



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Estudios de Asia Oriental por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Estudios Sociales y del Trabajo
Asignatura:	Comercio y Relaciones Internacionales de Asia Oriental
Código:	201
Tipo:	Formación básica
Materia:	Economía, Historia, Estudios de Asia Oriental
Módulo:	Módulo de Formación Básica
Experimentalidad:	80 % teórica y 20 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Español
Curso:	2
Semestre:	1
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	

EQUIPO DOCENTE

Departamento: ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Área: COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: GEMA PEREZ TAPIA	gema.perez@uma.es	951952059	2-1-66 - FAC. COMERCIO Y GESTION	Todo el curso: Lunes 16:00 - 18:00, Jueves 16:00 - 20:00

RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

La asignatura está diseñada para desarrollar dos tipos de competencias diferentes:

a. Competencias teóricas: el alumno/a adquirirá conocimientos teóricos relacionados con las relaciones comerciales y de intercambio con Asia Oriental. Debe trabajar el tema que se va a tratar en la clase teórica antes de que esta se imparta (ver programación temporal). Tras una exposición verbal por parte del profesor/a en el que se tratarán los contenidos sobre la materia objeto de estudio, se debatirán los temas planteados por los estudiantes y se desarrollarán aquellos aspectos más interesantes de los temas. En ocasiones, se completarán los temas de la bibliografía con apuntes complementarios.

Con el objetivo de facilitar la comprensión de los contenidos teóricos, se tratará de explicar la relación entre los fenómenos para facilitar su comprensión y aplicación (generación de hipótesis, pasos en una explicación, resolución de problemas, etc.) así como se llevará cabo la presentación de experiencias en las que se hace la ilustración de una aplicación práctica de los contenidos (presentación de evidencias, aportación de ejemplos y experiencias, etc.)

Las fuentes de información teórica (materia de examen) serán: bibliografía y apuntes de clase.

b. Competencias prácticas: el alumno aplicará sus conocimientos teóricos a los casos prácticos planteados. En esta parte de la asignatura se pretende que el estudiante aprenda a documentarse y a tomar decisiones en diversos tipos de entorno. Con ese fin, se tratará de abordar el estudio de organizaciones de sectores diferentes con el fin de que el alumno adquiera una adecuada cultura empresarial. Para obtener la máxima puntuación en esta parte, es importante que el alumno no se limite a los materiales teóricos y documente sus trabajos con otras fuentes de información, que variarán dependiendo del caso objeto de estudio.

Las clases serán muy participativas por lo que se recomienda la asistencia activa a las clases.

The subject is designed to develop two types of different competences:

A.) Theoretical competences: the students will acquire theoretical knowledge related to the trade relations with Oriental Asia. There must work the topic that is going to treat in the theoretical class before (see temporary program). After a wide explanation by the professor in which the contents will treat each other on the matter object of study, the topics raised by the students will be debated and those will develop more interesting aspects of the topics. In occasions, the topics of the bibliography will be completed by complementary notes. With the aim to facilitate the comprehension of the theoretical contents, it will be explain the relation between the phenomena to facilitate his comprehension and application (generation of hypothesis, resolution of problems,...) as well as it will be analyzed real experiences (presentation of evidences, contribution of examples and experiences, etc.) The sources of theoretical information (matter of exam) will be: bibliography and notes of class.

B. Practical competitions: the students will apply his theoretical knowledge to the practical raised cases. In this part of the subject there is claimed that the student learns to look for information, documents and to taking decisions in diverse types of environment. With this aim, it will be a question of approaching the study of organizations of different sectors in order which the students acquires a suitable enterprise culture. To obtain the maximum punctuation in this part, it is important that students complete the theoretical materials and documents with other sources of information, which will change depending on the case object of study.

The classes will be very participative, for what It's recommend the active assistance to the classes.

CONTEXTO

El contexto de la asignatura es la configuración de Asia Oriental como área geopolítica influyente en el nuevo contexto de mundialización cultural y globalización económica.



Se pretende responder a esta situación mediante la formación de profesionales con competencias específicas para las relaciones culturales, lingüísticas, políticas y económicas con dichos países desde un enfoque multidisciplinar, en la lógica de la sociedad del conocimiento y del desarrollo frente a los retos planteados por las nuevas áreas y mercados emergentes.

