

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

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 Oral para
Empresarios y Profesionales**
- C. Codificación del curso:** **COEM 3007**
- D. Número de horas/créditos** **3 hrs. semanales / 3 créditos**
- E. Prerrequisitos:** **Español básico o su equivalente**
- F. Descripción del curso:**

Estudio y práctica de los conceptos teóricos de la oratoria y de la retórica, así como de las destrezas de comunicación oral necesarias para el intercambio eficaz y persuasivo de las ideas. Elaboración y exposición de las modalidades esenciales del arte de hablar en público en un contexto profesional: la charla, el discurso formal, el debate, el foro, la presentación de servicios y productos, el simposio y la entrevista, el video currículum, entre otras modalidades.

G. Objetivos

Al finalizar el curso los estudiantes podrán:

1. Comprender la importancia de las destrezas necesarias para lograr una comunicación oral exitosa en el ámbito profesional y social.
2. Expresarse con mayor corrección en público
3. Distinguir entre persuadir, influir y manipular mediante la palabra.
4. Mantener distintos tipos de conversaciones: de negocios, cultural, profesional, social.
5. Preparar y presentar formalmente distintos géneros que corresponden a la comunicación oral: el panegírico, la conferencia formal, la charla amistosa o informal.
6. Reconocer, mediante la expresión oral de una persona, la instrucción y el conocimiento que ésta posee.
7. Formular y responder adecuadamente las preguntas que surjan en una discusión o presentación.
8. Reconocer las implicaciones legales y éticas de la comunicación oral.
9. Proyectar entusiasmo y credibilidad mediante la expresión hablada.
10. Contribuir, de forma efectiva, al acomodo de aquellos compañeros con necesidades especiales.

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

1. Introducción del curso (1.5 horas)

- Presentación e interacción inicial entre estudiantes y profesor
- Discusión del **Prontuario** del curso
- Explicación de las normas adoptadas con el fin de establecer un ambiente apropiado para el proceso de enseñanza/aprendizaje.
- Asignación de tareas para iniciar la discusión de los contenidos del curso.

2. Fundamentos de la comunicación oral (7.5 horas)

- Las características de la lengua hablada
- Los factores que intervienen en la intensidad y la **fuerza de la voz**.
- Las destrezas imprescindibles para la producción del sonido: **la respiración diafragmática, torácica y mixta**.
- **Las seis funciones de la comunicación:** referencial, metalingüística, sintomática, apelativa, poética y fática.

3. La comunicación oral y su trayectoria (9 horas)

- Los clásicos: la oratoria, la retórica y la función de los recursos literarios.
- La tradición oral como expresión cultural
- El surgimiento de los adelantos tecnológicos y la comunicación oral: la radio, el teléfono, la televisión, la computadora, Internet y la teleconferencia.

4. Condiciones para lograr una comunicación oral eficaz (7.5 horas)

- Saber **respirar** adecuadamente mientras se habla para evitar fucios o gazapos
- Mantener los órganos fonadores en buen estado de salud para que la dicción sea apropiada
- Dominar el tema sobre el que se habla
- Manejar **gestos, expresión facial y postura** con naturalidad, soltura y confianza
- Conocer al público al que se dirigirá para establecer las estrategias adecuadas para facilitarles la comprensión del mensaje
- Eliminar posibles **interferencias lingüísticas** para hacerse escuchar con interés
- Conocer el **escenario y preparar los apoyos visuales** tales como las transparencias, la presentación en PowerPoint, el vídeo y los carteles de acuerdo con la modalidad de comunicación oral que se utilice.

- Planificar las **estrategias de marketing personal** que se emplearán: apariencia, precauciones plásticas-estéticas para causar una buena impresión y proyectar una imagen positiva.
- Considerar el “**ethos**” **aristotélico** como la forma más potente de **persuasión**

5. Algunas modalidades de la expresión oral en el ámbito profesional y empresarial (19.5 horas)

- El discurso formal y su estructura: **exordio, medio y la peroración.**
- La entrevista: **el manejo de preguntas**
- Las presentaciones formales: **ponencia, conferencia, charla**
- Los grupos de discusión: **paneles, debates, foros, simposios y Phillip 66.**
- La **llamada telefónica** para confirmar datos, profundizar aspectos relevantes para un puesto, solicitar u ofrecer servicios.

I. **Técnicas instruccionales**

En el curso de COEM 3007 se utilizan estrategias de enseñanza/aprendizaje dirigidas a fomentar la interacción de los estudiantes entre ellos y el profesor. El contenido del curso consiste de conferencia y discusión en clase. De acuerdo con los temas en discusión se asignarán actividades que se realizarán de manera individual o grupal. Para la realización de las mismas, los estudiantes realizarán lecturas e investigarán sobre los temas asignados para presentarlos en clase.

