

# Certificación Núm. 52

## Año Académico 2008-2009

UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO  
RECINTO DE RÍO PIEDRAS



*Senado Académico*  
*Secretaría*

Yo, CARMEN I. RAFFUCCI, Secretaria del Senado Académico del Recinto de Río Piedras, Universidad de Puerto Rico, CERTIFICO QUE:

**E**l Senado Académico en la continuación de la reunión ordinaria correspondiente al mes de febrero y celebrada el 19 de marzo de 2009, consideró el **Punto Núm. 6** (antes Punto Núm. 5, Convocatoria Núm. 9 del 19 de marzo de 2009): **Preguntas en torno al Informe del Comité de Asuntos Académicos sobre la Propuesta para crear una Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial y Profesional de la Facultad de Administración de Empresas**, y acordó de forma unánime:

- Aprobar la Propuesta para Crear una Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial y Profesional de la **Facultad de Administración de Empresas**.

Y PARA QUE ASÍ CONSTE, expido la presente Certificación bajo el sello de la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras, a los diecinueve días del mes de marzo del año dos mil nueve.

*Carmen I. Raffucci*

Carmen I. Raffucci  
Secretaria del Senado

rema

Certifico Correcto:

*Sonia Balet*  
Sonia Balet, Ph.D.

Presidenta y Rectora Interina



PO Box 21322  
San Juan PR 00931-1322  
Tel. 787-763-4970  
Fax 787-763-3999

Patrono con Igualdad de Oportunidades en el Empleo M/M/V/I  
Web: <http://senado.uprrp.edu> • E-mail: [senadoac@uprrp.edu](mailto:senadoac@uprrp.edu)

Universidad de Puerto Rico  
Recinto de Río Piedras

Facultad de Administración de Empresas  
Departamento de Comunicación Empresarial en Español  
Departamento de Inglés Comercial

Proyecto de Innovación Curricular:

**PROPUESTA PARA CREAR UNA  
SECUENCIA CURRICULAR EN  
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y  
PROFESIONAL**

Aprobado por los departamentos de  
Comunicación Empresarial en Español e Inglés Comercial  
16 de septiembre de 2008

Aprobado por el Comité de Currículo de la Facultad  
24 de septiembre de 2008

Aprobado por la Facultad de Administración de Empresas  
24 de octubre de 2008

Aprobado por el Senado Académico  
Certificación 52, 2008-2009  
19 de marzo de 2009

## Tabla de Contenido

I.	Introducción .....	1
	A. Título del programa y del grado .....	1
	B. Descripción del Programa .....	1
II.	Acreditación profesional y requerimientos .....	10
III.	Justificación .....	11
IV.	Relación del programa con la misión y los objetivos de la universidad y de la Facultad .....	16
V.	Marco conceptual .....	18
	A. Misión y metas .....	18
	B. Objetivos .....	18
	C. Filosofía educativa .....	19
	D. Perfil del egresado .....	19
VI.	Diseño curricular.....	20
	A. Esquema y balance curricular .....	20
	B. Cursos que componen el currículo.....	23
	C. Modelo del programa propuesto .....	28
	D. Coherencia y suficiencia curricular.....	29
	E. Metodología educativa y estrategias instruccionales .....	29
	F. Plan de avalúo .....	30
	G. Prontuarios de los cursos.....	30
VII.	Admisión, matrícula y graduación.....	31
VIII.	Facultad.....	32
IX.	Administración del programa .....	36
X.	Recursos de información .....	37
XI.	Infraestructura para la enseñanza, la investigación y el servicio .....	37
XII.	Servicios al estudiante.....	38

XIII. Presupuesto .....	39
XIV. Plan de avalúo y evaluación del programa .....	39
Bibliografía.....	40
Apéndices.....	54
Certificados en Comunicación Empresarial, Grados en Comunicación Empresarial, Programas en Comunicación Empresarial	
Tabla de la alineación del perfil del egresado con el currículo propuesto	
Tabla de relación de los cursos, el contenido temático y los criterios	
Plan de desarrollo de los profesores	
Plan de evaluación de metas y objetivos del Programa	

## Proyecto de innovación curricular del bachillerato

Departamento de Comunicación Empresarial en Español  
Departamento de Inglés Comercial  
Facultad de Administración de Empresas  
Recinto de Río Piedras  
Universidad de Puerto Rico

### I. Introducción

#### A. Título del programa y del grado

El **Departamento de Comunicación Empresarial en Español** y el **Departamento de Inglés Comercial** de la Facultad de Administración de Empresas del Recinto de Río Piedras de la Universidad de Puerto Rico proponen la creación de una **Secuencia de Cursos en Comunicación Empresarial y Profesional**, mediante una secuencia de cursos a nivel de bachillerato. Según la **Certificación Número 47**, 2004-05, de la Junta de Síndicos de la Universidad de Puerto Rico, esta secuencia curricular corresponde a la **Categoría IV**: “Secuencias lógicas e integradas de cursos, segundas concentraciones, con requisitos, metas, objetivos, perfil del egresado, y métodos de avalúo claramente definidos, que provean alternativas pertinentes, innovadoras interdisciplinarias, multidisciplinarias, o transdisciplinarias, y que constituyan un valor añadido al bachillerato”. Dicha secuencia curricular cumple con los objetivos de complementar y fortalecer los conocimientos y las destrezas; así como de promover la formación de profesionales versátiles, capaces de comunicarse efectivamente.<sup>1</sup> La misma estará dirigida a los estudiantes de todas las facultades y a los profesionales interesados en desarrollar la competencia comunicativa como un componente esencial para el desarrollo profesional.

#### B. Descripción del programa

##### 1. Desarrollo de la disciplina

**La Secuencia de Cursos en Comunicación Empresarial y Profesional** promueve ampliar el desarrollo de la competencia comunicativa en un contexto empresarial y profesional mediante una secuencia curricular ofrecida como una actividad académica **complementaria**.

---

<sup>1</sup> Para la redacción de esta Propuesta, se ha seguido el formato propuesto en la Certificación 80, 2005-06, de la Junta de Síndicos

Es pertinente ubicar esta Opción Curricular en el contexto disciplinario. La comunicación empresarial es una disciplina de formación reciente, según lo constata Varona Madrid (1998, p.1) en la publicación titulada *La enseñanza de la Comunicación Empresarial en Estados Unidos*:

Aunque la comunicación empresarial u organizacional ha sido objeto de estudio por muchos años en diferentes disciplinas, su desarrollo, sin embargo, como campo independiente con cursos y programas académicos en los departamentos de estudios de la comunicación, es relativamente reciente en Estados Unidos.

En el artículo titulado *Delimitación y mejoras de la comunicación en la cultura empresarial* (Clavier Cortés, Llopis Taverner y Gascó Gascó, 2002, p.37) se presenta la siguiente definición de la comunicación empresarial:

[...] conjunto de valores, símbolos y rituales compartidos por los miembros de una empresa, que describen la forma en que se hacen las cosas en una organización, para la solución de problemas gerenciales internos y de los relacionados con los clientes, proveedores y entorno.

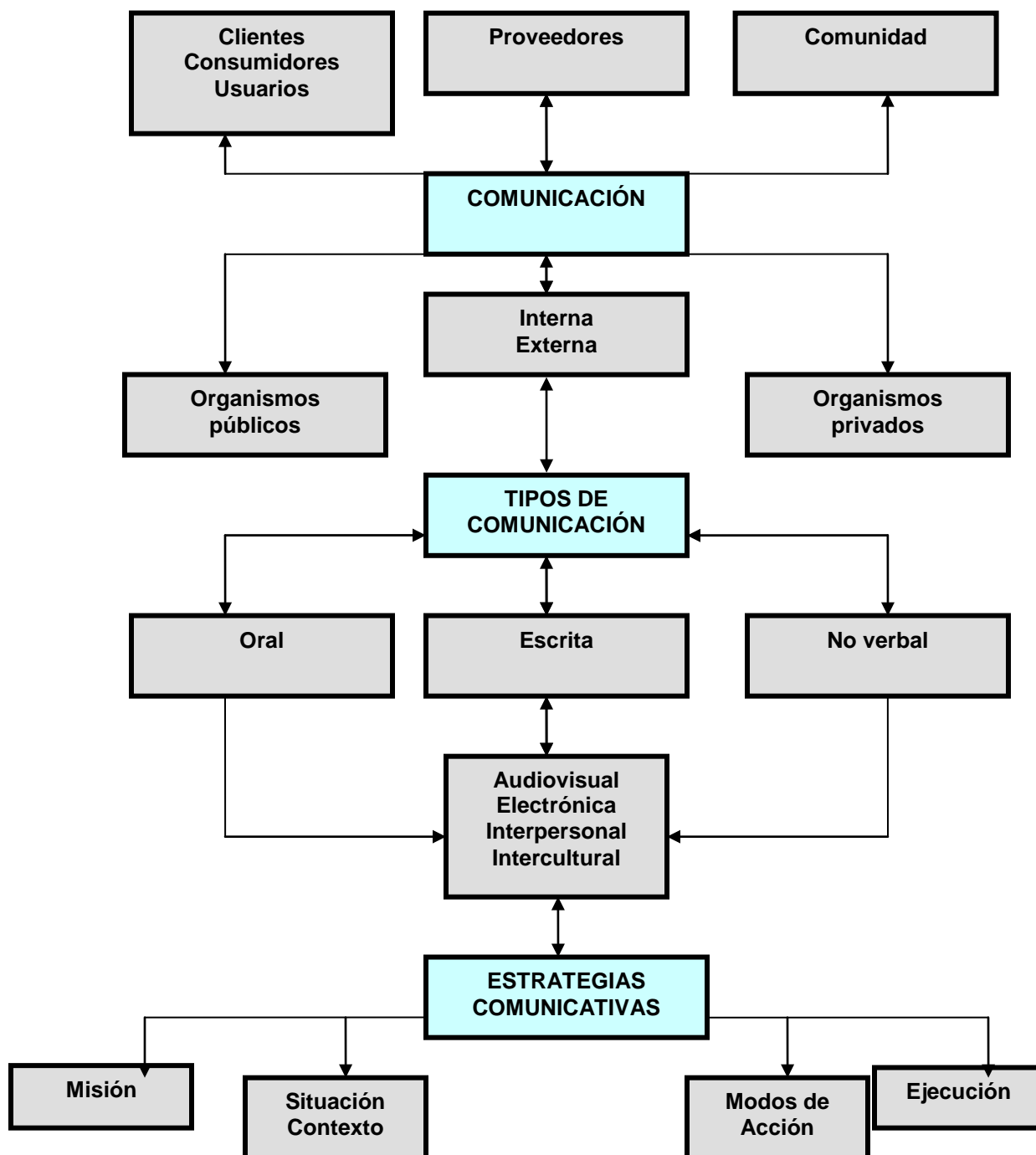
Según dicha publicación (Cortés et al.), la Comunicación Empresarial cumple las siguientes funciones: es una vía importante de comunicación, entraña un sentido cualitativo, es influida por el entorno en que se desenvuelve, permite diferenciar un grupo de personas de otro y su robustez está ligada a su utilidad.

En el libro *La comunicación en el contexto empresarial* (Rivera Rubero, P., 2005, p.3), se establece la siguiente distinción:

La comunicación empresarial se distingue de otros tipos de comunicación por su finalidad práctica. Cuando nos comunicamos con fines laborales o profesionales, lo hacemos para cumplir con responsabilidades impuestas por la naturaleza del trabajo o por nuestros superiores.

El desarrollo reciente de la disciplina, tanto en el mundo laboral como en el académico, ofrece mayor flexibilidad en su ubicación y permite lograr una visión más integradora, desde ella se parte para ubicar disciplinas tales como: comunicación estratégica, gestión de eventos corporativos y deportivos, protocolo empresarial. En la siguiente página se presenta un diagrama que ilustra el papel que desempeña la comunicación dentro de la cultura empresarial.

## COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y PROFESIONAL<sup>2</sup>



<sup>2</sup> Modelo propuesto por Iliá López Jiménez, Ph.D.

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

El criterio de **ubicación** ha sido incluido por las instituciones para delimitar la oferta curricular de la disciplina. La relación entre ubicación y oferta curricular se ha establecido de la manera siguiente:

*Technical and professional communication courses are most often taught in English departments. In the US, business communication is taught (with different foci) in the departments of both English and communication and in schools of business.*

<http://english.osu.edu/areas/business/default.htm>

La **comunicación técnica** está dirigida hacia las disciplinas científicas.<sup>3</sup> En cambio, la **comunicación profesional** provee mayor amplitud, tal como se ilustra en la siguiente descripción:

*The field of professional communication is closely related to that of technical communication though professional communication encompasses a wider variety of skills. Professional communicators use strategies, theories, and technologies to more effectively communicate in the business world.*<sup>4</sup>

Los cursos de **Español y de Inglés para los Negocios**, ambos ubicados en el contexto de la enseñanza de lenguas con fines específicos, están dirigidos a la enseñanza de segunda lengua o de lenguas extranjeras.

Como se señaló anteriormente, en los Estados Unidos la Comunicación Empresarial se ubica entre las disciplinas relacionadas a la Administración de Empresas. Cabe señalar que en España y Latinoamérica dicha oferta se ubica mayormente en la Escuelas de Comunicación Pública.<sup>5</sup> Asimismo, la Comunicación Gerencial (*Managerial Communication*) se ubica dentro del campo correspondiente a Administración de Empresas, según se desprende de la descripción ofrecida a continuación del *Management Communication Program*, Fuqua School of Business, Duke University:<sup>6</sup>

*Management Communication involves the study and practice of all aspects of communication between various constituencies in business settings. Managers and executives must be able to think about*

<sup>3</sup> "Este curso se ha concebido como introducción básica a la práctica de la redacción técnica para aquéllos que trabajan en el campo de la ciencia y la investigación técnica". *Introducción a la comunicación técnica*, MIT Open Courseware. Disponible en: <http://mit.ocw.universia.net/21W.732-2/OcwWeb/Writing-and-Humanistic-Studies/21W-732-2Intro-to-Tech-CommunicationFall2002/CourseHome/index.htm>

<sup>4</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Professional\\_communication](http://en.wikipedia.org/wiki/Professional_communication)

<sup>5</sup> Cabe señalar que otras instituciones europeas, tales como la ESLSCA, en Francia, y Copenhague Business School ubican la oferta en las facultades de Administración de Empresas.

<http://www.eslscabba.com/program.html#businesscore>

<sup>6</sup> [http://faculty.fuqua.duke.edu/areas/management\\_communication/index.html](http://faculty.fuqua.duke.edu/areas/management_communication/index.html)



*communication strategies and to select the proper strategy for each situation and each audience.*

Desde el punto de vista del enfoque curricular, se distinguen dos enfoques:<sup>7</sup>

- Mercadeo, Publicidad (**enfoque externo**)

Según se expresa en la revista electrónica *Razón y Palabra*: “Este análisis “geométrico” o corporativo, de las organizaciones o de las personas, visto de afuera hacia dentro, propone que la PRIMERA dimensión de la comunicación a considerar se refiere al ENTORNO EMPRESARIAL...”.<sup>8</sup> Ejemplo de este enfoque lo es el Diploma Internacional en Comunicación Empresarial, versión presencial, ofrecido conjuntamente por la Facultad de Comunicación de la Universidad Diego Portales de Santiago de Chile y la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, España,<sup>9</sup> que se revela en el siguiente texto: “En este sentido la comunicación empresarial se ha transformado en un eje de la actividad de cualquier organización, pública o privada, que desea mantener flujos comunicativos eficientes con sus diferentes grupos objetivos y con la sociedad en general”.

Asimismo, la publicación electrónica titulada *¿Qué es comunicación empresarial?* nos indica: “La comunicación empresarial es el enlace entre la fuente de la noticia, la empresa, y la sociedad a través de los medios de comunicación”.<sup>10</sup>

Este enfoque está dirigido mayormente a los medios de comunicación de masas y se concentra en disciplinas tales como: publicidad, mercadeo y relaciones públicas.

- Gerencial (**enfoque interno**), *managerial communication*

A continuación se presenta el enfoque sobre comunicación gerencial (managerial communication) ofrecido por el *Management Communication Program*, Fuqua School of Business, Duke University:<sup>11</sup>

The field of Management Communication includes research on communication behavior, theories of communication strategy and

<sup>7</sup> Lopez Jiménez, I. (2003) Currículo virtual en Comunicación Empresarial: Visión comparativa.

<sup>8</sup> Piazzolante, I. (2003). La “Geometría” de la Comunicación Empresarial. *Razón y Palabra*, Núm. 34.

Fecha de consulta: agosto 2006. Disponible en:

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/ipizzolante.html>

<sup>9</sup> <http://www.udp.cl/comunicacion/comunicacionempresarial/presentacion.htm>

<sup>10</sup> [http://www.cteletrabajo.com/Curso\\_Medios/Material\\_medios/modulo3/comunicacion\\_empresarial.htm](http://www.cteletrabajo.com/Curso_Medios/Material_medios/modulo3/comunicacion_empresarial.htm)

<sup>11</sup> [http://faculty.fuqua.duke.edu/areas/management\\_communication/index.html](http://faculty.fuqua.duke.edu/areas/management_communication/index.html)

application, and practical skill development for managers in a wide variety of areas. Such skill areas include Strategic Communication, Interpersonal and Corporate Communication, Presentations, Persuasion, Interviewing, Giving and Receiving Feedback, Communicating Technical Information to Non-experts, Communicating in Meetings, Team/Project Communication, Communicating across Cultures, Using New Communication Technologies, Facilitation Skills, and Managerial Writing.

## 2. Razones de tipo académico

El desarrollo de la **competencia comunicativa** de los estudiantes universitarios es importante tanto para la misión del Recinto de Río Piedras como para nuestra Facultad. En la publicación titulada *Más allá de la formación: el desarrollo de competencias* (Bolívar, C., 2001) se nos indica que para tener éxito profesional, necesitamos algo más que actualizar nuestros conocimientos; también es imprescindible desarrollar las competencias y mantenerlas alineadas a las necesidades del rol y del entorno organizacional desde la integración de nuestra vida profesional y personal. (p.1)

Estudios realizados por distintas instituciones norteamericanas evidencian la importancia del dominio de la competencia comunicativa, dichos estudios se recogen en *What Business Thinks of Communication Abilities* (Munter, M., Tuck School of Business, 1997).

Las competencias son la suma de conocimientos, destrezas y características individuales que nos permiten realizar eficazmente acciones. Las competencias generales son aquéllas a las que se puede recurrir para realizar acciones de todo tipo, incluyendo las actividades lingüísticas. Las competencias generales de los alumnos se componen de sus conocimientos, sus destrezas, su competencia existencial (emocional), además de su capacidad de aprender (*Marco de referencia europeo para el aprendizaje, la enseñanza y la evaluación de lenguas*, abril, 2002).<sup>12</sup>

Según la Organización Internacional del Trabajo (**OIT**), se define **competencia laboral** como: “una capacidad de hacer, de efectuar las funciones de una ocupación claramente especificada conforme a los resultados deseados” (*La formación por competencias. Instrumento para incrementar empleabilidad*, 2003). Se suelen diferenciar varios tipos de competencias laborales: básicas, genéricas y específicas.

<sup>12</sup> [http://cvc.cervantes.es/obref/marco/cvc\\_mer.pdf](http://cvc.cervantes.es/obref/marco/cvc_mer.pdf)

Las competencias básicas se adquieren como resultado de la educación, pero deben actualizarse y mantenerse durante toda la vida laboral. Su desarrollo está vinculado a la creación de capital cultural, capital humano y capital social, según se recoge en el documento *Key competences for lifelong learning* (Comisión Europea, 2004).<sup>13</sup>

Las propuestas actuales de revisión curricular mencionan diversas **competencias básicas** que debe poseer el egresado universitario. Según la **Certificación Núm. 46**, 2005-06, del Senado Académico, la persona egresada del bachillerato del Recinto de Río Piedras “podrá comunicarse efectivamente, de forma oral y escrita, en español, en inglés como segundo idioma y en la medida de lo posible, en un tercer idioma; y habrá adquirido conocimiento del legado literario y cultural de estas lenguas”.

En el artículo *La Competencia Comunicativa: Eje Transversal en la Experiencia de Áreas Integradas* (Hospitalité, 2003), se define el término de la siguiente manera: “la capacidad que adquiere un hablante nativo y que le permite saber cuándo hablar y cuándo callar, sobre qué hablar y con quién, dónde, cuándo y de qué modo hacerlo”.

El modelo de **competencia comunicativa** incluye subcomponentes específicos: la **lingüística** (dominio del sistema de la lengua: fonológico, morfológico, léxico, sintáctico, semántico), la **sociolingüística** (dominio de las reglas socioculturales), la **discursiva** (dominio de los recursos de coherencia y cohesión), la **estratégica** (conocimiento y dominio de las habilidades y de las normas que permiten mantener la comunicación y evitar los malentendidos) y la **pragmática** (relacionada con el uso funcional de los recursos lingüísticos). Además se consideran los siguientes componentes vinculados al dominio de dicha competencia: la expresión no verbal, la comunicación en grupos y el liderazgo (*Marco común europeo de referencia para las lenguas*). El desarrollo de la competencia lingüística, tanto general como específica, corresponde a diversas instancias del Recinto, tales como: Facultad de Estudios Generales, Facultad de Humanidades, Facultad de Educación.

El desarrollo de la **competencia comunicativa** se logra mediante la inserción del alumno en una **comunidad discursiva**. Una comunidad discursiva es un conjunto de personas que tienen actividades sociales y textos en común. Dichas actividades incluyen la comprensión, la expresión, la interacción o la mediación. Cada una de estas actividades se hace posible en relación con textos en forma oral, escrita, o en ambas, y se encuentran contextualizadas dentro de **ámbitos**: ámbito personal, ámbito público y ámbito profesional.

La **comunidad discursiva** se caracteriza por tener unos objetivos acordados entre los miembros, objetivos que son públicos. Cada

<sup>13</sup> <http://ec.europa.eu/education/policies/2010/doc/basicframe.pdf>

comunidad discursiva tiene unas expectativas relacionadas con la **comunicación** de sus integrantes.

