

UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO
Recinto de Río Piedras
Facultad de Administración de Empresas
Departamento de Comunicación Empresarial

PRONTUARIO

Misión de la Facultad de Administración de Empresas

Desarrollar líderes profesionales y académicos, mediante una educación de excelencia e iniciativas de investigación que les preparen para servir en el contexto empresarial.

- A. Programa:** **Comunicación Empresarial**
- B. Título del curso:** **Comunicación Empresarial**
- C. Codificación del curso:** **COEM 3001 (curso medular del bachillerato en Administración de Empresas)**
- D. Cantidad de horas/crédito:** **Tres horas semanales/tres créditos**
- E. Prerrequisitos:** **Español básico o su equivalente**
- F. Descripción del curso:**

Estudio y desarrollo de los fundamentos de la comunicación eficaz, en un contexto empresarial. Se destaca la importancia del desarrollo de la competencia comunicativa para el funcionamiento de las empresas y el desempeño profesional.

G. Objetivos de aprendizaje:

Al finalizar el curso los estudiantes:

1. Demostrarán una actitud crítica y creativa al evaluar situaciones y al comunicarse en un contexto empresarial.
2. Se comunicarán de forma oral y de forma no verbal de manera más eficaz.
3. Trabajarán con módulos instruccionales en línea, para reforzar competencias de comunicación oral y de comunicación escrita.
4. Utilizarán los recursos tecnológicos y de información al preparar presentaciones orales.
5. Trabajarán un caso de comunicación intercultural en el que demostrarán sus destrezas para interaccionar efectivamente en contextos culturales distintos de los suyos.

6. Producirán mensajes adaptados a las necesidades y/o características socioculturales del receptor en un mundo donde impera la globalización de la actividad empresarial.
7. Elaborarán estrategias adecuadas para la producción de los mensajes, tanto individualmente como en equipo.
8. Tratarán con diplomacia y sentido ético al receptor del mensaje.
9. Persuadirán con argumentos lógicos y datos que sustenten el propósito de la comunicación para solucionar problemas y tomar decisiones.
10. Se desempeñarán exitosamente como líderes gerenciales y empresariales.
11. Mostrarán liderazgo gerencial y empresarial al comunicarse exitosamente.
12. Contribuirán, de forma efectiva, al acomodo de aquellos compañeros estudiantes con necesidades especiales.

H. Bosquejo de contenido y distribución del tiempo - 45 horas contacto

1. Introducción del curso - 1.5 horas contacto

- a. Presentación e interacción inicial entre estudiantes y profesor.
- b. Discusión del Prontuario del curso.
- c. Explicación de normas adoptadas con el fin de establecer un ambiente apropiado para el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- d. Asignación de tareas para iniciar la discusión de los contenidos del curso.
- e. Discusión en torno al papel que desempeñan las competencias de información y comunicación en el avance de una disciplina: la documentación de las fuentes bibliográficas, las citas directas e indirectas, la bibliografía anotada.
- f. Explicación en torno a la elaboración del Informe escrito (el Informe se elaborará como parte de la presentación oral).

2. Fundamentos y teoría de la comunicación - 5 horas contacto

- a. La importancia de la comunicación en el mundo empresarial: destrezas necesarias cuando se implantan estrategias, métodos y sistemas de calidad total.
- b. Las particularidades de la comunicación empresarial.
- c. Los modelos de la comunicación.
- d. Las funciones de la comunicación.
- e. La percepción y la comunicación.
- f. La lengua: el código de comunicación más importante.
- g. Las razones del fracaso de la comunicación en las empresas.
- h. La comunicación en grupo, principios básicos del trabajo en equipo.

3. Impacto de la tecnología en la comunicación - 3 horas contacto

- a. Los adelantos tecnológicos: recuento histórico.
- b. Las consideraciones en torno al uso de la información en el ciberespacio, la evaluación de páginas web.
- c. Las consideraciones éticas en el uso del ciberespacio.
- d. El comportamiento en el ciberespacio: la Netiqueta.
- e. El problema de la seguridad y de la confidencialidad en Internet.
- f. Las implicaciones legales en el uso de Internet.
- g. Problemas surgidos como consecuencia de los adelantos tecnológicos.

