíproca de conhecimento entre culturas em contexto de negócios

Cultura é encarada como *commodity* lucrativa



P. PORTO



O Projecto GoogleArts&Culture: interdisciplinaridade

French Culture for Business III

German Culture for Business III

Spanish Culture for Business III

Intercultural Communication Technologies

P.PORTO

Objectivos

- Trabalho de Projecto - Património Cultural

3.1. A relevância do património cultural para as Indústrias Criativas

3.2. Como transformar o a herança cultural num produto comercializável



P. PORTO



Plataforma Google Arts& Culture

The screenshot shows the Google Arts & Culture website in a browser window. The browser's address bar displays the URL <https://artsandculture.google.com/explore>. The website header includes the Google Arts & Culture logo and navigation tabs: PÁGINA INICIAL, EXPLORAR (selected), PRÓXIMO, and PERFIL. Below the header, there are six main category cards, each with a representative image and a count of items:

- Artistas**: 5 927 artistas (Image: Caravaggio's Boy with a Dog)
- Meios**: 231 materiais (Image: Leonardo da Vinci's Vitruvian Man)
- Movimentos artísticos**: 121 movimentos artísticos (Image: The Starry Night by Van Gogh)
- Eventos históricos**: 637 eventos históricos (Image: A historical street scene with a car)
- Figuras históricas**: 6 374 figuras históricas (Image: Winston Churchill)
- Locais**: 10 282 locais (Image: A landscape with a path leading to a waterfall)

Below these cards is a section titled **Coleções** with the subtitle "Explore mais de 1000 museus de todo o mundo". This section features six museum collection cards:

- British Museum**, Reino Unido (Image: The Great Court of the British Museum)
- The Surabhi Foundatio...**, Índia (Image: A woman and a man in traditional Indian attire)
- The Munch Museum, O...**, Noruega (Image: The Scream by Edvard Munch)
- Gwacheon National Sci...**, Coreia do Sul (Image: A futuristic architectural structure)
- Ford's Theatre**, Estados Unidos (Image: The exterior of Ford's Theatre)
- National Gallery of**, Índia (Image: A colorful abstract painting)



PORTO



Museu Internacional de Escultura Contemporânea de Santo Tirso



P. PORTO



MIEC Santo Tirso

- Sede inaugurada em 2016
- Coleção de 54 esculturas nos espaços públicos de Santo Tirso
- Artistas de mais de 20 nacionalidades
- Peças site-specific, em diálogo com o espaço envolvente
- Proximidade ao Porto aumenta atratividade
- Desenvolvimento constante de atividades e iniciativas
- Ideal para a “experiência turística”
- Possibilidade de alargamento do corpus e de expansão do projeto



PORTO



Objetivos da organização de uma Exposição Virtual na plataforma da Google

- envolver os membros do grupo numa investigação aprofundada e colaborativa;
- fornecer uma oportunidade para explorar múltiplas perspetivas de um tema;
- informar sobre o propósito e as orientações gerais do Museu e seu acervo;
- colaborar com outras pessoas para fomentar a comunicação e partilha de informação e experiências (por exemplo, professores, profissionais do Museu, artistas, etc.)

(DUMITRESCU, LEPADATU, CIUREA, 2014: 103)



PORTO



Uma exposição virtual deve ter as seguintes qualidades:

- **Localização**
- **Relevância**
- **Interação**
- **Capacidade de manutenção**
- **Acessibilidade**

(DUMITRESCU, LEPADATU, CIUREA, 2014: 102)



REPORTO



Metodologia

- conhecimento e observação dos bens culturais e do território;
- pesquisa bibliográfica e recolhimento de materiais (textos, imagens, objetos, guias, obras musicais, audiovisuais, etc.);
- primeira leitura de todos os textos e desenho de critérios (escolha de imagens e desenho da narrativa da exposição virtual);
- Seleção de imagens e construção de uma narrativa multimodal;
- mapa de exposições virtuais;
- criação de conectores textuais que constituem o roteiro;
- revisão e teste para verificar a validade da exposição;
- revisão final dos textos e documentos multimodais que formam a base da exposição virtual.



F. PORTO





P. PORTO





P. PORTO





P. PORTO



ACINNET

Algumas opiniões dos alunos....

Overall, I considered the “MIEC for Google Arts&Cultures” project quite interesting, since I was not very familiar with this particular product of Google and it sure made me more aware of all the potential it has. It was also a matter of pride, I guess, because not every day we are presented with the possibility to share something that comes from Portugal with the whole wide world.

From the start I felt involved with this project. I found that to produce something that can be accessed, in “real life”, was so interesting and that it could serve as a great experiment and experience.

To work with people from different areas would have made it better. To have perhaps an intercultural project would be tops.



P. PORTO



A exposição na Google Arts&Culture

- <https://www.google.com/culturalinstitute/manage/items/156527598>



P.PORTO



IV CONGRESSO INTERNACIONAL DA REDE ACINET

P. PORTO



ACINET



Business Intercultural: **Conceitos, Projectos e Resultados de** **Investigação**

Clara Sarmento
Carina Cerqueira



Centro de Estudos Interculturais

ISCAP-Politécnico do Porto, Portugal

P.PORTO





iscap.pt/cei/



iscap.pt/cei/E-REI%20Site/Pages/index.htm

O Centro de Estudos Interculturais (CEI) do ISCAP – Politécnico do Porto é um centro de investigação fundamental e aplicada, que coopera com instituições nacionais e estrangeiras em projectos científicos, técnicos e editoriais, no âmbito das suas principais linhas de investigação, entre as quais se destaca o *Business Intercultural*. O CEI promove congressos, conferências e publicações internacionais, participa em projectos de investigação, premeia dissertações, concede bolsas para jovens investigadores e publica a *E-Revista de Estudos Interculturais*. O CEI mantém colaboração com universidades de Espanha, França, Alemanha, Roménia, Brasil, Polónia, Letónia, Macau, Moçambique, Rússia, Macedónia, EUA, Argélia, Sri Lanka e Índia, e com outras entidades e associações, destacando-se o Alto Comissariado para as Migrações e a RESMI.

P. PORTO



Ligação entre o ensino superior e o mundo empresarial.

Contexto socioeconómico contemporâneo.

Business Intercultural

Abordagens interdisciplinares.

