

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Denominación de la asignatura	<b>Estilos culturales de negociación y protocolo en Asia</b>		
Materia	Negocios internacionales		
Módulo			
Titulación	<b>Máster en Relaciones Internacionales y Estudios Asiáticos</b>		
Plan	619	Código	54481
Créditos ECTS	6	Tipo/Carácter	Obligatoria
Nivel/Ciclo	Máster	Semestre	2º
Lengua en que se imparte	Castellano/Inglés		
Profesores responsables	Emilio Hernández Correa Profesor por designar del Dpto. de Sociología y Trabajo social		
Datos de contacto	983185980, emilio.hernandez@uva.es 983331854 javier@emp.uva.es		
Horario de tutorías	Las señaladas en la web de la UVa.		
Departamento	Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados. Sociología y Trabajo Social.		
Área de conocimiento	Organización de Empresas Sociología		

## SITUACIÓN / SENTIDO DE LA ASIGNATURA

Contextualización	La asignatura "Estilos culturales de negociación y protocolo en Asia" forma parte de la materia "lenguas extranjeras y comunicación". Se imparte en el segundo semestre una vez que vista la asignatura "Inteligencia cultural (Asia) I". Sienta las bases para poder abordar otras asignaturas del segundo y del tercer cuatrimestre tales como "Dirección y administración de organizaciones transnacionales: empresas, ONGs y think tanks", "Gestión de directivos y trabajadores expatriados" y "Liderazgo y habilidades directivas", etc.
Prerrequisitos materias	Ninguno

## CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO DE COMPETENCIAS

Generales	<p>G1. Aplicar un razonamiento crítico.</p> <p>G5. Ser capaz de analizar e interpretar las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios, basadas en el compromiso ético con los valores y principios de las sociedades estudiadas.</p> <p>G6. Valorar y respetar la diversidad cultural del planeta, con especial mención a la gran diversidad cultural que existe en Asia.</p> <p>G7. Establecer relaciones interpersonales que contribuyan a un mejor desarrollo de su actividad académica y profesional.</p> <p>G8. Obtención de unos conocimientos más profundos de las realidades sociales y culturales del planeta, especialmente, de Asia.</p> <p>G9. Ser capaz de identificar los diferentes aspectos que afectan directa y globalmente al comercio y a las relaciones internacionales y saber aplicar el conjunto de conocimientos adquiridos en el departamento internacional de una organización.</p>
-----------	---

	<p>G10. Adquirir una visión global y multicultural, aplicando los conocimientos y habilidades necesarias para organizar, dirigir y gestionar una organización en distintos entornos internacionales, a través del reconocimiento de la diversidad cultural existente en el planeta, pero especialmente en Asia.</p> <p>G11. Ser capaz de comunicar en español y en inglés (oralmente y por escrito) los resultados de los análisis, las propuestas de actuación o negocio, de forma clara, concisa y comprensible tanto a públicos especializados como no especializados. Adquirir las cuatro competencias básicas del inglés (escuchar, leer, hablar y escribir), tanto en la teoría como en su aplicación y en la evaluación.</p>
Específicas	<p>E2. Identificar, comprender y analizar los elementos, procesos y dinámicas observables en la estructura de las sociedades analizadas, especialmente de China, India y Japón, y su manejo por los distintos tipos de actores.</p> <p>E4. Generar expertos en relaciones internacionales y en comercio exterior, especialmente, en Asia.</p> <p>E7. Aplicar los instrumentos metodológicos necesarios para el análisis sistemático y riguroso del comercio exterior y/o de las relaciones internacionales (observación, comparación, formulación de hipótesis, etc.), así como las herramientas de intervención (elaboración de estrategias, técnicas de negociación y protocolo...).</p> <p>E8. Saber gestionar las relaciones con los clientes y contrapartes, especialmente de China, India y Japón, especialmente mediante el conocimiento de las prácticas culturales que inciden en los procesos negociadores.</p>

### OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer los principios generales de los procesos de negociación</li> <li>• Capacitar para llevar a cabo de manera exitosa procesos de negociación en contexto comercial</li> <li>• Conocer los principios generales de las interacciones sociales reguladas por normas de protocolo y etiqueta.</li> <li>• Determinación de los patrones culturales en Asia, especialmente en China, India y Japón.</li> <li>• Saber qué elementos de la cultura pueden afectar a los procesos de negociación intercultural.</li> <li>• Desarrollar las competencias necesarias para analizar con eficacia los condicionantes que operan en un proceso de relaciones con personas de Asia, especialmente de China, India y Japón.</li> <li>• Capacitar para un desempeño eficaz y ético de los procesos relacionales, facilitando la integración de estrategias de comportamientos coherentes y responsables.</li> <li>• Configuración e implementación de una estrategia relacional de acercamiento que evite malentendidos y facilite el proceso.</li> </ul>
---

### TABLA DE DEDICACIÓN DEL ALUMNO A LA ASIGNATURA

HORAS PRESENCIALES: 30 x 2 ECTS + 3 horas = 63*			
* A las 60 horas (de teoría +práctica) hay que sumar 3 h. de la evaluación			
Clases teóricas (ECTS):	Clases prácticas (ECTS):	Actividades académicamente dirigidas	Evaluación (2 evaluaciones)
30	30	-	3
HORAS NO PRESENCIALES: 15 x 6 ECTS = 90			
Trabajo autónomo sobre contenidos teóricos	Trabajo autónomo sobre contenidos prácticos	Realización de trabajos, informes, memorias, ...	Preparación orientada a la evaluación
45	25	12	8

## BLOQUES TEMÁTICOS

BLOQUE I Los Procesos de negociación y regulación protocolaria de la conducta.	
Contextualización y justificación	El primer bloque describe los conceptos y principios generales de la teoría general de la negociación y del desempeño eficaz de la interacción social en contextos regulados por el protocolo. Se considera que este saber es fundamental para capacitar a los futuros expertos/as en relaciones internacionales.
Objetivos de aprendizaje	Manejar de manera eficaz los conceptos de negociación y de protocolo. Conocer las singularidades y aspectos diferenciadores de la negociación y el protocolo en contextos interculturales e internacionales.
Contenidos	La negociación como proceso, factores condicionantes y roles fundamentales. El modelo Harvard de negociación. El modelo transaccional y otros modelos fundamentados en la psicología social. Fases y contenido en los procesos de negociación: el desarrollo de argumentarios. Concepto de protocolo y etiqueta. Singularidades del protocolo en contexto internacional Tipos de protocolo, tipologías de evento, orden de precedencias.
Métodos docentes	La metodología docente integra dos tipologías de actuación docente: Las clases de tipo teórico se realizan con un componente expositivo/dialógico, partiendo de contenidos previamente entregados al alumnado. Las clases de carácter práctico se desarrollan a partir de ejercicios, en ocasiones cooperativos y en otras competitivo, en el que se tematizan las cuestiones relacionadas con los procesos de negociación y protocolo.
Plan de trabajo	El profesor/a aportará información al alumnado ya sea a partir de material previamente preparado o a partir de la exposición en clase. En clase se establecerá un diálogo y desarrollo de prácticas de tipo conceptual a partir de este material. Posteriormente se desarrollarán ejercicios de capacitación y simulación en materia de protocolo y organización de eventos.
Evaluación	La evaluación del apartado se realizará a partir de una prueba escrita y de trabajos realizados tanto en el aula como fuera de ella. Ver la ponderación en el apartado EVALUACIÓN - TABLA RESUMEN.
Bibliografía básica	Cellich, C. y S. Jain (2004) <i>Global business negotiations: a practical guide</i> . Thomson, Cincinnati. Chávarri del Rivero, Tomás (2004): <i>Protocolo Internacional. Tratado de Ceremonial diplomático</i> . Madrid. Ediciones Protocolo. Fernández Souto, Ana Belén (2012): <i>El protocolo internacional en la globalización económica</i> . Barcelona. Editorial UOC. García, G. (2018). <i>Negociación intercultural, aspectos clave para negociar en ámbitos internacionales</i> , FC Editorial. Fundación Confemetal, Madrid. Hendon, D. y Hendon, H. (2002). <i>Cómo negociar en cualquier parte</i>

