

**Facultad de Administración de Empresas
Recinto de Río Piedras
Universidad de Puerto Rico**

**Propuesta para la integración de los Departamentos de
Comunicación Empresarial en Español (COEM)
e Inglés Comercial (INCO)**

febrero 2012

**Propuesta para la integración de los Departamentos de Comunicación
Empresarial en Español (COEM) e Inglés Comercial (INCO)
Facultad de Administración de Empresas
Recinto de Río Piedras
Universidad de Puerto Rico**

I. Descripción general

El nuevo departamento de Comunicación Empresarial nace de la fusión de los departamentos de Comunicación Empresarial en Español e Inglés. Tiene su sede en la Facultad de Administración de Empresas, en el Recinto de Río Piedras de la Universidad de Puerto Rico, más concretamente, en el edificio Ana María O'Neill, oficina 210. En este proceso de fusión, se mantendrán las dos áreas en los cursos que ya se ofrecían anteriormente, lo que evita enseñar los mismos temas en cursos diferentes. El Departamento imparte tres cursos medulares del Bachillerato en Administración de Empresas: COEM 3001, INCO 4006 e INCO 4008. Además, los cursos medulares del Departamento de Sistemas de Oficina COEM 3006 e INCO 3010.

También ofrece una Secuencia Curricular de doce créditos, abierta a la comunidad externa, que ofrece cursos sobre comunicación intercultural, internacional, protocolo, traducción comercial, comunicación empresarial electrónica, redacción de informes, métodos de investigación entre otros, que profundizan en el conocimiento y destrezas de la comunicación en todas sus facetas empresariales.

El Departamento tiene un laboratorio multimedios donde se elaborarán aspectos de COEM y es lugar para aprendizaje de idiomas para estudiantes internacionales.

Tanto en sus haberes de investigación y publicación, así como en la enseñanza y el servicio, el Departamento de Comunicación Empresarial aporta a la misión y visión de la Facultad y a los estándares de las agencias acreditadoras nacionales e internacionales.

Finalmente, el Departamento cuenta con seis profesores permanentes (2 en el área de inglés y 2 contratos; 4 en español y 1 contrato y 1 profesor que enseña en ambas áreas COEM e INCO), una Asistente Administrativa IV y un Especialista en Computadoras y Telecomunicaciones I.

II. Justificación

La meta principal de la fusión de los departamentos de Comunicación Empresarial en Español e Inglés Comercial es la internacionalización de un departamento con miras a servirle eficazmente a un estudiantado que requiere pertinencia en los servicios académicos que solicita, sobre todo, porque ya se ofrecen cursos medulares en Comunicación Empresarial en ambos idiomas, tal cual se establece en el currículo del Nuevo Bachillerato de la FAE los cuales honran los estándares de AACSB. Además, en algunas universidades de Estados Unidos acreditadas por AACSB y varias a nivel internacional estos centros de enseñanza cuentan con un departamento de Comunicación Empresarial.

La Dra. Pura Rivera Rubero en su libro *La comunicación en el contexto empresarial* (2003) afirma que “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.”¹ Dicha visión la sostiene la Dra. Leticia Rodríguez-Talavera en su libro *Towards Defining a Communication Theory for Business and the Professions: A Semiotic Paradigm* (2001): “Business communication is a manifestation that goes beyond language learning in other fields. The individual engages in a signification process (i.e. a process of trying to interpret the phenomenological world) and, second that this signification process involves ordering, understanding, creation, and predicting signs through the interactive process of syntactic, semantic, and pragmatic decision-making alternatives.”(page 50)... “The context in which business communication evolves requires instances of quantum leaps. This process emphasizes interactive language systems intertwined with critical thinking analysis and decision-making. Such encounters involve predicted and/or unpredicted communication encounters and the process of synchronizing language with language. (page 52)”².

La disciplina de la comunicación empresarial ha evolucionado tanto en el ámbito académico como en el profesional, y posee una gran flexibilidad para proyectos holísticos e internacionales. Durante el año académico 1992-1993, la Dra. Iliá López realizó una investigación³ para explorar la necesidad de una concentración en comunicación empresarial en la cual participaron empresas públicas y privadas, asociaciones profesionales y estudiantes de la Facultad de Administración de

¹ Rivera Rubero, Pura (2003). *La comunicación en el contexto empresarial*. Publicaciones Puertorriqueñas, San Juan, PR.

² Rodríguez-Talavera, Leticia (2001). *Towards defining a Communication Theory for Business and the Professions: A Semiotic Paradigm*.

Esmaco Printers Corp., San Juan, PR.

³ López Jiménez, Iliá E. (1992-1993). *Explorar la necesidad de una concentración en Comunicación Empresarial*. Estudio realizado no publicado.