Novas metodologias de trabalho / Exemplos de boas práticas.

P.PORTO

Fonte inclusiva de
reflexão

Estética

Glocalidade

Humanidade

Capacidades
técnicas e
epistemológicas
interdisciplinares

Aprendizagem
criativa

Diálogo
intercultural

Competências-
chave transversais

P.PORTO

Consciência da educação cultural enquanto veículo eficaz para as competências empresariais.

Potencial das fontes culturais globais, nacionais e locais, modernas e tradicionais, eruditas e populares, como ponto de partida para o diálogo intercultural.

Utilizar a investigação científica para benefício do diálogo com os actores socioeconómicos.

Associar empresários, académicos, investigadores e estudantes aos objectivos e oportunidades do sector cultural.

Novas capacidades críticas e reflexivas.

Nova perspectiva de cidadania abrangente.

Valorizar a expressão cultural em ambientes competitivos.

P.PORTO



Alguns resultados da investigação:



CONTEÚDOS:

Introdução

I - TRADIÇÕES POPULARES & ECONOMIA

1. Eco-Economia e Tradições Populares
2. Vender, Trocar, Doar, Roubar e Especular em Contos Populares Portugueses de Adolfo Coelho
3. O Poeta Usurário: Economia Mercantil e Modelos Narrativos na Idade Média
4. A Economia das Tradições: O Barco Moliceiro da Ria de Aveiro

II. ECONOMIA, CIÊNCIAS & CULTURAS EM DIÁLOGO

1. O Mecanismo de Trocas Altruístas num Mundo Competitivo
2. A Economia e a Gestão na Obra de Fernando Pessoa
3. Economics and Art in the Avant-Garde British and German Little Magazines during World War I
4. Entre Lei, Economia e Cultura: A Convergência da Civil Law e da Common Law
5. A Contabilidade como Estrutura de Comunicação

III. A DIVERSIDADE CULTURAL & OS ARTIFÍCIOS DO MARKETING

1. A Importância dos Aspetos Culturais nos Negócios com a Rússia
2. Uma Análise de Elementos Estrangeiros em Anúncios de Revistas Femininas
3. Marcas, Arquétipos e Culturas: Da Estratégia à Comunicação
4. Estudos Culturais e Branding: O Caso da Marca 'Espanha' - Sara Cerqueira Pascoal
5. Contributos Culturais para a Gestão das Marcas Lugares/Cidades

IV. O PROJETO TSDIA/ENDENT: FERRAMENTAS INTERDISCIPLINARES NO MUNDO LABORAL

1. Erasmus+ Project "Transversal Skills in Dentistry": Content and Language Integrated Learning Approach
2. Transversal Skills in the World of Work: A Perspective from Applied Linguistics
3. English Language and Dentistry Integrated Learning: Methodology Framework

Referências

P.PORTO



Projecto **Tec'N'Cool**: Temáticas de Economia e Negócios na CULTura Portuguesa = Base de dados em *open access* sobre temas da economia e direito no cinema, literatura e séries televisivas.

Title	Film Director	Release Date	Cast	Film Production	Distribution	Screenwriting	Genre	Trailer	Synopsis
Alvin and the Chipmunks	Tim Hill	14 December 2007	Jason Lee David Cross Cameron Richardson Justin Long Matthew Gray Gubler Jesse McCartney	Janice Karman Ross Bagdasarian Jr.	20th Century Fox	Jon Vitti Will McRobb Chris Viscardi	Animation Comedy Family	Watch	In a tree farm, three musically inclined chipmunks, Alvin, Simon and Theodore, are cut down and sent to Los Angeles. Once there, they meet the frustrated David Seville, and despite a poor first impression, they impress their singing talent. Seeing the opportunity for success, both human and chipmunk make a pact for them to sing his songs. While that ambition proves a frustration with the difficult trio, the dream does come true after all. However, that success has its own trials as their unscrupulous record executive, Ian Hawke, plans to break the family to exploit the boys. Can Dave and the Chipmunks discover what they're amid the superficial glamor around them?
American Psycho	Mary Harron	14 April 2000	Christian Bale Willem Dafoe Jared Leto Josh Lucas Samantha Mathis Matt Ross Bill Sage Chloe Sevigny Cara Seymour Justin Theroux Guinevere Turner Reese Witherspoon	Edward R. Pressman Chris Hanley Christian Halsey Solomon	Lionsgate Films	Mary Harron	Crime Drama	Watch	Patrick Bateman is handsome, well educated and intelligent. He is twenty-seven living his own American dream. He works by day on Wall Street, earning a fortune to complement the one he was born with. At night he descends into madness, as he experiments with fear and violence.
Among Thieves	Paul H. Boge	21 April 2009	David Dick Meghan Duffy Carey Smith Tyhr Trubak Dean Harder	Paul H. Boge Timothy Hoch Chris Radtke		Paul H. Boge	Thriller War	Watch	Three friends - a reporter, an oil analyst and a financial executive - reunite after years and accidentally uncover one of the key, hidden reasons for what motivates war in Iraq. The trio struggles to present evidence to major media that America's Iraq war is based on lies. The trio struggles to present evidence to major media that America's Iraq war is based on lies. The trio struggles to present evidence to major media that America's Iraq war is based on lies.



SEMINÁRIO "MARKETING ACROSS CULTURES"



14.05.2014 | 14:00

Auditório 1

Mais informações em:
www.iscap.ipp.pt/~cei

Organização: Centro de Estudos Interculturais e Direção dos Cursos de Marketing e Marketing Digital

COLÓQUIO INTERDISCIPLINAR
• **CEI** •
IELT (FCSH/UNL)

ECO ECONOMIA ECONOMIA & TRADIÇÕES,
LITERATURA E PRÁTICAS CULTURAIS

11H - 18H
12 JUNHO 2015

SALA DE LEITURA INFORMAL DA BIBLIOTECA DO ISCAP

  **FCSH** FACULDADE DE CIÊNCIAS
SOCIAIS E HUMANAS
UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA  **IELT**
INSTITUTO DE ESTUDOS DE LINGUAGEM TRADICIONAL

© GCRP/ISCAP, Joana Freire de

P. PORTO



Thematic panel 4. Intercultural studies in business

Traditionally, culture has been considered by the business world as a low or difficult profit area, but facts as diverse as the recent trends in tourism, the rise of creative industries, massive migrations, global communication allied to the value of local cultures, or even the need to recognize a business partner's culture, have shed a new light into the complex relation between culture and economics. Similarly, in the academic world, in order to strengthen and diversify students' skills and experiences – as required by contemporary global business – one must constantly research, innovate, network, and (re)create teaching methods and resources. The intercultural and inter-business dialogue must function as a basis to promote translation, integration and innovation, creating a space that accommodates dialogue and exchange alongside profit and production. ICIM 2019 welcomes different perspectives, study areas, work methods, and case studies, so that diversity may generate dynamic and flexible intercultural dialogues... also in business.

