Asignatura: Negociaciones y organizaciones empresariales en China y Asia oriental
Código asignatura: 31994/31420
Número de créditos (ECTS): 5
Idioma: Castellano
Profesor/es responsables: Jensana, Amadeu
Descriptor de la asignatura:

La asignatura analiza, desde una vertiente práctica, el marco de los negocios en china teniendo en cuenta aspectos como las diferencias regionales, el sistema legal, la distribución, el marketing, la gestión de los recursos humanos o la negociación. Se analizan, además diversos casos prácticos para una mejor compresión de los errores y aciertos que han cometido las empresas extranjeras en este mercado.

Competencias básicas	CG 1 Que los estudiantes tengan capacidad para reconocer los distintos códigos sociales y comunicativos que marcan la interacción interpersonal para adaptarse y dar respuesta a situaciones nuevas en distintos entornos disciplinares y culturales. CB7 Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. CB 8 Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. CB9 Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
Competencias especificas	• Capacidad de detectar las principales oportunidades que ofrece el país a las empresas extranjeras • Capacidad de desarrollar un plan de negocio que incluya diferentes fases según el tamaño de la empresa y el desarrollo del mercado interno. • Capacidad de negociar con ejecutivos locales conociendo la manera de actuar durante todo el proyecto empresarial. • Capacidad de elaborar proyectos

	de gestión interrnacional en China y Asia Oriental. • Capacidad de gestionar el comercio exterior de empresas al área de Asia y participar en negociaciones económicas o comerciales con instituciones del área de Asia Oriental. • Capacidad de interpretar y analizar datos económicos del área de China y Asia Oriental.
Resultados de aprendizaje	• Identificar y describir las características generales de la geopolítica y la geo-economía de Asia oriental. • Identificar y describir la distribución del poder y la riqueza en el sistema regional de Asia oriental. • Identificar y describir el desarrollo reciente de la economía de China y su entorno. • Identificar y describir los principales sectores de actividad industrial y de servicios de China. • Identificar y describir los sectores exteriores de la economía de China y su entorno. • Identificar y describir distintos casos de evolución reciente de las relaciones comerciales bilaterales de China y países de otros ámbitos • Identificar, describir y estudiar casos de experiencias de presencia en China de empresas españolas. • Identificar y describir el sistema laboral y de sindicación de los países del área. • Identificar y describir el marco jurídico y legal de las empresas de cara a establecerse como empresa local o extranjera. • Identificar y describir los principales sectores de oportunidad que ofrece el mercado interno. • Identificar y describir los sistemas de distribución y marketing más utilizados para hacer llegar el producto al consumidor final. • Identificar y describir los sistemas de protección de la propiedad intelectual e industrial. • Identificar y describir las diferencias culturales en la negociación y el protocolo necesario para establecer una fructífera relación de negocios. • Identificar y describir el desarrollo reciente de la economía de China y su entorno. • Identificar y describir los principales sectores de actividad industrial y de servicios de China. • Identificar y describir los sectores exteriores de la economía de China y su entorno. • Identificar y describir distintos casos de evolución reciente de

<table>
<tr><td></td><td colspan="3">las relaciones comerciales bilaterales de China y países de otros ámbitos
• Identificar, describir y estudiar casos de experiencias de presencia en China de empresas españolas.
• Identificar y describir el sistema laboral y de sindicación de los países del área.</td></tr>
<tr><td>Metodología docente</td><td colspan="3">Metodología docente utilizada:
MD 1) Transmisión de contenidos con soporte visual y textual
MD 2) Discusión crítica de fuentes primarias o secundarias
MD 4) Análisis de casos
MD 5) Debate virtual y presencial
MD 6) Presentación oral individual o en grupo
MD 7) Realización de tareas y proyectos
MD 8) Uso de TIC para el procesamiento digital del chino</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Evaluación</td><td>Método de evaluación</td><td>Ponderación</td><td>Observaciones</td></tr>
<tr><td>SA1
Participación en el aula</td><td>0-20%</td><td></td></tr>
<tr><td>SA2
Exposición oral</td><td>0-20%</td><td></td></tr>
<tr><td>SA3
Trabajo en grupo</td><td>0-20%</td><td></td></tr>
<tr><td>Actividades formativas</td><td colspan="3">Presencial
Clases magistrales: 1 ECTS
Seminarios : 2 ECTS
Tutorias presenciales: 0.5 ECTS

No presencial
Lectura, audición, ejercicios escritos y orales: 1 ECTS
Tutorías no presenciales: 0,5 ECTS</td></tr>
<tr><td>Temario</td><td colspan="3">1. Introducción: El marco de los negocios en China.
2. Análisis geográfico de las principales regiones chinas y sus peculiaridades económicas e industriales
- La zona de Pekín y el Golfo de Bohai
- La zona de Shanghai y el Delta del Yangtze
- La zona de Guangdong y el Delta del río Perla
- La china del interior y del Nordeste
3. Sistemas de acceso al mercado chino
- Empresas mixtas
- Empresas 100% con capital extranjero
- Holdings y otras figuras (empresas de distribución)
- Oficinas de representación
- Agente o distribuidor
- Transferencia de tecnología
- Franquicias
4. Análisis de las principales áreas de actividad</td></tr>
</table>

	empresarial en China: oportunidades y competencia - Distribución minorista y ventas en China - Textil - Telecomunicaciones - Turismo: El mercado receptor y emisor - Banca - Automoción - Subcontratación en china. **5. La protección de la Propiedad Intelectual en China** - Patentes, marcas y Derechos de Autor **6. El sistema Impositivo en China** - Tipos de impuestos y cálculo **7. Las relaciones entre España y china** - Principales áreas de actividad en la actividad comercial y de inversión entre los dos países.
Bibliografía	**-Vender en China**. Lluís Arasanz y Yongtao Gu. Viena Ediciones. Sinergia. 2009 **-China. Información económica y comercial. ICEX** http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/index.html?idPais=CN **-La economía china, Françoise Lemoine, Alianza Editorial, 2007** **-El comercio con China . Oportunidades empresariales , incertidumbres jurídicas.** Aurelio López Tarruella. Ed. Tirant lo Blanc. 2010 Máster en Estudios Chinos - **Negociaciones y organizaciones empresariales en China y Asia Oriental** (31420) amadeo.jensana@upf.edu - **El despertar de China**. Claves para entender el gigante asiático en el siglo XXI. Luis Torras. Colección tablero. Instituto de Estudios Económicos. 2013
Calendario/Programa	