

DEPARTAMENTO DE ESPAÑOL

P R O N T U A R I O

- I. NOMBRE DEL CURSO: **PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN I**
- II. CODIFICACIÓN: ESCO 3001
- III. REQUISITO: ESPA 3102 o aprobar el Examen de Nivel Avanzado del CEEB
- IV. NÚMERO DE CRÉDITOS PARA EL ESTUDIANTE: 3
- V. NÚMERO DE CRÉDITOS PARA EL PROFESOR: 3
- VI. CUPO DEL CURSO.: 25 estudiantes
- VII. HORAS DE CONTACTO: 3 horas semanales
- VIII. MODALIDAD DEL CURSO: Híbrido (Conferencia y Taller)
- IX. LABORATORIO: Ninguno
- X. DURACIÓN DEL CURSO: Un semestre (15 semanas = 45 horas)
- XI. **JUSTIFICACIÓN:**

La comunicación es una actividad básica y fundamental en las interrelaciones humanas. Ella reviste una modalidad particular en los procesos que rigen la vida comercial. De aquí nace la necesidad de ofrecer a los estudiantes de Administración de Empresas y Administración de Sistemas de Oficina una preparación sólida en las destrezas lingüísticas que les permita desenvolverse con fluidez en el mundo empresarial moderno y adaptarse a las continuas transformaciones socioeconómicas y a la evolución tecnológica. Por ello, los estudiantes necesitan adquirir los conocimientos teóricos y prácticos, y las destrezas técnicas que los capaciten para transmitir mensajes orales y escritos en forma rápida y eficaz.

En el mundo contemporáneo, la competencia comunicativa es de vital importancia para el éxito profesional. Por lo tanto, es imperativo el conocimiento de la computadora como una herramienta indispensable en la elaboración y presentación de los diversos documentos comerciales; y es, además, una fuente de acceso rápido para investigaciones de las diferentes modalidades comunicativas en el campo empresarial.

XII. DESCRIPCIÓN GENERAL:

El curso de *Psicología de la Comunicación I* discute la composición, la lingüística, la gramática, la ética, la psicología y la lógica de las comunicaciones. Incluye también los conceptos básicos de la informática. Está diseñado con el propósito de facilitar y promover las condiciones para que los estudiantes dominen las destrezas de comunicación; se expresen con fluidez, ejerzan liderazgo y tomen decisiones de carácter lógico, psicológico y ético en el mundo laboral.

El Curso se inicia con la teoría de la comunicación insertada en el contexto empresarial. Se analizan los factores que afectan el proceso comunicativo y las soluciones que conducen a una comunicación efectiva.

Durante la redacción de documentos mercantiles, se discuten los aspectos de la lógica, de la ética y del estilo comercial implícitos; así como las funciones, los tipos y los diferentes niveles de la comunicación empresarial; los conceptos generales de la comunicación se ilustran con estudios de casos.

Este Curso pone especial énfasis en las destrezas verbales y no verbales de los estudiantes; se les destina un número apreciable de horas a la elaboración de presentaciones orales enmarcadas en el contexto empresarial. Estas presentaciones ofrecen la oportunidad de conocer los distintos tipos de discursos, de trabajar en forma colaborativa, de desarrollar la creatividad, de revisar repetidas veces el lenguaje, de mejorar la dicción, de controlar el miedo escénico y de familiarizarse con la tecnología moderna.

XIII. OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:

Al finalizar el curso de ESCO 3001, los (las) estudiantes, estarán capacitados (as) para:

Unidad I: La comunicación en el mundo moderno

1. Definir el término comunicación.
2. Explicar las etapas del proceso de la comunicación.
3. Señalar e ilustrar los niveles y los diferentes tipos de comunicación.
4. Reconocer las características de un buen comunicador.
5. Identificar las etapas del juicio y su influencia en el proceso comunicativo.
6. Evaluar la subjetividad del juicio.
7. Señalar la importancia de la ética en la formulación de los juicios.
8. Definir el término psicología.
9. Conocer los objetivos de la psicología y enmarcarlos en el contexto de las relaciones empresariales.
10. Reconocer las variaciones de la percepción.

