

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2500244 Estudios de Asia Oriental	OT	4	0

Contacto

Nombre: Jordi Rosell Foxa

Correo electrónico: Jordi.Rosell@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: Sí

Algún grupo íntegramente en español: No

Equipo docente

Didac Cubeiro Rodriguez

Rosa García Hernández

Prerequisitos

Conocimiento de inglés para la lectura y comprensión de textos

Objetivos y contextualización

Al finalizar la asignatura, el alumno será capaz de:

- Identificar las características esenciales de las tradiciones de negocios más importantes de la región (japonesa, coreana, china).
- Analizar cómo los factores del entorno, como el género, la religión, la diversidad étnica y las culturas laborales, afectan a los procesos de gestión empresarial de Asia y comparar cómo estos varían entre los diferentes países.
- Comprender cómo afectan la globalización, el libre comercio y la inversión en estas tradiciones.
- Responder con el grado apropiado de sensibilidad a estas tradiciones, bajo el punto de vista occidental.

Competencias

- Actuar siguiendo un código deontológico propio de la práctica profesional.
- Conocer, comprender, describir, analizar y valorar las estructuras y los procesos económicos del Asia oriental y su inserción en la economía global.
- Conocer y comprender las relaciones sociales, el protocolo y la negociación en los procesos de toma de decisiones en la Asia oriental.
- Conocer y utilizar los recursos de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para recopilar, elaborar, analizar y presentar información en relación con los estudios del Asia oriental.
- Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
- Desarrollar un pensamiento y un razonamiento críticos y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en las lenguas propias como en una tercera lengua.

- Describir y analizar de manera contrastiva el sistema de organización, administración y gestión de empresas en la Asia oriental.
- Diseñar y gestionar proyectos.
- Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación y en la actividad profesional.
- Respetar la diversidad y la pluralidad de ideas, personas y situaciones.
- Ser flexible y saber adaptarse a nuevas situaciones.
- Trabajar en equipo en un contexto internacional multilingüe y multicultural.
- Trabajar en grupos interdisciplinarios e interculturales.
- Velar por la calidad del propio trabajo.

Resultados de aprendizaje

1. Actuar siguiendo un código deontológico propio de la práctica profesional.
2. Conocer, comprender, describir, analizar y valorar las estructuras y los procesos económicos del Asia oriental y su inserción en la economía global.
3. Conocer y comprender las relaciones sociales, el protocolo y la negociación en los procesos de toma de decisiones en la Asia oriental.
4. Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
5. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento críticos y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en las lenguas propias como en una tercera lengua.
6. Describir y analizar de manera contrastiva el sistema de organización, administración y gestión de empresas en la Asia oriental.
7. Diseñar y gestionar proyectos.
8. Evaluar los resultados obtenidos en el proceso de busca de la información para documentarse y actualizar los conocimientos de ciencias políticas, economía y sociología.
9. Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación y en la actividad profesional.
10. Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.
11. Ser flexible y saber adaptarse a nuevas situaciones.
12. Trabajar en equipo en un contexto internacional multilingüe y multicultural.
13. Trabajar en grupos interdisciplinarios e interculturales.
14. Utilizar herramientas diferentes para hasta específicos en el campo de las ciencias políticas, la economía y la sociología.
15. Utilizar la terminología específica de ciencias políticas, economía y sociología.
16. Velar por la calidad del propio trabajo.

Contenido

Introducción: Presentación del programa y bibliografía.

Tema 1: Visión general. Entorno y mercados. Estilos de gestión en Asia Oriental.

Tema 2: El modelo de negocio japonés: de los zaibatsu a los keiretsu

Tema 3: El modelo de negocio coreano: la estructura de los chaebol

Tema 4: Características de los grupos empresariales japoneses y coreanos.

Tema 5: El modelo de negocio de los chinos de ultramar: el sistema de negocio familiar.

Tema 6: Transición empresarial en China hacia el sistema de libre mercado.

Tema 7: El modelo "Made in China" y los sistemas de inversión empresarial.

Tema 8: Entender los protocolos de negociación chino y japonés.

Tema 9: Nuevas tendencias de gestión, cambios en los keiretsu, chaebols y negocio familiar chino.