Empresas. Entre las sugerencias que hicieron sobresale la de que se ofrezca en ambos idiomas. La doctora López actualizó la información durante el segundo semestre del año académico 2006-2007 y luego, el Decanato de Asuntos Académicos del Recinto le sugirió trabajar con grupos focales compuestos por estudiantes de las demás facultades del Recinto y con patronos diversos. Consistentemente, entre un 72 a un 88 por ciento recomendó que los cursos de comunicación empresarial deben ofrecerse en ambos idiomas.

Crear procesos multifacéticos comunicativos en las empresas con miras a una agilidad y eficacia gerencial y económica, es responder a los cambios tecnológicos y a la demanda de los tiempos actuales, al concepto de globalización y su constructo de aldea global, y a la sociedad de información y servicios que vivimos en nuestro Siglo XXI. Fusionar ambos departamentos, cuyas tangencias son marcadas en cuanto a ofrecimientos académicos y enfoque, es simplificar la manera de servir bien al estudiantado y a la comunidad nacional e internacional. El desarrollo de la competencia comunicativa en el ámbito empresarial, en ambos idiomas, permite al estudiante no sólo actualizar sus conocimientos desde varias ópticas, sino desarrollar una visión integradora del mundo laboral que le tocará formar. Es la meta procesar, apoderar a los estudiantes de la FAE y ejecutivos de nuestro entorno en sus ejecutorias comunicativas empresariales.

III. Visión

Ser un Departamento de Comunicación Empresarial reconocido por su excelencia en la educación e investigación relacionada con esta especialidad. Sus servicios profesionales van dirigidos a Puerto Rico, su entorno caribeño y las Américas.

IV. Misión⁴

Desarrollar las competencias comunicativas empresariales en contextos socioculturales, lingüísticos y tecnológicos propios de la era de la globalización.

V. Metas

Meta 1

Desarrollar en los estudiantes las competencias de comunicación empresarial necesarias para alcanzar los más altos estándares académicos y profesionales.

⁴ La *Misión*, las *Metas* y el *Perfil del Egresado del Departamento de Comunicación Empresarial* fueron revisadas y aprobadas por unanimidad por los miembros de ambos departamentos quienes se reunieron con el Decano, Dr. Paul R. Latortue, el 9 de abril de 2010.

Meta 2

Fomentar la investigación y divulgación de la economía del conocimiento utilizando los recursos tecnológicos como herramientas de esta gestión.

Meta 3

Reclutar, adiestrar y retener al personal docente y no docente más comprometido con el quehacer académico y el servicio profesional.

VI. Perfil del egresado del Departamento de Comunicación Empresarial

El egresado del Departamento de Comunicación Empresarial podrá:

1. Reconocer la necesidad de comunicarse eficazmente en diversos contextos socio-culturales.
2. Usar apropiadamente la comunicación verbal y no verbal.
3. Realizar un análisis crítico al plantear y solucionar problemas.
4. Demostrar un conocimiento adecuado de las teorías y principios éticos de la comunicación empresarial en sus ejecutorias profesionales.
5. Redactar eficazmente, de manera individual y en equipo, en contextos empresariales, profesionales y sociales culturalmente diversos.
6. Emplear las tecnologías de la información para fomentar las iniciativas conducentes a la acción creadora y al mejoramiento profesional y organizacional.

VII. Objetivos

El Departamento de Comunicación Empresarial tendrá los siguientes objetivos:

1. Aumentar el conocimiento sobre la disciplina de Comunicación Empresarial.
2. Integrar perspectivas interdisciplinarias e internacionales a la enseñanza de la Comunicación Empresarial.
3. Fortalecer la disciplina de Comunicación Empresarial mediante la investigación, la educación y la práctica.

4. Ofrecer clases/talleres a la comunidad externa. Nuestros ofrecimientos, más allá de que se destacan por su calidad académica, son fundamentales para la sociedad empresarial que nos rodea y hemos de saber aprovechar tal coyuntura.
5. Ofrecer electrónicamente más cursos para crear resultados a tono con la realidad pedagógica y tecnológica y empresarial en la que vivimos.

VIII. Composición del Departamento

Actual : 2 departamentos		Reorganizado: Depto. Comunicación Empresarial
COEM	INCO	CE
Directora Interina	Directora Interina	Director/a (1)
Vacante	1 Asistente Administrativa IV	1 Asistente Administrativa IV
	1 Especialista en Computadoras y Telecomunicaciones I	1 Especialista en Computadoras y Telecomunicaciones I
4 profesores 1 profesor COEM/INCO	2 profesores 2 profesora contrato a tiempo completo	7 profesores 2 profesores contratos

IX. Descripción de las áreas académicas incluidas (Desglose de cada área)

Desde el 1926, cuando se crea el Departamento de Comunicación Empresarial en Español, y 1928, el de Inglés Comercial, ambos departamentos han estado unidos en sus propósitos y metas de desarrollar la competencia comunicativa en profesionales que se desempeñen en el ámbito empresarial, local e internacional. Los cursos medulares de ambos departamentos son parte de la formación académica y necesaria de los estudiantes subgraduados de FAE.

