

Curso : 2019/20

## 40102 - Cultura y Negocios en Asia

### PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

#### 1. Datos descriptivos de la asignatura

**Nombre de la asignatura:** Cultura y negocios en Asia

**Área:** Negocios internacionales

**Perfil:** Negocios internacionales en Asia

**Curso académico:** 2019-2020

**Trimestre:** 1º

**Titulación / Estudios:** Grado en Negocios y Marketing Internacionales

**Código de la asignatura:** 40102

**Número de créditos:** 4

**Número total de horas de dedicación:** 100

**Lengua de docencia:** Español

**Profesorado:** Joaquín Amat Royo

#### Horario:

Clases magistrales: Martes, 13:00 - 15:15 h

Seminarios: Grupo 101: Jueves, 13:00 - 13:55 h

#### 2. Presentación de la asignatura

Introducción y visión general del entorno empresarial en la región de Asia, con un enfoque especial en China, la India y el Sudeste Asiático. Los estudiantes aprenderán los orígenes de la economía de los mercados emergentes asiáticos, las características distintivas de la gestión empresarial en los mercados asiáticos y chinos, los desafíos que supone iniciar y gestionar negocios en China y la evolución de la relación en torno a los negocios en China y otros países asiáticos, con los siguientes objetivos específicos:

- Reconocer las diferencias interculturales que influyen y su impacto en las formas y maneras de hacer negocios en Asia.
- Tener una comprensión general de la importancia que la cultura tiene en la vida cotidiana de la gente y de cómo afecta esto a su manera de hacer negocios.
- Adquirir conocimientos y habilidades específicas para poder evitar errores que

normalmente afectan a las relaciones interculturales en el mundo de los negocios asiáticos.

- Comprender que las formas y los medios de hacer negocios en Asia son distintos de los conceptos occidentales.
- Gracias al aprendizaje con el método del caso, el curso permitirá a los estudiantes estar mejor preparados para interactuar en un entorno empresarial internacional.
- Demostrar, a través de trabajos escritos y de discusiones en los seminarios, la comprensión de las cuestiones clave en el entorno de negocios en Asia.
- Comprender el efecto de la cultura en la gestión empresarial y conocer tanto las dificultades relacionadas con la superación de los supuestos de la propia cultura de origen cuando se trabaja en una cultura diferente como las habilidades que se requieren para poderlos superar y hacer negocios de manera efectiva en entornos interculturales.

### 3. Competencias a trabajar en la asignatura

<b>Competencias generales</b>	<b>Competencias específicas</b>
<p data-bbox="156 1032 368 1066">Instrumentales</p> <p data-bbox="156 1122 707 1238">G.I.1. Capacidad de búsqueda, análisis, valoración y síntesis de la información.</p> <p data-bbox="156 1249 707 1366">G.I.2. Capacidad para relacionar conceptos y conocimientos de diferentes áreas.</p> <p data-bbox="156 1420 320 1453">Personales</p> <p data-bbox="156 1507 707 1709">G.P.1. Capacidad para adaptarse, trabajar y liderar grupos internacionales y multiculturales, interdisciplinarios, competitivos, cambiantes y complejos.</p> <p data-bbox="156 1762 316 1796">Sistémicas</p> <p data-bbox="156 1850 647 1883">G.S.2. Capacidad de observación.</p> <p data-bbox="156 1895 707 2011">G.S.7. Promoción y respecto de valores de multiculturalidad: respeto, igualdad, solidaridad, compromiso.</p>	<p data-bbox="734 1032 927 1066">Disciplinarias</p> <p data-bbox="734 1122 1284 1323">E.D.2. Reconocer y valorar las funciones de las instituciones económicas internacionales y su impacto sobre la actividad de las empresas.</p> <p data-bbox="734 1335 1284 1451">E.D.3. Comprender y reconocer la dimensión geopolítica, social y cultural de muchas actividades económicas.</p> <p data-bbox="734 1462 1284 1664">E.D.4. Proporcionar perspectiva política y económica sobre diferentes áreas del planeta y facilitar una comprensión crítica de sus procesos de evolución actuales.</p> <p data-bbox="734 1675 1284 1966">E.D.5. Identificar los entornos económico, cultural, político, legal, demográfico y tecnológico que pueden representar oportunidades y amenazas para el desarrollo de la actividad de negocio en el ámbito internacional.</p> <p data-bbox="734 2020 932 2054">Profesionales</p> <p data-bbox="734 2107 1284 2141">E.P.13. Mejorar en la capacidad de</p>

