

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

PRONTUARIO¹

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 | Estrategias de redacción en el ámbito profesional |
| C. Codificación del curso | COEM 3002 |
| D. Cantidad de créditos | Tres horas/tres créditos |
| E. Prerrequisito | NINGUNO |
| F. Descripción del curso | |

Análisis de situaciones y problemas laborales y prácticas de estrategias de comunicación adecuadas para plantearlos o solucionarlos, ya sea individualmente o en equipo. Se estudian y se aplican estrategias para la redacción efectiva de comunicados profesionales.

G. Objetivos

Al finalizar el curso los estudiantes:

1. Analizarán diversos problemas laborales y determinarán las estrategias de comunicación convenientes para solucionarlos, tanto a nivel individual como en equipo.
2. Aprenderán a utilizar los recursos para mostrar la estructura del mensaje y para una presentación visual atractiva.
3. Aplicarán las técnicas de redacción y de revisión de documentos profesionales.

¹ Revisado en diciembre 2015 por el Departamento de Comunicación Empresarial.

4. Analizarán y producirán mensajes adaptados a los contextos nacionales e interculturales.
5. Utilizarán los recursos tecnológicos para facilitar la realización de procesos comunicativos internos y externos en la organización.
6. Desarrollarán la actitud crítica y el sentido ético necesarios para preparar comunicados persuasivos que ganen y retengan la buena voluntad del destinatario.
7. Desarrollarán estrategias para comunicarse en situaciones de crisis.
8. Demostrarán sentido de responsabilidad social a fin de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida.
9. Contribuirán, de forma efectiva, al acomodo de aquellos compañeros estudiantes con necesidades especiales.

H. Bosquejo del 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

2. La interculturalidad en la comunicación escrita – 3 horas contacto

- a. Prácticas de comunicación escrita en el contexto intercultural, similitudes y diferencias: el papel de la comunicación escrita, el nivel de formalidad, el estilo de comunicación, el uso del lenguaje, la argumentación
- b. Estrategias de comunicación global: definir la audiencia, definir el contenido, elegir el registro
- c. Aptitudes necesarias para una comunicación intercultural: empatía, tolerancia, objetividad y respeto

3. **La estructura y el estilo de la redacción corporativa – 12 horas contacto**

- a. El proceso estructural interno y el externo
- b. Los recursos y las técnicas al escribir para ser leídos
- c. La legibilidad del texto y el uso de un estilo de escribir simple y eficiente que permite a los lectores entender fácilmente el lenguaje **administrativo**.
- d. La definición de los objetivos comunicativos: el autor, el escrito, el lector
- e. El principio de cortesía verbal y el tono neutral

4. **Comunicaciones con fines internos- 8 horas contacto**

- a. El memorando,
 - 1) Características formales y ubicación geográfica
 - 2) Tipos de memorandos:
 - a) Informativos
 - b) Instructivos
 - c) Procesales
 - d) Persuasivos
 - 3) Definición de objetivos y receptor del mensaje
 - 4) Estrategias para organizar el contenido:
 - a) Ordenamiento cronológico
 - b) Narración
 - c) Similitud y contraste
 - d) Ordenamiento en forma ascendente o descendente, según la importancia de la información

5) Actitud del redactor

- a) cortesía verbal
- b) tono neutral

b. El correo electrónico

- 1) Herramienta de la comunicación organizacional interna y externa
- 2) Ventajas y desventajas del correo electrónico
- 3) Principios de la escritura y las técnicas: la imagen digital y la profesional
- 4) Actitud del receptor
- 5) Política de uso

c. El boletín electrónico

5. Comunicaciones con fines evaluativos- 8.5 horas contacto

- a. Diversidad de comunicados: las cartas, los formularios, las entrevistas telefónicas, los documentos autobiográficos (*currere*), la autoevaluación
- b. Comunicados escritos: similitudes y diferencias
 - 1) Escritos con fines descriptivos y evaluativos
 - 2) Problema de la validez del criterio: el análisis FODA
- c. Cualidades esenciales al evaluar el desempeño profesional
- d. Estrategias para redactar escritos con fines evaluativos: el *marketing* personal, el personal *branding*
- e. Errores frecuentes: la vaguedad, la irresolución, los descuidos y contradicciones al manejar mensajes implícitos y explícitos