11. Relacionar la motivación psicológica con la comunicación empresarial.
12. Distinguir los conceptos línea, entrelínea y grieta.
13. Definir el término lógica.
14. Identificar y analizar silogismos.
15. Distinguir los diferentes tipos de falacias y de sofismas.
16. Reconocer la importancia de un buen raciocinio para lograr una comunicación eficaz.
17. Aplicar la teoría de la comunicación en el contexto empresarial.
18. Reconocer las interferencias que afectan la comunicación empresarial tales como los factores culturales, ambientales, idiomáticos, el exceso o la falta de información y la ausencia de retro-comunicación.
19. Valorar los factores que contribuyen a una buena comunicación (saber escuchar, aceptar diferencias, prestar atención, motivarse e interesarse por los demás)

Unidad II: La redacción como proceso

1. Definir el término redacción.
2. Indicar la importancia y las funciones de la expresión escrita.
3. Distinguir los tipos de escritura.
4. Reconocer los propósitos y los destinatarios de los diferentes tipos de escritura.
5. Conocer los propósitos de la redacción comercial.
6. Describir e ilustrar las etapas del proceso de la redacción y aplicarlas a los documentos comerciales.
7. Describir e ilustrar las etapas del proceso de la redacción y aplicarlas a los documentos oficiales.
8. Responder en forma apropiada a situaciones reales y variadas por medio de documentos que utilicen estrategias y estilo adecuados, según las características de los lectores y el propósito comunicativo.
9. Distinguir los diferentes tipos de párrafos.
10. Construir párrafos claros, coherentes y variados.

11. Seleccionar las palabras, la extensión, la voz y los verbos en la redacción de los párrafos.
12. Valorar la corrección sintáctica y ortográfica, para que esté exenta de: redundancias léxicas, *cosismo*, voz pasiva, lenguaje sexista, la lengua anticuada, etc.
13. Analizar y practicar la redacción de documentos mercantiles (memorando, carta circular, convocatoria y agenda) a través del uso de casos, clientes reales y situaciones empresariales comunes.
14. Utilizar un estilo que denote claridad, precisión, concisión y naturalidad.
15. Criticar los escritos propios y los ajenos en forma constructiva.

Unidad III: El correo electrónico y el facsímil, dos formas importantes de la comunicación empresarial

1. Señalar la estructura del correo electrónico.
2. Reconocer las características del estilo que se utiliza en el correo electrónico.
3. Redactar y enviar cartas electrónicas con propósitos y destinatarios diferentes.
4. Valorar los principios éticos del ciberespacio.
5. Señalar la estructura del facsímil
6. Diseñar, redactar y enviar facsímiles con distintos propósitos y destinatarios.

Unidad IV: La práctica de la comunicación oral

1. Describir las funciones y la importancia de la comunicación oral en el contexto empresarial.
2. Reconocer los componentes verbales y no verbales de la comunicación oral.
3. Recordar los indicadores de los mensajes no verbales en el ámbito empresarial.
4. Enumerar las características de una buena presentación.
5. Seleccionar un tema y la modalidad discursiva de una presentación oral.
6. Bosquejar el guión de una presentación oral.
7. Redactar el discurso.

8. Elegir y diseñar las ayudas visuales.
9. Ensayar la presentación.
10. Realizar la presentación.
11. Evaluar con criterios definidos la propia presentación y la de los demás.

XIV. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Unidad I:	
• Examen Parcial	10%
- Unidad II:	
• Examen Parcial	10%
• Memorando	10%
• Carta Circular	10%
• Convocatoria y Agenda	5%
- Unidad III:	
• Correo Electrónico y hoja de facsímil	5%
- Unidad IV:	
• Presentación Oral	20%
• Informe Escrito	10%
- Evaluación Final:	
• Examen Final	15%
• <u>Dinámicas individuales y colaborativas</u>	<u>5%</u>
	<u>100%</u>

Escala de calificación:

100% - 90%	= A
89% - 80%	= B
79% - 70%	= C
69% - 60%	= D
59% - 0%	= F

XV. ACOMODO RAZONABLE:

La UPR-Humacao cumple con las leyes ADA (*Americans with Disabilities Act*) y 51 (Servicios Educativos Integrales para Personas con Impedimentos) para garantizar igualdad en el acceso a la educación y servicios. Los estudiantes con impedimentos: informe al (la) profesor(a) de cada curso sobre sus necesidades especiales y de acomodo razonable para el curso, en la tarjeta de información de la primera semana y visite la Oficina de Servicios para la Población con Impedimento (OPEI) a la brevedad posible. Se mantendrá la confidencialidad.

Los estudiantes que requieren acomodo razonable o reciben servicios de Rehabilitación Vocacional deben comunicarse con el profesor al inicio del semestre para planificar el acomodo

y equipo necesario conforme a las recomendaciones de la oficina que atiende los asuntos para personas con impedimentos en la unidad (OPEI).