	<p>comunicación, síntesis y exposición de conceptos, tanto oral como escrita.</p> <p>E.P.16. Adecuar el registro de comunicación a diferentes audiencias, conocer las diferencias de comunicación entre culturas y transmitir competencias multiculturales.</p> <p>E.P.20. Capacidad para afrontar y entender la cultura y el ambiente empresarial y proponer soluciones reales a problemas concretos de la organización.</p>
--	---

En gran medida, las competencias relacionadas anteriormente se han elaborado tomando como base las competencias básicas recogidas en el RD 1393/2007, a saber:

- a. Competencia para la **comprensión de conocimientos, partiendo de la base de la educación secundaria general.**
- b. Competencia para la **aplicación de conocimientos** al trabajo diario en la gestión o el marketing internacionales, en particular, la competencia de elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas.
- c. Competencia para **reunir e interpretar datos** relevantes, que permitan emitir juicios reflexivos sobre la realidad económica y social.
- d. Competencia para **comunicarse y transmitir información** (ideas, problemas, soluciones) a públicos especializados y no especializados.
- e. Competencia para **desarrollar actividades de aprendizaje** de forma relativamente autónoma.

Con objeto de establecer una interrelación entre las competencias básicas y las desarrolladas para el grado propuesto, se procede agruparlas en base a dos criterios. En un primer grupo se relacionan aquellas competencias que se pueden considerar un desarrollo o una concreción de las competencias básicas del RD 1393/2007. En un segundo grupo se presentan las competencias que se consideran importantes para definir el perfil profesional del graduado y que son relativas a aptitudes o actitudes específicas que van más allá de las competencias básicas mencionadas anteriormente. En los dos casos, se distingue entre competencias generales y competencias específicas.

Competencia básica: **comprensión de conocimientos**

*I. Competencias generales G.S.2*

## *II. Competencias específicas E.D.3*

Competencia básica: **aplicación de conocimientos**

### *I. Competencias generales G.I.2*

### *II. Competencias específicas E.D.5*

Competencia básica: **reunir e interpretar datos**

### *I. Competencias generales G.I.1*

Competencia básica: **comunicarse y transmitir información**

### *II. Competencias específicas E.P.13, E.P.16*

Competencias que definen el perfil profesional no incluidas en las básicas

En general, las competencias de este grupo tienen en común los siguientes elementos, relacionados entre sí, que son clave para conseguir la profesionalización del estudiante en el ámbito de los negocios y el marketing internacionales:

- capacitar al estudiante para su adaptación a equipos y entornos dinámicos;
- capacitar al estudiante para que cree su propia visión integral del funcionamiento de un negocio o proyecto de marketing internacional;
- capacitar al estudiante para la toma de decisiones complejas y los procesos de negociación.

### *I. Competencias generales G.P.1, G.S.7*

### *II. Competencias específicas E.D.2, E.D.4, E.P.20*

Resultados de aprendizaje

Diseñar estrategias de negocio adaptadas a los elementos específicos del entorno político, económico, social, tecnológico e histórico de Asia.

#### **4. Contenidos**

Aproximación geopolítica, social y cultural a Asia. Elementos específicos de la organización económica y empresarial.

Entender la sociedad asiática, la geopolítica y la cultura. Elementos específicos de la organización económica y empresarial.

El curso ha sido diseñado para proporcionar una comprensión de los negocios en un contexto asiático.

Los estudiantes utilizarán los conocimientos de gestión, economía y empresas adquiridos en los cursos anteriores, junto con las técnicas de gestión estratégica básicas, para comprender la gran diversidad de organizaciones y mercados asiáticos.

La principal responsabilidad de los estudiantes en este curso es identificar y comprender las diferencias que existen al hacer negocios en la Asia o con empresas asiáticas.

1. Presentación del curso. Análisis de los países asiáticos (1)
2. Análisis de los países asiáticos (2)
3. Cultura asiática y China
4. Cultura y negociaciones en China
5. Estrategia de entrada al mercado asiático
6. Innovación y propiedad intelectual
7. Recursos humanos / Compras en Asia
8. El mercado chino y el perfil consumidor
9. Etiqueta y costumbres de los negocios en Asia
10. Productos, servicios y modelos de negocio asiático y occidental  
(Trabajo final de la asignatura)

#### **Dinámica de enseñanza y aprendizaje**

El profesor impartirá las clases magistrales con el apoyo de transparencias, que son resúmenes de las “Notas Técnicas”, de las que podrán disponer los asistentes para el estudio y seguimiento de la asignatura. Las Notas Técnicas son el elemento de estudio que utilizarán los alumnos.