4. Comunicación oral - 5.5 horas contacto

- a. La importancia de la comunicación oral en las empresas.
- b. Las diferencias entre la comunicación oral y la escrita.
- c. La destreza de escuchar: escuchar empáticamente, de manera receptiva, de modo participativo.
- d. La preparación de presentaciones orales.

5. Comunicación no verbal - 5.5 horas contacto

- a. Los signos: iconos, símbolos e indicadores.
- b. Las particularidades y funciones de la comunicación no verbal.
- c. Los indicadores de actitudes, de estados anímicos y de otros rasgos personales.
- d. Los indicadores adicionales de mensajes no verbales en el contexto empresarial.
- e. La comunicación no verbal en la etiqueta y el protocolo empresarial: la proyección de imagen en situaciones profesionales y sociales (*marketing personal*), la comida de negocios.

6. Comunicación interpersonal – 10 horas contacto

- a. La importancia de la comunicación interpersonal.
- b. La importancia de la conducta ética en la comunicación interpersonal.
- c. Los factores que dificultan las relaciones interpersonales: la percepción, la credibilidad y los estilos personales de comunicar y de comportarse.
- d. El liderazgo participativo y de servicio.
- e. La sinergia y el trabajo en equipo.
- f. La importancia de la inteligencia emocional.
- g. Los principios para lograr interactuar de forma positiva.
- h. Las actitudes y los comportamientos que afectan las relaciones interpersonales:
 - 1) Conducta asertiva
 - 2) Tonos positivos y negativos
 - 3) Exposición de ideas y de sentimientos: manejo de mensajes explícitos e implícitos
- i. El manejo de situaciones conflictivas: interacción con personas difíciles.

7. La comunicación persuasiva – 7.5 horas contacto

- a. Definición de objetivos. Diferencias entre exposición y argumentación.
- b. Recopilación de información, la importancia del dato concreto.
- d. Ordenamiento lógico de las ideas: deducción, inducción, análisis y síntesis.
- e. Coherencia interna del mensaje: uniformidad del tono, uso adecuado de elementos de transición y exposición libre de errores de lógica.
- f. Validez de los juicios emitidos: importancia de las destrezas de pensamiento crítico y del sentido ético para controlar la subjetividad.

8. Estrategias comunicativas y estrategias de negociación – 5 horas contacto

- a. La importancia de la situación y del contexto (nacional e internacional) para elaborar el análisis de la audiencia.
- b. Las etapas de la negociación.
- c. La negociación individual y la grupal, similitudes y diferencias.
- d. Las características del negociador.
- e. La negociación efectiva.

9. El estilo de la redacción corporativa - 2 horas contacto

- a. Indispensabilidad de la claridad y de la precisión.
- b. Necesidad de la concisión.
- c. Conveniencia de la naturalidad y de la armonía.

I. Técnicas Instruccionales

En COEM 3001 se utilizan estrategias de enseñanza-aprendizaje que permiten la interacción de los estudiantes con el profesor, con sus pares y con el contenido estudiado en el curso. Además de la conferencia de la discusión en clase, se realizan diversas actividades de modo individual o grupal, tales como: establecer directrices para el trabajo en equipo, evaluar páginas web y trabajar un caso de comunicación interpersonal. Todas las tareas requieren investigación, ya que esta se considera una parte integral del proceso de aprendizaje.

Las actividades requeridas para aprobar el curso son las siguientes:

1. **Exámenes** - Cada examen valdrá una nota
 - a. **Dos parciales**
 - b. **Examen Final**
2. **Presentación oral** - Cada estudiante participará en una presentación en grupo. Esta actividad requiere investigación acerca del asunto, elaboración de un esquema preliminar, diseño de recursos audiovisuales y redacción de un informe sobre la labor realizada en equipo.
3. **Redacción** - Cada estudiante participará en una actividad de redacción individual o en grupo. Esta actividad requiere investigación sobre el asunto o tema seleccionado o propuesto por el profesor. El trabajo estará acompañado de la correspondiente bibliografía anotada preparada según las normas de estilo propuestas por la *American Psychological Association* (APA).
4. **Actividades adicionales** – El profesor seleccionará las actividades adicionales que efectuarán los estudiantes para ejercitar las destrezas de comunicación. Esas actividades pueden ser simulaciones o análisis de casos. Con ese fin se utilizarán las actividades sugeridas en los libros de texto o cualquier otra diseñada para lograr el mismo fin.
5. **Otras actividades** (opcionales) - Se pueden incluir como parte de los requisitos para aprobar el curso:
 - a. Pruebas de comprobación de lectura, avisadas o sin avisar.
 - b. Asignaciones especiales.
 - c. Una nota por asistencia y participación. (La puntuación total la determinará el profesor, pero no sustituirá las redacciones y los exámenes requeridos para aprobar el curso).