XVI. INTEGRIDAD ACADÉMICA:

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

XVII. DISCRIMEN LABORAL

La Universidad de Puerto Rico en Humacao no discrimina por razones de edad, sexo, orientación sexual, raza, color, nacionalidad, origen o condición social ni por ideas políticas, religiosas e impedimentos físicos o mentales o por condición de veteranos. * Patrono con igualdad de oportunidades de empleo.

La Universidad de Puerto Rico prohíbe el discrimen por razón de sexo y género en todas sus modalidades, incluyendo el hostigamiento sexual. Según la Política Institucional contra Hostigamiento Sexual, Certificación Núm. 130 (2014-15) de la Junta de Gobierno, si un(a) estudiante es o está siendo afectado por conductas relacionadas a hostigamiento sexual, puede acudir a la Oficina de la Procuraduría Estudiantil, el Decanato de Estudiantes o la Coordinadora de Cumplimiento con Título IX para orientación y/o para presentar una queja.

XVIII. BOSQUEJO DE CONTENIDO Y DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO:

Unidad I:

12.5 horas

La comunicación en el mundo moderno

1. La comunicación:

- 1.1 Definición del concepto de comunicación.
- 1.2 Proceso de la comunicación.
- 1.3 Niveles y tipos de comunicación.
- 1.4 Funciones de la comunicación.
- 1.5 Perfil del comunicador competente.
- 1.6 El juicio y sus diferentes etapas en el proceso de la comunicación.
- 1.7 Grado de subjetividad en la comunicación.
- 1.8 Valores éticos en la comunicación.
- 1.9 Características psicológicas del estilo de la expresión oral y escrita.
- 1.10 Lógica en la comunicación.
- 1.11 Errores de lógica: Falacias y sofismas.

- 2. La comunicación empresarial:
 - 2.1 Proceso de la comunicación en el contexto empresarial.
 - 2.2 Barreras y puertas en la comunicación empresarial.

Unidad II:

15 horas

La redacción como proceso

- 1. La redacción:
 - 1.1. Definiciones del término redacción.
 - 1.2. Funciones, características y formas de la escritura.
 - 1.3. Importancia de la comunicación escrita.
- 2. La redacción comercial.
 - 2.1 Importancia de la redacción comercial.
 - 2.2 Propósito de la redacción comercial.
 - 2.3 Características del estilo comercial.
 - 2.4 La redacción comercial como proceso: pre-redacción, redacción y revisión.
 - 2.5 El párrafo y sus características.
 - 2.6 Factores que determinan una comunicación escrita eficaz.
- 3. Análisis y práctica en la redacción de documentos mercantiles a partir de estudios de casos.
 - 3.1 El memorando.
 - 3.1.1 Modelos, estructura y características.
 - 3.1.2 Estudio del caso: implicaciones éticas y psicológicas.
 - 3.1.3 Proceso de la redacción de un memorando.
 - 3.1.4 Recomendaciones para escribir con claridad y precisión.
 - 3.1.5 Revisión colaborativa del memorando.
 - 3.1.6 Versión final.
 - 3.2 La carta circular:
 - 3.2.1. Modelos, estructura y características.
 - 3.2.2 Estudio de caso: implicaciones de la lógica y del juicio.
 - 3.2.3 Proceso de la redacción de una carta circular.
 - 3.2.4 Recomendaciones para escribir con concisión y naturalidad.
 - 3.2.5 Revisión colaborativa de la carta circular.
 - 3.2.6 Versión final.
 - 3.3 La convocatoria y la agenda:
 - 3.3.1 Modelos, estructura y características.
 - 3.3.2 Elegir un caso real de una convocatoria y agenda para enfatizar los aspectos idiomáticos y gramaticales que deben tomarse en consideración.
 - 3.3.3 Proceso de la redacción de la convocatoria y la agenda.

Unidad III:

3.5 horas

El correo electrónico y el facsímil: dos formas importantes de la comunicación empresarial

1. El correo electrónico:
 - 1.1. Modelos, estructura y características del correo electrónico.
 - 1.2. Nociones básicas para escribir un buen correo electrónico.
 - 1.3. Proceso de la redacción de la correspondencia electrónica.
 - 1.4. Propósitos.
 - 1.5. El o los destinatarios.
 - 1.6. Precisión.
 - 1.7. Concisión.