Se designarán grupos y a sus componentes, que presentarán un caso semanalmente durante la segunda parte de la clase magistral. Los estudiantes tendrán que leer y preparar los casos asignados y las Notas Técnicas de acuerdo con el calendario previsto en el plan de estudios.

Se hace especial hincapié en la interacción entre los aspectos teóricos de las clases magistrales y los aspectos prácticos de los casos de debate en los seminarios. El método del caso se utiliza

para potenciar las habilidades analíticas y de equipo en la resolución de problemas empresariales en el entorno asiático.

A través de discusiones en el aula y seminarios se compartirán y trabajarán experiencias y casos de diferentes situaciones.

Es preciso que los estudiantes participen en las actividades de clase y los seminarios.

El profesor evaluará la preparación para la discusión de los casos y de las Notas Técnicas, las habilidades de presentación y la participación.

Tanto las Notas Técnicas como las hojas de preparación de presentaciones y de casos se facilitarán a través de Moodle, mientras que los casos se entregarán en papel la semana anterior al seminario.

## 5. Evaluación

Elementos de evaluación	Periodo temporal	Tipo de evaluación		Agente de evaluación			Tipo de actividad	Evaluación		Agrupación
		Obl.	Opt.	Docente	Autoev.	Coav.		Continua	Síntesis	
Presentación del caso	Cada grupo, una vez durante la asignatura	x		x			Aplicación	x		x
Debate de caso	Semanal, en cada seminario	x		x			Aplicación	x		x
Trabajo final del curso	Durante el curso, con la presentación Sesión (11) el 27.11.2018	x		x			Síntesis y aplicación		x	x
Examen final (se necesitan 5 puntos sobre 10)	Durante los días del 3 al 14 de diciembre del 2018	x		x			Síntesis		x	x

## Presentaciones

- \* El Profesor creará 8 equipos que trabajarán conjuntamente en las tareas de equipo de: presentación de los casos y trabajo final de la asignatura.
- \* Las presentaciones orales serán calificadas por el contenido, la calidad de la presentación y la habilidad del presentador.
- \* El equipo será evaluado según la presentación del caso, que tiene que ser: interesante, animada, clara y didáctica.
- \* Las transparencias, diapositivas o powerpoints utilizados para realizar la presentación oral tendrán que ser tan didácticos, interesantes e informativos como sea posible.
- \* Las transparencias se tendrán que poder leer desde el fondo de la clase. Se recomienda utilizar el color para resaltar los puntos y las imágenes, así como asignar adecuadamente el tamaño de la fuente utilizada.
- \* El equipo de la presentación será responsable de proporcionar un lápiz de memoria con la presentación compatible en formato Power Point.
- \* El presentador será evaluado individualmente según tono de voz, contacto visual, nivel de preparación, postura y buena apariencia. No podrá leer ninguna parte de la presentación.
- \* El profesor, antes de la presentación, seleccionará al presentador o a los presentadores en representación del grupo.
- \* Durante la presentación del caso, la clase podrá realizar preguntas al equipo de presentación y solicitar una explicación más detallada de algunas partes.

### **Seminarios. Casos de debate:**

- Después de la presentación de cada equipo, en las clases magistrales del martes el profesor asignará cuestiones para el seminario del jueves, que deberán prepararse individualmente. Las respuestas tendrán que justificarse mediante razonamientos que las apoyen.
- Los estudiantes tendrán que leer cada caso como mínimo dos veces antes de la clase y ofrecer respuestas escritas breves, concisas y razonadas a las cuestiones asignadas para cada caso, que deberán estar disponibles para entregar al profesor.
- La evaluación del alumno en los debates reflejará las contribuciones orales individuales en el seminario y el trabajo escrito realizado sobre las cuestiones planteadas para el debate.

- La asistencia a clase es una condición necesaria, aunque no suficiente, para la evaluación en los seminarios.
- Todos los alumnos deben asistir a los seminarios con las respuestas a las cuestiones planteadas para el caso, entendiendo que garantizan la correcta preparación del caso y les permiten participar en el debate.
- Las conclusiones más importantes de cada caso formarán parte del examen final.

### **Trabajo final de la asignatura:**

En la primera sesión (1-10-2019), los 8 proyectos de trabajo de la asignatura serán asignados a los diferentes grupos, que deberán realizarlos durante el curso.

En la última sesión (3-12-2019) los equipos presentarán sus trabajos y conclusiones a la clase durante un máximo de 15 minutos por grupo. Cada grupo entregará el documento y su presentación al profesor, en versión impresa y en soporte digital (con identificación del archivo mediante el Título del trabajo y el Número del grupo).