A continuación, se incluye un desglose de esos cursos medulares y profesores que componen ambos departamentos.

Cursos medulares de ambos departamentos

- COEM 3001 - Comunicación Empresarial en Español (pre-requisito de INCO 4008)
- COEM 3006 - Seminario de Redacción y Análisis de Documentos Empresariales (estudiantes de ADSO)
- INCO 4008 - Comunicación empresarial estratégica (Pre-requisito de INCO 4006)
- INCO 4006 - Redacción de Informes Empresariales (investigación)
- *INCO 3010 - Técnicas de Redacción y Destrezas de la Comunicación Empresarial en Inglés (estudiantes de ADSO)

Cursos electivos de ambos departamentos

Departamento de Comunicación Empresarial - COEM

- COEM 3002 - Estrategias para la Redacción de Documentos Profesionales
- *COEM 3006 - Seminario de Redacción y Análisis de Documentos Empresariales
- COEM 4998 - Experiencia de Educación Cooperativa
- COEM 3016 – Empresarismo y Literatura

Departamento de Inglés Comercial - INCO

- *INCO 3010 - Técnicas de Redacción y Destrezas de la Comunicación Empresarial en Inglés
- INCO 4046 - Comunicación Multicultural
- INCO 4998 - Experiencia de Educación Cooperativa

En ambos departamentos se ofrece la Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial y Profesional que incluye los siguientes cursos:

Departamento de Comunicación Empresarial - COEM

- COEM 3002 - Estrategias de Redacción en el Ámbito Profesional
- *COEM 3006 - Seminario de Redacción y Análisis de Documentos Empresariales
- COEM 3007 - Comunicación Oral para Empresarios y Profesionales
- COEM 3008 - Redacción de Informes
- COEM 4005 - Etiqueta y Protocolo en el Entorno Empresarial
- COEM 4006 - Comunicación Electrónica

*Cursos medulares para los estudiantes de ADSO, además del COEM 3002 e INCO 4008.

COEM 5005 - Comunicación Intercultural en las Empresas y Organizaciones

COEM 3001 - Comunicación Empresarial
COEM 4998 - Experiencia de Educación Cooperativa

Departamento de Inglés Comercial - INCO

INCO 3008 - Técnicas de Pronunciación
*INCO 3010 - Técnicas de Redacción y Destrezas de la Comunicación Empresarial en Inglés
INCO 4005 - Etiqueta y Protocolo en el Entorno Empresarial
INCO 3011 - Traducción
INCO 4008 - Comunicación Estratégica Empresarial
INCO 4045 - Comunicación Empresarial en Ambientes Multiculturales
INCO 4006 - Redacción de Informes
INCO 4998 - Experiencia de Educación Cooperativa

La Facultad está compuesta por los siguientes profesores:

Departamento de Comunicación Empresarial - COEM

Dra. Zoraida Fajardo - Catedrática
Dra. Rosa M. Guzmán - Catedrática
Dra. Iliá E. López - Catedrática
Dr. Juan A. Peña - Catedrático Asociado
Dra. Sandra Sepúlveda - Catedrática (Plaza docente para la investigación)
Dra. Camille Villafañe - Catedrática Auxiliar

Departamento de Inglés Comercial - INCO

Dra. Aida Andino - Catedrática
Dra. Animari Irizarry - Contrato Auxiliar por Servicios
Dra. Leticia Rodríguez-Talavera - Catedrática y Directora Interina
Prof. Carmen F. Sierra - Contrato Auxiliar por Servicios
Dr. Juan A. Peña - Catedrático Asociado (ofrecerá cursos en el idioma Inglés cuando se requiera de sus servicios)

*Cursos medulares para los estudiantes de ADSO, además del COEM 3002 e INCO 4008.