The banner for ICIM 2019 features a blue background. At the top, the text 'ICIM 2019' is in white, followed by 'International Conference on Interculturalism and Multiculturalism' in a smaller white font. Below this, the dates and location '28-30 | 03 | 19, ISCAP-P.PORTO' are displayed in white. The central graphic is a peace symbol composed of various national flags. To the left is a circular logo with the letters 'ei' in red and white. To the right is a logo for 'P.PORTO ISCAP' with 'P.PORTO' in white on an orange background and 'ISCAP' in black on a white background. At the bottom, the website 'www.iscap.pt/cei' is written in white.

www.iscap.pt/cei/ICIM2019/index.html

P.PORTO



MA program in Intercultural Studies for Business

Webpage: <http://www.iscap.ipp.pt/site/php/mestrados.php?curs=40>

Facebook: MA in Intercultural Studies for Business

Email: dir-curso.misb@iscap.ipp.pt

Approved unconditionally for 6 years by A3Es. English is the **working language** of the course.

O Mestrado em ISB combina a missão da escola de *business* do P-PORTO com o trabalho desenvolvido pelos docentes-investigadores das áreas científicas de Línguas e Ciências Empresariais, em geral, e do Centro de Estudos Interculturais (CEI), em particular.

Internship protocols: Incubit – Business Consulting & Entrepreneurship, ACM – High Commissioner for Migrations, ANE – National Association of Women Entrepreneurs, Vida Económica Publishing Group, EDUCOACH – Education and Social Innovation, and several other partners.

The MA is part of RESMI – Higher Education Network for Intercultural Mediation, and of the project-consortium led by P.PORTO *The Route – Tourism and Heritage Routes including Ambient Intelligence with Visitants' Profile Adaptation and Context Awareness*.



Graduates may continue their studies at PhD level at the Universities of Vigo, Santiago de Compostela and Salamanca, due to protocols signed with these Spanish universities.

Universidade de Vigo



Students may **opt** for a **Double Degree**, in combination with the Masters in Languages and Intercultural Management of the Université d'Artois, Arras, France.

Specific ERASMUS mobility protocol with the Hochschule Koblenz, University of Applied Sciences, RheinAhrCampus, Remagen, Germany.



P. PORTO



Nas estratégias de ensino do Mestrado em ISB, os estudos interculturais vão mais além da mera troca de informações entre estados-nação, da análise dos *media* ou das implicações negativas das diferenças entre grupos culturais, para se focalizarem na **troca recíproca de conhecimento entre culturas**, com as suas semelhanças e diferenças, em **contexto de negócios**, no panorama global contemporâneo. A cultura é encarada como *commodity* lucrativa, como mais valia para qualquer empresa com ambições de expansão, enquanto **ferramenta e objecto** de negócios e de crescimento económico.

Nesta perspectiva, os conhecimentos interdisciplinares sobre teorias e práticas dos estudos interculturais assumem uma perspectiva de **auto e hetero-conhecimento**, atenta às novas rotas da expansão económica global, outorgando protagonismo tanto aos **centros** de onde em tempos emanaram as matrizes culturais como às **periferias** (ou novos centros) pós-coloniais contemporâneos, ciente de que centro e periferia são hoje conceitos intermutáveis e em constante renegociação: China, Magrebe, Médio Oriente, Hispano-America, Commonwealth, etc.

Course Units	Year	Semestre	ECTS
English Culture in Business I	1	1	6
French or German or Spanish Culture in Business I	1	1	5
Intercultural Economic Relations			
Culture and Development I	1	1	8
Chinese (Mandarin) or Arabic Language & Culture in Business I	1	1	6
	1	1	5
English Culture in Business II	1	2	6
French or German or Spanish Culture in Business II	1	2	5
Entrepreneurship in Culture			
Culture and Development II	1	2	8
Chinese (Mandarin) or Arabic Language & Culture in Business II	1	2	6
	1	2	5
English Culture in Business III	2	1	6
French or German or Spanish Culture in Business III	2	1	6
Intercultural Communication Technologies			
Chinese (Mandarin) or Arabic Language & Culture in Business III	2	1	6
	2	1	6
Research Methodologies	2	1	6
Dissertation or Project or Professional Internship	2	2	30

O CEI assume o seu conceito interdisciplinar de *business intercultural*, atento às realidades do mercado de trabalho e às negociações inclusivas, consciente das especificidades culturais dos negócios internacionais, articulando a focalização global com a consciência local.

A investigação, a cooperação e o intercâmbio científico que o CEI pratica há mais de uma década reflectem a missão do ISCAP/P.PORTO de ensinar não só o saber conhecer, mas também o saber fazer e o saber ser.

Numa instituição de ensino superior que visa a formação, a investigação, a criação e a difusão do conhecimento na área das ciências empresariais, o CEI agrega as competências dos estudos interculturais às competências das ciências empresariais, em clara sintonia com as características da identidade e da competitividade do ISCAP e do P.PORTO.



