

COMM208

Redacción empresarial

LICENCIATURA

Guía de estudio

Colaboradores en la redacción de la Guía didáctica
de la asignatura Redacción empresarial / COMM208:

Elaboración: **Alex Filemón Palacios Torralba**

Dirección de Desarrollo Académico: **Lilian Dabdoub Alvarado**

Coordinación de diseño instruccional ULA Millennial: **Marlene Krauss Solano**

Diseño instruccional: **Karen Goya Pantoja**

Desarrollo multimedia: **María Teresa Zermeño Marchena**

Diseño gráfico: **Rosalinda Gallegos Morales**

Corrección de estilo: **Guillermo Aguilera Lozano**

Redacción empresarial / COMM208

DR © 2017 Eric Albert Pearse Hughes

DR © 2017 Universidad Latinoamericana, S.C.

Gabriel Mancera 1402, Colonia del Valle, Benito Juárez, México, D.F. C.P.03100

ISBN.

La presente obra es el resultado de un colectivo de trabajo que laboró de acuerdo con la metodología didáctica desarrollada por la Dirección de Desarrollo Académico de la Universidad Latinoamericana, S.C.

Esta edición en español es la única autorizada.

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra en cualquier medio sin permiso escrito de la Dirección de Desarrollo Académico. Universidad Latinoamericana, S.C.

El préstamo, alquiler o cualquier otra forma de cesión de uso de este ejemplar requerirá también la autorización del editor o de sus representantes.

Publicado en México / *Published in Mexico*



Programa

1. Presentación de la asignatura
2. Temario
3. Dinámica de estudio
4. Criterios de evaluación
5. Agenda de actividades
6. Actividades semanales (de la primera a la quinta semana)
7. Bibliografía de consulta
8. Para saber más...
9. Referencias bibliográficas

1. Presentación de la asignatura



Bienvenido a la materia Redacción empresarial que forma parte de un conjunto de asignaturas, que cursarás de manera progresiva para que desarrolles, entre otras, habilidades gerenciales con las cuales tomarás decisiones acertadas para ejercer el liderazgo en las organizaciones.

¿Alguna vez has tenido un problema por no haber escrito de manera clara una frase, o utilizado correctamente los signos de puntuación? El uso adecuado de los términos, conceptos y palabras en diferentes contextos se considera una fortaleza, pues permite relacionarse apropiadamente con todo tipo de personas y organizaciones.

Escribir incorrectamente tiene consecuencias negativas, pues además de generar mensajes confusos provoca pérdida de tiempo y credibilidad, así como efectos comerciales adversos. Por ello, la materia **Redacción empresarial** tiene como propósito ayudarte a desarrollar habilidades de escritura y comunicación en el ámbito empresarial, para que tengas la posibilidad de elaborar mensajes correctos, eficaces y eficientes, enfocados en las personas que colaboran en la organización y aquellas con las que debes relacionarte.

¡Bienvenido a la asignatura!

2. Temario

COMM208 Redacción empresarial

Elaborar distintos tipos de textos para una comunicación efectiva en las organizaciones mediante los estilos de redacción y mensajes persuasivos.

Semana	Tema	Subtemas
Primera	1. La comunicación en los negocios	1.1. Tipos de comunicación. 1.2. Canales de comunicación. 1.3. Barreras de la comunicación. 1.4. Comunicación escrita.
Segunda	2. Los estilos de redacción en los negocios	2.1. Comunicación interna. 2.2. Estilos de redacción. 2.3. Comunicación escrita en el entorno de los negocios.
Tercera	3. La redacción empresarial	3.1. Formatos de redacción. 3.2. Estructura lingüística. 3.3. La argumentación. 3.4. Los mensajes.
Cuarta	4. Mensajes persuasivos	4.1 Cartas. 4.2 Memorandos. 4.3 Reportes. 4.4 Mensajes en comunicación electrónica (<i>email</i>). 4.5 Informes.
Quinta	5. Normas para la evaluación del Curriculum Vitae y solicitudes de empleo	5.1. El <i>Curriculum Vitae</i> . 5.2. Carta de presentación. 5.3. Solicitudes de empleo.