### **Examen final:**

Para ser admitido en el examen final, el estudiante tiene que obtener una nota media mínima de 4,0 puntos en las actividades basadas en aplicación (presentación del caso, debate de casos y Trabajo final de la asignatura). En el supuesto de que un estudiante obtenga menos de 4,0 puntos en estas actividades, la calificación total del curso será "Suspenso".

La no asistencia al examen final se traducirá en la nota global del curso de "No asistido". La nota mínima en el examen final para calificar con la media de las actividades continuas es de 5,0 puntos. Si no se consigue esta puntuación mínima en el examen final, la nota global del curso será "Suspenso".

### **Condiciones de evaluación extraordinaria:**

Sólo los estudiantes que han suspendido el curso serán admitidos en la evaluación extraordinaria.

Para ser admitido en la evaluación extraordinaria, el alumno tiene que haber conseguido una nota media mínima de 4,0 puntos en las actividades de aplicación (presentación del caso, debate de casos y Trabajo final de la asignatura) durante el curso.

La evaluación extraordinaria será sólo del examen final. Los elementos de evaluación continua no serán recuperables. Mantienen su calificación y su peso en la nota final. Por lo tanto, la calificación final de la evaluación extraordinaria será:

Actividades de aplicación: 50 %

Examen final extraordinario: 50 %

La fecha para la evaluación extraordinaria será comunicada por ESCI-UPF.

### Trabajo de competencias y evaluación de resultados de aprendizaje:

	GI1	GI2	GP1	GS2	GS7	EP13	EP16	EP20	ED2	ED3	ED4	ED5	Resulta de aprendiz
Preparación y presentación del caso en grupo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Debate de casos	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Trabajo final de curso	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Presentación del trabajo final de curso	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Examen final	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

**La copia y/o el plagio total o parcial en trabajos y/o exámenes implicará suspender la asignatura con una calificación de cero sin derecho a recuperación, sin perjuicio de la aplicación de las demás sanciones previstas en el reglamento de Régimen disciplinario de los estudiantes de la Universitat Pompeu Fabra, en función de la gravedad de la infracción.**

## 6. Bibliografía y recursos didácticos

**Bibliografía básica de apoyo:** *International Business: An Asia Pacific Perspective*, Andrew Delios, Paul W. Beamish, Jane W. Lu, Prentice Hall, Edit.02 (10.12.2012).

### Recursos:

- \* Notas Técnicas preparadas por el profesor para cada sesión, que constituyen el material de seguimiento y estudio de la asignatura.
- \* Hojas semanales de asignación de tareas para grupos y de preparación de casos.
- \* Casos.

## **7. Metodología**

Los estudiantes tendrán que preparar los seminarios y debates de clase y participar activamente en ellos. Asimismo, deberán completar previamente las respuestas a las cuestiones planteadas en los casos asignados, puesto que esto les proporcionará una base para la discusión en la clase y en los seminarios.

### **Clases magistrales**

En el aprendizaje de la asignatura se combinan la información básica y el apoyo de las Notas Técnicas y los casos prácticos.

Las lecciones del profesor se centrarán en la explicación de los contenidos y las competencias de la asignatura, aunque de una manera práctica.

El profesor responderá a las dudas que los estudiantes puedan tener sobre el material de la sesión.

A partir de la segunda sesión, cada grupo preparará una presentación de un caso con los contenidos asignados por el profesor mediante la Hoja de preparación del caso.

Después de la clase, los estudiantes trabajarán individualmente en los casos y en su preparación para el seminario de los jueves.

### **Seminarios**

Los seminarios se basan en discusiones del método del caso que enriquecen los contenidos básicos y dan forma a los conceptos de las clases magistrales.

Los estudiantes serán invitados por el profesor a analizar más a fondo los últimos contenidos temáticos mediante Notas Técnicas específicas que serán útiles para preparar los seminarios.

## **8. Programación de actividades**

1.

1.

Distribución de horas entre teoría y prácticas:

2 horas de clase magistral y 1 hora de seminario.

2.

Programación de actividades en el plan de estudios:

- Dentro del aula: clases magistrales y seminarios.
- Fuera del aula: trabajo en grupo, trabajo individual (presentaciones, Trabajo final de la asignatura, preparación de los casos, lecturas complementarias y ejercicios...), estudio personal.