	<p><i>del mundo</i>. México: Limusa.</p> <p>Llamazares, O. (2004). <i>Cómo negociar con éxito en 50 países</i>, Global Marketing Strategies, Madrid.</p> <p>Maqueda Lafuente, J. (2003). <i>Protocolo empresarial : una estrategia de marketing</i>, ESIC. Madrid.</p> <p>Llamazares, O. y A. Nieto (2002). <i>Negociación internacional: estrategias y casos</i>. Ediciones Pirámide, Madrid.</p> <p>Moran, R.T., Harris, P.R. y Moran, S. (2010). <i>Managing Cultural Differences</i>, Butterworth-Heinemann, Oxford.</p> <p>Pervez, G. y J. C. Usunier (2003) <i>International business negotiations</i>. Pergamon/Elsevier, Oxford.</p> <p>Urbina, J.A (2001): El gran libro del protocolo. Madrid. España. Ed. Temas de Hoy.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
Bibliografía complementaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
Recursos necesarios	Los propios de la docencia en aula convencional y la disponibilidad de un aula con formato físico que permita la interacción para llevar a cabo los trabajos de simulación.
Carga de trabajo en créditos ECTS	2,0 ECTS

<b>Bloque 2. Las raíces culturales asiáticas</b>	
Contextualización y justificación	Para entender la mentalidad y el estilo de negociación de los asiáticos, es necesario comprender las principales raíces culturales de Asia y las experiencias previas fruto de su contacto con occidentales.
Objetivos de aprendizaje	Determinar los factores culturales más relevantes que afectan a las relaciones y negocios internacionales y las formas de capacitación cultural más apropiadas tal que se eviten errores, especialmente los cometidos inconscientemente.
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cofucianismo</li> <li>• Taoísmo</li> <li>• Hinduismo</li> <li>• El arte de la Guerra</li> <li>• Experiencias con imperialistas y colonialistas occidentales</li> <li>• Relaciones, decisiones, emociones y trabajo en equipo</li> </ul>
Métodos docentes	Lección magistral, seminarios prácticos, realización de un trabajo individual/grupal y exposición del mismo.
Plan de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El profesor explicará la materia y resolverá las dudas que planteen los alumnos en el aula.</li> <li>• Los alumnos trabajarán en grupo, resolviendo casos propuestos y analizando documentación facilitada por el profesor. Además, se les propondrá que recopilen información fuera del horario de clase. Al finalizar los trabajos, expondrán de forma aleatoria el número de grupos que estime conveniente el profesor.</li> </ul>
Evaluación	<p>Este bloque, junto con el siguiente se servirá de los siguientes procedimientos diferenciados de evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La participación en las prácticas (seminarios) de la signatura.</li> <li>• La realización de un trabajo individual/grupal sobre los temas propuestos por el profesor o por el alumno.</li> <li>• Una prueba escrita sobre los conocimientos alcanzados en el estudio individual del alumno.</li> <li>• Actividades complementarias (en caso de realizarse).</li> </ul> <p>Ver la ponderación en el apartado EVALUACIÓN - TABLA</p>