### 3. Pertinencia del programa

La comunicación eficaz tiene una importancia fundamental para las empresas y las organizaciones. Es un elemento clave para alcanzar el éxito en diversas facetas tales como: en la proyección mediática, en las ventas, en el reconocimiento social, en el liderazgo interno, en la calidad y en la competitividad. El estudio de **Inforpress** y la Asociación de Periodistas de Información Económica **APIE** titulado *La Comunicación Empresarial en España*, nos indica: “la comunicación empresarial es un valor estratégico para las empresas del nuevo milenio, en la última década ha crecido de forma espectacular”.<sup>14</sup> Según dicho estudio, el 93% de las compañías encuestadas considera que la comunicación interna es un elemento imprescindible en su negocio. Ello evidencia que la comunicación interna requiere una planificación e inversión en capital humano y material.

En la publicación *The Wall Street Journal y Harris Interactive (Wall Street Journal/Harris Interactive Business School Survey, 2005-06)*, los reclutadores clasificaron los atributos de los egresados de las escuelas de negocios y los clasificaron según la importancia que poseen para el desempeño en un puesto. La **comunicación**, las **habilidades interpersonales** y la **capacidad para trabajar en equipo** encabezan la lista.<sup>15</sup>

La revolución digital que estamos viviendo, con la red informática como paradigma, hace aún más necesaria la presencia de un profesional que domine la competencia comunicativa. En el documento *Nuevas propuestas de trabajo en el ámbito de la comunicación empresarial (2002)* se nos señala que el profesional debe tener la capacidad de discernir qué aspectos son los apropiados para redactar comunicados, debe controlar las herramientas informáticas que posibiliten su búsqueda, tratamiento y difusión, y sobre todo debe tener el trasfondo cultural que lo sitúe en una posición de discernir ante la gran cantidad de información existente.

La comunicación, en esta nueva era globalizada y cambiante, surge como la mejor alternativa para enfrentar los cambios ocurridos y solucionarlos de una manera exitosa. Por eso, la preparación de nuevos profesionales

---

14

[http://banners.noticiasdot.com/termometro/boletines/docs/marcom/comunicacion/inforpress/2002/inforpress\\_1.pdf](http://banners.noticiasdot.com/termometro/boletines/docs/marcom/comunicacion/inforpress/2002/inforpress_1.pdf)

<sup>15</sup> Para mayor información ver *Harris Interactive, Business School Survey*, disponible en: <http://www.harrisinteractive.com/services/bschools.asp>.

debe prestar especial atención al desarrollo de actitudes, destrezas y valores. Entre los rasgos característicos de un líder figuran los siguientes: Visión del futuro, cultura y contexto social, excelencia dentro de una cultura de trabajo, valores éticos, **comunicación eficaz** [énfasis suplido]. Así lo indica el **Instituto Latinoamericano de Liderazgo**.<sup>16</sup>

#### 4. Elementos sobresalientes del diseño curricular

La **Certificación 46, 2005-06**, del Senado Académico establece, entre sus *Principios Guías para la Revisión del Bachillerato*, que debe darse especial atención a las competencias de pensamiento, lingüísticas, de comunicación, de razonamiento lógico matemático y/o cuantitativo, y a las destrezas en el manejo y en la utilización de las tecnologías de información. Se indica también que entre los aspectos críticos que determinan la oferta académica se encuentran el currículo y la oferta de cursos y que se debe promover un grado mayor de flexibilidad que provea opciones a los estudiantes en la configuración de sus programas de estudio.

Según la **Certificación 46**, el egresado “podrá comunicarse efectivamente, de forma oral y escrita, en español, en inglés como segundo idioma”. Se espera también que el egresado pueda desempeñarse en un contexto intercultural y desarrolle comprensión crítica de las prácticas normativas sociales. Se establece en dicha Certificación que los componentes del bachillerato no deben verse como empresas independientes, sino como tareas interrelacionadas a lo largo del bachillerato que propician una experiencia formativa abarcadora en las que participen activamente las facultades y escuelas y el propio estudiante.

Asimismo el documento de la Comisión Europea titulado *Afinar las estructuras educativas en Europa*<sup>17</sup> nos señala que la definición de perfiles académicos en las titulaciones está íntimamente ligada a la identificación y desarrollo de las competencias y la manera de obtenerlas por medio de diferentes currículos. Se destaca la necesidad de que todos los estudiantes tengan la oportunidad de experimentar una multiplicidad de métodos para promover las competencias genéricas y las competencias específicas del área.

<sup>16</sup> <http://www.liderazgo.org.co>

<sup>17</sup>

[http://tuning.unideusto.org/tuningal/index.php?option=com\\_docman&Itemid=191&task=view\\_category&catid=22&order=dmdate\\_published&ascdesc=DESC](http://tuning.unideusto.org/tuningal/index.php?option=com_docman&Itemid=191&task=view_category&catid=22&order=dmdate_published&ascdesc=DESC)

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

## 5. Alcance y proyecciones de desarrollo

Como se señaló al principio, se propone una opción curricular mediante una secuencia de cursos a nivel de bachillerato. En aras de promover el desarrollo de la disciplina, se adjuntan las siguientes tablas: *Grados en Comunicación Empresarial, Certificados en Comunicación Empresarial, Programas en Comunicación Empresarial.*

### C. Modalidades no convencionales

Si bien no se contempla ofrecer más del 50 por ciento en una modalidad no convencional, cabe señalar que actualmente el Departamento de Comunicación Empresarial ofrece dos cursos totalmente virtuales, identificados con el **código T**. El avalúo de los cursos y la evaluación de los profesores se realizan en la modalidad virtual.

### D. Fecha de comienzo

Se considera que la oferta académica del programa estará disponible a partir de **enero de 2009**.

### E. Duración del programa

La Opción Curricular consistirá de una secuencia de **cuatro cursos** (doce créditos académicos) para los estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas. Aquellos estudiantes provenientes de otras facultades que no hayan tomado cursos de comunicación empresarial deberán tomar un curso básico de comunicación empresarial como requisito. El mismo puede ser COEM 3001 o INCO 3005. Esta Opción Curricular podrá completarse en aproximadamente tres semestres. No obstante, se concederá un máximo de diez años para completar los requisitos, sin que caduquen los créditos.

## II. Acreditación profesional y requerimientos

### A. Acreditación

La *International Association of Business Communicators (IABC)* es una organización profesional que otorga acreditación profesional de carácter individual<sup>18</sup> en el área de Comunicación Empresarial. Hasta el momento, no existen organismos que otorguen acreditación profesional a programas en Comunicación Empresarial.

En la actualidad la Facultad de Administración de Empresas ha sometido su candidatura para acreditación a la *Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB)*<sup>19</sup> y la solicitud de elegibilidad ha sido aprobada por

<sup>18</sup> <http://www.iabc.com/abc>

<sup>19</sup> <http://www.aacsb.edu>

dicha entidad acreditadora. Según se indicó previamente, se adjunta a esta Propuesta la tabla *Programas en Comunicación Empresarial*, ubicados en el área de Administración de Empresas. La mayoría de dichos programas se encuentran en instituciones acreditadas y varios de ellos cuentan con la recomendación de la agencia acreditadora **AACSB**.

### III. Justificación

#### A. Investigaciones realizadas

En el Año Académico **1992-93**,<sup>20</sup> se realizó una investigación sobre la pertinencia de las destrezas de comunicación en el ámbito empresarial. Se auscultó también sobre la necesidad de ofrecer una concentración o una segunda especialidad en comunicación técnica. Participaron empresas privadas, empresas públicas y asociaciones profesionales. Además se administró un cuestionario a los estudiantes de la Facultad de Administración de Empresa. La investigación arrojó la información siguiente:

- El **57.81%** de las empresas favoreció **muchísimo** una concentración en Comunicación Técnica.
- El **29.68%** favoreció **mucho** la concentración.
- Un **17%** **no** favoreció la concentración.
- La opinión del **71%** de los estudiantes fue que la concentración debe ofrecerse como  **cursos electivos**. El **21.09%** favoreció una **segunda especialidad**.
- El **88.33%** de los patronos contestó que emplearía a un egresado de la concentración.

Los encuestados ofrecieron las siguientes razones para contratar a un **egresado** de la concentración:

- Mejor preparación.
- Mejor dominio de las destrezas de comunicación.
- Más eficacia y productividad en el desempeño de su labor.
- Mayor contribución al mejoramiento de la empresa.

<sup>20</sup> López Jiménez, I. (1992). *Investigación para auscultar la necesidad de concentración en comunicación técnica*.

Tanto las empresas privadas como las públicas coincidieron en las sugerencias presentadas para ofrecer la especialidad en comunicación técnica:

- Debe servir de apoyo a otras concentraciones, entre las cuales se mencionan: administración, contabilidad, mercadeo.
- Debe ofrecerse en ambos idiomas (español e inglés).

Con el propósito de actualizar la información obtenida en la investigación anterior, durante el segundo semestre **2006-07**, se seleccionó una muestra correspondiente a los distintos sectores recogidos en la publicación *The 2006 Caribbean Business Book of Lists*: Banca, Comunicaciones, Construcción, Finanzas, Seguros y Servicios. Se distribuyeron 40 cuestionarios (cinco por cada sector) y se recogió un total de 29 (73%). La tabulación de los mismos se realizó de modo manual,<sup>21</sup> por no contar con los recursos disponibles. Los resultados obtenidos son los siguientes:<sup>22</sup>

- El **79%** considera que una especialización en Comunicación Empresarial contribuiría a desarrollar la competencia comunicativa.
- Un **43%** contestó que contribuiría mucho, mientras que **57%** considera que contribuiría bastante.
- El **90%** de los encuestados considera que deben ofrecerse más cursos en Comunicación Empresarial.
- Un **80%** contestó que deben ofrecerse cursos en ambos idiomas.
- Entre los cursos mencionados como parte de la oferta, figuran los siguientes: Comunicación Oral, Comunicación Escrita, Comunicación Electrónica, Comunicación Estratégica, Comunicación Interpersonal, Comunicación Intercultural, Protocolo Empresarial.
- El **57%** seleccionó la Certificación como opción para desarrollar las destrezas de comunicación. Un **20%** seleccionó una segunda especialización y **23%** escogió la opción de cursos electivos.
- De ofrecerse una segunda especialidad, la combinarían con las siguientes opciones: Administración de Empresas, Comunicaciones, Gerencia, Mercadeo, Recursos Humanos, Relaciones Públicas.
- El **72%** piensa que se deben ofrecer en ambos idiomas.

<sup>21</sup> Se contó con la colaboración de la estudiante Kesia Rosario, Ayudante de Investigación.

<sup>22</sup> En los Apéndices, se presentan las gráficas que recogen los resultados.



- El **55%** considera que debe ofrecerse un internado en Comunicación Empresarial.

Por recomendación del Decanato de Asuntos Académicos del Recinto, se llevaron a cabo grupos focales de estudiantes de otras facultades del Recinto y patronos de distintos sectores. A continuación se presentan los resultados obtenidos.

### **Los patronos:**

- **100%** considera que una especialización en Comunicación Empresarial contribuye al desarrollo de la competencia comunicativa: **59%** considera que contribuye mucho; mientras que **41%** considera que contribuye bastante.
- **75%** considera que deben ofrecerse más cursos en Comunicación Empresarial.
- **74%** seleccionó que los cursos deben ofrecerse en ambos idiomas.
- **70%** considera que el énfasis debe integrar el enfoque interno y el externo.
- De ofrecerse como segunda especialidad, la combinarían con las siguientes opciones: Administración de Salud, Administración Comercial, Comercio Internacional, Comunicaciones, Educación, Gerencia, Ingeniería, Mercadeo, Recursos Humanos, Sistemas de Oficina.
- **69%** considera que debe ofrecerse un internado en comunicación empresarial.

### **Los estudiantes:**

- **78%** considera que una especialización en Comunicación Empresarial contribuiría al desarrollo de la competencia comunicativa.
- **50%** considera que contribuye bastante; mientras que **44%** considera que contribuye mucho.
- **69%** considera que deben ofrecerse más cursos en Comunicación Empresarial.
- **88%** contestó que los cursos deben ofrecerse en ambos idiomas.

- **Entre** los cursos mencionados como parte de la oferta se encuentran: Comunicación Oral, Comunicación Escrita, Comunicación Intercultural, Comunicación Estratégica, Comunicación Electrónica, Comunicación Interpersonal, Protocolo Empresarial.
- **57%** seleccionó los cursos electivos como opción para desarrollar las destrezas de comunicación.
- De seleccionar Comunicación Empresarial como segunda especialidad, la combinarían con las siguientes opciones: Administración de Empresas, Comunicaciones, Educación, Educación Comercial, Humanidades, Relaciones Laborales.
- **86%** piensa que se debe tener la opción de especializarse en ambos idiomas.
- **77%** considera que el énfasis debe integrar el enfoque externo y el interno.
- **64%** considera que debe ofrecerse un internado en Comunicación Empresarial.

A lo largo de las investigaciones realizadas (**1996-2008**), se constata que existen indicadores de necesidad tanto en el ambiente externo (los patronos y la comunidad) como en el ambiente interno (los estudiantes) de la institución. En todas las investigaciones realizadas se favorece que se ofrezca tanto en **español como en inglés**. También se favorece la oferta de un **internado o práctica** en Comunicación Empresarial.<sup>23</sup>

Las encuestas realizadas a los grupos focales revelan una preferencia por el enfoque **holístico integrador**, por lo que se recomienda que el énfasis integre el enfoque interno y el externo.<sup>24</sup>

Es indicador que desde 1996 los estudiantes han seleccionado la opción de **oferta de cursos electivos** (opción curricular), combinada con otras concentraciones.

Asimismo la Facultad de Administración de Empresas, con el propósito de elaborar las competencias del **Perfil del Egresado Deseado**, condujo una serie de entrevistas mediante Grupos Focales de Patronos. Se realizaron seis grupos focales con la participación de diversos sectores de la empresa privada y del gobierno. Entre las destrezas y habilidades que componen dicho perfil, figuran las siguientes: comunicación oral y escrita en español y en inglés, comunicación no verbal efectiva, expresarse en público, hacer presentaciones, saber escuchar, persuasión y negociación, relaciones interpersonales, proyección personal, imagen física,

<sup>23</sup> Se sometió al Decanato FAE una propuesta para la creación de un Programa de Práctica en Comunicación Empresarial.

<sup>24</sup> López Jiménez, I. (2007). *Currículo virtual en Comunicación Empresarial: Visión comparativa*. Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato: Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial* ILJ/COEM 2008-09-2

conocimiento de urbanidad, etiqueta y protocolo, proyección y saber dirigirse a otros, manejo de la diversidad (conocimiento de la comunicación intercultural).

## B. Otros indicadores de necesidad

Por medio de la Página Hogar del Departamento de Comunicación Empresarial en Español, [www.consultoriacoem.com](http://www.consultoriacoem.com), se han atendido consultas, *ad honorem*, a nivel local e internacional, relacionadas con los ofrecimientos académicos y el currículo en Comunicación Empresarial. En el ámbito local, se han recibido consultas de egresados del sistema UPR, procedentes de las siguientes facultades: Administración de Empresas, Comunicación, Ciencias Sociales, Educación, Ingeniería Civil y Agrimensura. En el ámbito internacional, se atendieron consultas procedentes de las instituciones de los siguientes países: Argentina (Universidad de Palermo, Universidad de Rosario), Colombia (Universidad de Boyacá, Universidad Nacional de Colombia), México (Universidad de Guadalajara).

## C. Oportunidades de empleo para los egresados del programa

Información proveniente de instituciones académicas.

La página electrónica del *College Board*<sup>25</sup> indica lo siguiente: “Students of business communications [major] go on to become speech writers, desktop publishers, grant writers, and more”.

Asimismo, **Bentley College**<sup>26</sup> expresa lo siguiente: “As businesses realize that communication is central to their success, they are hiring professional communicators in record numbers. According to the U.S. Bureau of Labor Statistics employment in business communication is expected to grow nearly 25% between 1998 and 2008”.

“Business communicators shape technical and financial information. They manage their organization’s image and reputation, use communication to overcome a crisis, expands abroad, bring a new product to market or explain the interactions of software and other products”.

<sup>25</sup> Disponible en: [http://www.collegeboard.com/csearch/majors\\_careers/profiles/majors/52.0501.html](http://www.collegeboard.com/csearch/majors_careers/profiles/majors/52.0501.html)

<sup>26</sup> Disponible en: <http://atc.bentley.edu/resources/dept/bc/index.html> *Focused on the fields of knowledge found at the intersection of business and the liberal arts: Business and Information Technology, Ethics and Social Responsibility, and Global Commerce and Culture*

#### IV. Relación del programa con la misión y los objetivos de la Universidad y de la Facultad

##### A. Misión

Tabla 1- Relación de los perfiles

Perfil del egresado Vigente FAE	Perfil del egresado Certificación 46	Misión del Recinto	AACSB
Se comunicará efectivamente.	Comunicarse efectivamente, de forma oral y escrita, en español, inglés como segundo idioma, y en la medida de lo posible en un tercer idioma	Comunicación efectiva  Propiciar la formación integral de los estudiantes mediante programas de estudio que promuevan [...] la comunicación efectiva.	<i>Communication abilities</i>

La **Misión del Recinto de Río Piedras** es “propiciar la formación integral de los estudiantes mediante programas de estudios que promuevan: [...] la comunicación efectiva, el aprecio y cultivo de los valores éticos y estéticos, la participación en los procesos del Recinto, así como la reflexión y la responsabilidad social”. (*Visión Universidad 2016*). Asimismo tiene como **Misión** el “desarrollar programas innovadores y pertinentes, de investigación y servicio a la comunidad y de educación continua, que respondan y contribuyan al quehacer académico y profesional del Recinto”.

La **Misión** de la **Facultad de Administración de Empresas** es “desarrollar líderes gerenciales, empresariales y académicos, profesionales y éticos, mediante una educación de excelencia e iniciativas de investigación y servicio en el contexto de Puerto Rico y el mundo”.

Entre sus **objetivos** figura - Que el egresado pueda **comunicarse eficazmente** en español e inglés (FAE, 1996).

Según la *Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB Accreditation Standards, 2007)* la comunicación forma parte de las competencias que debe desarrollar un currículo subgraduado.

La misión y los objetivos de los **departamentos de Comunicación Empresarial en Español e Inglés Comercial** son congruentes con los del Recinto y los de la Facultad. La **Misión del Departamento de Comunicación Empresarial en Español** es: “Brindar a los estudiantes el conjunto de conocimientos, actitudes, valores y destrezas esenciales para desarrollar la competencia comunicativa en español requerida para el éxito empresarial y profesional en la era de la globalización”.

El **Departamento de Inglés Comercial** tiene como **Misión**: “Desarrollar las destrezas de comunicación empresarial en inglés en contextos sociolingüísticos para el desempeño eficaz del estudiante en entornos empresariales locales e internacionales”.

La **meta** primordial de ambos departamentos es desarrollar en los estudiantes la competencia comunicativa necesaria para alcanzar el éxito profesional, con valores éticos, mentalidad crítica y responsabilidad social. Con el fin de lograr dicha meta, se les proveen casos, situaciones hipotéticas y diversos ejercicios que les permiten analizar, tomar decisiones, y resolver problemas que ocurren con frecuencia en las empresas.

Con esta Secuencia de Cursos se ofrecerán estas experiencias, tanto a estudiantes del Recinto como a profesionales interesados en continuar desarrollando su competencia comunicativa en ambos idiomas.

## **B. Relación con la oferta académica vigente**

La historia de ambos Departamentos, Comunicación Empresarial en Español (1926) e Inglés Comercial (1928), demuestra que han estado vinculados al desarrollo de la **competencia comunicativa** en el **mundo empresarial** y al ofrecimiento de cursos vinculados con la disciplina académica de comunicación empresarial en español. La exploración cibernética nos arroja importantes datos sobre la misma: se ofrecen grados en **Comunicación Empresarial** en Estados Unidos, Latinoamérica y Europa. Asimismo, en distintas instituciones internacionales se ofrece el bachillerato en Comunicación Empresarial así como la maestría en la disciplina. Los programas en Comunicación Empresarial figuran como un componente importante en las facultades de Administración de Empresas acreditadas por la agencia **AACSB**. (Véase en la sección de **Apéndices Certificados en Comunicación Empresarial, Grados en Comunicación Empresarial, Programas en Comunicación Empresarial**).

## V. Marco conceptual

### A. Misión

Los Departamentos de Comunicación Empresarial en Español e Inglés Comercial tienen como misión la formación de profesionales de excelencia, tanto a nivel académico y profesional, como en lo personal, en el campo de la administración de empresas. Se logra esta formación a través del desarrollo de la competencia comunicativa y su uso en entornos empresariales locales e internacionales; por ello, la **Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial y Profesional** como **Misión** brindar una oferta curricular que permita el profundizar en el desarrollo de la competencia comunicativa.

La **Secuencia** desarrollará la competencia comunicativa en un contexto empresarial y profesional mediante una opción curricular ofrecida como una actividad académica **complementaria** a los estudios a nivel de bachillerato.

### Metas

Como metas de la **Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial y Profesional** que proponemos, se identifican las siguientes:

1. Promover el desarrollo de la competencia comunicativa en español e inglés de los participantes en el contexto empresarial y profesional como una actividad académica complementaria mediante un enfoque inter, multi y transdisciplinario.
2. Desarrollar la comunicación empresarial como una disciplina de estudios, a tenor con las tendencias académicas.
3. Ofrecer servicio a la comunidad externa.

### B. Objetivos

Al finalizar el programa el estudiante podrá:

1. Aplicar los conocimientos de la comunicación con fines prácticos a la redacción de documentos.
2. Diseñar presentaciones orales y aplicar con acierto las estrategias de comunicación oral adecuadas para plantear o solucionar situaciones en el contexto laboral y profesional.
3. Utilizar la comunicación electrónica para interaccionar globalmente de modo más eficaz.
4. Tomar decisiones efectivas y buscar soluciones apropiadas para resolver conflictos interpersonales y manejo de crisis.
5. Relacionar y aplicar conocimientos y experiencias que le posibiliten un intercambio cultural provechoso, tanto en la ejecución empresarial y

profesional, como en el aspecto social y personal.

6. Desarrollar las destrezas de los futuros profesionales para comportarse con acierto ante diferentes contextos sociales y profesionales, de modo que puedan desempeñarse exitosamente.