3. Dinámica de estudio



Las actividades de la materia se organizan en cinco semanas, cada semana deberás acudir los martes y los jueves a sesiones presenciales para tomar clase con el profesor de la asignatura y colaborar con tus compañeros de grupo; además tendrás a tu disposición el Aula en internet en la que podrás encontrar el programa de la asignatura y sus recursos de aprendizaje como lecturas, videos o interactivos que te explican los temas de la semana. El Aula en internet será el medio oficial para la entrega de las actividades que te calificarán para promover la asignatura.

SEMANA 1

SEMANA 2

SEMANA 3

SEMANA 4

SEMANA 5

Actividades presenciales con el facilitador				
Dos sesiones presenciales	Dos sesiones presenciales	Dos sesiones presenciales	Dos sesiones presenciales	Dos sesiones presenciales
Actividades en línea mediante el aula en internet				
Estudiar la explicación del tema de la semana y realizar la autoevaluación Participar en el trabajo colaborativo: Foros o el Diccionario Entregar el trabajo individual: Ejercicios temáticos o la Tarea integradora (parte 1 y 2)				

Recomendaciones para la dinámica de estudio presencial:

Antes de la sesión presencial:	Revisa en el aula en internet la explicación de los temas de la semana para que participes de manera activa en clase.
Durante la sesión presencial:	Refuerza tu aprendizaje y aclara tus dudas de las actividades del aula en internet.
Después de la sesión presencial:	Realiza las actividades de aprendizaje señaladas en el aula en internet.

4. Criterios de evaluación

En esta asignatura se evaluará tu aprendizaje mediante:

- **Ejercicios:** Los cuales refuerzan el aprendizaje del tema de la semana.
- **Tarea integradora:** incluye los contenidos de la materia en un solo trabajo a fin de aplicar lo aprendido. Se organiza en dos partes.
- **Foros:** a través de ellos fortaleces tus habilidades de argumentación y pensamiento crítico.
- **Diccionario de la asignatura:** reafirmas el aprendizaje conceptual de la materia.

Cantidad	Actividades de aprendizaje	Porcentaje
3	Ejercicios	27%
3	Foros	24%
1	Diccionario	9%
1	Tarea integradora dividida en parte I y II	40%
	Total	100%

5. Agenda de actividades

No. de semana	Actividad de aprendizaje	Medio de entrega	Día de entrega o participación	Ponderación
1	Foro 1. "La comunicación y los negocios"	Foro 1	A más tardar el viernes de la primera semana académica	8%
	Ejercicio 1. "La comunicación para el éxito en los negocios"	Entrega de tareas	A más tardar el domingo de la primera semana académica	9%
2	Foro 2. "Función primordial de la comunicación interna"	Foro 2	A más tardar el viernes de la segunda semana académica	8%
	Ejercicio 2. "Comunicando para los negocios"	Entrega de tareas	A más tardar el domingo de la segunda semana académica	9%
3	Foro 3. "¿Cómo afecta a una organización una redacción incorrecta?"	Foro 3	A más tardar el viernes de la tercera semana académica	8%
	Tarea integradora parte I. "Manual de identidad corporativa"	Entrega de tareas	A más tardar el domingo de la tercera semana académica	20%
4	Diccionario.	Diccionario de la materia	A más tardar el viernes de la cuarta semana académica	9%
	Ejercicio 3. "Redactando de manera persuasiva"	Entrega de tareas	A más tardar el domingo de la cuarta semana académica	9%
5	Tarea integradora parte II. "Manual de identidad corporativa"	Entrega de tareas	A más tardar el jueves de la quinta semana académica	20%

6. Actividades semanales

Semana 1



La comunicación en los negocios

¿Te has preguntado por qué las organizaciones y las empresas investigan constantemente sobre los factores del éxito empresarial? ¿Por qué actualmente se invierten tantos recursos y tiempo en indagar cuáles son las ventajas para el éxito en los negocios?

El tema que abordaremos en esta semana te ayudará a identificar la trascendencia que entre el amplio abanico de ideas o rutas sobre las que se busca el éxito tiene uno de los intangibles más importantes: la **comunicación**. Es una herramienta para la gestión de los negocios que no sólo se configura como una estrategia, sino también como un factor determinante para lograr los objetivos que se proponen las organizaciones.





En esta semana estudiarás el tema *La comunicación en los negocios*. Al término del mismo serás capaz de:

Aplicar los fundamentos de la comunicación con la finalidad de generar negociaciones exitosas a través de las herramientas como son: tipos de comunicación, sus canales, eliminación de barreras y comunicación escrita.