	RESUMEN.
Bibliografía básica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apuntes de la signatura y otra documentación proporcionados por el profesor.</li> </ul>
Bibliografía complementaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• RICHARD D. Lewis (2006), <i>When cultures collide : leading across cultures</i>, WS Bookwell</li> <li>• BENOLIEL, Michael. <i>Negotiating Successfully in Asia</i>. (2013). <i>Eurasian Journal of Social Sciences</i>. 1, (1), 1-18. Research Collection. Lee Kong Chian School Of Business. Singapore Management University</li> <li>• Lothar Katz. "Negotiating International Business. (2017). <i>The Negotiator's Reference Guide to 50 Countries Around the World</i>". (CreateSpace, 2017 edition)</li> <li>• NIBCUADRADO ESCLÁPEZ, Carmen (2007): <i>Protocolo en las relaciones internacionales de la empresa y los negocios</i>, FC Editorial, Madrid.</li> <li>• CUBEIRO RODRÍGUEZ, Didac (2016): <i>Vender en Asia Oriental. Un reto para la pequeña y mediana empresa</i>, primera edición. Editorial UOC, Barcelona.</li> <li>• FERNÁNDEZ SOUTO, Ana Belén, BERNÁCER SALES, Teresa, CATELLANOS MEDINA, Deva y ROMERO ANIA, Alberto (2010): <i>El protocolo internacional en la globalización económica</i>, Editorial UOC, Barcelona.</li> <li>• FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos, GALGUERA GARCÍA, Laura (2008). <i>La comunicación humana en el mundo contemporáneo</i>, tercera edición, Capítulo 6: "Comunicación intercultural", MacGraw-Hill, Interamericana Editores, México, D.F.</li> <li>• FERRARO, Gary y BRIODY Elizabeth K. (2013): <i>The Cultural Dimension of Global Business</i>, 8ª edición revisada, Routledge, Nueva York.</li> <li>• GÓMEZ CARRILLO, Enrique (2014): <i>El alma japonesa</i>, primera edición. QUÁLEA Editorial, Torrelavega.</li> <li>• KAKAR, Sudhir Y KAKAR, Katharina (2012): <i>La India. Retrato de una sociedad</i>, primera edición. Editorial Kairós, Barcelona.</li> <li>• KUMAR, Rajesh y KUMAR SETHI, Armand ((2007): <i>Hacer negocios en India. Una guía para directivos occidentales</i>. Gestión 2000, Barcelona.</li> <li>• LANDERAS, Javier (2014): <i>Cómo hacen los japoneses</i>, primera edición. Satori Ediciones, Gijón.</li> <li>• LIVERMORE, David A. (2015): <i>Leading with cultural intelligence. The Real secret to success</i>, segunda edición, American Management Association,</li> <li>• LLAMAZARES GARCÍA-LOMAS, Olegario (2008): <i>Cómo negociar con éxito en 50 países</i>, Global Marketing Strategies, Madrid.</li> <li>• LLAMAZARES GARCÍA-LOMAS, Olegario y FERDINAN, Simon R. (2007): <i>Cómo negociar en inglés. Guía práctica para el ejecutivo internacional</i>, Global Marketing Strategies, Madrid.</li> <li>• LLAMAZARES GARCÍA-LOMAS, Olegario Y NIETO CHURRUCA, Ana (2002): <i>Negociación internacional. Estrategias y casos</i>, Ediciones Pirámide, Madrid.</li> <li>• MORCILLO ANGULO, Eduardo Y SINCLAIR, James (2005): <i>El marco de los negocios en China</i>. Gestión 2000, Barcelona.</li> <li>• PÁNIKER, Agustín (2014): <i>La sociedad de castas. Religión y política en la India</i>, primera edición. Editorial Kairós, Barcelona.</li> <li>• PAULSON, HENRY M. Jr. (2016): <i>Negociando con China</i>, Ediciones Deusto, Barcelona.</li> <li>• PEIRATS MECHÓ, Francisca y NINOT ALAGARDA, Pablo (2018): <i>Negociación internacional</i>, Marcombo, Madrid.</li> <li>• SEN, Amartya (2018): <i>India en construcción</i>, primera edición. Clave Intelectual, Madrid.</li> <li>• TADA, Michitaro (2007): <i>Gestualidad japonesa</i>, Adriana Hidalgo Editora, Buenos Aires.</li> <li>• VILARIÑO PINTOS, EDUARDO (2010): <i>Teoría de la negociación internacional</i>, Andavira Editora, Santiago de Compostela.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ZHANG, Yingying Y OLIVARES, Ignacio ((2012): <i>No más cuentos chinos</i>, primera edición. Actualia Editorial, A Coruña.</li> </ul>
Recursos necesarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los libros de texto recomendados.</li> <li>• La información complementaria proporcionada por el profesor y en las actividades complementarias.</li> </ul>
Carga de trabajo en créditos ECTS	1,0 ECTS