### C. Filosofía educativa

La revista *Alta Dirección* (Clavier Cortés, Llopis Tavernier, Gascó Gascó, 2002, p. 120) al abordar el tema de *Delimitación y mejoras en la cultura empresarial* señala: “Cuando se habla de comunicación en la empresa, normalmente se está haciendo referencia a un aspecto que, junto al empleo de los sistemas de información, permite transmitir y tomar decisiones, con mayor o menor éxito, sobre cualquier aspecto de administración de la firma. Si bien estamos en la era de los sistemas de información, no podemos olvidar que, afortunadamente, es el ser humano quien, al final, tendrá que decidir sobre la estrategia concreta a desarrollar para cualquier alternativa empresarial”. Asimismo, se especifica: “En concreto, nos preocupa reflexionar sobre cómo una adecuada comunicación puede aumentar la satisfacción global de los miembros de la empresa, al conocer qué es importante para la unidad económica a través de unos valores organizacionales comunes. En definitiva, pensamos que una cultura empresarial particular puede fortalecerse y, en determinados casos, modificarse con el empleo eficaz de la comunicación intra e interempresarial”.

Partiendo desde el punto de vista expuesto, la **Comunicación Empresarial** surge cuando un sector de la sociedad adquiere conciencia de que existe una necesidad de intercomunicación empresarial y profesional, y de que el modo para satisfacer dicha necesidad puede lograrse mediante unos conocimientos o aptitudes susceptibles de construir una disciplina académica autónoma.

### D. Perfil del egresado

Como resultado de la formación, el egresado de la **Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial y Profesional**:

1. Creará comunicaciones profesionales más eficaces y mejor dirigidas a grupos sociales y/o de negocios.
2. Producirá informes y propuestas adecuados a la situación, el propósito y el destinatario.
3. Manejará hábilmente la comunicación electrónica.
4. Desarrollará la habilidad y ejercerá las funciones comunicativas y profesionales en un contexto intercultural.

5. Manejará las situaciones interpersonales que surgen en el contexto empresarial y profesional.
6. Practicará reglas de la etiqueta y el protocolo empresarial tanto en el contexto local como el internacional.
7. Autoavalará el dominio de la competencia comunicativa mediante la información obtenida de las diversas actividades individuales y grupales realizadas.

En la sección de **Apéndices** se presenta una **Tabla de la alineación del perfil del egresado con el currículo propuesto**.

## VI. Diseño curricular

### A. Esquema y balance curricular

#### 1. Codificaciones

Según el *Manual de Instrucciones y Procedimientos para el Registro y Codificación Uniforme de Cursos* de la Universidad de Puerto Rico, recogido en la **Certificación 130, 1999-2000**, de la Junta de Síndicos, el código alfabético para materia de curso se compone de las letras que identifican la materia.

El 24 de abril de 1996, en respuesta a una propuesta sometida por el Departamento de Comunicación Empresarial en Español, la Oficina de Asuntos Académicos de Administración Central aprobó la petición para modificar los cursos ESCO 3001- 3002 y se asignó el código **COEM** (*Comunicación Empresarial*).

La sección numérica del código consta de cuatro dígitos; el primero de ellos identifica el nivel del curso. El **número 3** corresponde a cursos subgraduados de primer nivel (primeros dos años en los programas de traslado y bachillerato). El **número 4** corresponde a los cursos de segundo nivel (próximos dos o tres años de los programas de bachillerato). El **número 5** corresponde a los cursos de nivel avanzado; cursos que pueden tomarse para bachillerato, certificado post-bachillerato o para maestría con la autorización del Director de Departamento. El Departamento de Comunicación Empresarial en Español cuenta hasta el momento con la siguiente oferta de cursos:

- Cursos identificados con el número 3: COEM 3001, COEM 3002, COEM 3007, COEM 3008 y COEM 3006 (curso ya existente que se ofrecerá para estudiantes de Administración de Sistemas de Oficina)



- Curso identificado con el número 4: COEM 4998
- El Departamento de Inglés Comercial ofrece cursos de segundo nivel con códigos de **3** y **4**. El ofrecimiento actual (previo al ofrecimiento del nuevo currículo que comenzará en enero 2009) consta de los cursos identificados con el número 3: INCO 3005, INCO 3006, INCO 3007, INCO 3012 y cursos identificados con el número 4: INCO 4006, INCO 4045 e INCO 4998.
- El curso INCO 3015 se eliminó a partir del presente semestre.

## 2. Diseño o esquema curricular

Como se señaló previamente (p. 5 - 6), se distinguen dos enfoques curriculares: el interno y el externo. Tanto la investigación realizada mediante los grupos focales como las lecturas realizadas demuestran la preferencia por un enfoque integrador; ejemplo de ello son las publicaciones electrónicas, tales como: *La comunicación interna y externa en la empresa* (Pujal, E., 2001),<sup>27</sup> *Comunicación interna y externa e imagen corporativa: Nuevos paradigmas para la economía global* (Formanchuk, A., 2002),<sup>28</sup> *Comunicación interna y externa* (Cirigliano, C.).<sup>29</sup>

Además, se han examinado los esquemas correspondientes a programas promulgados por la agencia acreditadora **AACSB**; entre ellos, se ha seleccionado por su tangencia con la opción curricular propuesta (Secuencia de curso) el esquema conducente al *Advanced Business Communication Certificate*, ofrecido en University of Wisconsin, Eau Claire School of Business, por el Department of Business Communication. A continuación se presenta la información relacionada:

The Business Communication Department offers the Advanced Business Communication Certificate. This Certificate is a special recognition awarded to students who have completed additional business communication coursework with a grade of B or better. Completion of the certificate is noted on the student transcript. The Advanced Business Communication Certificate is available for all majors. Admission to the College of Business is not required.<sup>30</sup>

También se examinó el programa *Communication Area Depth*, ofrecido en Goizueta Business School (#1 *Business Week* Leadership Ranking, **AACSB** accreditation), Emory University. Dicho programa

<sup>27</sup> <http://ciberconta.unizar.es/LECCION/comui/100.HTM>

<sup>28</sup> <http://www.gestiopolis.com/canales/derrhh/articulos/39/comunicacion.htm>

<sup>29</sup> <http://www.losrecursoshumanos.com/comunicacioninternayexterna.htm>

<sup>30</sup> [http://www.uwec.edu/cob/departments/business\\_communication/programs/BCOM\\_Cert\(web\).pdf](http://www.uwec.edu/cob/departments/business_communication/programs/BCOM_Cert(web).pdf)

permite profundizar en un área de estudios relacionada con la **Comunicación Empresarial**. A continuación se presenta la información:

The Communications Area invites you to consider our electives and area depth. One core course for your BBA degree is already in Communications: Bus365—Business Communications. You may choose additional electives, or you may select an area depth in Communications in conjunction with another area depth. The Communications depth complements all other depths because the skills you learn will help you be successful in whatever career you choose.<sup>31</sup>

A continuación se presenta el esquema característico de la disciplina, según promulgado por instituciones reconocidas.

**Tabla 2 – Tabla comparativa de instituciones**

<b>Institución</b>	<b>Unidad</b>	<b>Opción</b>	<b>Áreas</b>
<b>University of Wisconsin, USA</b>	Eau Claire School of Business (AACSB)	<i>Advanced Business Communication Certificate</i> (cinco cursos, 15 créditos)	Comunicación escrita Comunicación oral Comunicación interpersonal Comunicación grupal
<b>Emory University, USA</b>	Goizueta Business School (AACSB)	<i>Communication Area Dept</i> (15 créditos)	Comunicación empresarial Comunicación corporativa Comunicación intercultural
<b>Carleton University, Canada</b>	Sprott School of Business (candidatura acreditación AACSB)	<i>Professional Certificate in Business Communication Management</i> (cuatro módulos)	Comunicación estratégica Comunicación interpersonal Comunicación externa
<b>Western Michigan University</b>	Haworth College of Business (AACSB)	<i>Business Communication Minor</i> ( <i>excellent complement to most traditional majors</i> ) (15 créditos)	Comunicación organizacional Comunicación electrónica Comunicación escrita Comunicación intercultural

<sup>31</sup> [http://www.goizueta.emory.edu/degree/bba/downloads/BBA\\_Business\\_Communications.pdf](http://www.goizueta.emory.edu/degree/bba/downloads/BBA_Business_Communications.pdf)

Los cursos conducentes a la **Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial y Profesional** se presentan como parte de las electivas libres dentro del esquema del bachillerato y no contienen pre-requisitos. El estudiante de la Facultad de Administración de Empresas seleccionará **cuatro cursos**, en función de la oferta académica, para un total de **doce créditos**. Los estudiantes provenientes de las demás facultades tomarán un curso básico de comunicación empresarial antes de continuar a tomar los demás cursos de la opción curricular.

## B. Cursos que componen el currículo

Como se señaló anteriormente, se realizó una investigación cibernética de los componentes que conforman el currículo en Comunicación Empresarial, se analizaron los componentes de dicho currículo para formular esta Propuesta. Se han establecido puntos de referencia. Es necesario ubicar el currículo en el contexto internacional; en dicho contexto la oferta curricular se sitúa mayormente a nivel graduado (Máster en Comunicación Empresarial, *MBC Master in Business Communication*). En el nivel subgraduado, la oferta  **europea**  es más restringida, se identifican cursos tales como: *Professional Business Writing, Cross Cultural Management Communication (ELSCA, Paris)*. Sin embargo, en Norteamérica encontramos una oferta académica variada a nivel subgraduado. Así, por ejemplo, en Canadá, Sprott School of Business, Carleton University (institución candidata a acreditación AACSB), incluye un *Professional Certificate in Business Communication Management*.<sup>32</sup> A continuación se ofrece la descripción de los componentes de dicho programa:

*This program is carefully designed to align all communications with an organization bottom line, its mission, vision, and values. It is a thoughtful blend of instruction, demonstration and hands-on experience. Participants receive a broad understanding of communications theory and apply that in numerous scenarios so that upon graduation, they take renewed insights back to work.*

A base de lo anteriormente expuesto, se propone la siguiente **distribución de cursos**. Los **doce** créditos de la **Secuencia Curricular** se podrían considerar como electivas libres conducentes al grado de bachillerato.

### 1. Cursos

En el **Área de Comunicación Empresarial en Español**, se proponen los siguientes cursos:

a. Descripción de los cursos nuevos

1) **COEM 4002 - Comunicación Electrónica**

<sup>32</sup> <http://www.carleton.ca/ppd/busicomcert/cbcm.htm>

Análisis de la comunicación electrónica en el contexto empresarial y profesional. Se estudiará la comunicación electrónica en sus múltiples manifestaciones, con particular atención a los cambios que ha originado el uso de la computadora para tal fin en el mundo de la empresa, así como sus repercusiones en el lenguaje propio como forma de comunicación. Se destaca la importancia de la comunicación eficaz en su forma, contenido, propósito, adecuación, según las circunstancias específicas de cada caso.

2) **COEM 4xxx – Comunicación Interpersonal**

Estudio y aplicación de destrezas de comunicación interpersonal necesarias en contextos empresariales y/o profesionales. Se analizan y se discuten factores que dificultan las relaciones interpersonales entre los miembros de una organización; se presentan sugerencias para resolver los malentendidos que éstos generan. Se destaca la importancia del trabajo en equipo.

3) **COEM 4xxx - Redacción de Propuestas**

Estudio y desarrollo de propuestas en un contexto empresarial y profesional. Se recalca la importancia de redactar propuestas en español que sean persuasivas, claras, concisas, bien documentadas, innovadoras y diferentes.

4) **COEM 4001 – Etiqueta y Protocolo en el entorno Empresarial**

Este curso ofrece una introducción general a la información necesaria en Etiqueta y Protocolo para aquellos que interesan trabajar con soltura, confianza y éxito en el entorno empresarial en Puerto Rico, en Estados Unidos, así como en otras sociedades y culturas. Además del conocimiento, la preparación técnica y la experiencia profesional, es necesario tener la educación, la información y las destrezas en las formas y procesos correctos de conducta social en el mundo de los negocios. El curso ofrece las reglas de conducta, sus fundamentos teóricos y su razón de ser, así como las destrezas y la formación práctica para funcionar efectivamente en la empresa.

5) **COEM 5xxx - Comunicación Intercultural en las Empresas y Organizaciones**<sup>33</sup>

Estudio y aplicación de las diversas teorías relacionadas con la comunicación intercultural en un contexto corporativo. El curso presenta una visión panorámica de los factores que contribuyen a los encuentros interculturales. Se integran conocimientos teóricos y prácticos con un enfoque interdisciplinario.

6) **COEM 5xxx – Comunicación para la Gerencia Efectiva**

Este curso presenta estrategias de comunicación escrita, oral e interpersonal que facilitan una gerencia efectiva. Se aborda el marco fundamental para la gestión de actitud de líderes y de los equipos de trabajo: comunicación persuasiva, comunicación para el cambio organizacional. Este marco referencial provee la base para explorar la comunicación en una variedad de escenarios gerenciales.

Los temas que se cubren en el curso incluyen: manejo y gestión de información, selección apropiada de canales de comunicación, desarrollo de un sistemas de retroalimentación eficiente, comunicación para el cambio, persuasión.

- b. **Descripciones de los cursos ya existentes** – a continuación se incluyen las descripciones de los cursos existentes: **Comunicación Empresarial en Español**, COEM 3001 y COEM 3002; **Seminario de Redacción y Análisis de Documentos Empresariales**, COEM 3006; **Comunicación Oral en las Empresas**, COEM 3007; **Redacción de Informes**, COEM 3008; **Experiencia de Educación Cooperativa en Comunicación Empresarial en Español**, COEM 4998.

1) **COEM 3001 – Comunicación Empresarial** (*Fundamentos de la Comunicación Empresarial*)

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.

2) **COEM 3002 - Estrategias de Redacción en el Ámbito**

---

<sup>33</sup> Anteriormente se ofreció, a nivel graduado, un curso de *Comunicación Intercultural* en la Escuela Graduada de la Facultad de Administración de Empresas, la codificación de dicho curso es MERC 6719.

## Profesional

Análisis de situaciones y de 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.

### 3) **COEM 3006 - Seminario de Redacción y Análisis de Documentos Empresariales**

El **Seminario de Redacción y Análisis de Documentos Empresariales** recorre aspectos de la lengua, fundamentales para la teoría y práctica de la redacción. El objetivo principal es el estudio de la comunicación mediante el uso del lenguaje escrito. Se incursiona, por tanto, en los modelos básicos de la comunicación. El curso ofrece al estudiante la oportunidad de adquirir los conocimientos, las destrezas y las aptitudes que fortalecerán su competencia comunicativa escrita para desempeñarse eficazmente en el ámbito profesional. Se dará énfasis a la generación, el desarrollo y la organización de las ideas como fases previas de la escritura. Asimismo se estudiarán como unidades mínimas para la redacción de un texto profesional la oración según su estructura, los tipos de párrafos y los enlaces gramaticales que sirven de conectores lógicos para enlazar las ideas.

### 4) **COEM 3007 - Comunicación Oral para Empresarios y Profesionales**

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, la entrevista y el vídeo currículum, entre otras modalidades.

### 5) **COEM 3008 - Redacción de Informes**

Estudio y práctica de los conceptos teóricos y de las estrategias que permiten el desarrollo o mejoramiento de las destrezas necesarias para redactar informes. Se estudian ejemplos de distintos tipos de informes formales e informales, analíticos e informativos. A lo largo del curso el estudiante produce varios

escritos de este tipo y pone en práctica técnicas de investigación.

6) **COEM 4998 – Experiencia en Educación Cooperativa**

Experiencia en la aplicación de los conocimientos teóricos del campo de la comunicación empresarial y profesional en un trabajo preferiblemente a tiempo completo, remunerado y bajo supervisión académica.

En el **Área de Inglés Comercial** se ofrecerán los siguientes cursos:

1) **INCO 3005 – Comunicación Empresarial (Business Communication)** (3 créditos)

Estudio de los elementos, principios y prácticas fundamentales de la comunicación empresarial. Se estudia el proceso lógico y creativo de la redacción; dándose un énfasis a los comunicados en el contexto empresarial y profesional.

2) **INCO 3008 – Técnicas de Pronunciación** (3 créditos)

Estudio de la fonética del inglés y su efecto en la expresión oral. Práctica sistemática en la pronunciación correcta de los sonidos que ofrecen mayor dificultad al estudiante de habla hispana, con atención especial al ritmo y entonación del inglés.

3) **INCO 3010 - Seminario de técnicas de redacción y análisis de documentos comerciales** (3 créditos)

Seminario diseñado para proveer a los estudiantes con las herramientas necesarias para mejorar sus destrezas de comunicación oral, auditiva y escrita a través de la lectura y discusión de documentos comerciales.

4) **INCO 3011 – Traducción** (3 créditos)

Técnicas empleadas en la traducción al inglés y del inglés al español. Se da énfasis al vocabulario, los modismos y estructura de ambos idiomas y sus implicaciones en el comercio.

5) **INCO 4008 - Comunicación Estratégica Empresarial** (2 créditos)

Aplicación de estrategias de comunicación empresarial en el desarrollo de mensajes escritos y verbales en inglés y en el diseño de documentos.

#### 6) INCO 4045 – Comunicación Comercial en Ambientes Multiculturales (3 créditos)

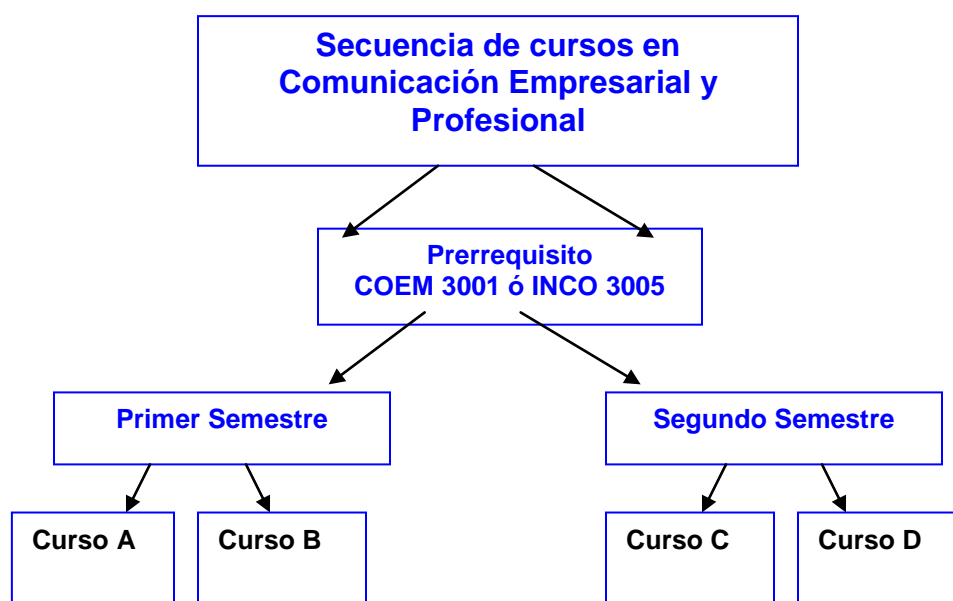
Los valores y características de los diversos grupos culturales en Puerto Rico y su aplicación en la comunicación comercial. También presenta el marco teórico de la comunicación no verbal y sus variaciones interculturales aplicadas a situaciones comerciales que facilitan la comunicación efectiva en el mundo empresarial.

En la sección de **Apéndices** se incluye una **Tabla de relación de los cursos, el contenido temático y los criterios con que se cumplirá.**

#### C. Modelo del programa propuesto

**La Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial** requiere la aprobación de un mínimo de cuatro **cursos** (doce créditos). Como se indicó anteriormente, los cursos conducentes a la **Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial y Profesional** se presentan como parte de las electivas libres dentro del esquema del bachillerato. De los cursos ofrecidos para completar la **Secuencia curricular**, cuya duración aproximada es de dos semestres, se ofrecerán de uno a dos cursos durante cada periodo académico. A continuación se presenta la distribución de cursos y créditos de cada semestre.





#### D. Coherencia y suficiencia curricular

Al seguir la secuencia ilustrada anteriormente, el estudiante podrá completarla en aproximadamente tres semestres académicos. De esta forma la Secuencia estará abierta a los estudiantes de todas las facultades del Recinto.

#### E. Metodología educativa y estrategias instruccionales

Para el ofrecimiento de la **Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial y Profesional** se utilizarán e integrarán diversas estrategias instruccionales. Entre las estrategias que se utilizarán, se encuentran:

- A. Conferencias
- B. Discusión
- C. Uso de rúbricas para evaluar formativamente el progreso del estudiante en el desarrollo de competencias
- D. Trabajos individuales
- E. Trabajo en equipo
- F. Estudio y análisis de casos
- G. Laboratorios para el desarrollo de competencias
- H. Ejercicios de aplicación

- I. Proyectos de integración
- J. Informes orales y escritos
- K. Simulaciones
- L. Películas
- M. Proyectos de investigación
- N. Monografías
- O. Portafolios
- P. Ensayos
- Q. Reflexiones críticas

## F. Plan de avalúo

Como avalúo, al comenzar la **Secuencia Curricular**, se solicitará a los participantes la redacción de una *declaración de intención* en la cual podrán exponer su propósito, académico y/o profesional. Asimismo, se entrevistará a los estudiantes con el propósito de evaluar las destrezas de comunicación oral. Durante el primer semestre, se les solicitará una *Reflexión sobre el contenido del curso*<sup>34</sup>.

Se les solicitará otra *Reflexión* a mediados del programa de estudios para ver cómo los estudiantes evalúan su desempeño y poderlo comparar con el inicial. Al final del programa, se les solicitará una tercera hoja reflexiva. Esto nos ayudará a ver los cambios y aprendizajes de los participantes a la vez que también se evalúan los ofrecimientos.

En los cursos, cada profesor llevará a cabo actividades de avalúo. Estas se integrarán a las del programa para tener mayor información disponible al momento de ver los resultados de los cursos, y eventualmente, de la secuencia de curso.