J. Recursos de aprendizaje disponibles

El Departamento cuenta con los siguientes recursos tecnológicos que sirven de apoyo a las estrategias instruccionales utilizadas en el curso: proyectores verticales, computadoras portátiles, dos proyectores digitales, televisor y vídeo. En ocasiones, debido a la insuficiencia de recursos, aquellos profesores y estudiantes que así lo prefieren, utilizan su equipo personal. Dicha tecnología permite el uso de transparencias, videocintas y presentaciones en *Power Point*. No obstante, para la versión del curso en línea, el estudiante necesita tener su propio equipo: una computadora y una impresora.

El Departamento ha creado módulos instruccionales para reforzar la competencia de comunicación. Estos módulos son parte del Proyecto de Integración de Competencias de Comunicación a través del Currículo, de la Facultad de

Administración de Empresas (Proyecto ICCAC). Los mismos tratan los temas de redacción y de comunicación oral. En el momento adecuado, el profesor les anunciará cuándo trabajarán con estos recursos, les proveerá las instrucciones y les indicará la actividad correspondiente que habrán de realizar a través de la red electrónica Edu20.org. Estos recursos de aprendizaje pueden conllevar una nota, según considere el profesor.

K. Técnicas de evaluación

Métodos de evaluación y porcentajes relativos:

1. Exámenes (dos parciales y uno final)	tres notas 40%
2. Presentación oral	una nota 15%
3. Redacción	una nota 15%
4. Actividades adicionales	<u>una nota 30%</u>
	100%

De ser necesario, se realizará evaluación diferenciada a estudiantes con necesidades especiales.

L. Acomodo razonable

Según la Ley de Servicios Educativos Integrales para Personas con Impedimentos, todo estudiante que requiera acomodo razonable deberá notificarlo al profesor el primer día de clase.

Los estudiantes que reciban servicios de Rehabilitación Vocacional deben comunicarse con el profesor al inicio del semestre para planificar el acomodo razonable y equipo asistido necesario conforme a las recomendaciones de la Oficina de Asuntos para las Personas con Impedimentos (OAPI) del Decanato de Estudiantes. También aquellos estudiantes con necesidades especiales de algún tipo de asistencia o acomodo deben comunicarse con el profesor.

M. Integridad académica

La Universidad de Puerto Rico promueve los más altos estándares de integridad académica y científica. El Artículo 6.2 del Reglamento General de Estudiantes de la UPR (Certificación Núm. 13, 2009-2010, de la Junta de Síndicos) establece que “la deshonestidad académica incluye, pero no se limita a: acciones fraudulentas, la obtención de notas o grados académicos valiéndose de falsas o fraudulentas simulaciones, copiar total o parcialmente la labor académica de otra persona, plagiar total o parcialmente el trabajo de otra persona, copiar total o parcialmente las respuestas de otra persona a las preguntas de un examen, haciendo o consiguiendo que otro tome en su nombre cualquier prueba o examen oral o escrito, así como la ayuda o facilitación para

que otra persona incurra en la referida conducta”. Cualquiera de estas acciones estará sujeta a sanciones disciplinarias en conformidad con el procedimiento disciplinario establecido en el reglamento General de Estudiantes de la UPR vigente.