Bloque 3. Los estilos culturales nacionales (Asia)	
Contextualización y justificación	Para entablar relaciones y negocios internacionales en Asia es necesario someterse a procesos de aculturación al objeto de no cometer errores tanto de forma como de fondo. Para esto es necesario conocer los diferentes estilos culturales que están presentes en Asia, especialmente China, India y Japón, y las dimensiones de estas culturas de alto contexto.
Objetivos de aprendizaje	Determinar los factores culturales más relevantes que afectan a las relaciones y negocios internacionales y las formas de capacitación cultural más apropiadas tal que se eviten errores, especialmente los cometidos inconscientemente.
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El estilo negociador chino.</li> <li>• El estilo negociador japonés.</li> <li>• El estilo negociador indio.</li> <li>• Otros estilos negociadores nacionales de Asia.</li> </ul>
Métodos docentes	Lección magistral, seminarios prácticos, realización de un trabajo individual/grupal y exposición del mismo.
Plan de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El profesor explicará la materia y resolverá las dudas que planteen los alumnos en el aula.</li> <li>• Los alumnos trabajarán en grupo, resolviendo los casos propuestos y analizando la documentación facilitada por el profesor. Además, se les propondrá que recopilen información fuera del horario de clase. Al finalizar los trabajos, expondrán de forma aleatoria el número de grupos que estime conveniente el profesor.</li> </ul>
Evaluación	<p>Este bloque, junto con el siguiente se servirá de los siguientes procedimientos diferenciados de evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La participación en las prácticas (seminarios) de la signatura.</li> <li>• La realización de un trabajo individual/grupal sobre los temas propuestos por el profesor o por el alumno.</li> <li>• Una prueba escrita sobre los conocimientos alcanzados en el estudio individual del alumno.</li> <li>• Actividades complementarias (en caso de realizarse).</li> </ul> <p>Ver la ponderación en el apartado EVALUACIÓN - TABLA RESUMEN.</p>
Bibliografía básica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apuntes de la signatura y otra documentación proporcionados por el profesor.</li> </ul>
Recursos necesarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• RICHARD D. Lewis (2006), <i>When cultures collide : leading across cultures</i>, WS Bookwell</li> <li>• BENOLIEL, Michael. <i>Negotiating Successfully in Asia</i>. (2013). <i>Eurasian Journal of Social Sciences</i>. 1, (1), 1-18. Research Collection. Lee Kong Chian School Of Business. Singapore Management University</li> <li>• Lothar Katz. "Negotiating International Business. (2017). <i>The Negotiator's Reference Guide to 50 Countries Around the World</i>". (CreateSpace, 2017 edition)</li> <li>• BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín (2017): <i>Viaje al centro. El XIX Congreso del Partido Comunista Chino</i>. Edicions Bellaterra, Barcelona.</li> <li>• CREMADES, Javier (2008): <i>China y sus libertades. Un dilema para el siglo XXI</i>. Editorial Espasa Calpe, S.A.Madrid.</li> <li>• CUBEIRO RODRÍGUEZ, Didac (2016): <i>Vender en Asia Oriental</i>.</li> </ul>