Centro de Estudos Interculturais

www.iscap.pt/cei

P.PORTO



ACINET

IV CONGRESSO INTERNACIONAL DA REDE ACINET

P. PORTO



ACINET



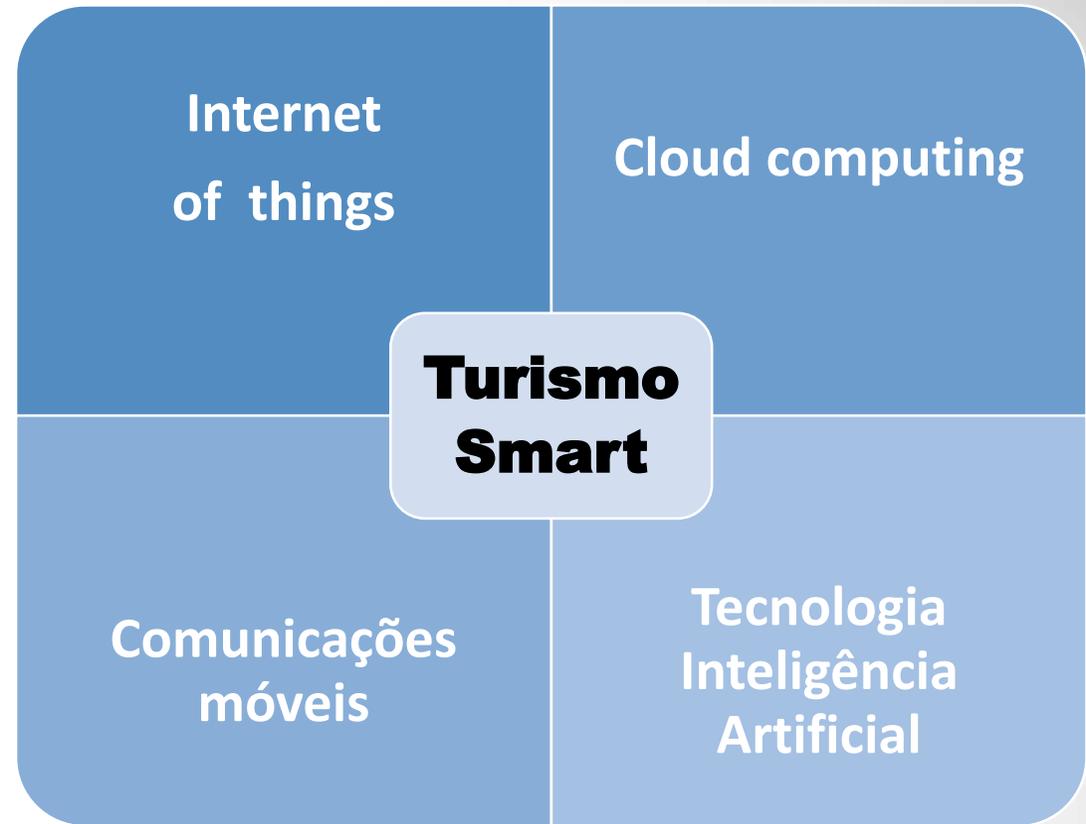
ROTAS LITERÁRIAS E DE *STREET ART*: A (INTER)CULTURA NA INOVAÇÃO TURÍSTICA E EMPRESARIAL



Clara Sarmento
Sara Pascoal
Joana Reis
Luísa Silva

Centro de Estudos Interculturais
ISCAP-Politécnico do Porto, Portugal

O turismo cultural é hoje reconhecidamente um dos principais fatores de atração turística, tendo-se transformado num dos recursos de maior potencial para o desenvolvimento local e nacional. A preocupação demonstrada pelas autarquias locais e pelas agências de turismo privadas no desenvolvimento de rotas turísticas e culturais prova a importância atual desta modalidade turística.



TheRoute

Tourism and Heritage Routes including Ambient Intelligence with Visitors' Profile Adaptation and Context Awareness

Code: 23477 Contact: Carlos Ramos (car@icapp.pt)

TheRoute Consortium involves 3 Higher Education Institutions and 1 Enterprise



Main features of TheRoute

- Challenge: Context studies, research and expert involvement around the challenge of automatic generation of routes for visitors to areas of interest (POI related with Tourism and Heritage)
- Focus region: North of Portugal. Development of a location-based mobile app (TheRoute) for the region of Douro and Vila Real and a three key mission related POI will be modeled
- Suggested routes should fit the profile of visitors and groups of visitors including aspects like emotion/mood/personality and the level of the context (eg. weather, season)
- Take into account mobility preferences (eg. of interest in historical, inherent constraints like distance, accessibility, maximum duration to health and well-being)
- Use of Ambient Intelligence algorithms and Ambient Intelligence
- Complete Life-Cycle of the System: Engineering in the Field
- Use of different platforms (desktop, mobile, tablet, smart-tv)

Activities (Work Packages) of the Project

- WP1 – Knowledge Acquisition on general and specific Routes
- WP2 – System Architecture based on Ambient Intelligence
- WP3 – Modeling of Points of Interest, Visitors' Profile, and Context Awareness
- WP4 – Mobility, Health, Wellbeing and Accessibility in Routes
- WP5 – Development of algorithms and programs for Route Generation
- WP6 – Experimentation of TheRoute system components
- WP7 – Organization and Management of the project
- WP8 – Evaluation, Dissemination and Valorization

Ambient Intelligence (AmI) Architecture



Figure 1: Ambient Intelligence (AmI) Architecture. Adapted from [1].

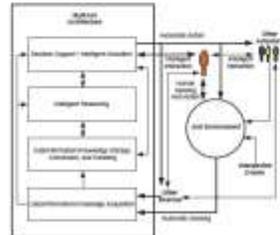


Figure 2: An example of Ambient Intelligence Architecture System (AmI) used in project DOURAZUL.

Intelligent Tourism Recommendation System



Figure 3: Intelligent Tourism Recommendation System.