 - 1.8. Comportamiento en el ciberespacio.
 - 1.9. Implicaciones éticas y laborales.
 - 1.10. Confidencialidad.
2. La hoja de facsímil:
 - 2.1. Modelos, estructura y características del facsímil.
 - 2.2. Diseño de una hoja de facsímil.
 - 2.3. Proceso de la redacción de una hoja de facsímil.
 - 2.4. Propósito.
 - 2.5. Destinatario.

Unidad IV:

12 horas

La práctica de la comunicación oral

(Los conceptos básicos sobre lógica, sicología y ética estarán presentes en todos los aspectos de esta unidad.)

1. La comunicación oral:
 - 1.1. Definición del término comunicación oral.
 - 1.2. Diferencias entre la comunicación oral y la escrita.
 - 1.3. Funciones y características de la expresión oral.
 - 1.4. Componentes verbales y no verbales de la comunicación oral.
 - 1.5. Indicadores de los mensajes no verbales en el contexto empresarial.
2. Las presentaciones orales:
 - 2.1. Tipos discursivos: características.
 - 2.2. Análisis del público.
 - 2.3. Retrocomunicación en la emisión y recepción de mensajes.
 - 2.4. Apoyos verbales.
 - 2.5. Control de nerviosismo.
 - 2.6. Ejercicios de oratoria.

- 2.7 Recomendaciones para la elaboración y selección de los materiales visuales.
- 2.8 Proceso de la redacción de una presentación oral en forma de conferencia, taller, mesa redonda o debate.
- Total: 45 horas**
(3 créditos semestre)

XVIII. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA – APRENDIZAJE:

- Conferencias.
 - Discusiones abiertas y estructuradas.
 - Estudio de casos.
 - Dinámicas individuales y colaborativas.
 - Ejercicios de redacción.
 - Presentaciones orales.
- Técnicas de evaluación en el salón de clases:
- Cuestionarios y sondeos.
 - Rasgos característicos.
 - Mapas conceptuales.
 - Paráfrasis dirigida.
 - Ensayo breve.
 - Trabajo colaborativo.
- Dramatizaciones.
 - Evaluaciones.
 - Informes escritos.

XIX. BIBLIOGRAFÍA:

A. Textos recomendados:

Rivera Rubero, Pura. *La comunicación en el contexto empresarial*. Edición revisada San Juan, Puerto Rico: Publicaciones Puertorriqueñas, 1998, 2001.

Fajardo Heyliger, Zoraida. *Comunicación empresarial. Manual de ejercicios*. San Juan, Puerto Rico: Publicaciones Puertorriqueñas, 1999.

B. Referencias

Agostini Del Río, Amelia. *Dime cómo hablas...te diré quién eres*. Hato Rey, Puerto Rico: Ramollo Bros. Printing Inc. 1981.

Albert Robatto, Matilde. *Redacción y estilo*. San Juan, Puerto Rico: Editorial Marle, 1991.

Álvarez, Miriam. *Tipos de escrito III. Epistolar, administrativo y jurídico*. Madrid: Arcos Libros, 1995.

Baron, Robert. *Psicología*. 3ª edic. México: Prentice Hall, 1996.

Barreto Colón, Herodina. *Manual de español comercial: Lecturas y ejercicios*. 4ª ed. Revisada y ampliada. Río Piedras, Puerto Rico: Ediciones de la Universidad de Puerto Rico, 1985.

- Cassany, Daniel y Antonio García del toro. *Recetas para escribir*. Río Piedras: Editorial Plaza Mayor, 1999.
- Comunicación comercial en español*. 3ª ed. Revisada y ampliada. Río Piedras, Puerto Rico: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc., 1993.
- Crescioni, Gladys. *ABC de la ortografía moderna*. 3ª ed. Madrid: Editorial Playor, 1988.
- Delgado, Conchita y Amelia Maldonado. *Manual de referencia para la oficina moderna*. México: McGraw-Hill, 1994.
- Díaz de Álvarez, Ana L. y Carmen Eva Roure de Cáceres. *Manual programado de ortografía y redacción*. Hato Rey, Puerto Rico: Impresora de Libros de Puerto Rico, 1985.
- Escarpanter, José. *Cartas a la carta: Técnicas de correspondencia eficaz*. Madrid: Editorial Playor, 1996.
- _____. *Cómo dominarla ortografía*. Madrid: Editorial Playor, 1988.
- Fernández De La Torriente, Gastón. *Cómo hablar correctamente en público. La comunicación oral*. 25ª ed. Madrid: Editorial Playor, 1996.
- _____. *Cómo hablar correctamente*. 17ª ed. Madrid: Editorial Playor, 1996.
- García del Toro, Antonio. *Hablemos claro*. Río Piedras, Puerto Rico: Editorial Plaza Mayor, 2000.
- Garza de Flores, Rosa María. *Ética: un enfoque de procesos de pensamiento*. México: Prentice Hall, 1993.
- Gómez Torrego, Leonardo. *Gramática didáctica del español*. Madrid: Ediciones SIM, 1998.
- Hernández Torres, Carmen N. *Sin posdata. Manual de redacción comercial*. San Juan, Puerto Rico: Editorial Plaza Mayor, 1999.
- Hervás Fernández, Gloria. *La comunicación verbal y no verbal*. Madrid: Editorial Playor, 1998.
- Hildle, Tim. *La presentación convincente*. Barcelona: Grijalbo, 1998.
- _____. *La entrevista provechosa*. Barcelona: Grijalbo, 1998.
- Ibarra Barrón, Carlos. *Lógica*. México: Addison Wesley, 1998.
- _____. *Cuaderno del trabajo: Lógica*. México: Addison Wesley, 1966.