X. Proyecciones

La nueva unidad proyecta:

- Ofrecer talleres para desarrollar las competencias de Comunicación Empresarial en Inglés y Español. Dichos módulos y talleres forman parte del Proyecto de Integración de Competencias de Comunicación implantado en nuestra Facultad desde el segundo semestre del año académico 2008-2009.⁵
- Continuar desarrollando el proyecto de Tecnologías de Información y Comunicación para el Aprendizaje (TICA) con relación a una Guía Temática para Administración de Empresas, un Manual de recursos para integrar las TIC, un Blog de recursos y herramientas educativas. En el futuro se incorporarán recursos en inglés.
- Integrar el Centro Multimedia a la estructura de un Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI) cuya estructura permitiría incorporar proyectos existentes en FAE, como PICIC.
- Publicar investigaciones empíricas en revistas arbitradas con vías a continuar el “standing” de “Academically Qualified” según recomendado por la Asociación (AACSB).
- Crear cursos en el área de comunicación empresarial y otras disciplinas que vayan a tono con las necesidades de las empresas nacionales e internacionales.
 - En un lapso de cinco años, se proyecta ofrecer como electiva en la secuencia curricular tres cursos de Francés Empresarial (FREM) de manera que los estudiantes puedan integrar una Secuencia Curricular de tres idiomas.⁶
- Crear seminarios de comunicación empresarial para el público en general que atiendan las necesidades de individuos o empresas.⁷

⁵ Se incluye una lista de temas que los profesores están capacitados para ofrecer en español inglés in francés.

⁶ Se aneja el diagrama de esas proyecciones departamentales.

⁷ Ver tema en Anejo.

- Fomentar una cultura investigativa interdisciplinaria que fomente competencias y estrategias comunicacionales unidas a la investigación, el mercadeo estratégico internacional, la lectura de estadísticas, las estructuras sociales y la conducta organizacional.
- Ampliar la Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial mediante educación a distancia para nuestros estudiantes.
- Establecer alianzas con otras facultades con miras a convalidar cursos ofrecidos en el Recinto y que puedan formar parte de la Secuencia Curricular en Comunicación Empresarial.

XI. Organización Gerencial de la Nueva Unidad

A. Personal Administrativo

1 Director (a) Ver: Deberes y Derechos de los Directores de departamento I Art.25.3.3 del Reglamento General de la Universidad de Puerto Rico.

1 Asistente Administrativa IV - del Director y Comités Departamentales (ayuda en la matrícula), al servicio de los profesores, de apoyo al Centro de Multimedia de Comunicación Empresarial y al Programa de Secuencia Curricular

1 Especialista en Computadoras y Telecomunicaciones I - de apoyo al Director, al servicio de los profesores y Centro de Multimedia de Comunicación Empresarial.

B. Personal Docente – (totales por área, indicar si habrá coordinadores y asesores por área y una lista de sus funciones)

Comunicación Empresarial en Español

- 5 profesores permanentes

Comunicación Empresarial en Inglés

- 2 profesores permanentes
- 2 nombramiento contrato

Total de profesores: 7 permanentes y 2 nombramientos

La coordinación de los cursos será responsabilidad de todos los profesores. Éstos se nombrarán en común acuerdo con el/la Director/a de departamento. Se nombrará un coordinador de curso que dirigirá los trabajos del grupo de profesores que enseñan cada curso y será asesor de profesores y trabajará en conjunto con las necesidades de la División de Documentos en Avalúo. A dichos coordinadores se les dará descarga de tres créditos por semestre.

Habrán dos coordinadores para el Laboratorio y Centro Multimedia; uno en inglés y otro en español correspondiente a 3 créditos equivalentes a 9 horas presenciales semanales. El Programa de Secuencia Curricular continuará con una coordinadora correspondiente a 6 créditos equivalentes a 9 horas presenciales semanales. Estas funciones podrán ofrecerse como compensaciones a los profesores que el director designe cada semestre.

XII. Ventajas de la reorganización⁸

La reorganización de los departamentos de Comunicación Empresarial en Español e Inglés Comercial ofrece las siguientes ventajas

A. Estudiante

1. Guiar al estudiante a su máxima expresión comunicativa en ambos idiomas
2. Permitir al estudiante actualizar sus conocimientos desde distintas perspectivas culturales
3. Desarrollar una visión integradora del mundo laboral e interdisciplinaria académico
4. Responder a los cambios tecnológicos y a las demandas globalizadoras
5. Divulgar internacionalmente la labor del departamento con miras a proyectarnos a una comunidad nacional e internacional
6. Integrar la enseñanza de un tercer idioma

B. Academia

Desde la óptica académica, las ventajas cumplen con las siguientes metas de Diez para la Década: Agenda para la Planificación en la Universidad de Puerto Rico (2005-2015):

⁸ Enmarcados en *Diez para la Década: Agenda para la Planificación en la Universidad de Puerto Rico (2005-2015)*

“Meta II: Culturas académicas de actualización, experimentación y renovación

Implantar iniciativas para continuar integrando las funciones de enseñanza, investigación y creación en los quehaceres docentes.

Estimular la revisión continua y sistemática de los ofrecimientos académicos con la visión de integrarlos a las demandas socioculturales y laborales, a los intereses de formación de los estudiantes y a las competencias del profesorado.

Meta V: Vocación para un mundo global

Estimular la inclusión en los currículos de contenidos y destrezas como los idiomas que permitan a nuestros estudiantes una mayor integración a escenarios de internacionalización.