TheRoute Research Team by areas

17 PhD researchers in a multidisciplinary project

- ICT area:** Carlos Ramos (Principal Investigator of TheRoute), Ana Almeida, Constantino Martins, Isabel Monteiro, José Ricardo, Lino Figueiredo, Lino Oliveira, Luiz Faria, Ricardo Santos, Vítor Castro
- Heritage area:** Fátima Lambert, Susana José Escalera, Sérgio Veludo
- Tourism & Hospitality area:** Ana Filipa Balsemão, Bruno Oliveira, Mónica Oliveira, Rui Saraiva
- Literature & Intercultural Studies areas:** Clara Sarmento, Sandra Ribeiro, Sara Paçoal
- Music area:** Ana Liberal
- Health area:** Rui Macedo
- Marketing area:** Susana Teixeira
- Business & Administration area:** Carla Vaz, Lúcia Casanova

Previous Publications related with the project (impact by citations)

- Santos, C., Augusto, J. C., & Shapiro, D. (2008). Ambient intelligence—the next step for artificial intelligence. *IEEE Intelligent Systems*, 23(6), 15–18. **(325 citations)**
- Lucas, J. P., Luz, N., Moreno, M. N., Anadot, R., Figueiredo, A. A., & Martins, C. (2018). A hybrid recommendation approach for a tourism system. *Expert Systems with Applications*, 4(69), 3532–3550. **(55 citations)**
- Martins, C., Santos, R., Ramos, C., Neves, J. (2010). Context aware emotional model for group decision making. *IEEE Intelligent Systems*, 25(4), 31–39. **(45 citations)**
- Santos, R., Martins, C., Ramos, C., Neves, J., & Balsemão, J. (2010). Personality, emotion, and mood: agent-based group decision making. *IEEE Intelligent Systems*, 25(3), 59–66. **(26 citations)**
- Coelho, B., Martins, C., & Almeida, A. (2009). August: Adaptive tourism modeling and socialization system. In *Computational Science and Engineering*, 2009. CSE'09. International Conference on (Vol. 4, pp. 545–552). IEEE. **(17 citations)**

Previous projects

- EXPERICA (EU FP7 project Marie Curie n.318878) – Ambient Intelligence
- TOURPLAN (FCT project n. 74268) – Planning of tours
- PS2S (FCT project n. 72752) – Planning of transports for Tourism
- TOURSPARTO (with Porto City Hall and Porto Digital) – Visitors' Profile in tours
- ArgEmotionAgents (FCT project n.56253) – Affective Computing
- GUADALEIXA (FCT project n.60524) – Group Decision Support

How TheRoute responds to Strategic Documents/Programmes

- In **“Tourism Action Plan for the North Region of Portugal”** we observe that from the 3 priority axes of intervention there are 2 related with the purposes of TheRoute: Priority Axis 3 (Marketing and Regional Tourism Promotion) and Priority Axis 5 (Promotion, Monitoring, and Information – “Intelligence”) which lead to the creation of intelligent systems to help in the several phases of the process.
- The **Smart Specialisation Strategy (RIS3) from North Region of Portugal** involves the “Symbolic Capital, Technologies and Tourism Services” domain. Other domains from RIS3 are the “Recreation and Economy of the Sea” (Nautical Tourism), the “Agriculture, Environment and Food Systems” (Local Economy), and the “Law and Health Societies” (Health and Well-being Tourism).
- Three **Societal Challenges from H2020** are considered: “Health, Demographic Evolution, and Well-being”, “Smart and Green Integrated Transport”, and “Europe in a World of Changing – inclusion, innovation, and reflective society”.

Budget

- Total € 149997.96
- P.PORTO € 73241.25
- ISEP € 20254.80
- IPVC € 74527.00
- DouroAzul € 17524.96
- Mainly human resources (working time) and staff fellowships



Investigação aplicada ao design de apps para diferentes plataformas (desktop, notebook, tablet, smartphone...)

Sugerir ao visitante rotas geradas automaticamente, relacionadas com Pontos de Interesse (POI's) turísticos, patrimoniais, literários, culturais, musicais, etc.

Região Norte de Portugal: rotas desenvolvidas em torno de um itinerário (urbano ou rural)

TheRoute: desafios

P.PORTO



TheRoute: características

Identificação do perfil do visitante.

Sugestão de POI (points of interest): rotas fixas ou dinâmicas.

Possibilidade de alterar as rotas.

Mobilidade entre os POI (sustentabilidade), condições inerentes (horários, acessibilidade) e questões relacionadas com a saúde e bem-estar.

Avaliação da experiência.

1) Conhecimento e observação do território;

2) Pesquisa bibliográfica e recolha de materiais necessários (textos literários, objetos, guias, obras musicais, audiovisual, etc.)

3) Contactos com as autoridades (autoridades locais, gestores culturais, pessoal administrativo, etc.)

4) Primeira leitura rápida de todos os textos e escolha dos critérios a serem aplicados no desenho do percurso literário

5) Segunda leitura mais aprofundada e escolha dos textos associados a cada ponto da rota (citações)

6) Mapa da rota

7) Criação de conectores textuais que constituem a narrativa que articula a rota

8) Revisão e teste para verificar a validade do desenho feito

9) Redação final dos textos e documentos que formam a base para o roteiro literário

TheRoute Rotas Literárias: Metodologia

P.PORTO



Transportes	Descrição	Morada	Latitude
Longitude	Altitude	Contacto Telefónico	E-mail
Website	Facebook	Twitter	Instagram
Horário	Tempo de Visita	Visitas Guiadas	Preço
Citação	Nome	Categorias	

TheRoute

Ponto de Interesse

Rotas concluídas

Rotas de Camilo Castelo Branco : Porto, Famalicão, Fafe e Ribeira de Pena.

Rotas de Guerra Junqueiro: Porto, Viana do Castelo e Freixo de Espada à Cinta.

Rotas de José Saramago: Porto e Norte.

Rotas de Luísa Dacosta: Porto.

Rotas Liberais: Porto e Norte.

Rotas de José Régio: Vila do Conde.

Rotas dos Moliceiros: Aveiro e Ria de Aveiro.

Rotas de Aquilino Ribeiro: Sernancelhe, Moimenta, Lamego, Viseu.

Rotas de Eça de Queiroz: Porto, Maia, Póvoa de Varzim, Tormes.

Rotas Industriais: Oliveira de Azeméis, Santa Maria da Feira e S. João da Madeira.