Explicación del tema 1. La comunicación en los negocios.



¿Sabías que la comunicación va más allá del lenguaje hablado y escrito? ¿Te has dado cuenta que todo lo que está a nuestro alrededor comunica, incluyendo los gestos, las posturas, las emociones y las entonaciones? Para que comprendas de mejor manera estos principios, observa el siguiente video en el que te explicaremos los tipos de comunicación:





Tipos de comunicación

¿Sabes qué son los canales de comunicación? ¿Alguna vez tuviste algún problema porque hubo una interpretación incorrecta sobre algo que querías decir? Para comprender estos temas te pedimos que revises el siguiente interactivo:



Canales y barreras de la comunicación

El lenguaje escrito es una de las formas de comunicación que perdura en el tiempo, pero ¿crees que sea importante para las organizaciones? ¿Conoces los distintos tipos de escritura que podemos utilizar? Estas generalidades las podrás observar en la infografía:



Comunicación escrita



La comunicación es un proceso que utilizamos cotidianamente, sin embargo, hacerlo a través de un escrito es una habilidad y competencia necesaria en todos los puestos de trabajo; desde la especificación de las tareas a realizar por cada una de las áreas que conforman una empresa o negocio, hasta transmitir los objetivos que deben alcanzarse no sólo al interior, sino también hacia fuera de la organización.

Si bien la comunicación perfecta no existe, podemos aproximarnos a lograrla cuando las ideas y especificaciones son transmitidas y comprendidas.

Así, la comunicación tiene un protagonismo indiscutible en las organizaciones, y cuando ésta se domina evita las barreras o ruidos al elegir los canales apropiados para que la redacción de todo tipo de texto sea efectiva.





Autoevaluación de los temas

Realiza en plataforma la autoevaluación del tema de la semana 1.



Términos clave

- Comunicación verbal
- Comunicación no verbal
- Proxémica
- Kinésica
- Paralenguaje
- Barreras (ruido) de la comunicación
- Comunicación directa
- Comunicación indirecta





Foro 1: “La comunicación y los negocios”

Ingresa al Foro 1 “La comunicación y los negocios” y con base en lo estudiado en la semana responde lo siguiente:

- ¿Por qué es importante que en las empresas existan áreas especializadas para gestionar la comunicación interna y externa?

Justifica tu respuesta. Puedes apoyarte en la **bibliografía de consulta** de la semana 1.

Además de tu participación, haz algún comentario sobre lo que ha expresado por lo menos uno de tus compañeros. Comparte tu respuesta en el foro a más tardar el **viernes** de la semana académica.

Tu colaboración debe tener un mínimo de 200 palabras y un máximo de 300; ser lógica, congruente con la pregunta y responderse dentro del tiempo establecido. Recuerda validar tus aportaciones colocando referencias veraces.

Revisa la **Evaluación: Foro** para que consideres los criterios con los que será evaluada tu participación.

Participación en Foro 1.



Ejercicio 1. “La comunicación para el éxito en los negocios”

Objetivo: Identificar las diferencias entre información y comunicación como factores indispensables para el éxito en los negocios.

Instrucciones:

1. Busca la diferencia entre información y comunicación.
2. Identifica por qué la información por sí misma no produce comunicación.

3. Investiga en fuentes confiables definiciones, significados y acercamientos a los siguientes conceptos, considerando que formarán parte del cuerpo del documento:
 - a. Qué se entiende por comunicación.
 - b. Qué se entiende por éxito en el ámbito de los negocios.
 - c. Cómo se relacionan la información, la comunicación, el éxito y los negocios.
4. Busca algún ejemplo de cómo una comunicación mal administrada provoca problemas a una organización y otro que demuestre que una buena comunicación le da reputación a otra empresa o negocio.
5. Elabora una presentación electrónica incluyendo los siguientes puntos:
 - a. Incluye una portada con tus datos de identificación, de la universidad y carrera.
 - b. Redacta una introducción sobre el contenido de la presentación.
 - c. Explica e interpreta los términos señalados en el punto número 3.
 - d. Realiza un esquema general que te permita exponer por qué la comunicación y la información son recursos indispensables para el éxito de una organización, empresa o negocio, empleando los términos explicados.
 - e. Presenta de manera general los ejemplos que localizaste en un máximo de dos diapositivas por caso.
6. No olvides incluir las fuentes de consulta en formato APA.