6. Comunicados con fines persuasivos – 8 horas contacto

- a. Objetivo de estos mensajes

- 1) Exigir aquello a lo cual se tiene derecho
 - 2) Plantear o defender una posición sobre un asunto controvertible
 - 3) Exponer argumentos en torno a una propuesta
- b. Importancia en una sociedad democrática
- 1) Reclamo de derechos
 - 2) Cumplimiento de responsabilidades ciudadanas
 - 3) La responsabilidad social empresarial
 - a) Los principios de buen gobierno corporativo
 - b) La relación con los clientes y los consumidores
 - c) Las políticas de ciudadanía corporativa: los códigos de conducta profesional
 - d) El respeto por el medio ambiente
 - 4) Características de los comunicados persuasivos
 - a) Planteamiento o reclamo en el momento oportuno
 - b) Sentido de justicia
 - c) Tono apropiado
 - d) Actitud ética
 - e) Firmeza de los planteamientos: combinación armoniosa de actitud, argumentación persuasiva, precisión fáctica y dominio de la expresión verbal
 - 5) Distintos tipos de comunicados persuasivos:
 - a) Las reclamaciones por error mecánico
 - b) El **ensayo de opinión** como tipo de reclamación por diferencias de criterio

- (1) Diversidad de escritos para plantear y defender posiciones controvertibles: ensayos, cartas, artículos, editoriales
- (2) Organización del contenido, y estrategias de redacción y de persuasión para estos escritos

c) La **carta o ensayo de intención** como escrito persuasivo

7. La comunicación en situaciones de crisis – 4 horas contacto

- a. Qué constituye una crisis
- b. Tipos de crisis y sus características
- c. Ciclo de la crisis y comunicación
- d. Características de un plan de crisis
 - 1) Anticipación e iniciativa
 - 2) Sinceridad, tranquilidad y autoridad
 - 3) Postura proactiva
- e. La comunicación escrita en situaciones de crisis:
 - 1) la nota informativa
 - 2) las redes sociales

I. Técnicas instruccionales

En **COEM 3002** 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 y de la discusión en clase, se realizan diversas actividades de modo individual o grupal. Todas las tareas de redacción requieren investigación, ya que esta se considera una parte integral del proceso de redactar cualquier documento de carácter profesional. Las actividades requeridas para aprobar el curso son las siguientes:

1. Redacciones

- a. Memorando persuasivo o correo electrónico con finalidad persuasiva - 100 puntos
- b. Carta o documento autobiográfico – 100 puntos
- c. Escrito de intención persuasiva (carta o ensayo de intención) - 100 puntos
- d. Informe o Nota informativa – 100 puntos

2. Exámenes

- a. Examen parcial - 100 puntos
- b. Examen o trabajo final - 100 puntos

3. **Actividades adicionales** - El profesor seleccionará las que estime pertinentes para fortalecer las destrezas de comunicación escrita de sus estudiantes. Con ese fin se utilizarán las actividades sugeridas en los libros de texto o cualquier otra diseñada por el profesor. (**Puntuación total** - La determinará el profesor, pero no sustituirá la correspondiente a las redacciones y a los exámenes requeridos para aprobar el curso).

4. **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 (individuales o en equipo)
- c. Nota por asistencia y participación - Al comienzo del curso se proveerá una guía con los criterios para determinar dicha nota

La **puntuación total** la determinará el profesor, pero no sustituirá las redacciones y los exámenes requeridos para aprobar el curso.

J. Recursos de aprendizaje

El Departamento cuenta con los siguientes recursos tecnológicos que sirven de apoyo a las estrategias instruccionales utilizadas en el curso: cuatro proyectores verticales, dos computadoras portátiles, dos proyectores digitales, un televisor y un vídeo. Dicha tecnología permite el uso de transparencias, videocintas, y presentaciones en **PowerPoint**.

K. Técnicas de evaluación

Métodos de evaluación y porcentajes relativos:

| | | |
|----|-------------------------|---------------------|
| 1. | Redacciones | cuatro notas 70% |
| 2. | Exámenes | dos notas 20% |
| 3. | Participación | <u>una nota 10%</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.

La Certificación #99 (01-02) del Senado Académico, la Ley 51 de 1996 (Ley de Servicios Educativos Integrales para personas con Impedimentos) y la Certificación 130 (1999-2000) de la Junta de Síndicos.

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 calificaciones

Los profesores utilizan el sistema de calificaciones cuantificable. La nota final del estudiante será el promedio obtenido de la suma de la totalidad de los trabajos requeridos en el curso. **(Total de puntos/cantidad de notas = nota final)**. La escala de calificación sugerida para los exámenes, otros trabajos y 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 Mc Graw-Hill.

Alvarado, E. y Borges, B. (2004). *Guía práctica para el desarrollo de monografías, ensayos, bibliografías y extractos*. San Juan, Puerto Rico: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc.

Arraiza, M. (2003). *Guía práctica para redacción comercial*. Hato Rey, Puerto Rico: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc.