P. PORTO



Rota de José Saramago, Porto

- POIs:

1. Rua Escura
2. Sé/Largo da Sé/Fonte do Pelicano
3. Igreja de Santa Clara
4. Escadas das Verdades
5. Escadas do Barredo/Bairro do Barredo
6. Travessa dos Canastreiros
7. Ribeira



P.PORTO



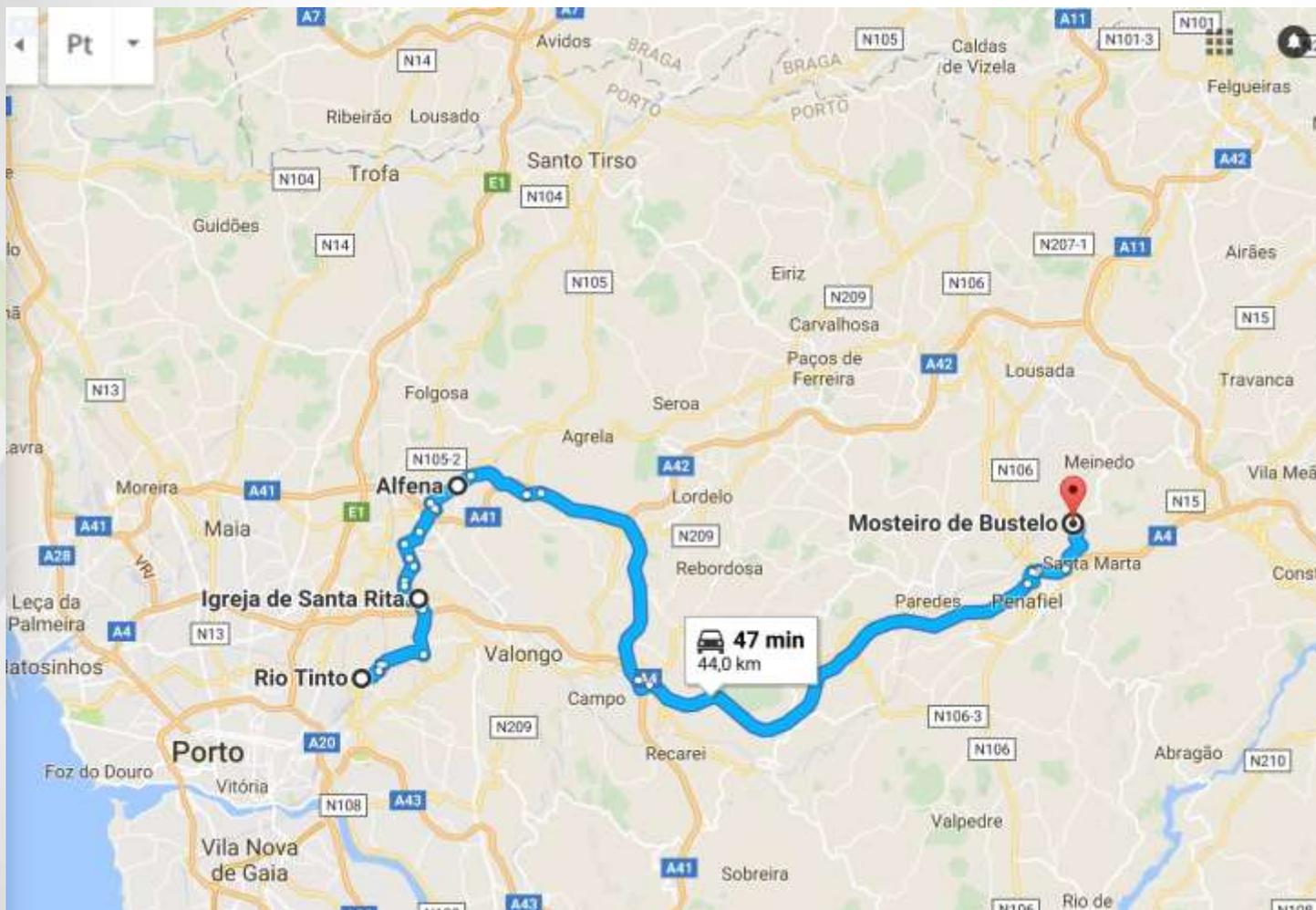
Rota de Luísa Dacosta, Porto



- POIs:

1. Escola Francisco Torrinha
2. Jardim do Passeio Alegre
3. Jardim do Calém
4. Largo/Miradouro/Igreja de Santa Catarina
5. Estaleiro do Ouro
6. Paragem do Ouro
7. Ponte da Arrábida





Rota das Tropas Liberais, Norte

POIs:

1. Rio Tinto
2. Convento da Formiga
3. Alfena
4. Convento de Bustelo

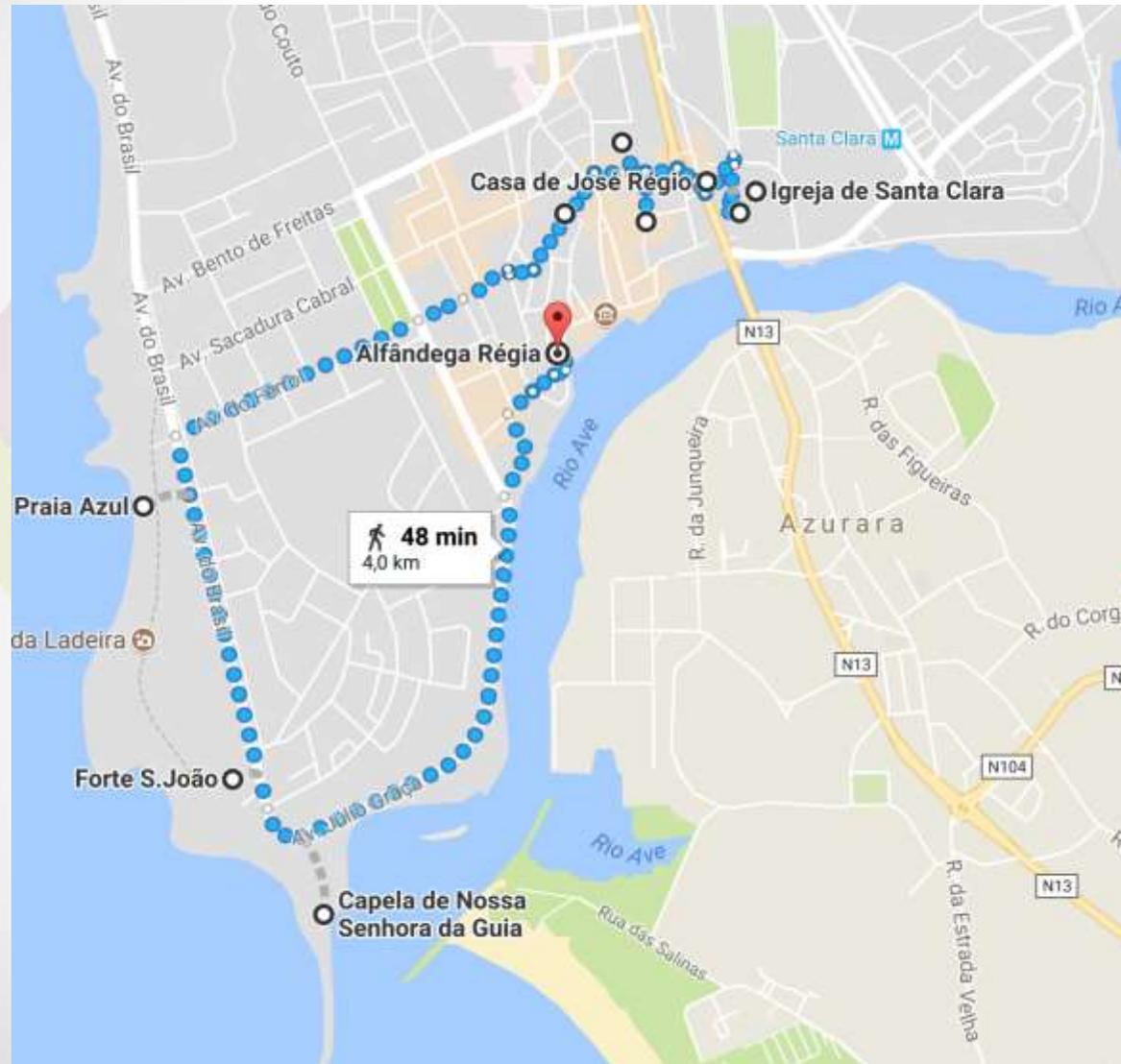
P.PORTO



Rota de José Régio, Vila do Conde

POIs:

1. Igreja/Mosteiro de Santa Clara
2. Casa de José Régio
3. Praça de José Régio
4. Igreja de S. João Baptista/Igreja Matriz de Vila do Conde
5. Museu das Rendas de Bilros
6. Praia de Vila do Conde
7. Forte de S. João Baptista
8. Capela de Nossa Senhora da Guia
9. Alfândega Régia e Nau Quinhentista



P. PORTO



Rota de
Ferreira de
Castro

Rota das
Casas de
Escritores

Rota de
Domingos
Monteiro

Rota de
Miguel Torga

Rota de
Sophia de
Mello Breyner

Rota de Raúl
Brandão

Rota de
Agustina
Bessa Luís

Rota de Júlio
Dinis

Rota de
Trindade
Coelho

Rotas em
construção

P.PORTO



O fim duma viagem é apenas o começo doutra. É preciso ver o que não foi visto, ver outra vez o que se viu já, ver na Primavera o que se vira no Verão, ver de dia o que se viu de noite, com sol onde primeiramente a chuva caía, ver a seara verde, o fruto maduro, a pedra que mudou de lugar, a sombra que aqui não estava. É preciso voltar aos passos que foram dados, para os repetir, e traçar caminhos novos ao lado deles. É preciso recomeçar a viagem. Sempre. O viajante volta já.

José Saramago
Viagem a Portugal

P.PORTO





<http://streetartcei.com/>

Em simultâneo, o CEI desenvolveu o projecto StreetArtCEI, motivado pelas inesperadas e efémeras narrativas, visuais, polícromas e intersemióticas, inscritas nos muros da cidade.

Convocando as ferramentas teóricas e conceptuais dos estudos interculturais, o projecto StreetArtCEI esbate ainda mais as já de si ténues fronteiras entre culturas dominantes e marginais, suas práticas, símbolos e manifestações estéticas, no espaço aberto, movediço e sempre efémero da cidade.

Se o objectivo do projecto The Route é oferecer ao visitante a materialização urbana da obra literária, StreetArtCEI desperta visitantes e habitantes para outras materializações, de estéticas auto e hétero marginalizadas.

P.PORTO



A metodologia de trabalho passa pela recolha fotográfica, categorização e extracção de padrões de recorrência, dos quais emergem novas rotas, não só turísticas mas também para usufruto e formação de todo o público interessado. O website do projecto disponibiliza todas as imagens, rotas, arquivos e textos de reflexão em acesso aberto. Do Marquês à Baixa, da Ribeira a Matosinhos, de S. Bento da Vitória a Vila do Conde, os percursos de StreetArtCEI propõem uma busca pela arte oculta nos recantos urbanos.

Do conhecimento – assim criado e partilhado – nasce o privilégio de saber encontrar nos percursos do quotidiano a arte criada onde e quando o artista esquivo quis. StreetArtCEI assume o privilégio de recolher, registar, preservar e oferecer à academia e ao público a força, a ironia e a beleza dessas singulares instâncias comunicativas, numa missão-dentro-do-projecto que, prevê-se, perdurará por gerações de investigadores do CEI.



P.PORTO



Através do cruzamento com vias de acesso, transporte e infra-estruturas urbanas, StreetArtCEI sugere percursos culturais alternativos, viáveis e de acessibilidade generalizada.

Foram já identificadas várias centenas de obras, divididas por SETE grandes rotas. StreetArtCEI convida e capta turistas para a descoberta das principais artérias turísticas da região Norte e valorizar, mesmo economicamente, as manifestações artísticas que as cidades oferecem, tanto a visitantes como a habitantes. A próxima fase do projeto prevê a identificação de mais rotas – abrangendo não só o Grande Porto como também Guimarães, Braga, Aveiro e Ovar, com ligação a rotas semelhantes no Sul, nomeadamente na Grande Lisboa – organização de visitas guiadas e a criação de uma app.

- **Descentralização.**
- **Articulação com as comunidades.**
- **Inserção nas comunidades.**
- **Empoderamento das comunidades.**
- **Ano Europeu do Património Cultural, 2018.**

P.PORTO





INÍCIO

SOBRE

INVESTIGAÇÃO

ROTAS

MEMÓRIA

CLIPPING

CONTACTO



Um projeto:

Com o apoio:





ROTA DO MARQUÊS

- Rua de Sta. Catarina
- Rua das 12 Casas
- Largo da Fontinha
- Rua da Fábrica Social - Fundação José Rodrigues
- Rua do Bonjardim
- Bairro e Travessa do Leal
- Rua Raúl Dória
- Rua de Gonçalo Cristóvão
- Silo Auto
- Rua das Carvalheiras
- Rua D. João IV e Largo do Moreira (ESMAE)
- Rua da Alegria
- Rua de Camões e Rua do Paraíso.