N. Sistema de calificación

La escala de calificaciones sugerida para los exámenes, otros trabajos y para la nota final, es la siguiente:

100– 90	A
89– 80	B
79– 70	C
69– 60	D
59– 0	F

O. Bibliografía

- Adler, R. (2005). *Comunicación organizacional: principios y prácticas para negocios y profesiones*. México: Editorial McGraw-Hill.
- Andújar, C. (2007). *El líder y la inteligencia emocional*. Colombia: Editorial Akron.
- Arredondo, L. (2002). *Sea un comunicador excelente*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España, S.A.U.
- Bandrés, M. (2002). *La imagen del hombre profesional: vestido etiqueta y relaciones de negocios*. Barcelona: Sirpus.
- Benito, P. (2000). *Guía de estilo, protocolo y etiqueta en la empresa*. Valencia: CISS Praxis.
- Blanchard, K. (2006). *Trabajo en equipo*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- Booher, D. (2002). *Discursos para todas las ocasiones*. Barcelona. Editorial Gestión 2000.
- Borrell, F. (2002). *Comunicar bien, para dirigir mejor*. Barcelona: Editorial Gestión 2000.
- Bradbury, A. (2000). *Técnicas para presentaciones eficaces*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Caja de herramientas comunitarias. Universidad de Kansas. Sección 4. *Promover la comunicación interna*. (2014). <http://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/liderazgo/administracion-efectiva/comunicacion-interna/principal>

- Cirigliano, C. (16/03/2004). Gestión de comunicación interna en las organizaciones. *Gestiópolis*. <http://www.gestiopolis.com/gestion-de-la-comunicacion-interna-en-las-organizaciones>
- Corey, S. (2005). *El 8º hábito: de la efectividad a la grandeza*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Couto, M. (2002). *Cómo hablar bien en público: comunicar, persuadir y convencer con palabras*. Barcelona: Editorial Gestión 2000.
- Cuadrado, C. (2001). *Protocolo y comunicación en la empresa y los negocios*. Madrid: Fundación Confemetal.
- Davis, F. (2006). *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza Editorial Sa.
- De Urbina, J. (2002). *El gran libro del protocolo*. Madrid: Temas de Hoy.
- _____. (2004). *100 preguntas básicas de protocolo*. Madrid: Ediciones Temas de Hoy.
- Díaz Aledo, M. (16-04-2009). *La comunicación interna en la empresa*. GerenteWeb.com <http://www.gerenteweb.com/noticias.php?id=00039>
- Evaluación del desempeño humano. Recopilación del blog *Administración de Empresas* sobre artículos relacionados con la evaluación. [En línea, blog]. Disponible en: <http://admindeempresas.blogspot.com/search/label/Evaluacion%20del%20desempe%C3%B1o%20Humano>
- Engardio, P. (2008). *Chindia. Cómo China e India están revolucionando los negocios globales*. México: McGraw Hill Interamericana Editores, S. A de C.V.
- Fajardo, Z. (2010). *Comunicación Empresarial. Manual de Ejercicios* (Tercera edición revisada). Hato Rey: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc.
- Fajardo, Z. (2010). *Comunicación Empresarial. Manual de Casos y Situaciones*. Hato Rey: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc.
- Fernández, J., Aguilar, J., Fernández, J.L., Fontodrón, J. y Gómez-Acebo, P. (2001). *La ética en los negocios*. Barcelona: Ariel Sociedad Económica.
- Fonseca, M., Correa, A., Pineda, M. y Lemus, F.(2011). *Comunicación oral y escrita*. México: Pearson Education.
- García, G. (2001). *Hablar en público*. Madrid: Editorial Ágata.