Nota: El temario se irá adaptando a las necesidades académicas del curso.

Metodología

Actividades de aprendizaje

1. Presenciales:

- exposición del profesor de los temas generales
- debates entre estudiantes sobre el tema expuesto y previamente leído o explicado
- exámenes parciales y pruebas orales de presentación de un tema de la materia.

2. No presenciales tutoritzadas:

- Ejercicios, comentarios de texto, lecturas obligatorias

3. Autónomas:

Actividades recomendadas, lecturas técnicas o no.

1. Individuales: trabajos individuales escritos
2. En grupo: trabajos en grupo sobre temas de la materia
3. Oral: exposiciones, debate..
4. Escrita: Resumen de las clases, comentario sobre textos, artículos, libros.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Dirigidas	25	1	6, 10, 15
Tipo: Supervisadas			
Supervisadas	25	1	1, 4, 5, 7, 11, 12, 13, 16
Tipo: Autónomas			
Autonomas	100	4	8, 2, 4, 9, 10, 14

Evaluación

La nota final es el resultado de la siguiente ponderación:

- 30% la nota de prácticas, presentación de dos reseñas / comentarios sobre las lecturas propuestas en clase.
- 20% la nota de la presentación y entrega de un trabajo.
- 25% la nota del primer examen parcial

-25% la nota del segundo examen parcial

La calificación será un NO EVALUABLE cuando el alumno no se ha presentado al 75% de las actividades evaluables.

Según la normativa aprobada por la Comisión de Ordenación Académica y de Titulaciones de la FTI, y ratificada por la Junta de Facultad el 9 de junio de 2010, sólo se podrá recuperar la asignatura en los siguientes casos:

- Cuando, de manera justificada, el alumno no se haya presentado al 25 - 30% de las actividades evaluables;
- Cuando la nota final, incluyendo la nota por la competencia clave de la asignatura, previa al acta sea entre un 4 y un 4,9.

En ambos casos el estudiante se presentará exclusivamente a las actividades o pruebas no presentadas o suspendidas.

Se excluyen de la recuperación de nota las pruebas suspendidas por copia o plagio.

En ningún caso se podrá recuperar nota mediante una prueba final equivalente al 100% de la nota.

En caso de que se produzcan varias irregularidades en las actividades de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0. Se excluyen de la recuperación de nota las pruebas suspendidas por copia o plagio. Se considera como "copia" un trabajo que reproduce todo o gran parte del trabajo de un/a otro/a compañero/a, y como "plagio" el hecho de presentar parte o todo un texto de un autor como propio, es decir, sin citar las fuentes, sea publicado en papel o en forma digital en internet. La copia y el plagio son robos intelectuales y, por tanto, constituyen una falta que será sancionada con la nota "cero". En el caso de copia entre dos alumnos, si no es posible saber quién ha copiado a quién, se aplicará la sanción a los dos alumnos.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Prácticas, presentación de comentarios de texto	30%	0	0	2, 6, 5, 14, 15
Presentación y entrega de un trabajo	20%	0	0	1, 2, 4, 5, 7, 9, 10, 11, 16
Primer examen parcial	25%	0	0	1, 8, 2, 3, 6, 4, 5, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16
Segundo examen parcial	25%	0	0	1, 8, 2, 3, 6, 4, 5, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16

Bibliografía

Chen, M. 2004, Asian Management Systems: Chinese, Japanese and Korean Styles of Business. 2nd Edition. International Thompson Business Press, London.

Franks, P. 2009, The Japanese Consumer, Cambridge University Press, Cambridge.

Herod, A. 2010, The Geographies of Globalization, Blackwell, Oxford.

O'Brien, R & Williams, M. 2004, Global Political Economy: Evolution and Dynamics, Palgrave MacMillan, Hampshire.

Ries, A., Trout, J., 1990, Posicionamiento, Mc Graw Hill, Madrid.

Ries, A., Trout, J., 1990, Marketing de Guerra, Mc Graw Hill, Madrid.

Tselichtchev, Ivan, and Philippe Debroux. 2009. Asia's turning point: an introduction to the dynamic economies of Asia. Hoboken, N.J., Wiley.

Warner, M. 2003, Culture and Management in Asia, Routledge Curzon, London.