Fundação José Rodrigues – Rua da Fábrica Social

P. PORTO



ROTA DA TRINDADE



Rua de Miguel Bombarda

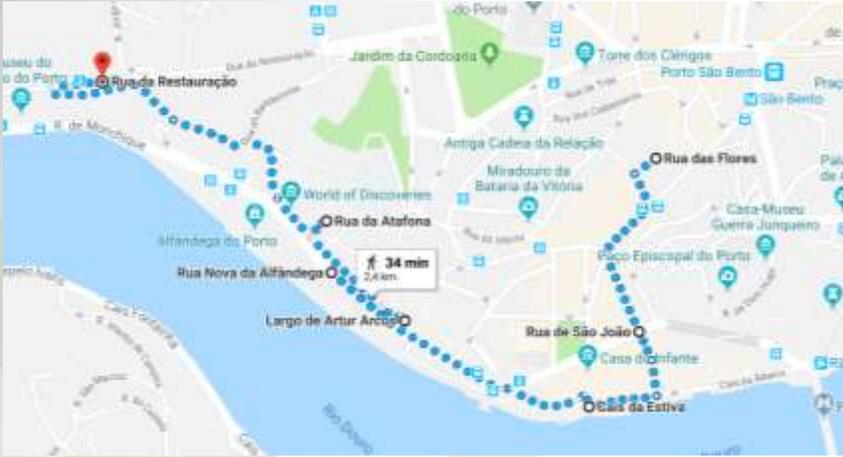


- Rua Alferes Malheiro
- Praça / Teatro Carlos Alberto e Rua das Oliveiras
- Rua de Sá Noronha
- Praça Guilherme Gomes Fernandes
- Rua de Cedofeita
- Rua de Miguel Bombarda
- Rua do Rosário e Rua D. Manuel II
- Rua de Azevedo de Albuquerque
- Passeio das Virtudes
- Rua da Vitória
- Miradouro da Bateria da Vitória
- Travessa das Taipas
- Rua de São Bento da Vitória
- Rua de Trás
- Rua Trindade Coelho

P. PORTO

ROTA DE S. BENTO

- Rua da Madeira
- Rua de Augusto Rosa
- Avenida Vimara Peres
- Rua da Rua Escura e Banharia
- Rua das Flores
- Rua Afonso Martins Alho
- Rua da Ponte Nova
- Rua de S. João
- Muro dos Bacalhoeiros e Cais da Estiva
- Rua Nova da Alfândega
- Largo de Artur Arcos
- Rua da Atáfona
- Rua e Largo de S. Pedro de Miragaia
- Rua da Restauração

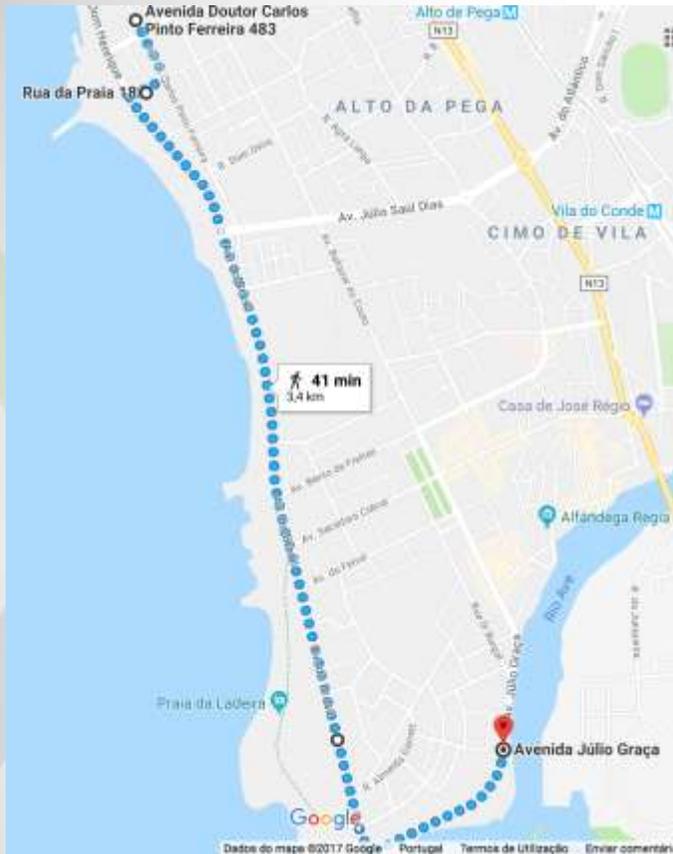


Rua da
Madeira

P. PORTO

ROTA DE VILA DO CONDE

- Mural das Caxinas
- Mercado Municipal
- Exposição de Arte Urbana
- Mural da Seca do Bacalhau
- Rua Sónia e Robert Delaunay
- Pontão de N^a Sr^a da Guia



Mercado Municipal



P. PORTO



ROTA DE MATOSINHOS

- Rua do Real de Cima
- Avenida Villagarcia de Arosa
- Avenida da Liberdade
- Escola Secundária Augusto Gomes
- Avenida Menéres
- Rua Conselheiro Costa Braga
- Rua Brito Capelo
- Praia de Matosinhos



ROTA DA SENHORA DA HORA

- Rua Augusto Fuschini
- Rua Alfredo Espírito Santo Júnior
- Avenida Fabril do Norte
- Centro Cultural Senhora da Hora (Rua dos Lagos)
- Rua Carlos Seixas
- Rua Dr. Eduardo Torres
- Avenida Merignac
- Estádio do Mar (Leixões SC)
- Escola do Estádio do Mar

P.PORTO





Mural da Lionesa

ROTA S. MAMEDE INFESTA / MAIA

- Rua Padre Costa
- Rua da Estação de São Mamede
- Rua da Lionesa (Leça do Balio)
- Maia Fórum (Metro)



P. PORTO

Rotas em construção:

Bolhão
Porto Oriental
Vila Nova de Gaia
Boavista
Constituição



P.PORTO





Centro de Estudos Interculturais

www.iscap.pt/cei

P.PORTO



ACINET