El Departamento de Comunicación Empresarial en Español cuenta con un **Proyecto de Avalúo de Destrezas comunicativas**. El mismo estuvo a cargo de la Dra. Pura A. Rivera Rubero, autora de *Instrumentos para evaluar la competencia comunicativa: Actividades y rúbricas*. También se llevó a cabo el avalúo de los cursos COEM 3001 y COEM 3002.

## G. Prontuarios de los cursos

Los prontuarios incluidos en esta propuesta siguen las recomendaciones del documento *Formato para la elaboración del prontuario de un curso*,

---

<sup>34</sup> Rivera Rubero, P.(2005) *Avalúo de la competencia comunicativa: Actividades y rúbricas*. Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato: Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial* ILJ/COEM 2008-09-2

**Certificación 130**, 1999-2000, de la Junta de Síndicos. Se han actualizado los prontuarios a la fecha de radicación de la propuesta.

## VII. Admisión, matrícula y graduación

### A. Requisitos de admisión

La **Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial y Profesional** estará disponible para estudiantes oficialmente admitidos y autorizados a tomar cursos en el Recinto de Río Piedras. Deben haber aprobado con un promedio de C o mayor un curso requisito básico en el área de Comunicación Empresarial en Español (COEM 3001) o en el área de Inglés Comercial (INCO 3005) y con un promedio de **2:00** ó mayor. Además, deberán someter una solicitud formal para el programa que exprese la intención de incluir la secuencia en su área de estudio (declaración de intención).

Según la **Certificación Núm. 47**, 2004-05, de la Junta de Síndicos, de cumplir satisfactoriamente con todos los requisitos de la secuencia al tiempo de graduación regular, se hará constar con una Anotación Especial en el expediente académico del estudiante, que incluirá el título de la secuencia y los cursos aprobados como parte de ésta. El asesor académico de cada área (COEM-INCO) orientará a los estudiantes en torno a los requisitos de la secuencia y la selección de cursos.

### B. Matrícula proyectada para los primeros cinco años

Como se señaló al principio de la Propuesta, la Secuencia Curricular está dirigida a los estudiantes de todas las disciplinas y a los profesionales interesados en desarrollar la competencia comunicativa. Se estima que la demanda inicial será la suficiente para poder ofrecerse dos secciones de comunicación empresarial por semestre. Esta proyección está fundamentada en lo siguiente:

1. Los datos obtenidos en la investigación realizada sobre la deseabilidad de ofrecer una concentración en comunicación técnica.
2. Las opiniones vertidas por los estudiantes sobre qué temas deben incorporarse al currículo de comunicación empresarial. (López, I. 1998).
3. La constante demanda por parte de las empresas privadas y públicas para el ofrecimiento de talleres sobre el tema de la comunicación empresarial.
4. El aumento reflejado a nivel internacional (Estados Unidos, Latinoamérica y Europa) de los ofrecimientos académicos en esta disciplina.

### C. Requisitos académicos para otorgar el grado (Total de horas créditos que se requieren)

Los participantes tendrán que completar los **12 créditos** delineados en la secuencia curricular dentro de un periodo máximo de diez años para que los créditos se puedan adjudicar antes de éstos caducar.

### D. Índices académicos mínimos

Para aprobar los cursos, los participantes tendrán que obtener una calificación mínima de C (70%), por lo tanto, el promedio general para obtener la Secuencia de Cursos en Comunicación Empresarial y Profesional sería C (70%).

## VIII. Facultad

### A. Perfil de la facultad

La Tabla 1 presenta el perfil de los docentes del Departamento de Comunicación Empresarial en Español en función del rango, tipo de nombramiento o contrato, preparación y especialidad.

**Tabla 3- Perfil de la Facultad: Departamento de Comunicación Empresarial en Español**

Nombre	Rango	Nombramiento	Preparación y Especialidad	Lugar y Año
Deliz, Lizette	Catedrática Asociada	Permanente	MA en Traducción; 42 créditos conducentes al PHD en Lingüística	Universidad de Puerto Rico, 1976
Fajardo, Zoraida	Catedrática	Permanente	PHD Filología	Univ. Complutense, Madrid, España, PHD 1989
			MA Literatura Española/Hispana	Universidad de New York Madrid, España 1984
			Licenciatura en Filología	1984

Nombre	Rango	Nombramiento	Preparación y Especialidad	Lugar y Año
Guzmán, Rosa	Catedrática	Permanente	PHD Filosofía y Letras	Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras 1996
			Diploma de Altos Estudios de – América Latina (Maestría).	Universidad de Paris III, Sorbonne Nouvelle, Francia, 1981
			Certificado de Lengua y Civilización Francesa Nivel Superior, Univ.	Universidad de París IV, Sorbonne, Francia, 1979
Hernández, Nitza	Catedrática	Probatorio en la Escuela Graduada de Ciencias y Tecnologías de la Información	PHD Comunicaciones	University of Wisconsin-Madison, 1989
López, Ilia	Catedrática	Permanente	PHD Estudios Hispánicos e Hispanoamericanos concentración en Lingüística, sociolingüística	Universidad de Paris III, Sorbonne Nouvelle y Paris VIII, Vincennes, Paris, Francia, 1980
			Maestría (en línea) en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional	Univ. Autónoma de Barcelona, España, 2003
			Certificado <i>Faculty Development in International Business</i>	Moore School of Business, University of South Carolina, 2007
Peña, Juan	Catedrático Asociado	Permanente	PHD Literatura Hispánica y Lingüística	Universidad de Massachusetts, Amherst, 1994
			Licenciatura en Filología Inglesa	Universidad de Deusto, España, 1987
			Certificación como	Centro de

Nombre	Rango	Nombramiento	Preparación y Especialidad	Lugar y Año
			<i>Educador a Distancia Modalidad en Televisión Educativa</i>	Telecomunicaciones y Educación a Distancia y la Escuela de Educación Continua del Sistema Universitario Ana G. Méndez, 2007
Pérez, Ana	Catedrática	Permanente	MA Literatura Española e Hispanoamericana.	MA: Univ. De Nueva York, 1979 en Madrid, España;
			Cursos conducentes al grado doctoral en Lengua y Literatura Española.	Universidad Autónoma de Madrid, 1981
			Diploma de profesora en Lengua y Literatura Española, Centro Iberoamericano de Cooperación, 1979, Madrid	
Sepúlveda, Sandra	Catedrática	Permanente	PHD Filosofía y Letras	Universidad de Puerto Rico, 2000
			MA Facultad de Educación, más 27 créditos en <b>Administración y Supervisión</b>	Universidad de Puerto Rico, 1975
Villafañe, Camille	Catedrática Auxiliar	Contrato de Servicios a tiempo completo	PHD Literatura Hispanoamericana Segunda concentración:: <b>Estudios Culturales</b>	Arizona State University, 2001
			MA Literatura Hispanoamericana	Arizona State University, 1995

**Tabla 4 - Perfil de la Facultad: del Departamento de Inglés Comercial**

La Tabla 2 presenta el perfil de los docentes del Departamento de Inglés Comercial a junio 2008 en términos de rango, tipo de nombramiento o contrato y preparación académica.

Nombre	Rango	Nombramiento	Preparación y Especialidad	Lugar y Año
Aida Andino Pratts	Catedrática	Permanente	Ph.D. Lenguaje y Alfabetización	Universidad de Fordham, 1995
Evelyn Ramos Marcano	Catedrática	Permanente	Ph. D. Psicología Industrial Organizacional	Universidad de Puerto Rico, 1995
María E. Rivera Laborde	Catedrática	Permanente	M. A. Literatura Inglesa y Americana	Universidad de Puerto Rico, 1980
Leticia Rodríguez Talavera	Catedrática	Permanente	Ph. D. Lectura, Semiótica, y Estudios en bilingüismo	Universidad de Indiana, 1986
Josué Alejandro de León	Catedrático	Contrato a tiempo completo con Traslado Temporero	Ed. D. Currículo y Enseñanza: Enseñanza de inglés como segundo idioma	Universidad de Puerto Rico, 1998
Emilda C. Rivera Pacheco	Catedrática Auxiliar	Contrato Temporero a tiempo completo	Ed. D. Currículo y Enseñanza: Enseñanza de inglés como segundo idioma	Universidad de Puerto Rico, 2005
Ivelisse Hernández Franceschi	Instructor	Contrato de Servicio a tiempo completo	M. A. Traducción (9 créditos doctorales en Comunicación, Universidad de Oklahoma, Recinto de Norman, 1998)	Universidad de Puerto Rico, 1995

Se adjunta en la sección de **Apéndices** se incluyen los currículum vitae de los profesores que laboran en los departamentos.

Se contempla la contratación a tiempo parcial de un especialista en el área de protocolo.

## **B. Plan de desarrollo y experiencias internacionales**

La **comunicación empresarial** es una disciplina académica reciente; su implantación comienza a partir de la década del cuarenta. Es a fines del siglo XX y en los albores de este nuevo siglo cuando comienza a proyectarse como disciplina de especialidad (bachillerato, maestría y doctorado). Los profesores de los departamentos de Comunicación Empresarial en Español e Inglés Comercial se han mantenido al tanto de la disciplina mediante las investigaciones y las publicaciones realizadas. Además asisten regularmente a seminarios, conferencias, congresos relacionados con temas de dicha especialidad.

Durante el primer semestre del año académico 2006-07 y el primer semestre de 2007-08, se invitó a una Conferenciante Visitante procedente de la Universidad de Palermo, Argentina, con el propósito de ofrecer a la facultad de los departamentos de Comunicación Empresarial en Español y de Inglés Comercial un Seminario en Comunicación Empresarial. Se espera continuar ofreciendo actividades de mejoramiento profesional que permitan a la vez internacionalizar nuestro currículo.

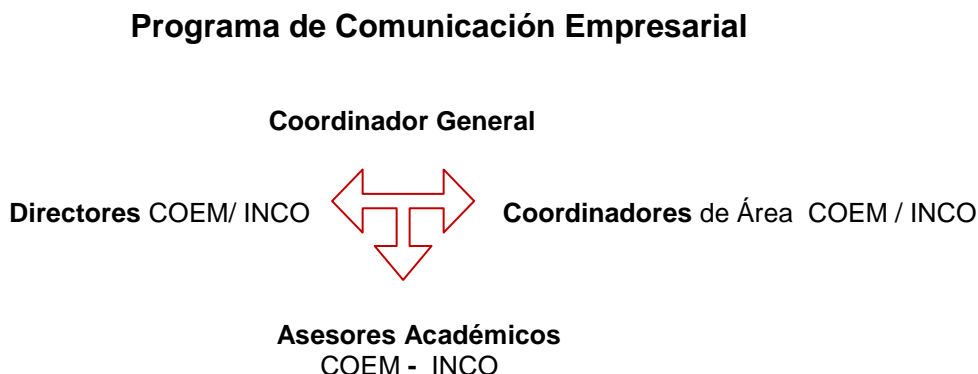
Se adjunta en la sección de **Apéndices** el *Plan de desarrollo de los profesores*.

## **IX. Administración del programa**

La administración general recaerá en un Coordinador General del Programa quién trabajará con los directores y los coordinadores de los cursos medulares de las respectivas áreas (INCO y COEM).

Se recomienda también tener a un docente en cada área que como parte de sus funciones de asesor académico oriente y dé seguimiento al desarrollo académico de los participantes. A continuación se presenta la Tabla con el organigrama administrativo.



**Tabla 5 – Administración del Programa****X. Recursos de información**

Los participantes de la secuencia de cursos podrán utilizar las instalaciones y recursos de la información actualmente disponibles en el Recinto: el sistema de bibliotecas, los laboratorios y centros multiusos, y el acceso a la tecnología de información. Como se indicó, el Departamento de Comunicación Empresarial en Español cuenta con una bibliografía electrónica disponible a través de la sección de Enlaces de la Página Hogar. También se identificaron recursos bibliográficos disponibles a través del sistema de bibliotecas.

Las instalaciones específicas de los programas de comunicación empresarial se presentan en la próxima sección.

**XI. Infraestructura para la enseñanza, la investigación y el servicio****A. Instalaciones, laboratorios y equipo de apoyo a la docencia**

El Departamento de Inglés Comercial ofrece los servicios de un Laboratorio y Centro Multimedia, en el segundo piso del edificio Juan José Osuna, supervisado por una Técnica de Laboratorio bilingüe español/inglés graduada de la Facultad de Comunicación de nuestro Recinto y bajo la coordinación de una profesora del Departamento de Inglés Comercial. El objetivo principal de estas instalaciones es servir de apoyo a los cursos de redacción e investigación ofreciéndoles a los estudiantes un lugar donde pueden practicar tanto la fase oral como la escrita y llevar a cabo investigación utilizando las facilidades tecnológicas que se detallan como sigue.

Para escuchar y grabar la voz mientras se practican los aspectos orales de la comunicación tales como la pronunciación, la enunciación, el tono y el volumen apropiados, se cuenta con una consola Sony LLC-5510, 25

escritorios preparados con grabadoras y audífonos, 20 ejercicios orales grabados en casetes del libro *Language Resource Guide to Develop Oral Performance in Business English* publicado por la Prof. Carmen Aponte del Departamento de Inglés Comercial. El salón está equipado con un proyector digital *In Focus* para presentaciones orales.

Para la redacción e investigación, se cuenta con 25 escritorios con 25 computadoras HP y una impresora HP 4250n. En ellas el estudiante puede redactar documentos, utilizar Internet y tener acceso al sistema de bibliotecas de la Universidad.

En este Laboratorio y Centro Multimediales existe equipo para el uso de materiales audiovisuales, tanto en los salones de clase como en el mismo Centro. Al presente hay cuatro proyectores verticales, dos cámaras de vídeo SHARP en formato VHS, una cámara de vídeo SONY en formato mini DVD, una laptop DELL, un televisor, un reproductor de VHS, un reproductor DVD y siete grabadoras de cinta de casetes.

El Departamento de Inglés Comercial también cuenta con un salón (Osuna 221) amueblado con sillas, mesas y un atril para las presentaciones orales. El salón cuenta con un proyector digital para las presentaciones en *Microsoft Power Point* que tanto los estudiantes como los profesores pueden utilizar.

Para las demás actividades docentes relacionadas con esta Secuencia Curricular, se utilizarán las instalaciones con las que ya cuenta la FAE, las cuales incluyen salas de clase, la biblioteca y su nuevo Centro Multiusos, otros laboratorios de computadoras de la FAE y oficinas para los docentes.

En este momento, no se vislumbra añadir instalaciones.

No se vislumbra impacto significativo adicional en el uso de las instalaciones. Se utilizarán los recursos disponibles de apoyo a la docencia.

## **XII. Servicios al estudiante**

### **A. Relación del Programa con el Instituto de Verano**

Los departamentos de Comunicación Empresarial en Español y de Inglés Comercial han participado activamente en la creación y en la oferta académica del Instituto (verano 2008-09).

### **B. Relación con el Centro de Desarrollo de Competencias Lingüísticas**

Se mantiene comunicación con el Centro de Competencias Lingüísticas mediante referidos a estudiantes que utilizan los servicios de dicho Centro.

### **C. Mecanismo para atender a los estudiantes que demuestran bajo aprovechamiento**

Se emplearán los mecanismos existentes en la Facultad de Administración de Empresas. Además, en la Propuesta de Revisión Curricular de la Facultad de Administración de Empresas se identifican distintos mecanismos para el avalúo de la competencia de comunicación efectiva, entre éstos se destacan el Tutorial de destrezas de presentación oral y un programa de escritura transcurrecurricular.

### **D. Sistema de asesoría académica**

Se ofrecerá asesoría académica, por área, para que el estudiante prepare su programa de clases. Se designará, mediante Sustitución de Tareas, un profesor con tal propósito.

## **XIII. Presupuesto**

Se contempla que la oferta de cursos formará parte de la carga regular de los profesores. Por tal razón, no impacta el presupuesto de gastos de la Facultad de Administración de Empresas. Tampoco implica la contratación a tiempo completo de personal docente adicional.

Del análisis realizado por la Prof. Grisel Meléndez, Decana Auxiliar en Asuntos Administrativos, se desprende que el presupuesto de capital de trabajo necesario se estima en \$2,000.00 anual para pago de materiales necesarios. Dicho presupuesto provendrá de los fondos recurrentes asignados a los Departamentos de Comunicación Empresarial e Inglés Comercial. No hay erogaciones adicionales que considerar, por lo que no hay impacto presupuestario significativo.

## **XIV. Plan de avalúo y evaluación del programa**

Se adjunta, en la sección de Apéndices, el Plan de Evaluación de Metas y Objetivos de la secuencia de cursos.

## Bibliografía

- Arribas, A. Comunicación Empresarial Estratégica. *Razón y Palabra*. Recuperado el 9 de septiembre 2008, de <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n54/aarribas.html>
- Bozetti, S.L. *Comunicación Estratégica. RRPP.net*. Recuperado el 10 de septiembre de 2008 de: <http://www.rrppnet.com.ar/comunicacionestrategica.htm>
- Belly, P. Nuevas tendencias en la era del conocimiento. *Gestiópolis.com*. Recuperado en junio de 2007, de: <http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/55/ntend.htm>
- Bolívar, C. Más allá de la formación: El desarrollo de competencias. *areRH.com*. Recuperado en junio de 2007 de: <http://www.arearh.com/formacion/masallaformacion.htm>
- Castillo Mercado, A. El sobresaliente y la competencia comunicativa. *Proyecto C.A.S.* Recuperado en junio 2008, de: <http://proyecto-cas.iespana.es/proyecto-cas/document/com-01.htm>
- Cassano, G. El nuevo perfil gerencial. *Bumeran.com* Venezuela. Recuperado el 9 de septiembre de 2008 de: [http://www.bumeran.com.ve/articulos\\_empresas/30/82680/elnuevoperfilgerencial.html](http://www.bumeran.com.ve/articulos_empresas/30/82680/elnuevoperfilgerencial.html)
- Clavier Cortés, E., Llopis Tavernier, J., Gascó Gascó, J. (2002, marzo-abril) Delimitación y mejoras en la cultura empresarial. *Alta Dirección*, N° 222, pp. 120-125.
- Comisión Europea. (2004, noviembre) *Key competences for Lifelong Learning. A European Reference Framework*.
- Del Hoyo, D. (2000, noviembre) Nuevas propuestas de trabajo en el ámbito de la Comunicación Empresarial. *RRPPnet*. Recuperado en septiembre de 2008 de: <http://www.rrppnet.com.ar/comunicacionempresarial.htm>

- Di Fosnso, M. A. La comunicación en la empresa como función estratégica. *Área.RH.com*. Recuperado el 10 de septiembre de 2008 de: <http://www.arearh.com/psicologia/cfestrategica.htm>
- La Comunicación Empresarial en España*. (2002) Estudio de Inforpress y la Asociación de Periodistas de Información Económica. Recuperado en junio 2008 de: [http://banners.noticiasdot.com/termometro/boletines/docs/marcom/comunicacion/inforpress/2002/inforpress\\_1.pdf](http://banners.noticiasdot.com/termometro/boletines/docs/marcom/comunicacion/inforpress/2002/inforpress_1.pdf) ).
- Fuenmayor, K. La comunicación Empresarial. Rumbo al liderazgo. *Gestiópolis.com*. Recuperado el 9 de septiembre de 2008 de: <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger1/corglid.htm>
- Formanchuk, A. E. Comunicación interna y externa e imagen corporativa: Nuevos paradigmas para la economía global. *Gestiópolis.com*. Recuperado el 10 de septiembre de 2008 de: <http://www.gestiopolis.com/canales/derrhh/articulos/39/comunicacion.htm>
- Marco común europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*. Centro Virtual Cervantes. Recuperado en junio de 2007, de <http://cvc.cervantes.es/obref/marco/>
- Mínguez, R. *Un marco conceptual para la comunicación corporativa*. Recuperado el 10 de septiembre de 2008 de: <http://www.ehu.es/zer/zer7/minquez73.html>
- Martínez, M. *La dimensión dialógica del lenguaje*. *Geocities.com*. Recuperado el 16 de enero de 2008, de <http://www.geocities.com/estudiscurso/martinez1.html>
- Munter, M. (1997). *What Business Thinks of Communication Abilities*. Retrieved August 20, 2003 from: <http://www.andrrew.cmu.edu/user/hajduk/Survey-BusinessOnComm.pdf>
- Muñiz R. La comunicación interna como herramienta estratégica de la empresa en el siglo XXI. *Centro para empresas y profesionales, Microsoft*. Recuperado el 9 de septiembre de 2008 de: [http://www.microsoft.com/spain/empresas/rpp/comunicacion\\_interna.msp](http://www.microsoft.com/spain/empresas/rpp/comunicacion_interna.msp)

- Prieto, D. (1999). *La comunicación en la educación*. Argentina: Ediciones Ciccus La Crujía.
- Puyal, E. (2001) La comunicación interna y externa en la empresa. *5campus.com*. Recuperado el 10 de septiembre de 2008 de: <http://ciberconta.unizar.es/LECCION/comui/100.HTM>
- Rivera, P. (2001). *La comunicación en el contexto empresarial*. San Juan, PR: Publicaciones Puertorriqueñas Editores.
- Varona Madrid, F. (2002) Desafíos de la comunicación globalizada en la cultura y la comunicación organizacional. *Artigos/Artículos, Vol. 3, Núm. 2*. Recuperado el 10 de septiembre de 2008 de: <http://www.sjsu.edu/faculty/fvarona/PCLA%20Article%202002.pdf>
- Varona Madrid, F. (1998) *La enseñanza de la Comunicación Empresarial en los Estados Unidos*. Recuperado el 10 de septiembre de 2008 de: <http://www.sjsu.edu/faculty/fvarona/LaEnCoEmUSA%20Adecin%201999.pdf>
- Varona Madrid, F. *Comunicación Estratégica Interna*. Recuperado el 9 de septiembre de 2008 de: <http://www.sjsu.edu/faculty/fvarona/CoEstInter%20Adecin%201999.pdf>
- Varona Madrid, F. *La comunicación intercultural. Una dimensión olvidada de la comunicación interna en las empresas*. Recuperado el 9 de septiembre 2008 de: <http://www.sjsu.edu/faculty/fvarona/CIntercuEm%20Adecin%202001.pdf>
- Yarce, J. *Cómo se proyecta un líder en el siglo XXI*. Recuperado en junio de 2008 de: [http://www.liderazgo.org.co/documentos/como\\_se\\_proyecta\\_un\\_lider.pdf](http://www.liderazgo.org.co/documentos/como_se_proyecta_un_lider.pdf)

## Bibliografía Temática

### Coaching:

Dotlich, D y Cairo, P. (2005). *Coaching en acción*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

Doltich, D. L. y Cairo, P. C. (2002). *Entrenamiento en acción (action coaching)*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Whitmore, J. (2003) *Coaching. El método para mejorar el rendimiento de las personas*. Barcelona: Ediciones Paidós.