The context of the subject, is the configuration of Oriental Asia as a geopolitical influential area in the new context of cultural and economic globalization. It is tried to answer to this situation by means of the professionals' formation by specific competitions for the cultural, linguistic, political and economic relations by the above mentioned countries from a multidisciplinary approach, in the logic of the company of the knowledge and of the development opposite to the challenges raised by the new areas and emergent markets.

COMPETENCIAS

- 1 **Competencias generales y básicas Competencias Generales**
 - 1.2 Saber aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación dentro de los Estudios de A.O.
 - 1.3 Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes dentro del área de E.A.O.
- 2 **Competencias específicas Modulo Sociedades y Cultura**
 - 2.33 Valorar la presencia empresarial de Asia Oriental en los espacios europeos e iberoamericanos.
- 3 **Competencias específicas Competencias específicas modulo formacion basica**
 - 3.8 Analizar la situación económica de Asia Oriental y su influencia en el mundo contemporáneo.
 - 3.9 Situar los flujos comerciales vinculados a Asia Oriental en el mundo actual

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Nombre Bloque Temático

BLOQUE 1.- CONTEXTO COMERCIAL Y RELACIONES EN ASIA ORIENTAL

Tema 1.- Entorno económico internacional

- 1.1. Evolución del comercio internacional
- 1.2. Mapa del comercio internacional
- 1.3. Principales organismos económicos internacionales
- 1.4. Acuerdos de la Unión Europea con los países de Asia Oriental

Tema 2.- El proceso de internacionalización.

- 2.1. Motivos y obstáculos para la internacionalización.
- 2.2. Proceso de decisión para la internacionalización.
- 2.3. Etapas del proceso de internacionalización.
- 2.4. Principales modos de entrada.

BLOQUE 2.- DESARROLLO Y COMPETITIVIDAD DE ASIA ORIENTAL

Tema 3.- Análisis de Asia Oriental y su situación competitiva.

- 3.1. Investigación de mercados exteriores
- 3.2. Análisis del entorno de Asia Oriental
- 3.3. Datos relevantes del mercado chino, japonés y surcoreano.



BLOQUE 3.- RELACIONES COMERCIALES EN ASIA ORIENTAL

Tema 4.- Análisis del Comportamiento del Consumidor en Japón, China y Corea.

- 4.1. Factores externos que influyen en el Comportamiento del Consumidor
- 4.2. Factores internos que influyen en el Comportamiento del Consumidor

Tema 5.- Decisiones del programa de Marketing- Mix para el mercado Japonés, Chino y Surcoreano: Producto, Precio, Distribución y Comunicación.

- 5.1. Producto
- 5.2. Precio
- 5.3. Distribución.
- 5.4. Comunicación

CONTENIDOS.

I. TRADE RELATIONS IN ORIENTAL ASIA

Unit 1.- International economic situation

- 1.1. Evolution of the international trade
- 1.2. Map of the international trade
- 1.3. Main economic international organisms
- 1.4. Agreements of the European Union with the countries of Oriental Asia

Unit 2.-The process of internationalization.

- 2.1. Motives and obstacles for the internationalization.
- 2.2. Process of decision for the internationalization.
- 2.3. Stages of the process of internationalization.
- 2.4. Principal manners of entry.

II. DEVELOP AND COMPETITIVENESS OF ORIENTAL ASIA

Unit 3.-Analyses of Oriental Asia and his competitive situation.

- 3.1. Research of international markets
- 3.2. Analysis of the situation of Oriental Asia
- 3.3. Relevant information of the Chinese, Japanese and South Korean market.

III. TRADE RELATIONS IN ORIENTAL ASIA

Unit 4.-Analyses of the Consumer behavior in Japan, China and Korea.

- 4.1. External factors that influence the Consumer behavior
- 4.2. Internal factors that influence the Consumer behavior

Unit. 5.-Decisions of the program of Marketing - Mix for the Japanese, Chinese and South Korean market: Product, Price, Distribution and Communication.

- 5.1. Product
- 5.2. Price
- 5.3. Placement
- 5.4. Promotion

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividades Presenciales

Actividades expositivas



Actividades Presenciales

Actividades expositivas

Lección magistral

Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Después de cursar la asignatura los alumnos serán capaces de identificar los factores que determinan la competitividad tanto de un país como de una determinada empresa. Serán capaces de comprender y argumentar los motivos por los que una empresa decide salir al exterior (Japón, China o Corea), así como las claves del éxito de su estrategia a la hora de afrontar dicha aventura internacional. Por último serán capaces de diferenciar el comportamiento del consumidor de los países de Asia Oriental, y como éstos determinan en gran medida las acciones a emprender y las herramientas a utilizar para lograr el éxito.

