

ASIGNATURA: Negociaciones y organizaciones empresariales en China y Asia Oriental

Profesor: Amadeu Jensana

Despacho: 20.269

Competencias generales

Instrumentales	Interpersonales	Sistémicas
<ul style="list-style-type: none">• CG 2• CG 3• CG 4• CG 5	<ul style="list-style-type: none">• CG 7• CG 8• CG 9	<ul style="list-style-type: none">• CG 10• CG 12

Competencias específicas del título

CE1 / CE 2 / CE 5 / CE 6 / CE 8 / CE 9 / CE 10 / CE 11

Competencias específicas de la materia

- 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 internacional 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 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 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.

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

Sistemas que implican inversión directa

- Empresas mixtas
- Empresas 100% con capital extranjero
- Holdings y otras figuras (empresas de distribución)

Sistemas comerciales:

- Oficinas de representación
- Agente o distribuidor
- Transferencia de tecnología
- Franquicias

4. Análisis de las principales áreas de actividad 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

- Régimen legal de la protección de la propiedad intelectual
- Patentes
- Marcas
- Derechos de autor

- Mecanismos legales para la protección de los derechos de propiedad intelectual
- Procedimiento judicial
- Procedimiento administrativo
- Elección del procedimiento

6. El sistema impositivo en China: introducción.

- El impuesto sobre sociedades
- El impuesto sobre la renta
- Impuestos de retención:
- El impuesto sobre actividades económicas:
- El impuesto sobre el valor añadido
- El impuesto sobre el consumo
- El impuesto sobre negocios (Business Tax)

7. Relaciones económicas entre España y China

- Principales áreas de actividad.
- Presencia de empresas españolas en china
- Presencia de empresas chinas en España

Actividades formativas

Presencial

Clases magistrales: 1 ECTS
Seminarios: 2 ECTS
Tutorías presenciales: 0,5 ECTS

No presencial

Lectura y análisis de textos y artículos académicos: 1 ECTS
Tutorías no presenciales: 0,5 ECTS

Metodología

- Clase expositiva con apoyo visual y conceptual de presentación electrónica (power-point...)
- Estudio de casos y problemas, lectura, comentario y discusión analítica de textos, o artículos críticos.

Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)

- Uso de aula global (moodle)
- Correo electrónico
- Recursos audiovisuales de la biblioteca

Sistemas de evaluación de la adquisición de las competencias

El profesor encargado de la materia optará por varios de los sistemas siguientes en una evaluación que en todas las materias del máster será ponderada y continua:

- Participación activa y aportación personal en las actividades formativas planteadas dentro del aula: debates, discusiones, análisis, comentarios de textos...
- Pruebas de conocimiento sobre los contenidos y las competencias de la materia.
- Elaboración de un trabajo individual (*Working paper*: comentario de texto, monografía, análisis de fuentes primarias o secundarias...),
- Exposiciones orales en el aula
- Elaboración de un trabajo en grupo

Evaluación:

- El 40% de la nota depende de las intervenciones en clase y la respuesta a los casos prácticos que se plantearán durante el curso.
- El 60% de la nota depende del trabajo final, en el que el alumno deberá de presentar un esquema que desarrolle un negocio de una empresa extranjera en china. según los conocimientos adquiridos en la clase. . La empresa podrá ser real o ficticia, y el trabajo podrá tener una extensión máxima de 10 páginas.

Bibliografía:

- **Vender en China.** Lluís Arasanz y Yongtao Gu. Viena Ediciones. Sinergia. 2009
- **Informe económico y comercial,** Oficina Económica y Comercial de España en Pekín, ICEX 2010
(<http://www.comercio.mityc.es/tmpDocsCanalPais/9A8AD792E31C9101A86B0B0B7F6B32AF.pdf>)
- **La economía china, Françoise Lemoine, Alianza Editorial, 2007**
- **El comercio con China . Oportunidades empresariales , incertidumbres jurídicas.** Aurelio López Tarruella. Ed. Tirant lo Blanc. 2010