### Comunicación:

Costa, J. (1999). *La comunicación en acción*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Ellis, R. y McClintock, A. (1993). *Teoría y práctica de la comunicación humana*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Harvard Business Review. (2005). *Comunicación eficaz*. Bilbao: Editorial Deusto.

Pearson, J.C. y otros. (1993). *Comunicación y Género*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Pérez, M.A. (2004). *Los nuevos lenguajes de la comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós.

### Comunicación crisis:

Harvard Business Review. (2001). *Gestión de la crisis*. Bilbao: Editorial Deusto.

### Comunicación electrónica:

Edwards, P. y Edwards, S. (2001). *Hacer negocios en el ciberespacio*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Neus , i S. (2006). *Aprender comunicación digital*. Barcelona: Editorial Paidós

### Comunicación escrita:

Golanó, C. y Flores, R. (2002). *Aprender a redactar documentos empresariales*. Barcelona: Editorial Paidós.

### **Comunicación estratégica:**

Gallego, F. (2004). *El pensamiento estratégico*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Silberman, M. (2005). *Seis estrategias para el éxito*. Barcelona: Ediciones Paidós.

### **Comunicación en grupo:**

Martínez, M. y Salvador, M. (2005). *Aprender a trabajar en equipo*. Barcelona: Editorial Paidós.

### **Comunicación intercultural:**

Curran, J y otros (comps.) (1998). *Estudios culturales y comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Mattelart, A. (1998). *La mundialización de la comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Sardar, Z. y Van Loon, B. (2005). *Estudios culturales para todos*. Barcelona. Ediciones Paidós.

Weil, P. (1992). *La comunicación global*. Barcelona: Ediciones Paidós.

### **Comunicación interpersonal:**

Silberman, M. y Hansburg, F. (2001). *Inteligencia interpersonal*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Musgrave, J. y Anniss, M. (1997). *La dinámica de las relaciones personales en la empresa y los negocios*. Barcelona: Ediciones Paidós.

### **Comunicación no verbal:**

James, J. (2003). *El lenguaje corporal en el trabajo*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Urpí, M. (2004). *Aprender comunicación no verbal. La elocuencia del silencio*. Barcelona: Editorial Paidós.



**Comunicación oral:**

Glass, L. (1994). *Cómo expresarse correctamente*. Barcelona: Ediciones Paidós.

**Comunicación organizacional:**

Bartoli, A. (1992). *Comunicación y organización*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Saló, N. (2005). *Aprender a comunicarse dentro de las organizaciones*. Barcelona: Ediciones Paidós

**Ética:**

Aznar, H. (2005). *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Brown, M. (2001). *La ética en la empresa*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Epstein, M. y Birchard, B. (2001). *La empresa honesta: Como convertir la responsabilidad corporativa en una ventaja competitiva*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Holden, P. (2001). *Ética para managers*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Robinson, D. y Garrat, C. (2005). *Ética para todos*. Barcelona: Ediciones Paidós.

**Gestión:**

Benfari, R. (). *Cómo cambiar el estilo de gestión*. : Ediciones Paidós ISBN978-950-12-1049-1

Collison, C. y Parcell, G. (2003). *La gestión del conocimiento*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Friedman, B., Hatch, J. y Walker, D. (2000). *Atraer, gestionar y retener el Capital Humano, cumplir lo prometido*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Harvard Business Review. (2004). *Gestión de la carrera profesional*. Bilbao: Editorial Deusto.

Ronco, E. y Lladó, E. (2001). *Aprender a gestionar el cambio*. Barcelona: Editorial Paidós.

**Liderazgo:**

Bennis, W., Spreitzer, G y Cummings, T. (2002). *El futuro del liderazgo: los pensadores más brillantes de hoy escriben para los directores de mañana*. Bilbao: Editorial Deusto.

Goberna, R. (2001). *Aprender a liderar equipos*. Barcelona: Editorial Paidós.

Harvard Business Review. (2004). *Liderazgo al más alto nivel*. Bilbao: Editorial Deusto.

Heifetz, R. (2002). *Liderazgo sin respuestas fáciles: propuestas para un nuevo diálogo social en tiempos difíciles*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Heifetz, R.A. y Linsky, M. (2003). *Liderazgo sin límites*. Barcelona: Ediciones Paidós

James, J. (1998). *Habilidades de liderazgo para una nueva era*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Wareham, J. (1993). *Anatomía de un gran ejecutivo: de la máscara a la realidad, conviértase usted mismo en un gran ejecutivo*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Whitmore, J. (1995). *Entrenando para el desempeño empresarial: guía práctica para desarrollar sus propias habilidades*. Barcelona: Ediciones Paidós.

**Lógica:**

Shatil, S. y otros. (2005). *Lógica para todos*. Barcelona: Ediciones Paidós.

**Negociación:**

Bazerman, N. y Neale, N. (1993). *La negociación Racional*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Harvard Business Review. (2001) *Negociación y resolución de conflictos*. Bilbao: Editorial Deusto.

**Otros:**

Amat, O. y Puig, R. (2004). *Frases y anécdotas del Mundo Empresarial*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

De Bono, E. (2000). *Más allá de la competencia*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Sanz G. (2001). *Aprender a redactar notas*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Wydra, N. (). *Feng Shui para los negocios*. Barcelona: Ediciones Paidós. ISBN: 978-84-95456-35-9.

## Referencias electrónicas Cursos COEM

- Antropología de la gestualidad (Comunicación no verbal). Recuperado de:  
<http://apuntes.rincondelvago.com/antropologia-de-la-gestualidad.html>
- Apuntes sobre comunicación – Portal de Relaciones Públicas RRPP.net  
Recuperado de:  
<http://www.rrppnet.com.ar/comunicacion.htm>
- Atlas de crecimiento para América Latina y el Caribe – Ofrece proyecciones económicas. Recuperado de:  
[http://www.cepal.org/deype/atlas\\_crecimiento/index.htm](http://www.cepal.org/deype/atlas_crecimiento/index.htm)
- Austin, T. (2000). *Comunicación Intercultural. Fundamentos y Sugerencias. Primera Parte: Precisiones en torno al concepto de cultura*. Recuperado de: <http://www.angelfire.com/emo/tomaustin/intercult/comintuno.htm>
- Austin, T. (2000). *Comunicación Intercultural. Fundamentos y Sugerencias. Segunda Parte: El concepto de Interculturalidad*. Recuperado de: <http://www.angelfire.com/emo/tomaustin/intercult/comintdos.htm>
- Austin, T. (2000). *Comunicación Intercultural. Fundamentos y Sugerencias. Tercera Parte: La interculturalidad como comprensión (del otro)*. Recuperado de:  
<http://www.angelfire.com/emo/tomaustin/intercult/comintres.htm>
- Bartle, P. (2002). *Redacción de Informes. Guía para activistas comunitarios* (en línea). Recuperado de: <http://www.scn.org/ip/cds/mpfc/modules/rep-reps.htm>
- Cassany, D. *El lenguaje como instrumento democratizador*. Recuperado de:  
[http://www.upf.edu/pdi/df/daniel\\_cassany](http://www.upf.edu/pdi/df/daniel_cassany)
- \_\_\_\_\_ *Enseñanza de la escritura. Orientaciones y práctica*. Recuperado de:  
[http://www.upf.edu/pdi/df/daniel\\_cassany](http://www.upf.edu/pdi/df/daniel_cassany)
- \_\_\_\_\_ *La cocina de las escrituras*. Recuperado de:  
[http://www.upf.edu/pdi/df/daniel\\_cassany](http://www.upf.edu/pdi/df/daniel_cassany)
- \_\_\_\_\_ *Quiero hacer escuchar mi voz crítica en este mundo globalizado*.  
Recuperado de: [http://www.upf.edu/pdi/df/daniel\\_cassany](http://www.upf.edu/pdi/df/daniel_cassany)
- \_\_\_\_\_ *Tras las líneas. Sobre la lectura contemporánea*. Recuperado de:  
[http://www.upf.edu/pdi/df/daniel\\_cassany](http://www.upf.edu/pdi/df/daniel_cassany)

Cardozzo, Mauro E.(N.D.) Encuentros culturales en fusiones, adquisiciones y alianzas “cross-border”. Recuperado de:  
<http://www.mba.fcecon.unr.edu.ar/IIATA/Articulo%20sobre%20encuentros%20culturales2.pdf>

Centro Virtual de Redacción del Tecnológico de Monterrey- Ofrece información relacionada con la redacción académica, Cómo preparar una bibliografía. Recuperado de: <http://serviciosva.itesm.mx/cvr/homedoc.htm>

Claves para organizar el trabajo en grupos” [en línea] – Presentación en Power Point. Recuperado de:  
[www.infor.uva.es/~descuder/docencia/multim/ClavesTrabajoEnGrupos.ppt](http://www.infor.uva.es/~descuder/docencia/multim/ClavesTrabajoEnGrupos.ppt)

*Cómo hablar en público.* Recuperado de:  
<http://www.fortunecity.com/victorian/rushdie/191/hablar1.htm>

Comunicación en situaciones de Crisis. Recuperado de:  
 Disponible en: [http://kom.aau.dk/~gecd04/Sesi\\_n6.ppt#259,14](http://kom.aau.dk/~gecd04/Sesi_n6.ppt#259,14)

*Comunicación interpersonal.* Recuperado de:  
<http://renuevo.8m.net/r06.htm>

*Comunicación No verbal.* Recuperado de:  
<http://www3.uji.es/~pinazo/2001Tema%205.htm>

“Comunicación No Verbal” [en línea] Gueb.org.  
 Recuperado de: <http://www.gueb.org/habilidades-sociales/Comunicacion-no-Verbal>

“La comunicación con los ojos: Significado según su posición” [en línea] Gueb.org. Recuperado de:  
<http://www.gueb.org/PNL/comunicacion-posicion-ojos>

Comunicación y Marketing, *Navactiva*, Portal de las Empresas de Navarra – ofrece información relacionada con la Comunicación Empresarial. Recuperado de: <http://www.navactiva.com/web/es/amkt>

Documentos administrativos: un ensayo de diplomática Contemporánea. Recuperado de:  
<http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/02104210/articulos/DCIN9595110193A.PDF>

Empresa Social - Recursos en línea para construir y fortalecer la empresa social. Recuperado de:  
[http://www.empresasocial.uprm.edu/public\\_main/index.php](http://www.empresasocial.uprm.edu/public_main/index.php)

*Escribir para el cambio* – Guía virtual para la redacción de Documentos. Recuperado de:  
[http://www.idrc.ca/IMAGES/books/WFC\\_Spanish/WFC\\_Spanish/sitemap.html](http://www.idrc.ca/IMAGES/books/WFC_Spanish/WFC_Spanish/sitemap.html)

Fundamentos de la comunicación”, *Liderazgo y Mercadeo*, Edición No. 80. [en línea] Recuperado de:  
[http://www.liderazgoymercadeo.com/liderazgo\\_tema.asp?id=42](http://www.liderazgoymercadeo.com/liderazgo_tema.asp?id=42)

Futuros - Revista trimestral latinoamericana y caribeña de desarrollo sustentable. Recuperado de:  
<http://www.revistafuturos.info/resenas/resenas2/bienestar.htm>

Gallardo, T., Roquel, Y. y Rodríguez, R. (2004). *La Comunicación Intercultural Como Base Para Una Comunicación Efectiva En Las Relaciones Comerciales: Una Propuesta De Superación Para Las Empresas Del SIME*. Recuperado de:  
<http://www.psicologiacientifica.com/publicaciones/biblioteca/articulos/argallalop01.htm>

García, Lola (2007). El protocolo empresarial: una buena inversión. RR PP y Comunicación. Recuperado de:  
[http://www.microsoft.com/spain/empresas/rppp/protocolo\\_empresarial.msp](http://www.microsoft.com/spain/empresas/rppp/protocolo_empresarial.msp)  
 X

Gepsea (2003). Guía para la redacción de una monografía. En Ilustrados.com. Recuperado de:  
[www.ilustrados.com/publicaciones/EpZkEVpyElksDxFqPw.php](http://www.ilustrados.com/publicaciones/EpZkEVpyElksDxFqPw.php)

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

Grupo Cronis on line, enlaces para el protocolo empresarial. Recuperado de:  
[http://www.protocolo.org/gest\\_web/proto\\_Seccion.pl?rfID=129&opt=Menu&mid=45](http://www.protocolo.org/gest_web/proto_Seccion.pl?rfID=129&opt=Menu&mid=45)

Guía de redacción y publicación científica – Contiene información sobre la cita bibliográfica, la nota al calce, las normas de publicación de la APA. Recuperado de:  
<http://www.ucm.es/BUCM/psi/12144.php>

Guía para escribir documentos en lenguaje ciudadano. Recuperado de:  
[http://www.inmujeres.gob.mx/dgaf/normateca/Otros/Guia\\_lenguaje\\_cotidiano.pdf](http://www.inmujeres.gob.mx/dgaf/normateca/Otros/Guia_lenguaje_cotidiano.pdf)

Herramientas para la escritura científica – Normas de publicación e información sobre los manuales de estilo. Recuperado de:  
[http://www.fisterra.com/recursos\\_web/mbe/escritu\\_cientifica.asp](http://www.fisterra.com/recursos_web/mbe/escritu_cientifica.asp)

Inteligencia Emocional – Portal que ofrece información relacionada con la inteligencia emocional. Recuperado de:  
<http://www.inteligencia-emocional.org/index.htm>

Internet en la enseñanza y la investigación. Recuperado de:  
<http://espanol.geocities.com/nobukouishii/iei/indice.html>

Jiménez, Carlos Alberto (2003). El Arte de Escribir Ensayos. En Ilustrados. Com. Recuperado de:  
[www.ilustrados.com/publicaciones/EpZEEApyVHFKsTIYL.php](http://www.ilustrados.com/publicaciones/EpZEEApyVHFKsTIYL.php)

Kalfaian, Delfina (2007). Ceremonial y protocolo: qué hacer y qué no hacer cuando se está frente a empresarios chinos. Observatorio de la Economía y la sociedad China. Recuperado de:  
<http://www.eumed.net/rev/china/01/dk01.htm>

“La comunicación con los ojos: Significado según su posición” [en línea] Gueb.org. Recuperado de:  
Disponible en: <http://www.gueb.org/PNL/comunicacion-posicion-ojos>

*La comunicación interna y externa en la empresa.* Recuperado de:  
<http://ciberconta.unizar.es/LECCION/comui/inicio.html>

La taberna del grumete (información sobre Internet y Netiqueta). Recuperado de:  
<http://www.eumed.net/grumetes/menu.htm>

*Las costumbres en las empresas internacionales (Protocolo).* Recuperado de:  
<http://www.secretariaplus.com/trabajo/protocolo/comportamiento/costumbres/index.asp>

Lie, R. (2002). *Espacios de Comunicación Intercultural.* Recuperado de:  
[http://www.portalcomunicacion.com/forumv/forum3/pdf/f3\\_esp.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/forumv/forum3/pdf/f3_esp.pdf)

*Manual de publicaciones de la APA, guía rápida.* Recuperado de:  
<http://homepage.mac.com/penagoscorzo/apa/index.html>

Mari, J. (2000). *Temario*. Manual de Redacción Científica.

Recuperado de: <http://caribjsci.org/epub1/>

Microsoft, Centro para Empresas y Profesionales – Incluye publicaciones relacionadas con la comunicación, la imagen profesional, el protocolo empresarial. Recuperado de:

<http://www.microsoft.com/spain/empresas/rrpp.mspix>

Mi esp@cio, Desde La Investigación", espacio creado para los docentes e investigadores de RRPP, Mercadotecnia, Publicidad, Comunicación o áreas afines. Recuperado de:

<http://www.miespacio.org/cont/invest/menu.htm>

Mijoevich, Claudia Rosana (2007). Ceremonial y protocolo. En Plenitud.

Recuperado de:

<http://www.enplenitud.com/cursos/ceremonial.asp>

MIT Open Course Ware. Massachusetts Institute of Technology. Recuperado de:

<http://mit.ocw.universia.net/15.279/OcwWeb/Sloan-School-of-Management/15-279Management-Communication-for-UndergraduatesFall2002/LectureNotes/index.htm>

Netiqueta.org. Recuperado de: <http://www.netiqueta.org>

Normas de Netiquette (2007). Recuperado de:

[http://www.zator.com/Internet/A8\\_1\\_6.htm](http://www.zator.com/Internet/A8_1_6.htm)

Portal de RR PP sobre protocolo de estado (2007). Recuperado de:

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

*Presentaciones Orales: Guía Rápida de Notas [en línea]*.

Recuperado de: <http://www.mostrarse.com/presentacionesorales.html>

Programa de Comunicación de Sloan. *Comunicación*

*Intercultural*. Recuperado de:

<http://mit.ocw.universia.net/15.279/NR/rdonlyres/Sloan-School-of-Management/15-279Management-Communication-for-UndergraduatesFall2002/FC5EF110-5A51-4339-9FA5-C62625A031CE/0/interculturalcommunicationlecturenotes.pdf>

Protocolo empresarial para euroresidentes(2007). Recuperado de:

<http://www.euroresidentes.com/protocolo/protocolo-empresarial.htm>



- Puyal, E. (2001). *La comunicación interna y externa en la empresa* (en línea). Recuperado de: <http://www.5campus.com/leccion/comui>
- Razón y Palabra* – revista electrónica especializada en Comunicación. Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx>
- Recursos para una eficiente expresión oral*- ofrece información relacionada con las presentaciones orales y la comunicación oral. Recuperado de: <http://ugt-aena.galeon.com/oral.html>
- Robles V. G. (2003, primavera) *Guía para Presentaciones Orales* [en línea] – elaborada por la División Académica de Administración y Contaduría del Instituto Técnico Autónomo de México. Recuperado de: <http://contaduria.itam.mx/hm/alumnos/daac.pdf>
- Rodrigo, M. (\_\_\_\_). *Elementos para una comunicación intercultural*. Recuperado de: <http://www.aloj.us.es/gicomcult/portada/37tx/5.htm>
- Sánchez Calero, M. L. (2002). *La importancia de la Gestión de Comunicación en los periodos de Crisis Empresariales*. Recuperado de: <http://www.grupo.us.es/grehcco/ambitos07-08/calero.pdf>
- Ser Humano y Trabajo - Información sobre temas relacionados con la *Comunicación Interpersonal*. Recuperado de: <http://www.sht.com.ar>
- Tapia N., R. (2004, mayo) *Comunicaciones Corporativas: Gestión de Crisis*. Recuperado de: <http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/corporativo/archivos/07GestionCrisis.ppt>
- Valbuena de la Fuente, F. “Comunicación Interpersonal” [en línea]. Recuperado de: [http://www.ucm.es/info/per3/profesores/Valbuena/Programa\\_teor%C3%ADa\\_informacion/Comunicacion\\_interpersonal.htm](http://www.ucm.es/info/per3/profesores/Valbuena/Programa_teor%C3%ADa_informacion/Comunicacion_interpersonal.htm)
- Zimmermann K. *Lenguaje y comunicación intercultural: un enfoque iberoamericano*. Recuperado de: <http://www.pucp.edu.pe/eventos/intercultural/pdfs/inter72.PDF>

# APÉNDICES

## CERTIFICADOS EN COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

TÍTULO	NIVEL	UNIVERSIDAD	FACULTAD/ ASOCIACIÓN	DIRECCIÓN ELECTRÓNICA
<b>Diploma Internacional en Comunicación Empresarial</b>	Subgraduado	Universidad Diego Portales, Chile Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España	Facultad de Comunicación y Letras	<a href="http://www.udp.cl/comunicacion/comunicacionempresarial/presentacion.htm">http://www.udp.cl/comunicacion/comunicacionempresarial/presentacion.htm</a>
<b>Diploma competencias estratégicas para comunicar y educar: La argumentación como metodología innovadora</b>	Subgraduado	Universidad Mayor, Chile		<a href="http://www.umayor.cl/diploargumentacion/001home01.htm">http://www.umayor.cl/diploargumentacion/001home01.htm</a>
<b>Diploma en Comunicación Empresarial Estratégica</b>	Subgraduado	Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey	División de Educación Continua	<a href="http://aplicaciones.cem.itesm.mx/proevent/jsp/publico/programa.jsp?id=COMUEMPESCEM1_00308CSF_20">http://aplicaciones.cem.itesm.mx/proevent/jsp/publico/programa.jsp?id=COMUEMPESCEM1_00308CSF_20</a>
<b>Bachelor in International Business Communication</b>	Subgraduado	University of Denmark, Copenhagen	Copenhagen Business School	<a href="http://uk.cbs.dk/uddannelser/bachelor/bacheloruddannelser/bachelor_hvervssprog_og_international_erhvervskommunikation">http://uk.cbs.dk/uddannelser/bachelor/bacheloruddannelser/bachelor_hvervssprog_og_international_erhvervskommunikation</a>
<b>Bachelor of Science in Business Communication (online)</b>	Subgraduado	University of Phoenix		<a href="http://www.uopxonline.com/BS_Business_Communications.asp">http://www.uopxonline.com/BS_Business_Communications.asp</a>
<b>BA in Business Communication: Specialization in</b>	Subgraduado	City University of New York (CUNY)	Department of Communication Studies	<a href="http://www.baruch.cuny.edu/wsas/departments/communication/major.html">http://www.baruch.cuny.edu/wsas/departments/communication/major.html</a>