After dealing the subject the students will be capable of identify the factors that determine the competitiveness of one country and of a certain company. They will be capable of understand and argue the motives for which a company decides to go out (Japan, China or Korea), as well as the keys of the success of his strategy at the moment of confronting the above mentioned international adventure. Finally they will be capable of differentiating the consumer behavior of the countries of Oriental Asia, and determine the actions to undertake to a great extent and the tools to using to achieve the success.

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

De cara a evaluar la adquisición de contenidos y competencias a desarrollar por el alumnado, se utilizará un sistema de evaluación diversificado, seleccionando las técnicas de evaluación de cada asignatura en cada momento.

Entre las técnicas a utilizar estarían las siguientes:

- Prueba escrita: Pruebas tipo test
- Trabajos escritos: colectivos, sobre los temas específicos de las asignaturas.
- Pruebas orales: exposiciones de trabajos en grupo en las clases.
- Técnicas basadas en la observación de la asistencia y participación del alumnado en clases.

El alumno dispone de dos sistemas alternativos de evaluación:

- (A) Evaluación continua
- (B) Evaluación en convocatorias oficiales

(A) Evaluación continua

- * Participación y asistencia a clase (10%)
- * Resolución y exposición de ejercicios prácticos (40%).
- * Realización de pruebas de control a lo largo del cuatrimestre (50%)

(B) Evaluación en convocatorias oficiales

Este sistema se basa en la realización de un examen escrito en las fechas establecidas por el centro

In order to evaluate the acquisition of contents and competitions to developing for the student, a system of evaluation will be in use diversified, selecting the technologies of evaluation of every subject in every moment.

Between the technologies to using the following ones would be:

Written Test: You prove type test

Written Works: on the specific topics of the subjects (in groups).

Oral Tests: exhibitions of works in group in the classes.

Technologies based on the observation of the assistance and participation of the student in classes.

The student has two alternative systems of evaluation:

- (A) Continuous assessment
- (B) Evaluation in official summons

(A) Continuous assessment

- * Participation and assistance to class (10 %)
- * Resolution and exhibition of practical exercises (40 %).
- * Accomplishment of tests of control along the four-month period (50 %)



(B) Evaluation in official Exam: system is based on the accomplishment of an exam in the dates established by the center

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

- Competencia en el mercado global.; Charles Hill; McGraw Hill Interamericana; 2007
- Designing the Global Corporation; Jay R. Galbraith; Jossey-Bass; 2000
- Dirección Estratégica; Johnson, Gerry Scholes, Kevan Whittington, Richard.; Pearson Educación
- Doing Business. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento; Doing Business. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento; Banco Mundial; 2011; <http://www.doingbusiness.org/>
- Empresa y negocios en Asia Oriental: Estrategias y acciones.; Jansana, A.; UOC; 2005; www.uoc.edu/dt/esp/jansana0205.pdf
- Empresas españolas en los mercados internacionales; García Cruz, R.; Ed. Esic.; 2000; Madrid
- Estrategia y Economía de la Empresa Multinacional; Duran, Juan Jose; Ediciones Piramide, S.A; 2000
- Managing DMNCs. A search for a New Paradigm; Doz, Y. L. and Prahalad, C. K.
- Manual de Comercio Internacional; Extenda; 2012;
http://www.catedrasextenda.es/descargas_generales/estudios/ext/manual_comercio_internacional_final.pdf
- Marketing Internacional: Casos y ejercicios prácticos; Nieto, A y otros; Pirámide; 1997; Madrid
- Marketing Internacional; Czincota, M.R. Y Ronkainen, I.A.; SMJ, 12(Special Issue Summer): 145-164.; 1991; México
- Marketing Internacional; García Cruz, R.; Ed. Esic; 1998; Madrid
- Marketing Internacional; Nieto, A. y Llamazares, O; Pirámide; 1998; Madrid
- Marketing Internacional. Nuevas perspectivas para un mercado globalizado.; Cerviño Fernández, J.; Ed. Pirámide; 2006; Madrid

DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45

TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90

TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15

TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150

