



INSTRUCTOR: Sergio Cesarin (CONICET-ICUBA).

OBJETIVO GENERAL DEL CURSO

Promover entre los cursantes el conocimiento de aspectos sociales, económicos y culturales de la China de hoy.

OBJETIVOS PARTICULARES

- a) Abordar desde una perspectiva histórica y actual, los rasgos destacados de la cultura china.
- b) Conocer la proyección de valores y principios culturales al campo de la negociación.
- c) Exponer y debatir sobre temas actuales de la agenda socio-cultural de la China de hoy.
- d) Relacionar dichos temas con mecanismos efectivos que sirvan de herramientas para la negociación inter cultural.

METODOLOGÍA

Expositiva y de debate abierto con los cursantes a fin de destacar variables principales y secundarias identificables sobre el tema general propuesto.

DÍAS DE CURSADA – CARGA HORARIA

Días: Martes de 18 a 20 hs. Aula Confucio

9 clases de 2 horas cada una.
18 hs totales de cursada

CRONOGRAMA

Clase 1. Introducción a la China de hoy. Aspectos destacados sobre tradiciones y cultura. Ideas, valores y simbología: el rol central de Confucio.

Clase 2. Aspectos socio-económicos generales: demografía, mercado interno, cambios económicos. Proyecciones al 2030.

Clase 3. Diferenciación interna por regiones económicas. Cultura mercantil y valores específicos: jerarquía, orden, rol del individuo e importancia del grupo/equipo.

Clase 4. Códigos simbólicos y estrategias de mercado, ejemplos a considerar. El papel de la mujer, familia, juventud, actores extranjeros.

Clase 5. Nuevas generaciones y cambios culturales. Jóvenes y cultura empresarial: rasgos de diferenciación en las generaciones post reformas. China y el turismo internacional.

Clase 6. Un país varios mercados. Patrones de consumo, consumidores y clase media. Planes gubernamentales. Proyecciones al 2030.

Clase 7. China en la economía mundial. Globalización de los negocios y cultura corporativa. Empresas chinas en el mundo. Tratados internacionales sobre comercio e inversiones (RCEP).

Clase 8. Cuadro de inversiones regionales. Principales intereses de inversión en la región. Tensiones inter culturales: factores a considerar.

Clase 9. Desarrollo de capacidades locales y preparación para la negociación. Activación de redes de apoyo internas y externas, enunciación de ámbitos de apoyo público y/o privados para el desarrollo de negocios.

BIBLIOGRAFÍA

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2015, América Latina y el Caribe y China: hacia una nueva era de cooperación económica
- Cesarin, Sergio y Moneta, Carlos, 2012, *Tejiendo redes. Estrategias de Empresas Transnacionales (ETNs) Asiáticas en América Latina*, EDUNTREF, Buenos Aires.
- *China, acceptable public behavior*, en <http://www.executiveplanet.com/business-etiquette/China.html>
- *CHALLENGES OF DOING BUSINESS IN CHINA*, Matthew MacLachlan, 2010.
- Dussel Peters, Enrique (Coordinador), 2014, *La inversión extranjera directa de China en América Latina. 10 casos de estudio*, Red Académica de América Latina y el Caribe sobre China (RED ALC-CHINA), México, Publicación on line.



CURSO INTEGRAL DE CULTURA CHINA 2017
Curso: China hoy. Sociedad, cultura y negocios.



- *Facilitators and Obstacles of Intercultural Business Communication for American Companies in China: Lessons Learned from the UPS Case* Hongmei Gao, PDF.
- *Intercultural Differences Between Chinese and Americans in Business*, Laura Nowak College of Staten Island, City University of New York and D. Dong, University of Shanghai, Shanghai, China, 1998, PDF.
- World Bank, and Development Research Center of the State Council, 2012, *CHINA, 2030, Building a Modern, Harmonious and Creative high-income society*, Washington DC.