TÍTULO	NIVEL	UNIVERSIDAD	FACULTAD/ ASOCIACIÓN	DIRECCIÓN ELECTRÓNICA
<b>Corporate Communication</b>				
<b>Business Communication Major/Minor Degree</b>	Subgraduado	Concordia University, Wisconsin	Communication Studies	<a href="http://www.cuw.edu/Academics/programs/communication/business_comm.html">http://www.cuw.edu/Academics/programs/communication/business_comm.html</a>
<b>BA in Management, Concentration in Business Communication</b>	Subgraduado	Loyola University, Chicago	School of Continuing and Professional Studies	<a href="http://www.luc.edu/scps/managementcomm_curriculum.shtml">http://www.luc.edu/scps/managementcomm_curriculum.shtml</a>
<b>Minor in International Business Communication</b>	Subgraduado	University of Oregon	Lundquist College of Business	<a href="http://lcb.uoregon.edu/undergrad/ibc.html">http://lcb.uoregon.edu/undergrad/ibc.html</a>
<b>Minor in Business Communication</b>	Subgraduado	Ryerson Polytechnic University, Canada	School of Business Management	<a href="http://www.ryerson.ca/calendar/1997-1998/sec_564.htm">http://www.ryerson.ca/calendar/1997-1998/sec_564.htm</a>
<b>Business Communication Major</b>	Subgraduado	Trinity Christian College, Illinois	Interdisciplinary Major	<a href="http://www.trnty.edu/depts/communication/programinfo.html">http://www.trnty.edu/depts/communication/programinfo.html</a>
<b>Minor in Business Communication</b>	Subgraduado	Bentley College Massachusetts		<a href="http://atc.bentley.edu/resources/dept/bc/minor.html">http://atc.bentley.edu/resources/dept/bc/minor.html</a>
<b>Business Communication Minor</b>	Subgraduado	Westerns Michigan University	Haworth College of Business	<a href="http://www.hcob.wmich.edu/bcm/bcm.htm">http://www.hcob.wmich.edu/bcm/bcm.htm</a>
<b>Minor Business Communication</b>	Subgraduado	Southeast Missouri State University	Department of Communication	<a href="http://www.semo.edu/sutydy/speech/index.htm">http://www.semo.edu/sutydy/speech/index.htm</a>
<b>Communication Minor for Business and Accounting Majors</b>	Subgraduado	Monmouth College, Illinois		<a href="http://department.monm.edu/cata/dept/Comm-Minor-Business.pdf">http://department.monm.edu/cata/dept/Comm-Minor-Business.pdf</a>
<b>Minor in Professional and Managerial</b>	Subgraduado	University of Southern	School of Communication	<a href="http://annenbergl.usc.edu/CurrentStudents/UGStudentSvcs/MinorNonMaj/ManangeComm.aspx">http://annenbergl.usc.edu/CurrentStudents/UGStudentSvcs/MinorNonMaj/ManangeComm.aspx</a>

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

TÍTULO	NIVEL	UNIVERSIDAD	FACULTAD/ ASOCIACIÓN	DIRECCIÓN ELECTRÓNICA
<b>Communication</b>		California, Annenberg		
<b>Communication Area Depth</b>	Subgraduado	Emory University	Goizueta Business School, Management Communication	<a href="http://www.bus.emory.edu/coomunication/areadepth.html">http://www.bus.emory.edu/coomunication/areadepth.html</a>
<b>Maestría en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional</b>	Graduado	Universidad Autónoma de Barcelona, España	Facultad de Ciencias de la Comunicación	<a href="http://antalya.uab.es/edfc/masters-postgrados/comunicacion-periodism-postgrado.asp?programa=654/06/08/001">http://antalya.uab.es/edfc/masters-postgrados/comunicacion-periodism-postgrado.asp?programa=654/06/08/001</a>
<b>Maestría en Dirección de Comunicación Corporativa</b>	Graduado	Universidad Politécnica de Cataluña, España Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, Santo Domingo	Escuela de Administración de Empresas	<a href="http://www.pucmmsti.edu.do/estudiosgraduados/programas/MaestDirComCorpor.pdf">http://www.pucmmsti.edu.do/estudiosgraduados/programas/MaestDirComCorpor.pdf</a>
<b>Maestría en Comunicación Empresarial (Tecnologías Digitales)</b>	Graduado	IEDEC Universidad Pompeu Fabra Cataluña, España	Instituto de Educación Comercial	<a href="http://www.idec.upf.edu/es/seccions/oferta_formativa/masters_programes/curs/curs.php?curs=004539">http://www.idec.upf.edu/es/seccions/oferta_formativa/masters_programes/curs/curs.php?curs=004539</a>
<b>Maestría en Comunicación Periodística Institucional, Empresarial</b>	Graduado	Universidad Complutense, Madrid, España	Facultad de Ciencias de la Información	<a href="http://www.ucm.es/info/per3/tpropio/masterComunicacion/acceso.html">http://www.ucm.es/info/per3/tpropio/masterComunicacion/acceso.html</a>
<b>Maestría en Comunicación Empresarial Organización de</b>	Graduado	Escuela Superior de Negocios y Tecnologías,		<a href="http://www.esden.es/es/master-comunicacion-organizacion-eventos-protocolo-semipresencial.asp">http://www.esden.es/es/master-comunicacion-organizacion-eventos-protocolo-semipresencial.asp</a>

TÍTULO	NIVEL	UNIVERSIDAD	FACULTAD/ ASOCIACIÓN	DIRECCIÓN ELECTRÓNICA
<b>Eventos y Protocolo</b>		España		
<b>MBA Executive en Comunicación Empresarial Institucional</b>	Graduado	Universidad de Palermo, Argentina	Escuela Graduada de Administración de Empresas ( <i>Graduate School of Business</i> )	<a href="http://www.palermo.edu/gsb">http://www.palermo.edu/gsb</a>
<b>MBC Master in Business Communication</b>	Graduado	University of Saint Thomas, Minnesota	Opus College of Business	<a href="http://www.stthomas.edu/cob/graduate/mbc">http://www.stthomas.edu/cob/graduate/mbc</a>
<b>Master in Business Communication</b>	Graduado	ESLSCA París, Francia	Specialized MBA	<a href="http://www.dirige.eslsca.fr/programs/mbc/overview/overview.htm">http://www.dirige.eslsca.fr/programs/mbc/overview/overview.htm</a>
<b>MBA in Management Communication</b>	Graduado	New York University	Stern School of Business	<a href="http://w4.stern.nyu.edu/mc/academic.cfm?doc_id=1691">http://w4.stern.nyu.edu/mc/academic.cfm?doc_id=1691</a>

## GRADOS EN COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

TÍTULO	NIVEL	UNIVERSIDAD	FACULTAD/ ASOCIACIÓN	DIRECCIÓN ELECTRÓNICA
<b>Diploma Internacional en Comunicación Empresarial</b>	Subgraduado	Universidad Diego Portales, Chile Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España	Facultad de Comunicación y Letras	<a href="http://www.udp.cl/comunicacion/comunicacionempresarial/presentacion.htm">http://www.udp.cl/comunicacion/comunicacionempresarial/presentacion.htm</a>
<b>Diploma competencias estratégicas para comunicar y educar: La argumentación como metodología innovadora</b>	Subgraduado	Universidad Mayor, Chile		<a href="http://www.umayor.cl/diploargumentacion/001home01.htm">http://www.umayor.cl/diploargumentacion/001home01.htm</a>
<b>Diploma en Comunicación Empresarial Estratégica</b>	Subgraduado	Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey	División de Educación Continua	<a href="http://aplicaciones.cem.itesm.mx/proevent/jsp/publico/programa.jsp?id=COMUEMPESCEM1_00308CSF_20">http://aplicaciones.cem.itesm.mx/proevent/jsp/publico/programa.jsp?id=COMUEMPESCEM1_00308CSF_20</a>
<b>Bachelor in International Business Communication</b>	Subgraduado	University of Denmark, Copenhagen	Copenhagen Business School	<a href="http://uk.cbs.dk/uddannelser/bachelor/bacheloruddannelser/bachelor_hvervssprog_og_international_erhvervskommunikation">http://uk.cbs.dk/uddannelser/bachelor/bacheloruddannelser/bachelor_hvervssprog_og_international_erhvervskommunikation</a>
<b>Bachelor of Science in Business Communication (online)</b>	Subgraduado	University of Phoenix		<a href="http://www.uopxonline.com/BS_Business_Communications.asp">http://www.uopxonline.com/BS_Business_Communications.asp</a>
<b>BA in Business Communication: Specialization in Corporate</b>	Subgraduado	City University of New York (CUNY)	Department of Communication Studies	<a href="http://www.baruch.cuny.edu/wsas/departments/communication/major.html">http://www.baruch.cuny.edu/wsas/departments/communication/major.html</a>

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

TÍTULO	NIVEL	UNIVERSIDAD	FACULTAD/ ASOCIACIÓN	DIRECCIÓN ELECTRÓNICA
<b>Communication Business Communication Major/Minor Degree</b>	Subgraduado	Concordia University, Wisconsin	Communication Studies	<a href="http://www.cuw.edu/Academics/programs/communication/business_comm.html">http://www.cuw.edu/Academics/programs/communication/business_comm.html</a>
<b>BA in Management, Concentration in Business Communication</b>	Subgraduado	Loyola University, Chicago	School of Continuing and Professional Studies	<a href="http://www.luc.edu/scps/managementcomm_curriculum.shtml">http://www.luc.edu/scps/managementcomm_curriculum.shtml</a>
<b>Minor in International Business Communication</b>	Subgraduado	University of Oregon	Lundquist College of Business	<a href="http://lcb.uoregon.edu/undergrad/ibc.html">http://lcb.uoregon.edu/undergrad/ibc.html</a>
<b>Minor in Business Communication</b>	Subgraduado	Ryerson Polytechnic University, Canada	School of Business Management	<a href="http://www.ryerson.ca/calendar/1997-1998/sec_564.htm">http://www.ryerson.ca/calendar/1997-1998/sec_564.htm</a>
<b>Business Communication Major</b>	Subgraduado	Trinity Christian College, Illinois	Interdisciplinary Major	<a href="http://www.trnty.edu/depts/communication/programinfo.html">http://www.trnty.edu/depts/communication/programinfo.html</a>
<b>Minor in Business Communication</b>	Subgraduado	Bentley College Massachusetts		<a href="http://atc.bentley.edu/resources/dept/bc/minor.html">http://atc.bentley.edu/resources/dept/bc/minor.html</a>
<b>Business Communication Minor</b>	Subgraduado	Westerns Michigan University	Haworth College of Business	<a href="http://www.hcob.wmich.edu/bcm/bcm.htm">http://www.hcob.wmich.edu/bcm/bcm.htm</a>
<b>Minor Business Communication</b>	Subgraduado	Southeast Missouri State University	Department of Communication	<a href="http://www.semo.edu/sutydy/speech/index.htm">http://www.semo.edu/sutydy/speech/index.htm</a>
<b>Communication Minor for Business and Accounting Majors</b>	Subgraduado	Monmouth College, Illinois		<a href="http://department.monm.edu/cata/dept/Comm-Minor-Business.pdf">http://department.monm.edu/cata/dept/Comm-Minor-Business.pdf</a>
<b>Minor in Professional and Managerial Communication</b>	Subgraduado	University of Southern California,	School of Communication	<a href="http://annenbergl.usc.edu/CurrentStudents/UGStudentSvcs/MinorNonMaj/ManangeComm.aspx">http://annenbergl.usc.edu/CurrentStudents/UGStudentSvcs/MinorNonMaj/ManangeComm.aspx</a>



TÍTULO	NIVEL	UNIVERSIDAD	FACULTAD/ ASOCIACIÓN	DIRECCIÓN ELECTRÓNICA
<b>Communication Area Depth</b>	Subgraduado	Annenberg Emory University	Goizueta Business School, Management Communication	<a href="http://www.bus.emory.edu/coomunication/areadepth.html">http://www.bus.emory.edu/coomunication/areadepth.html</a>
<b>Maestría en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional</b>	Graduado	Universidad Autónoma de Barcelona, España	Facultad de Ciencias de la Comunicación	<a href="http://antalya.uab.es/edfc/masters-postgrados/comunicacion-periodism-postgrado.asp?programa=654/06/08/001">http://antalya.uab.es/edfc/masters-postgrados/comunicacion-periodism-postgrado.asp?programa=654/06/08/001</a>
<b>Maestría en Dirección de Comunicación Corporativa</b>	Graduado	Universidad Politécnica de Cataluña, España Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, Santo Domingo	Escuela de Administración de Empresas	<a href="http://www.pucmmsti.edu.do/estudiosgraduados/programas/MaestDirComCorpor.pdf">http://www.pucmmsti.edu.do/estudiosgraduados/programas/MaestDirComCorpor.pdf</a>
<b>Maestría en Comunicación Empresarial (Tecnologías Digitales)</b>	Graduado	IEDEC Universidad Pompeu Fabra Cataluña, España	Instituto de Educación Comercial	<a href="http://www.idec.upf.edu/es/seccions/oferta_formativa/masters_programes/curs/curs.php?curs=004539">http://www.idec.upf.edu/es/seccions/oferta_formativa/masters_programes/curs/curs.php?curs=004539</a>
<b>Maestría en Comunicación Periodística Institucional, Empresarial</b>	Graduado	Universidad Complutense, Madrid, España	Facultad de Ciencias de la Información	<a href="http://www.ucm.es/info/per3/tpropio/masterComunicacion/acceso.html">http://www.ucm.es/info/per3/tpropio/masterComunicacion/acceso.html</a>
<b>Maestría en Comunicación Empresarial Organización de Eventos y Protocolo</b>	Graduado	Escuela Superior de Negocios y Tecnologías, España		<a href="http://www.esden.es/es/master-comunicacion-organizacion-eventos-protocolo-semipresencial.asp">http://www.esden.es/es/master-comunicacion-organizacion-eventos-protocolo-semipresencial.asp</a>

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

TÍTULO	NIVEL	UNIVERSIDAD	FACULTAD/ ASOCIACIÓN	DIRECCIÓN ELECTRÓNICA
<b>MBA Executive en Comunicación Empresarial Institucional</b>	Graduado	Universidad de Palermo, Argentina	Escuela Graduada de Administración de Empresas ( <i>Graduate School of Business</i> )	<a href="http://www.palermo.edu/gsb">http://www.palermo.edu/gsb</a>
<b>MBC Master in Business Communication</b>	Graduado	University of Saint Thomas, Minnesota	Opus College of Business	<a href="http://www.stthomas.edu/cob/graduate/mbc">http://www.stthomas.edu/cob/graduate/mbc</a>
<b>Master in Business Communication</b>	Graduado	ESLSCA París, Francia	Specialized MBA	<a href="http://www.dirige.eslsca.fr/programs/mbc/overview/overview.htm">http://www.dirige.eslsca.fr/programs/mbc/overview/overview.htm</a>
<b>MBA in Management Communication</b>	Graduado	New York University	Stern School of Business	<a href="http://w4.stern.nyu.edu/mc/academic.cfm?doc_id=1691">http://w4.stern.nyu.edu/mc/academic.cfm?doc_id=1691</a>

## PROGRAMAS EN COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

UNIVERSIDAD	PROGRAMA	NIVEL	CONTENIDO
<b>University of Northern Iowa, College of Business Administration</b>	Business Communication Program *Recomendación <b>AACSB</b>	Subgraduado	Courses: Business Communication I and II, International Business Communication, Business Etiquette, Web Communication *Writing Center *Business Communication Resources: student, faculty and alumni <a href="http://www.cba.uni.edu/buscomm">http://www.cba.uni.edu/buscomm</a> <b>*Business Communication Minor</b> <a href="http://www.cba.uni.edu/dbweb/pages/programs/under-minors.cfm">http://www.cba.uni.edu/dbweb/pages/programs/under-minors.cfm</a>
<b>University of North Carolina, Chapel Hill, Kenan-Flagler Business School</b>	Management and Corporate Communication Program	Subgraduado Graduado	Courses: Management and Corporate Communication, Entrepreneurial Communication *Presentation Workshop *Business Communication Center *Writing and presentation resources <a href="http://areas.kenan-flagler.unc.edu/Communication/Pages/default.aspx">http://areas.kenan-flagler.unc.edu/Communication/Pages/default.aspx</a>
<b>Georgia State University, J. Mack Robinson College of Business</b>	Business Communication Programs	Subgraduado/ Graduado	Undergraduate course: Fundamentals of Business Communication Graduate course: Effective Executive Communication Corporate Communication *Graduate Workshop: Communication Skills and Strategies *BCP help documents (on-line) *Web resources <a href="http://robinson.gsu.edu/marketing/bcom/index.html">http://robinson.gsu.edu/marketing/bcom/index.html</a>
<b>University of Massachusetts, Amherst, Isenberg School of Management</b>	Business Communication Programs	Subgraduado	Course: Management Communication, Leadership Communication, Communication for Accounting *Writing Center *Writing Across the Curriculum Project *Honors Colloquium <a href="http://www.isenberg.umass.edu/businesscommunication/Our_Courses/">http://www.isenberg.umass.edu/businesscommunication/Our_Courses/</a>
<b>University of Wisconsin, Eau Claire College of Business</b>	Advanced Business Communication Certificate Program *Recomendación <b>AACSB</b>	Subgraduado	Courses: Business Writing, Business Presentations, Business Communication for the 21 <sup>st</sup> Century *Integrated Business Communication Curriculum *Business Communication resources (on-line) <b>*Advanced Business Communication Certificate</b> <a href="http://www.uwec.edu/cob/departments/business_communication/programs/certificate.htm">http://www.uwec.edu/cob/departments/business_communication/programs/certificate.htm</a>
<b>University of Pennsylvania,</b>	Wharton Communication	Graduado	Course: WHCP 653 Core Course, Electives Courses *Integration through Wharton – Writing assistance

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

UNIVERSIDAD	PROGRAMA	NIVEL	CONTENIDO
<b>Wharton</b>	Program Wharton- Omicom Fellows Program		*Faculty support for class presentations <a href="http://rider.wharton.upenn.edu/~commprog/">http://rider.wharton.upenn.edu/~commprog/</a>
<b>University of Notre Dame, Mendoza College of Business</b>	Eugene D. Fanning Center for Business Communication	Subgraduado/ Graduado	Fanning Center graduate courses: Management Speaking, Management Writing, Listening and Responding, Writing and Presenting a Business Plan  Undergraduate courses: Business Communication, Career Communication, Business Writing, Business Presentations *Conferences <a href="http://www.nd.edu/~fanning">http://www.nd.edu/~fanning</a>
<b>Florida-Atlantic University, Barry Kaye College of Business</b>	Graduate Business Communications Program *Recomendación <b>AACSB</b>	Graduado	*Coaching sections *Individual tutorials *Resources: professor feedback sheet *Presentation Skills Evaluation Sheet <a href="http://www.collegeofbusiness.fau.edu/gradcomm/index.html">http://www.collegeofbusiness.fau.edu/gradcomm/index.html</a>
<b>New York University Stern School of Business</b>	Management Communication Program	Subgraduado/ Graduado	Courses : Management Communication, Intercultural Communication, Communication as Advocacy, *Integrative Strategy Exercise : A Multidisciplinary Approach *Course materials (on-line) <a href="http://www.stern.nyu.edu/mc/">http://www.stern.nyu.edu/mc/</a>
<b>University of Denver Daniels College of Business</b>	Saeman Center for Managerial Communication- CMC Program	Subgraduado	Courses: Leadership and Communication, Intensive Business English *Communication pack *Seaman Center for Professional Excellence Communication Services <a href="http://www.du.edu/~cmc/cpcmc.html">http://www.du.edu/~cmc/cpcmc.html</a>
<b>University of Stanford Business School</b>	Management Communication Program	Graduado	*Seminars, workshops, individual coaching, *On Line Writing Training <a href="http://www.gsb.stanford.edu/mcp">http://www.gsb.stanford.edu/mcp</a>
<b>University of Southern California Marshall School of Business</b>	Management Communication Program	Subgraduado/ Graduado	Courses: Business Communication, International Business Communication *Center for Management Communication <b>*Concentration in Management Communication</b> <a href="http://marshall.usc.edu/web/BUCO.cfm?doc_id=271">http://marshall.usc.edu/web/BUCO.cfm?doc_id=271</a>

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

<b>Código</b>	<b>Título</b>	<b>Descripción y contenido temático</b>	<b>Criterios con los que se cumplirá</b>
<b>COEM 3001</b>	<b>Comunicación Empresarial en Español</b>	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.	Se comunicará efectivamente. Desarrollará competencia comunicativa en el contexto empresarial y profesional.
<b>COEM 3002</b>	<b>Estrategias para la redacción de documentos profesionales</b>	Análisis de situaciones y de problemas laborales, y práctica de las estrategias de comunicación adecuadas para plantearlos o solucionarlos, ya sea individualmente o en equipo. Se estudian y se aplican las estrategias para la redacción efectiva de documentos profesionales. Se presta particular atención a la adopción de una actitud crítica y creativa y a la integración de normas gramaticales, estilísticas y lógicas, principios éticos, y conocimiento psicológico, técnico y cultural, que sea pertinente.	Crearé comunicaciones profesionales más eficaces. Evaluaré críticamente problemas y situaciones empresariales para la toma de decisiones. Demostraré capacidad de liderazgo en el entorno donde se desempeña.
<b>COEM 3006</b>	<b>Seminario en técnicas de redacción en español para profesionales</b>	Estudio y análisis de los aspectos de la lengua, fundamentales para la teoría y práctica de la redacción. El objetivo principal es el estudio de la comunicación mediante el uso de lenguaje escrito. Se incursiona, por tanto, en los modelos básicos de la comunicación. El curso ofrece al estudiante la oportunidad de adquirir los conocimientos, las destrezas y las aptitudes que fortalecerán su competencia comunicativa escrita para desempeñarse eficazmente en el ámbito profesional. Se dará énfasis a la generación, el desarrollo y la organización de las ideas como fases previas a la escritura. Asimismo se estudiarán como unidades mínimas para la redacción de un texto profesional, la oración, según su estructura, los tipos de párrafos y los enlaces gramaticales que sirven de conectores lógicos para enlazar las ideas.	Crearé comunicaciones profesionales más eficaces. Se comunicará efectivamente mediante la redacción Aplicaré principios y valores éticos en los comunicados escritos.