Revisa la **Evaluación: Ejercicio 1** para que consideres los criterios con los que serás evaluado.

Comparte tu trabajo mediante el botón **Entrega de tareas** a más tardar el **domingo** de tu semana académica en un archivo .PPT formato 97-2003 o PDF. Al nombrarlo indica los siguientes datos:
apellido paterno_apellido materno_Snúmero de la semana_TInombre de la tarea.
 Ejemplo: perez_roblesS1TIpresentacion

Entregable: Presentación electrónica.



Semana 2



Los estilos de redacción en los negocios

¿Qué demuestra una mala ortografía o una pésima redacción en un documento de una empresa o negocio de renombre? ¿Has observado cómo afecta su imagen que ocurran estos errores, no sólo en lo interno sino de manera general?

La redacción es un arma de doble filo en los negocios. Una gestión adecuada de la misma ayudará a lograr el éxito alcanzando los objetivos propuestos; pero el uso incorrecto del idioma y de “lo que se quería decir en realidad” juegan un papel tan importante que pueden cortar de tajo la reputación de la empresa.

Por ello, en esta semana conocerás cuáles son y cómo se conforman los estilos de redacción en los negocios con enfoque en los colaboradores de la organización, para ofrecerles canales de información y comunicación eficaces que les permitan desarrollar sus habilidades y exponer ideas e inquietudes para cumplir con las metas organizacionales.





En esta semana estudiarás el tema *Los estilos de redacción en los negocios*. Al término del mismo serás capaz de:

Aplicar los estilos de redacción y comunicación escrita por medio de la identificación de la importancia de la comunicación interna en el entorno de las organizaciones para elaborar comunicados que aseguren el éxito de las negociaciones.



Explicación del tema 2. Los estilos de redacción en los negocios.



¿Sabías que la comunicación al interior de una organización es sumamente importante y permite conocer mejor a las empresas? Mediante el análisis del siguiente video conocerás qué es la comunicación interna, cuáles son sus características y por qué es indispensable conocer su clasificación.



Comunicación interna

En la comunicación empresarial es indispensable saber cómo comunicarse con el público al que se desea llegar, sin embargo, ¿sabes qué tipo de documentos utilizar para comunicarte con los colaboradores? Para conocer la respuesta a esta pregunta revisa el siguiente interactivo:



El estilo de redacción y la comunicación escrita en los negocios



Todas las empresas, negocios u organizaciones pueden gestionar su comunicación de manera propia o mediante la contratación de un despacho o agencia externa de comunicación o relaciones públicas, sin embargo, lo ideal es que cuenten con su propio departamento, área o equipo de comunicación interna, pues nadie mejor que la misma organización para conocerse a sí misma.

La comunicación interna busca cohesionar a los colaboradores, hacerlos partícipes de las acciones que se realizan para alcanzar los objetivos. Prueba de ello es que el mismo lenguaje se ha modificado. Por ejemplo, en una tienda *Wal-Mart* no se habla de empleados, sino de “asociados”; en otro tipo de organizaciones se les denomina “anfitriones”, como en *Starbucks*. El uso de estos términos tiene propósitos muy claros: hacer sentir a los colaboradores parte del equipo, y si lo notas, la forma de dirigirse a ellos es un estilo de redacción que los influye positivamente.

Te invitamos a que en cada establecimiento o institución que visites observes algunos comunicados orientados a la comunicación interna y te percatas por qué es tan importante mantener unidos a los equipos de trabajo, pero sobre todo, date cuenta cómo es que los colaboradores se sienten con ánimos de alcanzar



el éxito junto con las empresas para las que trabajan. Así, si te conviertes en emprendedor, sabrás la importancia de contar con personal comprometido, pero sobre todo, motivado.



Autoevaluación de los temas

Realiza en plataforma la autoevaluación del tema de la semana 2.



Términos clave

- Comunicación interna
- Tipos de comunicación interna (horizontal, ascendente, descendente y transversal)
- Comunicación formal
- Comunicación informal
- Redacción corporativa
- Matriz de Wunderman
- Manual de estilo
- Manual de identidad gráfica





Foro 2: “Función primordial de la comunicación interna”

Ingresa al Foro 2 “Función primordial de la comunicación interna” y con base en lo estudiado en la semana responde lo siguiente:

- ¿Cuál consideras que debería ser la función primordial de la comunicación interna? ¿Convencer o motivar a los colaboradores? ¿Por qué?