Establecer convenios de colaboración entre unidades de la Universidad de Puerto Rico e instituciones del exterior para establecer programas y grados de formación compartida.

Meta IX: Identidad institucional fortalecida

Promover la oferta de cursos de actualización profesional entre la comunidad de exalumnos.⁹

Meta X: Cultura de evaluación y avalúo institucional

Generación y recopilación de forma sistémica y sistematizada de la información relevante al comportamiento institucional que permita a todas sus unidades una planificación eficiente.”

C. Administración

El Director/a podrá:

- Tener una visión global de su toma de decisiones al trabajar con todos los cursos que se ofrecen

⁹ Se fomentará la creación de seminarios, talleres, simposios y otros quehaceres académicos, culturales y sociales tanto en la

UPR como en empresas nacionales e internacionales.

- Equilibrar la visión y disposición del profesorado hacia la comunidad universitaria y las empresas
- Vislumbrar los quehaceres de los profesores a la luz de los estándares de AACSB

D. Acreditación de AACSB

Esta propuesta va a la par con los estándares del AACSB según se denota a través de lo antes escrito.

XIII. Presupuesto

FROM: [Grisel Melendez Ramos](#)

TO: [Leticia Rodríguez-Talavera](#)

Wednesday, February 1, 2012 9:48 AM

Presupuesto actual de los departamentos

INCO

Salarios y aportaciones patronales.....\$689,487

Presupuesto operacional.....-0-

COEM

Salarios y aportaciones \$783,281

Presupuesto operacional-0-

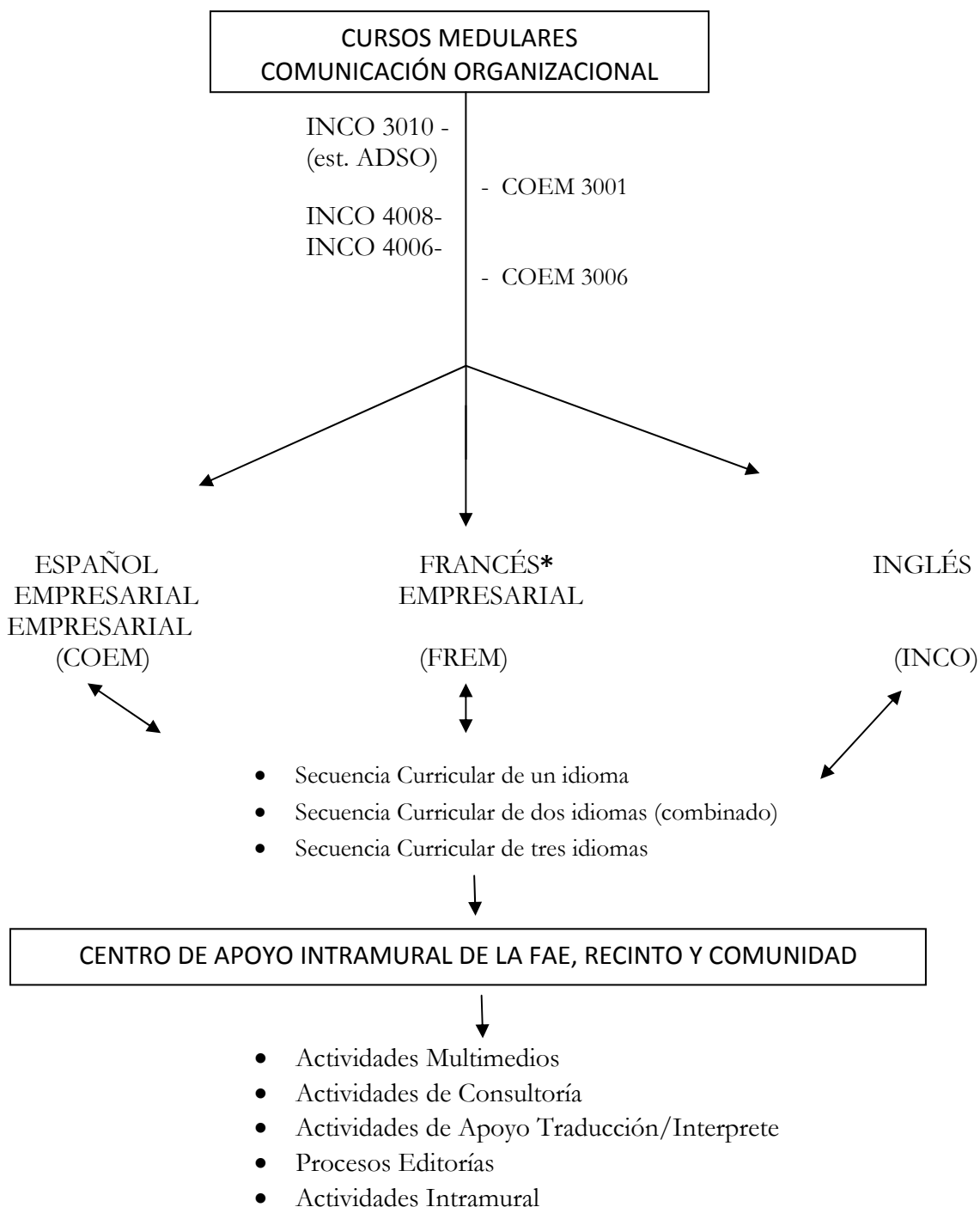
XIV. Bibliografía

López Jiménez, Ilia E. (1992-1993). Realizó una investigación para explorar la necesidad de una concentración en comunicación empresarial. Estudio realizado no publicado.

Rivera Rubero, Pura A. (2003). Libro: *La comunicación en el contexto empresarial*. Publicaciones Puertorriqueñas.

Rodríguez-Talavera, Leticia. (May 2001). *Towards Defining a Communication Theory for Business and the Professions: A Semiotic Paradigm*, Esmaco Publishing, San Juan, Puerto Rico, Second Edition.

**CURRÍCULO ACADÉMICO Y APOYO PROFESIONAL
SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACION EMPRESARIAL Y
ORGANIZACIONAL**



* Futura encomienda a ser realizada en un lapso de 5 años.

**TEMAS QUE LOS PROFESORES DE COMUNICACION EMPRESARIAL
Y ORGANIZACIONAL ESTAN CAPACITADOS PARA OFRECER EN
ESPAÑOL E INGLÉS**

- Strategic Communications: International Perspectives
- Corporate Communication
- International Communication and Opportunities
- Principles of Crisis Communication
- How has social networking changed crisis communications
- Identify the pitfalls of a developing crisis response in action
- Leadership Challenges and Communication
- Demonstrate Communication Strategies to Restore Reputation After a Crises
- New models for corporate behavior
- Why Smart Executives Fail
- Visuals for more Effective Information Presentation
- How to choose the best tool to present complex data that will enhance the oral or written communication strategies.