- Barker, A. (1999). *30 minutos... antes de un reunión*. Barcelona: Gestión 2000.
- Batstone, D. (2004). *Salvar el alma de la empresa: Principios para defender la integridad sin renunciar al éxito*. Barcelona: Ediciones Urano, empresa Activa.
- Benavides, J. (2001). *Dirección de comunicación empresarial e institucional*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Boone, M. (2003). *Gerencia interactiva: optimizando la comunicación para implementar estrategias efectivas de negocios*. México: Editorial Mc Graw-Hill.
- Cassany, D. (2007). *Afilas el lapicero*. Guía de redacción para profesionales. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Davis, K. y Newstrom, J. (2003). *Comportamiento humano en el trabajo*. (11ma edición) México: Editorial McGraw-Hill.
- Fajardo, Z. (2002). *Comunicación Empresarial, Manual de ejercicios* (Texto en revisión). Hato Rey: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc.
- Fernández Aguado, J., Aguilar López, J.A., Fernández, J.L., Fontodrona Felipe, J. y Gómez-Acebo Avedillo, P. (2001). *La ética en los negocios*. Barcelona: Ariel Sociedad Económica.
- Fita, J. (1999). *Comunicación en programas de crisis*. Barcelona: Gestión 2000.
- Garret, P. (2002). *La comunicación escrita en los negocios*. Madrid: Alambra, S. A.
- Golano, C. y Flores Guerrero, R (2002). *Aprender a redactar documentos empresariales*. Barcelona: Editorial Paidós .
- Gómez Torrego, L. (2011). *Las normas académicas: últimos cambios*. Madrid: Grupo EditorialSM Internacional.
- Heller, R. (1999). *Comunicar con claridad*. Barcelona: Editorial Grijalbo.
- Hernández, C. (1999). *Sin posdata. Manual de redacción comercial*. San Juan: Editorial Plaza Mayor.

- Levy, M. (2000). *Escritura y creatividad: un método para desarrollar ideas originales y resolver problemas en el trabajo*. Barcelona: Paidós.
- Libaert, T. (2005). *El plan de comunicación organizacional*. México: Editorial Limusa, S.A. de C. V.
- Miller, R. (2000). *Organice sus reuniones de manera óptima*. Barcelona: Gestión 2000.
- Paladino, M. y Álvarez, C. (2006). *Comunicación empresarial responsable*. Argentina: Temas Grupo Editorial SRL.
- Pérez, A. (2003). *Comunicados internos y externos en el ámbito empresarial*. Hato Rey: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc.
- Real Academia Española (2013). *El buen uso del español*. Barcelona: Espasa Libros.
- Rivera, P. (2001). *La comunicación en el contexto empresarial*. (Texto en revisión). Hato Rey: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc.
- Rivera, P. (2005). Segunda edición. *Avalúo de la competencia comunicativa. Actividades y rúbricas*. Hato Rey: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc.
- Sanz, G. (2001). *Aprender a redactar notas*. Barcelona: 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.
- Sarriera, C. (2003). *Español Comercial: Guía práctica y manual de referencia*. México: McGraw Hill.
- Seeking, D. (2000). *Cómo organizar eficazmente conferencias y reuniones*. Madrid: Fundación Confemetal.
- Torres, L. (2000). *Inclusión: Estrategia de intervención*. San Juan: Isla Negra.
- Whelan, J. (2000). *E-mail en el trabajo: evite los inconvenientes y explote el potencial*. Madrid: Prentice Hall.

Fuentes electrónicas:

La Redacción sin dolor.

<http://www.sandrocohen.org/redaccion>

Estrada, C. A. Presentación en torno al proceso de redacción.

<http://www.slideshare.net/Calieg/el-proceso-de-redaccion>

El ABC del proceso de escritura.

<http://www.eduteka.org/ProcesoEscritura2.php>

El proceso de escritura.

<http://www.eduteka.org/ProcesoEscritura1.php>

Mapas mentales y conceptuales. Página del Portal *Estudios: Guías y Estrategias*; contiene una presentación. El portal ofrece información adicional sobre el proceso de escritura y la redacción para la Web.

<http://www.studygs.net/espanol/mapping.htm>

NOTA:

En los casos en los que se emplean los términos *estudiante* y *profesor* se hace uso del masculino genérico en referencia a ambos sexos, es decir, se incluye tanto el femenino como el masculino.

Se incluye en la bibliografía textos recientes y otros con más de 5 años de publicación por ser obras seminales o fundamentales sobre el tema del curso.

Revisado en diciembre 2015 por el Departamento de Comunicación Empresarial.