--	--	--	--	--

<b>Semana</b>	<b>Tipo de sesión y fecha</b>	<b>Actividad en el aula Agrupamiento / tipo de actividad</b>	<b>Seminarios: jueves</b>	<b>Actividad fuera del aula Agrupamiento / tipo de actividad</b>
1	Presentación del curso. Análisis de los países asiáticos (1)	1-10-2019  Presentación del curso y organización de los equipos: 30 min. 1 h 30 min de preguntas y primera sesión	3-10-2019  1 hora Caso de debate: Torres, A Spanish Wine Maker Uncorks Its New China Growth Strategy	Lectura y estudio de Notas Técnicas: 3 horas Preparación del caso: 3 horas
2	Análisis de los países asiáticos (2)	8-10-2019 1 h 40 min de actividades temáticas específicas: clase y preguntas. 20 min de presentación Grupo 1	10-10-2019 1 hora Caso de debate: Selling Ready-To-Drink Tea in Southeast Asia(I)	Lectura y estudio de Notas Técnicas: 3 horas Preparación del caso: 3 horas (Grupo 1, Preparación de la presentación del caso: 7 horas)
3	Cultura asiática y China	15-10-2019 1 h 40 min de actividades temáticas específicas: clase y preguntas. 20 min de presentación Grupo 2	17-10-2019  1 hora  Caso de debate:  Selling Ready to Drink Tea in Southeast Asia (II)	Lectura y estudio de Notas Técnicas: 3 horas Preparación del caso: 3 horas (Grupo 2, Preparación de la presentación del caso: 7 horas)
4	Cultura y negociaciones en China	22-10-2019  1 h 40 min de actividades temáticas	24.10.2019  1 hora Caso de	Lectura y estudio de Notas Técnicas: 3 horas  Preparación del

		específicas: clase y preguntas.  Presentación Grupo 3	debate: Selling Ready-To- Drink Tea in Southeast Asia (III)	caso: 3 horas (Grupo 3, Preparación de la presentación del caso: 7 horas)
5	Estrategia de entrada al mercado asiático	29-10-2019 1 h 40 min de actividades temáticas específicas: clase y preguntas. 20 min de presentación Grupo 4	31-10-2019 1 hora Caso de debate: Danone & Wahaha: A Bitter-Sweet Partnership	Lectura y estudio de Notas Técnicas: 3 horas  Preparación del caso: 3 horas (Grupo 4, Preparación de la presentación del caso: 7 horas)
6	Innovación y propiedad intelectual	5-11-2019 1 h 20 min de actividades temáticas específicas: clase y preguntas. 20 min de presentación Grupo 5 Foxconn	7-11-2019  1 hora Caso de debate: Foxconn Versus BYD (A) - Commercial Espionage or Learning by Hiring?	Lectura y estudio de Notas Técnicas: 3 horas Preparación del caso: 3 horas  (Grupo 5, Preparación de la presentación del caso: 7 horas)
7	Recursos humanos / Compras en Asia	12-11-2019  1 h 40 min de actividades temáticas específicas: clase y preguntas. 20 min de presentación Grupo 6 Caso:	14-11-2019  1 hora Caso de debate: Metro Cash & Carry (1ª parte) - China	Lectura y estudio de Notas Técnicas: 3 horas Preparación del caso: 3 horas (Grupo 6, Preparación de la presentación del <a href="#">caso:7</a> horas)

		Metro Cash & Carry (1ª parte)		
8	El mercado chino y el perfil consumidor	19-11-2019 1 h 40 min de actividades temáticas específicas: clase y preguntas. 20 min de presentación Grupo 7. Caso: Metro Cash & Carry (2ª parte)	21-11-2019  1 hora Caso de debate: Metro Cash & Carry (2ª parte) - India	Lectura y estudio de Notas Técnicas: 3 horas Preparación del caso: 3 horas  (Grupo 7, Preparación de la presentación del caso: 7 horas)
9	Etiqueta y costumbres de los negocios en Asia	26-11-2019 2 h de actividades temáticas específicas: clase y preguntas. 20 min de presentación Grupo 8. Caso: One Day of Yimin.	28-11-2019  1 hora Caso de debate: One Day of Yimin and Chinese Consumer Profile.	Lectura y estudio de Notas Técnicas: 3 horas  Preparación del caso: 3 horas  (Grupo 8, Preparación de la presentación del caso: 7 horas)
10	Productos, servicios y modelos de negocio asiático y occidental (Trabajo final de la asignatura)	3-12-2019  Presentaciones Trabajo final de la asignatura.		Trabajo final en equipo de la asignatura: 10 horas (realizado durante las 10 semanas de la asignatura)
Período de exámenes finales		Entre el 5 y el 17 de diciembre del 2019		

--	--	--	--	--