- _____. *Elementos fundamentales de la ética*. México: Addison Wesley, 1996.
- Knapp, Mark L. *La comunicación verbal y no verbal*. Barcelona: Paidós, 1995.
- Maldonado Wilman, Héctor. *Manual de comunicación oral*. Barcelona: Alhambra, 1996.
- Martín, George. *Cómo comunicarse por escrito*. España: Ediciones Deusto, 1992.
- Martín, Margaret y Hugh Foley. *Sensación y percepción*. 3ª ed. México: Prentice Hall, 1996.
- McEntee, Eileen. *La comunicación oral para el liderazgo en el mundo moderno*. México: McGraw-Hill, 1995.
- _____. *Comunicación II*. México: McGraw-Hill, 1996.
- O'Neill, Ana María. *Psicología de la comunicación*. 7ª ed. Río Piedras, Puerto Rico: Universidad de Puerto Rico, 1973.
- Quiñones, Josefina y María E. Acosta de Escudero. *Manual de consulta para el personal de oficina*. Miami, Florida: Harper Collins Publishers, 1988.
- Reyes, Graciela. *Cómo escribir bien en español*. Madrid: Arco Libros, 1988.
- Reyes Risco, Demóstenes. *Redacción comercial. Estructura*. México: McGraw Hills, 2005.
- Salas, Rodrigo. *Diccionario de los errores más frecuentes del español*. Barcelona: Editorial de Vecchi, S.A., 1985.
- Sánchez Reyes, Carmen. *Redacción comercial*. Río Piedras: Editorial de la Universidad de Puerto Rico, 2010 (1992).
- Sarramía Roncero, Tomás. *Manual de redacción*. San Juan, Puerto Rico: Editorial de la Universidad de Puerto Rico, 1996.
- Sarriera, Carmen M. y Wanda I. Delgado. *Español comercial. Guía práctica y manual de referencia*. México: McGraw-Hill Interamericana, 2003.
- Seco, Manuel. *Diccionario de dudas y dificultades de la lengua española*. Madrid: Espasa-Calpe, 1986.
- Serafini, María Teresa. *Cómo se escribe*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1994.
- Scott Doyle, Michael. *Éxito comercial. Prácticas administrativas y contexto culturales*.

Orlando, Florida: Harcourt Brace College Publishers, 1997.

Vaamonde Abellón, Luisa María. *Técnicas de comunicación 1 y 2*. Madrid: McGraw-Hill, 1993.

Worchel, Stephen y Wayne Shebilske. *Psicología, fundamentos y aplicaciones*. 5a ed. México: Prentice Hall, 1998.

Zepeda Herrera, Fernando. *Psicología organizacional*. México: Addison Wesley, 1999.

C. Material audiovisual:

- a. Apreciación de películas (Solicitar a la Biblioteca)
 - 1. *Cómo percibimos el mundo*
 - 2. *El ojo del espectador*
 - 3. *No está usted comunicando*
 - 4. *Más que palabras*
- b. Transparencias preparadas por la Dra. Ramonita Reyes, solicitar.

Revisión y actualización curricular

Profa. Ruth X. Vargas Scuotri, Ramonita Reyes Rodríguez y Dalma G. González Rodríguez

22 de febrero de 2017.

Última revisión curricular: 22 de febrero de 2017.

C:\F:\PRONTUARIO DE ESCO 3001.DEPARTAMENTAL.CURRÍCULO. 22 febrero 2017.doc