Puedes apoyarte en la **bibliografía de consulta** de la semana 2 o en fuentes de información confiables, incluyendo los recursos de la Biblioteca Virtual ULA.

Además de tu colaboración, haz algún comentario sobre lo que ha expresado por lo menos uno de tus compañeros. Comparte tu respuesta en el foro a más tardar el viernes de la semana académica.

Tu participación debe tener un mínimo de 200 palabras y un máximo de 300; ser lógica, congruente con la pregunta y responderse dentro del tiempo establecido. Recuerda validar tus aportaciones colocando referencias veraces.

Revisa la **Evaluación: Foro** para que consideres los criterios con los que será evaluada tu participación.

Participación en Foro 2.



Ejercicio 2. “Comunicando para los negocios”

Objetivo: Aplicar la redacción corporativa en la elaboración de mensajes de comunicación interna.

Instrucciones:

1. Investiga la filosofía institucional de una empresa, organización o negocio, puede ser:
 - a. Misión
 - b. Visión
 - c. Valores
2. Elige uno de los elementos de la filosofía institucional y transcríbelo (anótalo tal cual está redactado). Después, explica esa filosofía institucional con tus propias palabras.
3. Identifica el organigrama de dicha empresa u organización y selecciona dos áreas de diferente nivel jerárquico. Deberás explicar la filosofía de la empresa tomando en consideración la comunicación ascendente y descendente.
4. Elabora un documento de texto en el que incluyas:
 - a. Portada con tus datos de identificación, de la universidad y de tu carrera.
 - b. Una introducción sobre el contenido del documento.
 - c. El elemento de la filosofía institucional que explicarás (transcrito tal cual está redactado).
 - d. Indiques la primera área de la organización a la que explicarás la filosofía institucional; menciona las características generales de los colaboradores de la misma y expón el texto interpretado, utiliza un lenguaje apropiado para el tipo de empleados que deberán comprenderla. Si lo consideras necesario incluye ejemplos.
 - e. Indica la segunda área de la organización a la que expondrás la filosofía institucional y el texto interpretado; maneja un lenguaje apropiado para el tipo de colaboradores que deberán comprenderla. También puedes incluir ejemplos si lo crees necesario.
 - f. La conclusión de tu documento señalando por qué es importante que los estilos de redacción en la comunicación interna estén debidamente orientados al público receptor de la información. Recurre a los materiales de esta semana académica para que puedas fundamentar el cierre del documento.
5. Incluye las fuentes de consulta en formato APA, anota las organizaciones o empresas de donde obtuviste la información de su filosofía institucional.

Revisa la **Evaluación: Ejercicio 2** para que consideres los criterios con los que serás evaluado.

Comparte tu trabajo mediante el botón **Entrega de tareas** a más tardar el **domingo** de tu semana académica en un archivo .PPT formato 97-2003 o PDF. Al nombrarlo indica los siguientes datos:
apellido paterno_apellido materno_Snúmero de la semana_TII nombre de la tarea.
 Ejemplo: perez_roblesS2TIIComunicando.

Entregable: Reporte



Semana 3



La redacción empresarial

¿Recuerdas qué características tiene tu certificado de bachillerato? ¿O qué lenguaje se utilizaba en los comunicados oficiales que recibías de tu escuela o trabajo? Estos documentos están redactados de una manera formal que sigue ciertos patrones y protocolos.

Todas las empresas, organismos y organizaciones deben acatar ciertas reglas y normas lingüísticas y ortográficas para la elaboración de sus comunicados, no sólo para una mejor comprensión, sino porque “redactar correctamente” les confiere un valor de confianza entre sus colaboradores y el público externo.

Así, para que conozcas las particularidades de la redacción empresarial, en esta semana abordaremos los formatos de redacción, que incluyen la [estructura lingüística](#) de los mensajes y cómo algunos de ellos deben contener argumentos que les den validez y credibilidad.





En esta semana estudiarás el tema *La redacción empresarial*. Al término del mismo serás capaz de:

Aplicar la redacción mediante el uso de los formatos requeridos, la argumentación y la estructura lingüística con la finalidad de generar una imagen positiva en la comunicación de una organización.