- Lecture on how to discuss online communications such as: videos, corporate webcast, blogs, and social media, among other.
- Adapting to the New World Business Communication
- How Companies are Using Online Video to Connect with Global Audiences
- How to build an effective process for internal communication for employees to adapt to change in the corporate culture.
- How Color Affects Communication
- Audio and Visual Signals and Their Use in Communicating in Business and Industry
- Non-Verbal Communications: Differences Between Cultures
- Communication Problems in (xyz) Company and Solutions
- Cutting Costs in Communications
- How Telecommunications Will Change Management Communications
- Word Processing Equipment: Selection (Or Use)
- Logical Fallacies and How to Avoid Them in Business Communications
- Developing Effective Graphic Communications (Choose a specific type of graphic)
- Business Writing as a Tool of Management Control
- How to Have an Effective Conference or Meeting

- Persuasive Communications in Business
- The Importance of Feedback for Effective Communication
- Communication: The Effective Use of Technology in Management Presentations
- Unusual Sales Correspondence (Collect interesting communications and point out unusual features. Can be used for other types--credit, etc.)
- The Impact of the Technology on Communications in Business
- Transactional Analysis: Its Use in Improving Communication in Business
- The Relationship Between Communication Ability and Success in Business
- General Semantics and Errors in Communications
- Barriers to Effective Business Communication and Ways to Overcome Them
- Difficulties Most Often Encountered in Business Writing and How to Avoid Them
- How Business Uses Multi-Media Presentations to Communicate with (any group)
- Barriers to Effective Listening or Active Listening and the Improvement of Interpersonal Communication
- Basic Methods of Research in Business
- Semantics: How the Meanings of Words Affect Our Business Lives
- The Office Grapevine and Management Communication
- How to Write an Effective Letter
- The Employment Interview: Making it Effective (From the employee or employer view)
- Writing Effective Resumes
- The Scientific Approach to Problem Solving for Written Reports
- Tips for Effective Oral Presentations
- The Self-Concept and Writing Ability
- How the Internet Aids Communication
- Organizing Material for Effective Reports
- How to Lead an Effective Discussion
- Communication Networks in Organizations (or in a specific company)
- Brainstorming as a Tool of Communications
- Improving the Use of (punctuation, grammar, parts of speech, etc.)
- Differences in Perception and Their Effect on Communications
- The Semantic Differential as a Measure of Meaning
- Inference vs. Facts in Oral or Written Communication
- Using Motivators in the Communication Process
- How to Use E-Mail Effectively