J. Recursos de aprendizaje e instalaciones mínimas disponibles

Se hará uso de videocintas, grabaciones de locuciones radiales, conferencias y programas televisivos. También se utilizarán transparencias y los recursos de la computadora, cuando así sea pertinente. El departamento cuenta con los recursos tecnológicos que servirán de apoyo para las estrategias instruccionales que se utilicen en el curso y que los estudiantes necesiten para la realización de sus trabajos en clase: televisor, computadoras portátiles, proyectores digitales y proyectores de transparencias. Asimismo se hará uso de la biblioteca de la Facultad de Administración de Empresas y del Laboratorio Multiusos del Departamento de Comunicación Empresarial.

K. Técnicas de evaluación

1. Exámenes	(45%)
2. Discursos orales	(45%)
3. Actividades adicionales ...	(10%)
	—————
	100%

Con el fin de evaluar la competencia comunicativa de cada estudiante, además de los exámenes objetivos y generales, se utilizarán rúbricas para evaluar el trabajo individual y grupal del/de la estudiante. Se empleará un sistema de avalúo para ofrecerles a los estudiantes los criterios uniformes mediante los cuales serán evaluados sus trabajos. De ser necesario se realizará evaluación diferenciada a estudiantes con necesidades especiales.

Exámenes

- Examen parcial – 100 puntos
- Examen final – Oratoria con jurado 100 puntos

Exposición de discursos orales

- El **discurso para informar**– 50 puntos
- El **discurso para motivar** a la acción – 50 puntos
- El **debate sobre un tema controvertible** de actualidad laboral, ciudadana o ética – 50 puntos
- La **entrevista** (Simulación que se efectúa en equipo) – 100 puntos
- La técnica de **Phillip 66** para auscultar opiniones.
- La **descripción** a partir del lenguaje cinestésico, visual o auditivo. (50 puntos)

L. Acomodo razonable

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. (**Ley 51** del 7 de junio de 1996, conocida como Ley de Servicios Educativos para Personas con Impedimentos. En cumplimiento de esta ley, se proveerá el ambiente de aprendizaje adecuado para los estudiantes con necesidades especiales. Cualquier estudiante que amerite atención especial según lo dispuesto en dicha ley, debe proveer la información de modo voluntario y confidencial).

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 honestidad 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 personas, plagiar total o parcialmente el trabajo de otra persona, copiar total o parcialmente las respuestas de otra personas a las preguntas de un examen, haciendo o consiguiendo que otro tome e su nombre cualquier prueba o examen oral o escrito, así como la ayuda o falsificación 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

El profesor utilizará 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. La escala de calificación sugerida para los exámenes y trabajos es la siguiente:

100-90	A 4.00
89-80	B 3.00
79-70	C 2.00
69-60	D1.00
59	F 0.00

O. Bibliografía

- Booher, Dianna. (2002). *Discursos para todas las ocasiones*. Barcelona: Gestión.
- Belmar, I. (2011, Diciembre 20) *La persuasión en una sola palabra*. Mycrosoft Pymes y autónomos [En línea, Web]. Disponible en: <http://www.microsot.com/business/es-es/Content/Paginas/article.aspx?cbcid=507>
- Couto, Manuel. (2002). *Cómo hablar bien en público, persuadir y convencer con palabras*. Barcelona: Gestión.
- García Maestro, Gregorio. (2001). *Hablar en público*. Madrid: Editorial Ágata.
- García del Toro, Antonio. (2002). *Hablemos claro*. Río Piedras: Plaza Mayor.
- García Regalado, María Elena. (2002). *Entrevista de empleo*. México: Prentice Hall.
- Gómez Torrego, L. (2011). *Las normas académica: últimos cambios*. Madrid: Grupo Editorial SM Internacional.
- Guilfoyle, Desmond. (2004). *El efecto carisma: cómo desarrollar una personalidad que brille y destaque*. México: McGraw Hill Interamericana.
- Formero, María T. (2004). *Saber usar el lenguaje. Técnicas fáciles para hablar y escribir mejor*. Montevideo: Arquetipo.

- Fonseca, Socorro et. al. (2011). *Comunicación oral y escrita*. México: Pearson.
- Hendon, Donald y Rebecca Hendon. (2002). *Cómo negociar en cualquier parte del mundo*. México: Noriega Editores.
- Lowndes, Leil. (2000). *Cómo comunicarse con los demás*. Barcelona: Ediciones Oniro.
- Maitland, Iain. (2001). *Haga esa llamada*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Mariscal, Inés. (2004). *Oratoria para un nuevo liderazgo: el poder de la palabra*. Tomos 1 y 2. Buenos Aires: Serendipidad.
- Real Academia Española. (2013). *El buen uso del español*. Barcelona: España, Espasa Libros.
- Valbuena, F. (2009, Julio 23). Comunicación empresarial: ¿realmente sabemos qué es comunicación empresarial? Universo DirCom. [En línea, blog]. Disponible en: <http://www.master-comunicacion.es/blogcomunicacion/comunicacion-empresarial/comunicacion-empresarial-%25C2%25BFrealmente-sabemos-que-es-la-comunicacion-empresarial>

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>

Importancia de la responsabilidad social empresarial ... Referencias
electrónicas ... Starmedia
<http://html.rincondelvago.com/comunicacion>

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

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

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 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.