Explicación del tema 3. La redacción empresarial



¿Sabías que, dependiendo del tipo de mensaje que se desea transmitir y del destinatario debe utilizarse un formato específico de redacción con una estructura lingüística específica? ¿Conoces cuáles son los mensajes comunes en las empresas? Para adentrarte en esta cuestión revisa el siguiente interactivo:



Formatos de redacción y estructura lingüística

Con la intención de que al interior de una organización los mensajes no solamente sean transmitidos como órdenes, sino que se convenga y motive a los colaboradores se utiliza la argumentación, la cual abordaremos en el siguiente interactivo.



La argumentación



La comunicación al interior de las organizaciones se basa en el uso de estructuras lingüísticas y formatos muy bien establecidos, pues éstos han demostrado ser eficientes porque potencializan las relaciones personales y comerciales en el mercado.

El proceso de argumentación es realmente importante ya que permite no solamente identificar la manera de convencer a las personas sobre ciertas acciones o toma de decisiones, sino que además fundamenta el actuar de las diferentes áreas de la organización. De esta manera, se demuestra que las actividades se basan en hechos, datos e información sustentada y corroborable.

En ese entendido, todas las organizaciones cuentan con formatos que no solamente les dan identidad, sino que les permiten exponer, de manera apropiada y eficaz, la información que requieren tener disponible para sus colaboradores; esto lo podrás observar detalladamente cuando te encuentres trabajando para alguna empresa o cuando estés manejando la propia.



Autoevaluación de los temas

Realiza en plataforma la autoevaluación del tema de la semana 3.



Términos clave

- Formatos de redacción
- Estructura lingüística
- Correspondencia
- Argumentación
- Oficios
- Informes
- Actas o minutas
- Memorándum





Foro 3: “¿Cómo afecta a una organización una redacción incorrecta?”

Ingresa al Foro 3 “¿Cómo afecta a una organización una redacción incorrecta?” y con base en lo estudiado en la semana responde lo siguiente:

- ¿En qué formas puede afectar a una organización una redacción incorrecta?

Justifica tu respuesta. Puedes apoyarte en la **bibliografía de consulta** de la semana 3 o en fuentes de información confiables, incluyendo los recursos de la Biblioteca Virtual ULA.

Además de tu colaboración, haz algún comentario sobre lo que ha expresado por lo menos uno de tus compañeros. Comparte tu respuesta en el foro a más tardar el **viernes** de la semana académica.

Tu participación debe tener un mínimo de 200 palabras y un máximo de 300; ser lógica, congruente con la pregunta y responderse dentro del tiempo establecido. Recuerda validar tus aportaciones colocando referencias veraces.

Revisa la **Evaluación: Foro** para que consideres los criterios con los que será evaluada tu participación.

Participación en Foro 3.



Tarea integradora parte I. “Manual de identidad corporativa”

Objetivo: Elaborar un manual de identidad corporativa que permita identificar la importancia que reviste dotar a toda organización de una identidad.

Instrucciones:

1. Considera que crearás una nueva empresa en la que serás el propietario. Para ello, identifica los siguientes puntos:
 - a. Nombre de la empresa.
 - b. Giro de la empresa (a qué se dedicará).

- c. Tamaño (micro, pequeña, mediana).
- d. Número aproximado de colaboradores.
2. Investiga en fuentes fidedignas qué es la identidad corporativa de una organización.
3. A partir de lo investigado genera un logotipo y un eslogan para tu nueva empresa. No te preocupes si no eres diseñador o un excelente dibujante; puedes utilizar tipografías (letras), símbolos, números o cualquier símbolo que ayude a darle una identidad a tu empresa.
4. Elabora un eslogan breve pero conciso que refuerce la identidad de tu empresa.
5. Diseña una presentación electrónica en la que expongas los siguientes elementos, cada uno en una diapositiva, como se enumera a continuación:
 - I. Portada con tus datos de identificación, de la universidad y de tu carrera.
 - II. El logotipo de tu organización y el eslogan que le acompaña, sin títulos, señalando cuál es el giro de la empresa.
 - III. Introducción que indicará el contenido de la presentación.
 - IV. Con el título *Logotipo* explicarás de manera breve qué significado tiene éste y de dónde surge.
 - V. Con el título *Eslogan* señalarás de manera breve por qué la elección de este lema y cómo se relaciona con el logotipo.
 - VI. Indica en qué tipo de documentos de comunicación interna deberá utilizarse solamente el logotipo.
 - VII. Especifica en qué tipo de documentos de comunicación interna deberá utilizarse solamente el eslogan.
 - VIII. Explica en qué tipo de documentos de comunicación interna deberán utilizarse el logotipo y el eslogan juntos.
 - IX. Logotipo y eslogan juntos.
 - X. Conclusión que explicará la importancia que tiene para tu empresa contar con una identidad corporativa.
 - XI. Anota las fuentes de consulta en formato APA.
6. Recuerda que los tipos de documentos de comunicación interna están enlistados en los recursos que revisaste esta semana.