	<p><i>Un reto para la pequeña y mediana empresa</i>, primera edición. Editorial UOC, Barcelona.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos, GALGUERA GARCÍA, Laura (2008). <i>La comunicación humana en el mundo contemporáneo</i>, tercera edición, "Capítulo 6: comunicación intercultural", MacGraw-Hill, Interamericana Editores, México, D.F.</li> <li>• FLATH, James, ORENGA, Ana, RUBIO, Carlos y UEDA, Hiroto, (2016): <i>Sakura. Diccionario de cultura japonesa</i>, primera edición. Satori Ediciones, Gijón.</li> <li>• GÓMEZ CARRILLO, Enrique (2014): <i>El alma japonesa</i>, primera edición. QUÁLEA Editorial, Torrelavega.</li> <li>• JUGON, Jean-Claude (1998): <i>Phobies Sociales au Japon. Timidité et angoisse de l'autre</i>. ESTF Editeur, París.</li> <li>• JUNQUERAS I VIVES, Oriol, MADRID I MORALES, Dani, MARTÍNEZ TABERNER, Guillermo Y PITARCH FERNÁNDEZ, Pau (2012): <i>Historia de Japón. Economía, política y sociedad</i>, primera edición. Editorial UOC, Barcelona.</li> <li>• KAKAR, Sudhir Y KAKAR, Katharina (2012): <i>La India. Retrato de una sociedad</i>, primera edición. Editorial Kairós, Barcelona.</li> <li>• KUMAR, Rajesh y KUMAR SETHI, Armand ((2007): <i>Hacer negocios en India. Una guía para directivos occidentales</i>. Gestión 2000, Barcelona.</li> <li>• LANDERAS, Javier (2014): <i>Cómo hacen los japoneses</i>, primera edición. Satori Ediciones, Gijón.</li> <li>• LIVERMORE, David A. (2015): <i>Leading with cultural intelligence. The Real secret to success</i>, segunda edición, American Management Association,</li> <li>• MCGREGOR, JAMES (2009): <i>Entender China. China, mil millones de consumidores. El libro clave para hacer negocios en China</i>. Master Class, Ediciones Robinbook, Barcelona.</li> <li>• MORCILLO ANGULO, Eduardo Y SINCLAIR, James (2005): <i>El marco de los negocios en China</i>. Gestión 2000, Barcelona.</li> <li>• PÁNIKER, Agustín (2014): <i>La sociedad de castas. Religión y política en la India</i>, primera edición. Editorial Kairós, Barcelona.</li> <li>• SEN, Amartya (2018): <i>India en construcción</i>, primera edición. Clave intelectual, Madrid.</li> <li>• TADA, Michitaro (2007): <i>Gestualidad japonesa</i>, primera edición reimpresión. Adriana hidalgo Editora, Buenos Aires.</li> <li>• ZHANG, Yingying Y OLIVARES, Ignacio ((2012). <i>No más cuentos chinos</i>, primera edición. Actualia Editorial, A Coruña.</li> </ul>
Carga de trabajo en créditos ECTS	3,0 ECTS

### CRONOGRAMA

BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
1. Estilos culturales de negociación y protocolo en Asia	2,0	
2. Las raíces culturales asiáticas	1,0	
3. Los estilos culturales nacionales (Asia)	3,0	

### EVALUACIÓN - TABLA RESUMEN

1. EVALUACIÓN CONTINUA*		
INSTRUMENTO /	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES

PROCEDIMIENTO		
Evaluación continua	40%	Obligatorios
Prueba escrita *	60%	Obligatoria

\* Para que un alumno pueda realizar la media entre ambos procedimientos de evaluación deberá obtener en la prueba escrita un mínimo de 3 puntos. En caso de obtener una puntuación inferior no se realizará la media y la nota conjunta será suspenso.

2. EVALUACIÓN GLOBAL (ÚNICA)*		
INSTRUMENTO / PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Prueba escrita*	100%	Se realizará en la fecha fijada para la realización del examen final en primera o segunda convocatoria

\* La materia de examen abarca los dos bloques es que está estructurada la asignatura más los contenidos teóricos de los seminarios.

---



---

**CONSIDERACIONES FINALES**

---



---

--