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

## ALINEACIÓN DEL PERFIL DEL EGRESADO CON EL CURRÍCULO PROPUESTO

Metas	Objetivos	Perfil del egresado de la Secuencia Curricular	Perfil del egresado de la Facultad	Componente curricular	Título curso/s + codificación
<b>Fomentar el desarrollo de la competencia comunicativa en el contexto empresarial y profesional.</b>	Aplicar los conocimientos de la comunicación con fines prácticos a la redacción de documentos tales como: informes y propuestas.	Crearé comunicaciones profesionales más eficaces.	Se comunicará efectivamente.  Utilizará las competencias tecnológicas, de información e investigación para su crecimiento profesional continuo.		Todos
<b>Ampliar los conocimientos adquiridos en los cursos introductorios para profundizar en el desarrollo de la competencia comunicativa.</b>	Diseñar presentaciones orales y aplicar con acierto las estrategias de comunicación oral adecuadas para plantear o solucionar situaciones en el contexto laboral y profesional.	Producirá informes y propuestas adecuados a la situación, el propósito y el destinatario.	Evaluará críticamente problemas y situaciones empresariales para la toma de decisiones.  Se comunicará efectivamente.		Comunicación Oral COEM 3007  Comunicación Escrita: Comunicación Escrita: Estrategias de Redacción en el Ámbito Empresarial COEM 3002, Seminario de Redacción y Análisis de Documentos Empresariales COEM 3006, Redacción de Informes COEM 3008, Redacción de Propuestas COEM 4xxx
	Utilizar la comunicación	Mostrara hábil manejo de la	Se comunicará		Comunicación

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

<b>Metas</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Perfil del egresado de la Secuencia Curricular</b>	<b>Perfil del egresado de la Facultad</b>	<b>Componente curricular</b>	<b>Título curso/s + codificación</b>
	electrónica para interaccionar globalmente de modo más eficaz.	comunicación electrónica.	efectivamente.  Utilizará las competencias tecnológicas, de información e investigación para su crecimiento profesional continuo.		Electrónica COEM 4002
	Tomar decisiones efectivas y buscar soluciones apropiadas para resolver conflictos interpersonales y manejo de crisis.	Desarrollara la habilidad para ejercer las funciones empresariales y profesionales en un contexto intercultural.	Se comunicará efectivamente.  Demostrará la capacidad para trabajar en equipo y establecer relaciones interpersonales que reflejen sensibilidad hacia la diversidad cultural y humana.  Demostrará capacidad de liderazgo en el entorno donde se desempeña.  Aplicará principios y valores éticos.		Comunicación Interpersonal COEM 4xxx  Comunicación Intercultural en las Empresas y Organizaciones COEM 5xxx  Comunicación para la Gerencia Efectiva COEM 5xxx  Todos
	Relacionar y aplicar conocimientos y experiencias que le posibiliten un	Demostrará mejor manejo de las situaciones interpersonales que surgen	Evaluará críticamente problemas y situaciones empresariales para la toma		

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

Metas	Objetivos	Perfil del egresado de la Secuencia Curricular	Perfil del egresado de la Facultad	Componente curricular	Título curso/s + codificación
	intercambio cultural provechoso, tanto en la ejecución empresarial y profesional, como en el aspecto social y personal.	en el contexto empresarial.	de decisiones.  Se comunicará efectivamente.  Demostrará la capacidad para trabajar en equipo y establecer relaciones interpersonales que reflejen sensibilidad hacia la diversidad cultural y humana.  Demostrará capacidad de liderazgo en el entorno donde se desempeña.		Comunicación Oral: COEM 3007 Comunicación Escrita: Estrategias de Redacción en el Ámbito Empresarial COEM 3002, Seminario de Redacción y Análisis de Documentos Empresariales COEM 3006, Redacción de Informes COEM 3008, Redacción de Propuestas COEM 4xxx  Comunicación Interpersonal COEM 4xxx
	Desarrollar las destrezas de los futuros profesionales para comportarse con acierto ante diferentes contextos sociales y profesionales, de modo que puedan desempeñarse exitosamente.	Conocerá acerca del protocolo empresarial tanto en el contexto local como el internacional.	Se comunicará efectivamente.  Aplicará principios y valores éticos.  Demostrará la capacidad para trabajar en equipo y establecer relaciones interpersonales que reflejen sensibilidad hacia		Etiqueta y Protocolo Empresarial COEM 4001

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2



Metas	Objetivos	Perfil del egresado de la Secuencia Curricular	Perfil del egresado de la Facultad	Componente curricular	Título curso/s + codificación
			la diversidad cultural y humana.		
		Podrá autoevaluar el dominio de la competencia comunicativa mediante la información obtenida de las diversas actividades individuales y grupales realizadas.	Se comunicará efectivamente.  Demostrará la capacidad para trabajar en equipo y establecer relaciones interpersonales que reflejen sensibilidad hacia la diversidad cultural y humana.		Etiqueta y Protocolo Empresarial COEM 4001  Comunicación Interpersonal COEM 4xxx  Comunicación Intercultural COEM 5xxx  Comunicación para la Gerencia Efectiva COEM 5xxx

## RELACIÓN DE LOS CURSOS, EL CONTENIDO, TEMÁTICA Y LOS CRITERIOS DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL EN ESPAÑOL

Código	Título	Descripción y contenido temático	Criterios con los que se cumplirá
<b>COEM 3001</b>	<b>Comunicación Empresarial en Español</b>	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.	Se comunicará efectivamente.  Desarrollará competencia comunicativa en el contexto empresarial y profesional.
<b>COEM 3002</b>	<b>Estrategias para la redacción de documentos profesionales</b>	Análisis de situaciones y de problemas laborales, y práctica de las estrategias de comunicación adecuadas para plantearlos o solucionarlos, ya sea individualmente o en equipo. Se estudian y se aplican las estrategias para la redacción efectiva de documentos profesionales. Se presta particular atención a la adopción de una actitud crítica y creativa y a la integración de normas gramaticales, estilísticas y lógicas, principios éticos, y conocimiento psicológico, técnico y cultural, que sea pertinente.	Crearé comunicaciones profesionales más eficaces.  Evaluaré críticamente problemas y situaciones empresariales para la toma de decisiones.  Demostraré capacidad de liderazgo en el entorno donde se desempeña.
<b>COEM 3006</b>	<b>Seminario de Redacción y Análisis de Documentos Empresariales</b>	Estudio y análisis de los aspectos de la lengua, fundamentales para la teoría y práctica de la redacción. El objetivo principal es el estudio de la comunicación mediante el uso de lenguaje escrito. Se incursiona, por tanto, en los modelos básicos de la comunicación. El curso ofrece al estudiante la oportunidad de adquirir los conocimientos, las destrezas y las aptitudes que fortalecerán su competencia comunicativa escrita para desempeñarse eficazmente en el ámbito profesional. Se dará énfasis a la generación, el desarrollo y la organización de las ideas como fases previas a la escritura. Asimismo se estudiarán como unidades mínimas para la redacción de un texto profesional, la oración, según su estructura, los tipos de párrafos y los enlaces gramaticales que sirven de conectores lógicos para enlazar las ideas.	Crearé comunicaciones profesionales más eficaces.  Se comunicará efectivamente mediante la redacción  Aplicaré principios y valores éticos en los comunicados escritos.

<b>Código</b>	<b>Título</b>	<b>Descripción y contenido temático</b>	<b>Criterios con los que se cumplirá</b>
<b>COEM 3007</b>	<b>Comunicación Oral y para otros Empresarios Profesionales</b>	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, la entrevista y el vídeo-currículum, entre otras modalidades.	<p>Se comunicará efectivamente.</p> <p>Diseñará presentaciones orales y aplicará con acierto las estrategias de comunicación oral adecuadas para plantear o solucionar situaciones en el contexto laboral y profesional.</p> <p>Desarrollará competencia comunicativa en el contexto empresarial y profesional.</p>
<b>COEM 3008</b>	<b>Redacción de Informes</b>	<p>Estudio y práctica de los conceptos teóricos y de las estrategias que permiten el desarrollo o mejoramiento de las destrezas necesarias para redactar informes. Se estudian ejemplos de distintos tipos de informes formales e informales, analíticos e informativos. A lo largo del curso el/la estudiante produce varios escritos de este tipo y pone en práctica técnicas de investigación.</p> <p>En el curso se procura realizar los ajustes esenciales para el acomodo de los/las estudiantes con necesidades especiales.</p>	<p>Aplicará los conocimientos de la comunicación con fines prácticos a la redacción de documentos tales como: informes y propuestas.</p> <p>Producirá informes y propuestas adecuados a la situación, el propósito y el destinatario.</p>

Código	Título	Descripción y contenido temático	Criterios con los que se cumplirá
COEM 4001	<b>Etiqueta y Protocolo en el Entorno Empresarial</b>	Este curso ofrece una introducción general a la información necesaria en Etiqueta y Protocolo para aquellos que interesan trabajar con soltura, confianza y éxito en el entorno empresarial en Puerto Rico, en Estados Unidos, así como en otras sociedades y culturas. Además del conocimiento, la preparación técnica y la experiencia profesional, es necesario tener la educación, la información y las destrezas en las formas y procesos correctos de conducta social en el mundo de los negocios. El curso ofrece las reglas de conducta, sus fundamentos teóricos y su razón de ser, así como las destrezas y la formación práctica para funcionar efectivamente en las empresas.	Desarrollará las destrezas de los futuros profesionales para comportarse con acierto ante diferentes contextos sociales y profesionales, de modo que puedan desempeñarse exitosamente.  Conocerá acerca del protocolo empresarial tanto en el contexto local como internacional.
COEM 4002	<b>Comunicación Electrónica en la Empresa</b>	Análisis de la comunicación empresarial electrónica en sus múltiples manifestaciones, con particular atención a los cambios que ha originado el uso de la computadora, para tal fin, en el mundo de los negocios y de la empresa; nuevos desafíos y peligros, así como las repercusiones de la tecnología informática en el lenguaje propio como forma de comunicación. Se destaca la importancia de la comunicación eficaz, en forma, contenido, propósito y adecuación del comunicado electrónico, según las circunstancias específicas de cada caso. También se da importancia a los cambios ocurridos en el estilo de trabajo y la comunicación dentro y fuera de la empresa, a la globalización, así como a las implicaciones éticas de la comunicación electrónica.	Utilizará las competencias tecnológicas, de información e investigación para su crecimiento profesional.  Utilizará la comunicación electrónica para interactuar globalmente de modo más eficaz.

Código	Título	Descripción y contenido temático	Criterios con los que se cumplirá
COEM 4xxx	<b>Redacción de Propuestas en Español</b>	Estudio y desarrollo de propuestas en un contexto empresarial. Se recalca la importancia de redactar propuestas en español que sean persuasivas, claras, concisas, bien documentadas, innovadoras y diferentes.	<p>Crearé comunicaciones profesionales más eficaces.</p> <p>Aplicaré los conocimientos de la comunicación con fines prácticos a la redacción de documentos tales como: informes y propuestas.</p> <p>Produciré informes y propuestas adecuados a la situación, el propósito y el destinatario.</p>
COEM 4xxx	<b>Comunicación Interpersonal</b>	Estudio y aplicación de destrezas de comunicación interpersonal necesarias en contextos empresariales y/o profesionales. Se analizan y se discuten factores que dificultan las relaciones interpersonales entre los miembros de una organización; se presentan sugerencias para resolver situaciones difíciles. Importancia del trabajo en equipo. Se identifican actitudes y comportamientos que favorecen o dificultan la comunicación interpersonal. Se fomenta la aplicación de modos positivos para reformular la expresión que contiene mensajes explícitos o implícitos inadecuados.	<p>Demostrará mejor manejo de las situaciones interpersonales que surgen en el contexto empresarial.</p> <p>Tomará decisiones efectivas y buscará soluciones apropiadas para resolver conflictos interpersonales y manejo de crisis.</p> <p>Demostrará la capacidad para trabajar en equipo y establecer relaciones interpersonales que reflejen sensibilidad hacia la diversidad cultural y humana.</p>

Código	Título	Descripción y contenido temático	Criterios con los que se cumplirá
<b>COEM 5001</b>	<b>Comunicación Intercultural</b>	<p>Estudio del desarrollo de las diversas teorías de la comunicación intercultural en un contexto empresarial. El curso presenta una visión panorámica de los factores que contribuyen al incremento de los encuentros interculturales. Es un curso interdisciplinario pues se integran conocimientos tanto teóricos como prácticos relacionados con la comunicación intercultural. Se estudian disciplinas auxiliares como la historia, la economía, la tecnología, ciencias sociales, lingüística, estilística y psicología.</p>	<p>Desarrollará la habilidad para ejercer las funciones empresariales y profesionales en un contexto intercultural.</p> <p>Demostrará la capacidad para trabajar en equipo y establecer relaciones interpersonales que reflejen sensibilidad hacia la diversidad cultural humana.</p> <p>Relacionará y aplicará conocimientos y experiencias que le posibiliten un intercambio cultural provechoso, tanto en la ejecución empresarial y profesional, como en el aspecto social y personal.</p>
COEM 5xxx	<b>Comunicación para la Gerencia Efectiva</b>	<p>Este curso presenta estrategias de comunicación escrita, oral e interpersonal que facilitan una gerencia efectiva. Se aborda el marco fundamental para la gestión de actitud de líderes y de los equipos de trabajo: comunicación persuasiva, comunicación para el cambio organizacional. Este marco referencial provee la base para explorar la comunicación en una variedad de escenarios gerenciales.</p> <p>Los temas que se cubren en el curso incluyen: manejo y gestión de información, selección apropiada de canales de comunicación, desarrollo de un sistemas de retroalimentación eficiente, comunicación para el cambio, persuasión.</p>	<p>Crearé comunicaciones gerenciales más eficaces. Utilizaré las competencias tecnológicas y de información e investigación para su crecimiento profesional continuo.</p> <p>Evaluaré críticamente problemas y situaciones empresariales para la toma de decisiones.</p> <p>Demostraré capacidad de liderazgo en el entorno donde se desempeña.</p>

10 de febrero de 2009

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

**RELACIÓN DE LOS CURSOS, EL CONTENIDO, TEMÁTICA Y LOS CRITERIOS  
DEPARTAMENTO DE INGLÉS COMERCIAL**

<b>Código</b>	<b>Título</b>	<b>Descripción y contenido temático</b>	<b>Criterios con los que se cumplirá</b>
<b>INCO/BUEN 3005</b>	Comunicación Empresarial	Estudio de los elementos, principios y prácticas fundamentales de la comunicación empresarial. Se estudia el proceso lógico y creativo de la redacción; dándole un énfasis a los comunicados en el contexto empresarial y profesional.	Se comunicará efectivamente mediante la redacción de documentos en inglés.  Desarrollará la competencia comunicativa en inglés en el contexto empresarial y personal.  Aplicará principios y valores éticos en la comunicación escrita.
<b>INCO/BUEN 3008</b>	Técnicas de pronunciación	Estudio de la fonética del inglés y su efecto en la expresión oral. Practica sistemática en la pronunciación correcta de los sonidos que ofrecen mayor dificultad al estudiante de habla hispana, con atención especial al ritmo y entonación del inglés.	Se comunicará efectivamente mediante presentaciones orales en inglés, aplicables a situaciones empresariales y profesionales.  Desarrollará la competencia comunicativa en inglés en el contexto empresarial y personal.  Aplicará principios y valores éticos en la comunicación oral.
<b>INCO/BUEN 3010</b>	Técnicas de redacción y destrezas de la comunicación empresarial en inglés	Desarrollo de las técnicas de redacción y de las destrezas auditivas y orales en la comunicación empresarial en inglés a través de actividades variadas que incluyan la lectura y discusión de la literatura empresarial en inglés. El curso está dirigido a estudiantes de Administración de Oficina. Los estudiantes aprenden a identificar la	Crearé comunicaciones efectivas tanto orales como escritas.  Entrará en contacto con la literatura empresarial como trasfondo para el desarrollo de competencias comunicativas

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

Código	Título	Descripción y contenido temático	Criterios con los que se cumplirá
		interferencia del español al idioma inglés en los documentos de inglés comercial. Se da énfasis a la terminología y expresiones del inglés comercial. El uso de la tecnología es fundamental en la búsqueda de información. Se escogerá un tema de comunicación en las empresas por semestre.	efectivas, tanto en la lectura como en la redacción.  Aplicará principios y valores éticos en la comunicación oral y escrita.  Utilizará la tecnología como medios de comunicación y de investigación.
<b>INCO/BUEN 3011</b>	Traducción	Técnicas empleadas en la traducción al inglés y del inglés al español. Se da énfasis al vocabulario, los modismos y estructura de ambos idiomas y sus implicaciones en el comercio.	Desarrollará la competencia comunicativa en inglés en el contexto empresarial y personal.  Analizará e identificará situaciones lingüísticas y culturales que inciden en la traducción y redacción efectiva de comunicados.  Utilizará la tecnología como medios de comunicación y de investigación.
<b>INCO/BUEN 4045</b>	Comunicación comercial en ambientes multiculturales	Los valores y características de los diversos grupos culturales en Puerto Rico y su aplicación en la comunidad comercial.	Desarrollará las competencias para funcionar efectivamente en contextos interculturales.  Aplicará el conocimiento de lo multicultural en contextos empresariales y profesionales.  Trabajara en equipo estableciendo relaciones interpersonales que reflejen su conocimiento y sensibilidad hacia la diversidad cultural.

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2



**PLAN DE DESARROLLO ACADÉMICO Y PROFESIONAL  
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL EN ESPAÑOL**

Profesor	Investigaciones	Publicaciones	Otras actividades académicas	Estudios	Licencias/ Sustituciones de tareas
<b>Lizette M. Deliz Varela</b>	Diseñar los instrumentos de avalúo para los cursos del certificado en comunicación empresarial, a saber: Comunicación Electrónica, Comunicación Intercultural para los Negocios, Comunicación Interpersonal, Protocolo Empresarial y Redacción de Propuestas. Se publicará un folleto con las rúbricas sugeridas para los cursos.	Publicación de un folleto de las rúbricas de los cursos del Certificado en Comunicación Empresarial			
<b>Zoraida Fajardo Heyligler</b>	Nuevas estrategias de negociación, comunicación intercultural, ética en los negocios	Manual: las investigaciones realizadas durante el primer semestre 2008-09 redundarán en una versión revisada y ampliada de <b>Comunicación Empresarial: Manual de Ejercicios</b>	Servir de facilitadora de procesos para impulsar académicamente en la FAE la iniciativa de Escritura Transcurricular		Licencia sabática para la revisión y ampliación de <b>Comunicación Empresarial: Manual de Ejercicios</b>
<b>Rosa M. Guzmán Merced</b>	Investigación para el diseño de un seminario sobre Empresarismo y Literatura				Sustitución de tarea para trabajar en el tema Empresarismo y Literatura
<b>Nitza Hernández</b>	Investigación para la creación de un seminario de integración para el secuencial de comunicación			Programa Latinoamericano de Posgrado en Gestión del Conocimiento y Capital Intelectual/KM	creación de un seminario de integración para el secuencial de comunicación empresarial

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

Profesor	Investigaciones	Publicaciones	Otras actividades académicas	Estudios	Licencias/ Sustituciones de tareas
	empresarial.			Latinoamérica 2008, Escuela de Economía y Negocios Internacionales de la Universidad de Belgrano, Argentina. 27 al 31 de octubre de 2008	
<b>Ilia E. López Jiménez</b>	Comunicación internacional  Comunicación y redes sociales  El español como negocio Comunicación para el cambio organizacional	<i>Del diálogo a la acción: el Foro como espacio de encuentro-ensayo sometido para publicación en las <b>Actas de las Escuelas de Diseño, Universidad de Palermo, Argentina.</b> Mayo 2008</i>	Presentar ponencia titulada enredando y conectando: Comunicación y redes sociales, IX Congreso de Investigadores de Comunicación Social de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación, México, octubre 2008	Solicitar Ayuda Económica Especial para asistir al curso intensivo de verano sobre International Management, ofrecido por la École Supérieure de Gestion, París, Francia	
<b>Juan A. Peña Hevia</b>	Nuevos temas para añadir al proyecto de libro "Resumé y nuevas tendencias electrónicas"	Libro: <b>El resumé y las nuevas tendencias electrónicas</b>	Ponencia: Congreso "Ciencias, tecnologías y culturas" en Santiago, Chile-noviembre 2008		
<b>Ana M. Pérez Rodríguez</b>	Investigación con el fin de revisar y actualizar el libro de texto de COEM 3002: <b>Comunicados internos y externos en el ámbito empresarial</b>				Licencia sabática para la publicación del texto: <b>Comunicados internos y externos en el ámbito empresarial</b>
<b>Sandra Sepúlveda Trinidad</b>	Continuar la redacción del libro sobre propuestas en español	Libro: <b>De propuestas competitivas y más</b>	Ponencia: Globalización y diáspora puertorriqueña-AATSP <i>Annual Conference</i> en San José, Costa Rica-julio 2008  <i>The Noise of Infinite Longing</i> de Luisita López Torregrosa o las ¿fronteras? Globales	Globalización, tecnología, comunicación y cultura	Sustitución de tareas para investigación

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

Profesor	Investigaciones	Publicaciones	Otras actividades académicas	Estudios	Licencias/ Sustituciones de tareas
<b>Camille Villafañe Rodríguez</b>			<p>puertorriqueñas como parte de JALLA 2008 (Jornadas Andinas de Literatura Latinoamericana en Santiago, Chile-agosto 2008</p> <p>Educación a distancia como parte del Congreso: Ciencias, tecnologías y culturas en Santiago, Chile octubre-noviembre 2008</p> <p>Secretaría de Actas de Facultad</p> <p>Asistir al Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008 en Buenos Aires, Argentina julio-agosto</p> <p>Énfasis: Fortalecer el proceso de enseñanza-aprendizaje y avalúo a tono con la disciplina o profesión y el perfil del estudiantado. Estimular y fortalecer la actividad erudita, investigativa y creativa, y a su divulgación.</p> <p>Convención: Association for Business Communication, Nevada 30 de octubre al 1 de noviembre</p>		

Profesor	Investigaciones	Publicaciones	Otras actividades académicas	Estudios	Licencias/ Sustituciones de tareas
			Conferencia o taller sobre avalúo: Por identificar.		
			Énfasis: Fortalecer el proceso de enseñanza aprendizaje y avalúo a ton con la disciplina o profesión y el perfil del estudiantado.		