- Choosing the Most Effective Communication Medium for Varying Situations
- Gain a Deeper Understanding of Why and How to Use and Build better communication plans and get better results through an audience mindset analysis.
- Positioning Internal Communications as a Strategic Imperative
- How to Create Internal Communication Planning.
- Understand the Challenges Corporations Face in Dealing with Human Rights Issues in Communication.
- To Determine the Corporations Communication Responsibilities.
- Corporate Public Diplomacy, Etiquette, Protocol, and Soft-Skills as a Mean of Communication
- The Current Communication Trends and Best Practices in Building and Maintaining Public/Private Partnerships
- How to Correlate the Role of the Speaker Using Technological Devices.
- How to Use Content to Maximize Audience Engagement
- Introduce the Eight Principles of Creating Persuasive Presentations
- Learning to move from topic to theme in a presentation
- To Strengthen Delivery Skills and Increase Impact of Presentations
- The Advantage of Using Communication Styles to Increase Audience Engagement Through the Delivery of Business Speech.
- Leadership, Communication and Personal Responsibility in oral and written language spheres.
- The use of the four language communication processes for improving critical and logical thinking.
- Business Communication Entrepreneurship
- Translation and Interpreters from English vis á vis French, Spanish vis á vis French, English vis á vis Spanish.
- Developing and Organizing Ideas Through Communication
- Intercultural Communication Competence
- Multicultural Communication Competence
- Information Acquisition and Communications of Knowledge in Organizations
- Communicative Persuasive Marketing Techniques
- Communicative Persuasive International Techniques
- Appropriate Protocol and Diction in the World of Business
- Leadership and Organizational Behavior
- Communicating Through Intrinsic/Extrinsic Motives
- Communication in the Role of Power for Effective Leadership.
- The Semiotics of Ergonomics
- The Semiotics of Globalization

- The Semiotics of Business Communication
- The Semiotics of Decoding Advertisements
- Consumer Research and Semiotics
- Informatics and Semiotics in Organizations
- Advanced Semiotics: Culture, Communication and Business
- The Semiotics of Clients and Agency
- Commercial Semiotics
- Semiotics: Empowering the Customer
- Semiotics: Empowering the Leader
- Semiotics: Empowering the Employee
- Semiotics: Empowering Management
- Marketing and Semiotics
- Semiotics used as an Inspiration for Brands, Products and Marketing

ANEJO III

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE LOS PROFESORES DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

NOMBRE DEL PROFESOR	BACHILLERATO	MAESTRIA	DOCTORADO	CERTIFICADO	POST-DOCTORADO	Idiomas	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
AIDA ANDINO PRATTS	B.A. Contabilidad Universidad Interamericana Recinto Metropolitano	M.A. Enseñanza de Inglés para hablantes de otros idiomas Universidad Interamericana Recinto Metropolitano	Ph.D. Aprendizaje del Lenguaje Fordham University Lincoln Center, N.Y.	Certificado Seminario de Comunicación Empresarial Universidad de Palermo Argentina Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras	Post Doctorado Mercadeo y Gerencia Tulane University New Orleans, Louisiana	Inglés	"Accounting Technical Written Report", "Unpredictament Ergonomic", Editora
ZORAMDA FAJARDO HEYLIGER	B.A. Literatura Española e Hispanoamericana Universidad de Nueva York Madrid, España	M.A. Literatura Española e Hispanoamericana Universidad de Nueva York Madrid, España	Ph.D. Filosofía y Letras Filología Hispánica Universidad Complutense de Madrid, España	Certificado Seminario de Comunicación Empresarial Universidad de Palermo Argentina Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras		Español	La Comunicación Interpersonal, Comunicación en Situaciones de Crisis, Avaulto, Ética, Comunicación Persuasiva
ROSA M. GUZMAN MERCED	B.A. Estudios Hispánicos Humanidades Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras	M.A. Estudios Latinoamericanos Université de Paris III Eudes de Hautes Latme Nouvelle Sorbonne Paris, Francia	Ph.D. Estudios Hispánicos Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras	Certificado Seminario de Comunicación Empresarial Universidad de Palermo Argentina Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras Comunicación Oral COPU Universidad de Puerto Rico		Español Francés	Empresarismo y Literatura Puertorriqueña e Hispanoamericana, Comunicación en Situaciones de Crisis, Comunicación Organizacional, Temas de Negocios y comunicación Oral, Artes Editoriales, Comunicación en el mundo franco tono.
ANAMARI IRIZARRY QUINTERO*	B.A. Artes en Francés e Italiano Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras B.A. Concentración Francés, Español	M.A. Arts in English Linguistic Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras M.A. Lxicología Universidad de Paris 4 Sorbona, Francia M.A. Dirección en Comunicación Empresarial e Institucional Universidad Autónoma de Barcelona	ABD. Filosofía en Lingüística Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras Ph.D. Estudios Hispánicos e Hispanoamericano Concentración: Lingüística y Sociolingüística Universidad de Paris 3 y 4 Sorbona, Francia	Summer Program in French University of Laval Quebec Canada Certificado Seminario de Comunicación Empresarial Universidad de Palermo Argentina Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras		Inglés Francés	"Attitudes of Anguillian Teachers Toward the Use of the Anguillian Dialect in School"
ILIA LÓPEZ JIMÉNEZ						Español Francés	Corporativo Cultural en la Organización, Red de Espacios Tecnológicos de Organización, Francés en la Organización