- Garay, J. (2010, Enero 12). *Comunicación estratégica. Competir con nuevas herramientas*. [En línea, Slideshare]. Disponible en: <http://www.slideshare.net/JulioGaray/comunicacion-estrategica-competir-con-nuevas-herramientas>
- Gómez Torrego, L. (2011). *Las normas académicas: últimos cambios*. Madrid: España Editorial SM Intenacional.
- Grupo Crit. (2003). *Claves para la comunicación intercultural*. Castellón de la Plana: Publicaciones de la Universitat Jaume I.
- Guilfoyle, D. (2004). *El efecto carisma: cómo desarrollar una personalidad que brille y destaque*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Hindle, T. (1998). *La presentación convincente*. Barcelona: Editorial Grijalbo.
- James, J. (2002). *El lenguaje corporal en el trabajo*. Barcelona: Ediciones Oniro, S.A.
- Jensen, S. (2008). *Cómo presentar para convencer*. Barcelona: Bresca Editorial, S.L.
- León, A. (2008). *Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional*. México: Editorial Limus.
- Llamazares, O. (2003). *Cómo negociar con éxito en 50 países*. Madrid: Global Marketing Strategies, S.L.
- Mattews, C. (2007). *Guía rápida para crear presentaciones de negocios*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- McCloskey, M. (2001). *Etiqueta para profesionales*. Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Monarch, H. y Kase, L. (2008). *Desarrolle sus habilidades de comunicación. Domine los nervios y comuníquese mejor*. México: Editorial McGraw-Hill.
- Mulholland, J. (2003). *El lenguaje de la negociación: manual de estrategias para mejorar la comunicación*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Pease, A. (2006). *El lenguaje del cuerpo*. Barcelona: Editorial Amat.
- Peel, M. (2000). *Aprenda a hablar en público en una semana*. Barcelona: Gestión 2000.
- Rapaille, C. (2007). *El código cultural*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Real Academia Española. (2013). *El buen uso del español*. Barcelona: Espasa Libros.

- Rivera, P. (2007). *Escuchar: una herramienta para la administración, el liderazgo y la enseñanza*. Río Piedras, Puerto Rico: Publicaciones Gaviota.
- Rivera, P. (2003). *La comunicación en el contexto empresarial*. (Texto en revisión). Hato Rey: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc.
- Rivera, P. (2005). *Avalúo de la competencia comunicativa. Actividades y rúbricas*. Segunda edición. Hato Rey: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc.
- Rodríguez, A. (2001). *Ética de la empresa*. Hato Rey: Publicaciones Puertorriqueñas, Editores.
- Saló, N. (2005). *Aprender a comunicarse en las organizaciones*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Sardar, Z. y Borin, V. (2005). *Estudios culturales para todos*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Sarramía, T. (2005). *El mundo del empleo*. Hato Rey: Publicaciones Puertorriqueñas.
- _____. (2002). *El e-mail a su alcance. Guía práctica para mejorar la redacción electrónica*. Hato Rey: Publicaciones Puertorriqueñas.
- Solé, M. (1998). *El protocolo y la empresa*. Barcelona: Editorial Planeta.
- Soto, C. (2006). *Las buenas maneras: costumbres sociales y protocolo*. Madrid: Ediciones Palabra.
- Torres, L. (2000). *Inclusión: Estrategia de intervención*. San Juan: Isla Negra.
- Urpi, M. (2004). *Aprender comunicación no verbal: la elocuencia del silencio*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Vallejo-Nágera, J.A. (2003). *Aprender a hablar en público hoy*. Barcelona: Planeta.
- Vargas, G. (2007). *Todo sobre la imagen del éxito*. México: Punto de Lecturas, S.A. de C.V.

Referencias electrónicas

Comunidad latina para estudiantes de negocios– Portal que ofrece información sobre temas relacionados con Administración de Empresas y *Comunicación Empresarial*. <http://www.gestiopolis.com>

[**Decires - Consultoría Empresarial - Veracruz**](#)

www.decires.com.mx

Inteligencia Emocional

<http://www.inteligencia-emocional.org/index.htm>

La comunicación organizacional

<https://es.scribd.com/doc/51661855/LA-COMUNICACION-ORGANIZACIONAL>

Liderazgo y Mercadeo

http://www.liderazgoymercadeo.com/liderazgo_tema.asp?id=6

Protocolo y etiqueta

<http://www.protocolo.org/>

Recursos Humanos

<http://www.recursos-humanos.es>

Relaciones públicas y comunicación

<http://www.rrppnet.com.ar/index.htm>

Sobre gerencia y comunicación

<http://www.degerencia.com>

Tecnologías de información y gestión empresarial

titcidec.blogspot.com

Nota: En este documento se utiliza el masculino genérico. Los términos *el estudiante* y *el profesor* hacen referencia tanto al sexo masculino como al femenino.

La bibliografía responde a referencias actualizadas fundamentalmente de los últimos cinco años. No obstante, se han incluidos referencias con fecha de publicación anterior por tratarse de trabajos fundamentales en la disciplina.

Revisado en diciembre 2015 por el Departamento de Comunicación Empresarial.