10 de septiembre de 2008

**PLAN DE DESARROLLO ACADÉMICO Y PROFESIONAL  
DEPARTAMENTO DE INGLÉS COMERCIAL**

<b>Profesor(a)</b>	<b>Investigaciones</b>	<b>Publicaciones</b>	<b>Otras actividades académicas</b>	<b>Estudios</b>	<b>Sustituciones de tareas</b>
<b>Josué Alejandro, Ph.D</b>	<p>How to teach idioms in the classroom Presenter TESOL Metro Chapter</p> <p>The Use of Humor in the Classroom Co/presenter at the College Board Conference 2005</p>	<b>MA Translation 2008</b>	<p>Member of the Business English Personnel Committee (2009)</p> <p>Chairman of the Library Committee (2006 )</p> <p>Member of the Editorial Board of Editing and reviewing documents for the Accreditation Committee (2008-2009) Forum Empresarial (2007-2009)</p> <p>Instructor at the Brooklyn College Summer Institute for the faculty of Education, Rio Piedras Campus (2005)</p> <p>College Board Test Items Committee President (2009)</p> <p>College Board Test items reviewer ( 2002-2008 )</p>		<p>CIEPA member representing Business English Department (2009)</p> <p>Editing and reviewing documents for the Accreditation Committee (2008-2009)</p> <p>Traducción de documentos de acreditación de la FAE , 2008 -2009</p>
<b>Aida Andino, Ph.D</b>	<p><b>Strategic Business Communication: A Reflection of Critical Thinking in the Classroom and the Workplace;</b> Presentation Incline Village, Reno, Nevada , Association of Business Communication. October 2008</p>		<p><b>Comité de Currículo [Comité Departamento y de Facultad 2008-2009</b> Asesor Académico [Asesor Académico de Estudiantes] Asesor. Rio Piedras: Administración de Empresas, Ingles Comercial, UPR.</p>	<p><b>Curso de Comunicación Empresarial II, Programa de Capacitación Profesional, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina,</b> Sponsored by the College of Business Administration, University of Puerto Rico, Río Piedras</p>	<p><b>Coordinadora de Avalúo</b> (2007- 2009)</p> <p><b>Miembro del Proyecto de Competencias de Comunicación</b> de FAE - Inglés 2009</p> <p><b>Asesora Académica,</b></p>

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

Profesor(a)	Investigaciones	Publicaciones	Otras actividades académicas	Estudios	Sustituciones de tareas
	<p><b>Diversity Among Hispanics,:</b> Association for Business Communication Annual Convention, San Antonio, Texas. October 2006 (28/Oct/2004).</p>		<p><b>Comité de Personal Departamento y de Facultad</b> 2008 -2009</p> <p>Vice President Central South America and Caribbean - Association for Business Communication 2006-2008</p>	<p>Campus, 2007 32 hours:</p>	<p>2009</p> <p><b>Senadora Académico,</b> 2003-2004</p>
<p><b>Ivelisse Hernández, MA</b></p>	<p>VNET. Currently participating in a campus wide pilot program involving the use of new technology as special tool for students. 2009</p> <p>Paper presentation <b>Communication processes through university and company web pages.</b> Association for Business Communication 73<sup>rd</sup> Annual Convention.: Incline Village, Nevada. October -November 2008.</p> <p>Paper presentation: <b>New Course Management System Enhances Academic Communications: How technology Advances the Class-rooms Experience: The Case of the University of Puerto Rico, Río Piedras Campus.</b> Washington D.C. Association for Business Communication October, 2007</p> <p><i>The Organization and the World of Communications.</i></p>		<p>Presidente del Comité de Biblioteca de la FAE 2008-2009</p> <p>Coordinadora de los cursos INCO 3005 - 3006 segundo semestre 2008 -2009</p> <p>Served as interpreter to visiting Dean from Trinidad &amp; Tobago at <b>Business Dean’s Encounter</b>, February 19-20, 2009 from 9 a.m. to 4 p.m. at the Business Administration Graduate School.</p>	<p><b>Cursos de Comunicación Empresarial II y I Programa de Capacitación Profesional, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina,</b> Sponsored by the College of Business Administration, University of Puerto Rico, Río Piedras Campus, 2006 y 2007</p> <p><i>Curso : Case Study Method: How to learn it and teach it.</i> The Guayacán Center for Global Entrepreneurship &amp; Private Equity. Dan Isenberg, Senior Lecturer, Harvard Business School. May, 2008</p> <p>“Beyond Babel: The Art and Science of Emphatic Translations” The David Rockefeller Center for Latin American Studies at Harvard University. Puerto Rico Winter Institute. January, 2008 October, 2007</p> <p>Neuro Learning Workshop/Seminar. Latin-American Neuro-Learning</p>	<p>VNET. Currently participating in a campus wide pilot program involving the use of new technology as special tool for students. January, 2007-2009</p>

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

Profesor(a)	Investigaciones	Publicaciones	Otras actividades académicas	Estudios	Sustituciones de tareas
	<p>Prof. Paola Lattuada, University of Palermo, Argentina. <i>Communication within an Organization: The Enterprice's case</i>. Dra. Nitza Hernández, University of Puerto Rico. <i>A Portrait of the Communication industry in Puerto Rico</i>. Academic Senate. November, 2007</p>			<p>Institute. University of Puerto Rico, Río Piedras Campus. College of Education. (23 hours).</p> <p>Translation Seminar. <i>Translating Business Documents</i>. Graduate Program in Translation. University of Puerto Rico, Río Piedras Campus September, 2007</p> <p>Assessment Seminar. <i>Reviving, surviving, and even thriving through assessment</i>. Sponsored by The Association to Advanced Collegiate Schools of Business(AACSB). San Diego, California. May, 2007</p> <p>TECNO CARIBE. San Juan Convention Center, San Juan, Puerto Rico. March, 2007</p>	
<p><b>Evelyn Ramos Ph.D</b></p>	<p><b>Técnicas De Autoayuda</b>, VI Encuentro Internacional y Nacional de Educación, Guadalajara, <b>México</b>, 6 de marzo de 2005</p> <p><b>Manejo de Gente Difícil</b>, Programa de Capacitación de Estudiantes Graduados, Decanato de Estudios Graduados e Investigación, Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras, 19 de junio</p>	<p>(Terminado y en Gestiones para Publicar) <b>The Waves of Life: You can't stop them, but you can learn to surf 2008 - 09</b></p> <p><b>¿Qué hago durante los momentos difíciles de mi vida?</b>, Presentación de libro, Centro de Investigaciones Comerciales, Facultad de Administración de Empresas, Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras, 12 de noviembre</p>	<p><b>Miembro, Junta Consultiva del Consejo de Educación Superior</b>, 2008-Presente</p> <p><b>Evaluadora, Proyecto Piloto de Mentoría en la Investigación Para Crear Estudios de Caso Multimedia Sobre Empresas y Economía en/de Puerto Ricos</b>, Escuela Graduada y Centro de Investigaciones Comerciales, Facultad de Administración de Empresas, Universidad de Puerto Rico,</p>	<p><b>El 1-2-3 de los Recursos Humanos</b>, Red de Empresarias y Mujeres Profesionales de la Cámara de Comercio de Puerto Rico, Amadeus Bistro Bar, Hato Rey, 18 de noviembre 2008</p> <p><b>Leadership: Great Leaders, Great Teams, Great Results</b>, Taller de tres días, Franklin Covey Center, San Juan, 23, 26, 27 de septiembre 2008</p>	<p><b>Positive Psychological Capital sychological Capital: Implications for Management Courses</b> enero 2008-Presente</p>

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

Profesor(a)	Investigaciones	Publicaciones	Otras actividades académicas	Estudios	Sustituciones de tareas
	<p><b>Técnicas Para El Manejo Del Coraje</b>, Trigésima Asamblea Anual de la Asociación de Profesores de Educación Comercial de Puerto Rico, Embassy Suites, Dorado 2007</p> <p><b>Empleos No Tradicionales Para Las Mujeres</b>, Coordinadora Paz para la Mujer, Arecibo, 3 de febrero 2006</p> <p><b>La Magia De la Musicaterapia</b>, Decanato de Administración, Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras, 27 de abril de 2006</p> <p><b>El Poder De La Comunicación</b>, Academia María Reina, 30 de noviembre 2005</p> <p><b>El Poder De La Comunicación</b>, Academia María Reina, 30 de noviembre 2005</p> <p><b>Los Múltiples Roles de las Mujeres</b>, Celebración del Día Internacional de la Mujer Trabajadora, Programa de Estudiantes Orientadores, Universidad de Puerto Rico, Recinto de</p>	<p>2008</p> <p>Presentación de libro, Librería Castle Books, San Patricio Plaza, 26 de junio 2008</p>	<p>Recinto de Río Piedras, 2008- Presente</p> <p>Secretaria, Comité de Personal Departamental 2006-presente</p> <p>Comité de Currículo Departamental 2004 presente</p> <p>3. Comité Asesor de FAE, 2006-2004</p> <p>4.</p> <p>5. Miembro, Comité para la Elaboración del Instrumento de Evaluación del Personal Docente de Consejería, 2006</p> <p>Miembro, <b>Comité Interfacultativo del Instituto del Verano y del Centro de Competencias Lingüísticas</b>, nombrada por el Decano, mayo 2006</p> <p><b>Corrección de Resúmenes</b> Feria Anual de Empleo del Recinto 2007- 2003</p> <p><b>Segundo Miembro, Disertación Doctoral en Psicología Clínica:</b></p> <p>Rivera Galarza, C. (2004). <i>Las Luchas De Poder En las Relaciones De Pareja En Familias Evangélicas En Puerto Rico</i>. Disertación</p>	<p><b>La Clave de la Comunicación</b>, Instituto de Competitividad de la Cámara de Comercio de Puerto Rico, 18 de septiembre 2008</p> <p><b>Leyes Laborales</b>, EXPO Cámara, Cámara de Comercio de PR, Centro de Convenciones de PR, 11 de octubre 2008</p> <p><b>Mujer: Sector Clave para el Éxito Empresarial</b>, EXPO Cámara, Cámara de Comercio de PR, Centro de Convenciones de PR, 11 de octubre 2008</p> <p><b>Seminario de Comunicación Empresarial</b>, Parte II, Departamento de Inglés Comercial y Departamento de Comunicación Empresarial en Español, 18-19 de abril 2007</p> <p><b>Técnicas para mejorar la salud emocional</b>, Programa de Educación en Salud y Bienestar, La Cruz Azul de Puerto Rico, Inc., UPR, 18 de octubre 2006</p>	

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2



Profesor(a)	Investigaciones	Publicaciones	Otras actividades académicas	Estudios	Sustituciones de tareas
	Río Piedras, 3 de marzo 2004		<p>doctoral inédita, Escuela Graduada de Psicología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras.</p> <p><b>Lectora, Disertación Doctoral en Educación de la Dra. Maribel Huertas,</b> Directora del Departamento de Sistemas de Oficina, FAE :</p> <p>Huertas, M. (2003). <i>Percepción De la Facultad Y Los Estudiantes Del Bachillerato en Administración de Sistemas de Oficina Sobre Un Programa De Educación A Distancia.</i> Disertación Doctoral, Universidad Interamericana, Recinto de Río Piedras.</p> <p><b>Miembro de panel de jueces para evaluar la validez de contenido del instrumento de investigación</b> utilizado en la disertación doctoral de la Dra. Rita Delíz Cordero Colegio Universitario Tecnológico de Bayamón, UPR:</p>		
<b>Magda Ramos</b>		Dissertation: <b>The discourse of race as reflected in the press of St. Croix in the 1970s and 1980s.</b> 2007	<p>Coordinadora del curso INCO 3008 - Inglés Conversacional</p> <p>Translator. Freelance English, French and Spanish translations for firms related to insurance, banking, law and engineering.</p>		Traducción de todos los prontuarios de cursos de Programa ADSO del español al inglés primer semestre 2008 - 2009

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

Profesor(a)	Investigaciones	Publicaciones	Otras actividades académicas	Estudios	Sustituciones de tareas
<b>Emilda Rivera, Ph.D</b>	<p>Pilot project : <b>Promoting and increasing the use of the Business English (BUEN) Laboratory as a Multimedia Center for all BUEN students.</b> (2006-2007 academic year)</p> <p><b>Using Graphic Organizers as Assessment Tools.</b> In-House Workshop on Assessment Tools in Business Communication. University of Puerto Rico, College of Business Administration, Department of Business English, San Juan, PR (October 2008)</p>	<p><b>Affixes as a Strategy for Vocabulary Acquisition in a First Year ESL College Reading Course.</b> [Doctoral dissertation] College of Education, University of Puerto Rico, Rio Piedras Campus. (2005)</p> <p><b>Samuel Johnson: The Man and His Dictionary of the English Language.</b> Paper on the 250<sup>th</sup> anniversary of Johnson's <i>Dictionary of the English Language</i> including biographical information about Johnson's life, his principal works and how he produced his <i>Dictionary</i>. Article published in <u>Revista Pedagogía</u>, Vol. 40 (1) [ISSN 0031-3769], College of Education, University of Puerto Rico, Rio Piedras Campus, December 2007.</p>	<p><b>Using Graphic Organizers as Assessment Tools.</b> In-House Workshop on Assessment Tools in Business Communication. University of Puerto Rico, College of Business Administration Department of Business English, (October 2008)</p> <p>Served as interpreter to visiting Dean from Guyana at <b>Business Dean's Encounter</b>, February 19-20, 2009 from 9 a.m. to 4 p.m. at the Business Administration Graduate School.</p> <p>Worked revising resumes, both in person and online, for the 2007, 2006, 2005, <b>Campus Job Fair</b> sponsored by the Office of the Dean of Academic Affairs</p>	<p>Continued Education Certificate, <b>Primera jornada de evaluación: Evaluación para el empoderamiento (Empowerment Evaluation), Dr. David Fetterman from Stanford University</b>, Sponsored by the <i>Centro de Investigaciones Educativas</i>, (UPRRP), 2008</p> <p><b>Curso de Comunicación Empresarial II, Programa de Capacitación Profesional, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina</b>, Sponsored by the College of Business Administration, University of Puerto Rico, Río Piedras Campus, 2007 32 hours:</p>	<p><b>Coordinadora del Centro de Comunicación Comercial y Laboratorio</b> - adscrito al Departamento de Inglés Comercial Año Académico 2008-2009</p>
<b>Leticia Rodríguez, Ph.D</b>	<p>Positive Thinking and Leadership in Business Communication, 2009.</p> <p>Bilingual/Bicultural Teacher Training Curriculum and Model for Business Communication, 2008</p> <p>Thoughts and Bilingual/Bicultural Business Issues and the</p>	<p>Thoughts and Bilingual/Bicultural Business Issues and the process of Reading. Reading Book of the Academy of Business Administration International. Presentado en Congreso agosto. 2008 Florence, Italia.</p> <p>Teaching Business Communication in a Pluralistic Society. Academy of Business Administration. Aruba. 2006</p>	<p>Coordinadora Curso INCO 4008 Coordinador. Facultad de Administración de Empresas, Departamento de Inglés Comercial, Recinto de Río Piedras, UPR. 2008-2009</p> <p>Secondary Research. : Escuela Graduada en Administración de Empresas. Workshop (noviembre 2008).</p> <p>Graduate Seminar in ESL</p>	<p><b>Cursos de Comunicación Empresarial II - Programa de Capacitación Profesional, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina</b>, Sponsored by the College of Business Administration, University of Puerto Rico, Río Piedras Campus, 2007</p>	<p>Senadora Académica Administración de Empresas, Inglés Comercial, Recinto de Río Piedras, 2008 - 2009</p>

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

Profesor(a)	Investigaciones	Publicaciones	Otras actividades académicas	Estudios	Sustituciones de tareas
	<p>process of Reading. Reading Book of the Academy of Business Administration International. Presentado en Congreso agosto. 2008 Florence, Italia.</p> <p>Teaching Business Communication in a Pluralistic Society. Academy of Business Administration. Aruba.2006</p> <p>Perception and Interpretation of Movie Icons for Teaching Instruction. Academy of Business Administration. Las Vegas, USA. 2006</p> <p>La lectura y el proceso de comunicación empresarial. Academy of Business Administration. Florence, Italy: (11 de agosto de 2008)..</p>	<p>Perception and Interpretation of Movie Icons for Teaching Instruction. Academy of Business Administration. Las Vegas, USA. 2006</p> <p>Rodríguez-Talavera, Leticia &amp; Otros (2003-Presente Curricular Framework English Program. Instituto Nacional para el Desarrollo Curricular. Colaboradora de este Programa del Departamento de Educación de Puerto Rico. San Juan, Puerto Rico.</p>	<p>Language Acquisition. . San Juan, Puerto Rico: InterAmerican University. 2006</p> <p>(2004). Multiple Intelligence and the Writing Process. Guadalajara, México. 2004</p> <p>(2008-2009 Sem 1). Creación de Cursos Nuevos INCO 4008 e INCO 3010</p> <p>Revisión de Curso BUEN 4045 [Otra Tarea Académica] Coordinador. Facultad de Administración de Empresas, Departamento de Inglés Comercial, Recinto de Río Piedras, Universidad de Puerto Rico.</p> <p>Presidir Comité Ad Hoc Revisión Propuesta Curricular Departamental Administración de Empresas, Inglés Comercial, Recinto Río Piedras, UPR.</p> <p>Compensación para servir de lectora de tesis doctoral en la Facultad de (2008-2009 Sem 1).</p> <p>Comité de Currículo [Comité facultad] Miembro Educación UPRRP (2003-2004 SEM 1)</p>		

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

Profesor(a)	Investigaciones	Publicaciones	Otras actividades académicas	Estudios	Sustituciones de tareas
<p><b>María E. Rivera, MA</b>  <b>Directora Interina,</b></p> <p><b>INCO 2003-2009</b></p>	<p>Creación del curso modular INCO 4008 - “Strategic Business Communication ” 2008</p> <p>“Spanish for Physicians” en la 32 Convención Anual de la “Association of Haitian Physicians Abroad” AHME 27 de julio de 2005</p>	<p>Boletín Entérate de la FAE - Editora y redactora 2006 - 2008</p>	<p>Document translator and coordinator for <b>Business Dean’s Encounter</b>, February 19-20, 2009 from 9 a.m. to 4 p.m. at the Business Administration Graduate School.</p> <p>Lectora y revisora de artículo para Forum Empresarial Dic. 2008 y del “Call for papers” febrero 2009.</p> <p>Lectora y revisora de la tesis doctoral de Yamila Kaba, mayo 2008.</p> <p>Workshop “ Communication for Accountants” Summers 2006,2008  Presented to high school students selecting accounting for future college studies.</p> <p>Miembro del Comité de Competencias Lingüísticas del Recinto</p> <p>Workshop – Búsqueda efectiva de Empleo.  Auspiciado por la Junta de Reconocimiento de Organizaciones Estudiantiles, March 2005</p> <p>Workshop – “Spanish for Physicians” en la 32 Convención Anual de la “Association of Haitian Physicians Abroad” AHME July 27 2005</p>	<p><i>Curso : Case Study Method: How to learn it and teach it.</i>  The Guayacán Center for Global Entrepreneurship &amp; Private Equity. Dan Isenberg, Senior Lecturer, Harvard Business School. May, 2008</p> <p><b>Cursos de Comunicación Empresarial II y I</b>  <b>Programa de Capacitación Profesional, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina,</b> Sponsored by the College of Business Administration, University of Puerto Rico, Río Piedras Campus, 2006 y 2007</p>	<p>Coordinadora del Programa COOP de la FAE y del Curso COOP 4998 del Departamento de Inglés Comercial.</p>

Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato:

Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial*

ILJ/COEM 2008-09-2

Profesor(a)	Investigaciones	Publicaciones	Otras actividades académicas	Estudios	Sustituciones de tareas
			<p>Interpreter: Conferencia Internacional de Educación a Distancia 4-6 agosto 2005, Universidad de Puerto Rico</p> <p>Propuesta presentada a Pfizer Global Manufacturing noviembre de 2004 en colaboración con la Prof. Carmen M. Aponte Suárez y el Sr. Nicoll Pérez para actualizar el Laboratorio de Idiomas y Multimedia del Departamento de Inglés Comercial y que generó un auspicio de \$20,000 en octubre, 2005.</p>		

## PLAN DE AVALÚO DE METAS Y OBJETIVOS

Metas y Objetivos	Indicadores de logros y criterios de evaluación
a. Fomentar el desarrollo de la competencia comunicativa en un contexto empresarial y profesional.	Evaluación de logros mediante estudio de egresados de la secuencia.
b. Proveer mecanismos y condiciones de apoyo para el desarrollo de la competencia comunicativa en español.	Ofrecimiento de asesoría académica a los estudiantes de la secuencia curricular.
c. Presentar a los estudiantes una visión práctica de la comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Programa de cursos diseñado</li> <li>b. Internado en comunicación empresarial</li> </ul>
d. Capacitar a los estudiantes para que se comuniquen oralmente y por escrito de modo eficaz.	Uso de instrumentos para el avalúo de las competencias. <sup>35</sup>
e. Incorporar una visión global que se integre en las materias.	Diseño y aplicación de estrategias adecuadas a situaciones educativas multiculturales específicas.
f. Poner énfasis especial en el uso de los recursos tecnológicos como apoyo para la transmisión de mensajes.	Avalúo de los productos (documentos y presentaciones orales) producidos por los estudiantes.
g. Analizar y evaluar las necesidades de comunicación con fines prácticos en la redacción de documentos.	Evaluación de las necesidades de la empresa.
i. Aplicar los conocimientos de la comunicación con fines prácticos en la redacción de documentos.	Avalúo de las presentaciones orales.
k. Utilizar la comunicación electrónica.	Análisis de casos y ejercicios para aplicar estrategias. Avalúo de diferentes documentos escritos utilizados en la comunicación electrónica.
l. Buscar soluciones apropiadas para resolver conflictos interpersonales.	Uso de casos y ejercicios para aplicar los conceptos.  Análisis de los casos.

<sup>35</sup> Rivera Rubero, P. (2005). Avalúo de la competencia comunicativa. Actividades y Rúbricas. San Juan: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc. Proyecto de Innovación Curricular de Bachillerato: Propuesta para el ofrecimiento de una *Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial* ILJ/COEM 2008-09-2