NOMBRE DEL PROFESOR	BACHILLERATO	MAESTRIA	DOCTORADO	CERTIFICADO	POST-DOCTORADO	IDIOMAS	PERTAJE
JUAN A. PEÑA HEVIA	B.A. Licenciatura en Filología Inglesa Densto Universto Bilbao, España	M. A. Licenciatura en Filología Inglés University of Massachusetts Amherst, USA	Ph.D. Literatura Hispánica y Lingüística Universidad de Massachusetts Amherst, USA	Certificado Seminario de Comunicación Empresarial Universidad de Palermo Argentina Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras	Post Doctorado Mercadeo y Gerencia Tulane University New Orleans, Louisiana	Inglés Español	Inglés en la Organización, Enseñanza en Línea, Mercadotecnia y Publicidad, Comunicación y Tecnología Technical Writing
EVELYN RAMOS MARCANO**	B.A. Educación Secundaria Concentración: Inglés Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras	M.A. Educación Secundaria Concentración: Inglés Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras	Ph.D. Psicología Concentración: Psicología Industrial-Organizacional Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras	Certificado Como Enseñar Ética Responsabilidad Social y Desarrollo en la Universidad Organización de Estados Unidos	Post Doctorado Mercadeo y Gerencia Tulane University New Orleans, Louisiana	Inglés	Diversos Temas en Dirección de Mercadeo y Gerencia
LETICIA RODRÍGUEZ-TALavera	B.A. Educación en Inglés Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras	M.A. Educación en Inglés Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras	Ph.D. Semiótica, Lectura, Bilingüismo Indiana University Bloomington, Indiana	Certificado Seminario de Comunicación Empresarial Universidad de Palermo Argentina Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras	Post Doctorado Mercadeo y Gerencia University of Florida Gainesville, Florida USA	Inglés	Comunicación Multicultural, Comunicación y Mercadeo, Comunicación y Gerencia

NOMBRE DEL PROFESOR	BACHILLERATO	MAESTRIA	DOCTORADO	CERTIFICADO	POST-DOCTORADO	IDIOMAS	PERITAJE
SANDRA SEPÚLVEDA TRINIDAD	B.A. Educación Estudios Hispánicos Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras	M.A. Educación Estudios Hispánicos Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras	Ph.D. Filosofía y Letras Literatura Hispanoamericana Subespecialidades: Estudios Hispánicos, Lingüística, Administración y Supervisión Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras			Español	Editora, Recursos Humanos (27 créditos), Nuevos Negocios y Organización, Estrategias de Enseñanza a Nivel Superior, Comunicación de Empresas, Literatura e Historia Hispánica, Redacción
CARMEN F. SIERRA MONROIG*	B.A. Artes en Educación en Inglés Interamericana Recinto de Arecibo	M.A. Arts in English Education TESL Universidad de Puerto Rico Recinto de Mayagüez	Ed. D. Artes en Educación en Currículo e Instrucción TESL Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras	Certificado Seminario de Bases Teóricas y Metodológicas del Análisis de Discurso en la Investigación Social UPR, Río Piedras Fac. Ciencias Sociales	Post Doctorado Mercado y Gerencia Tulane University New Orleans, Louisiana	Español	Tecnología en Línea, Comunicación a Distancia Multicultural, Informe de Investigación de la Organización Corporativa, Comunicación Tecnológica en Empresas.
CAMILLE VILLAFANE RODRIGUEZ	B.A. Estudios Hispánicos Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras	M.A. Literatura Hispanoamericana Arizona State University Arizona, USA	Ph.D. Literatura Hispanoamericana Arizona State University Arizona, USA Sub-concentración: Teoría Cultural	Certificado Seminario de Comunicación Empresarial Universidad de Palermo Argentina Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras	Post Doctorado Negocios Internacionales y Empresario University of Florida Gainesville, Florida, USA	Español	Comunicación Gerencial Intercultural, Comunicación Intercultural, Aprendizaje a Distancia en las Organizaciones, Editora, Empresarismo, Comunicación Estratégica

* Profesores de Servicio a Tiempo Completo

** Profesora que ofrece cursos a tiempo parcial en nuestro Departamento.