Utiliza el **Formato: Tarea integradora** para realizar tu tarea.

Revisa la **Evaluación: Tarea integradora parte I** para que consideres los criterios con los que serás evaluado.

Comparte tu trabajo mediante el botón **Entrega de tareas** a más tardar el **domingo** de tu semana académica en un archivo .PPT. Al nombrarlo indica los siguientes datos:

apellido paterno_apellido materno_Snúmero de la semana_TInombre de la tarea.

Ejemplo: perez_roblesS3TIIIIdentidadCorporativa.

Entregable: Presentación electrónica.

Semana 4



Mensajes persuasivos

¿Sabes por qué recurrentemente argumentamos o exponemos razones cuando nos comunicamos con otras personas? ¿Y qué decir cuando tomamos decisiones? Los mensajes persuasivos tienen por finalidad no sólo convencer sino exponer los argumentos que sustentan nuestras ideas.

Todas las empresas generan comunicación constantemente, tanto para sus públicos internos como externos, sin embargo, deben contar con una estructura que permita persuadir a los interlocutores, de manera que estén convencidos de las decisiones que se toman y les permitan “ponerse la camiseta” de la empresa. Por ello, en esta semana, veremos las características de los mensajes persuasivos.



En esta semana estudiarás el tema *Mensajes persuasivos*. Al término del mismo serás capaz de:

Redactar mensajes persuasivos para formar, reforzar o cambiar actitudes, creencias, opiniones, percepciones o conductas de las personas o grupos en una organización mediante los tipos de mensaje más utilizados en una organización para el éxito de las negociaciones.





¿Qué necesito saber?

Explicación del tema 4. Mensajes persuasivos.



¿Sabes qué debe incluir un mensaje para que sea persuasivo? ¿Alguna vez has recibido algún correo electrónico o algún tipo de mensaje que no te quedó claro? Para que la comunicación pueda fluir en una empresa necesitamos ser claros en lo que queremos comunicar. Para conocer los principios básicos de la comunicación persuasiva observa el siguiente video:



Comunicación persuasiva



Ahora que ya conoces cómo se redacta la comunicación persuasiva, te invitamos a conocer la manera de integrarla en documentos mediante el siguiente interactivo:



Mensajes persuasivos



Los mensajes persuasivos son la manera en que convencemos a los colaboradores de que forman parte de una gran familia, la de la empresa o la organización en la que nos encontramos. Mediante el uso apropiado de argumentos y datos podemos influir en ellos, pero también hacerlos reflexionar sobre sus acciones y decisiones.

Generar mensajes persuasivos en la organización es una habilidad que puedes desarrollar mediante construcciones gramaticales sencillas que eviten el uso de lenguaje rebuscado. Te sugerimos iniciar con la escritura de esquemas que faciliten la escritura de los argumentos que emplearás, verás que te serán de gran utilidad.

Recuerda que debes tener claro lo que deseas comunicar, para lo cual es importante conocer la información relacionada con esos asuntos, pero sobre todo considera que un escrito de negocios es como un artículo de prensa: siempre deberás iniciar con lo más importante para que puedas mantener la atención del lector.





Autoevaluación de los temas

Realiza en plataforma la autoevaluación del tema de la semana 4.



Términos clave

- Carta
- Memorando
- Informe o reporte
- *email*
- Correspondencia
- Eficacia



¿Qué tengo que hacer?



Diccionario

Diccionario de la materia

¡Es momento de poner en práctica tus habilidades de cooperación y colaboración!

Tú y tus compañeros deberán elaborar un diccionario para la materia, por lo tanto, deberán definir los conceptos más importantes que han aprendido a lo largo de estas cuatro semanas del curso.

Realiza lo siguiente:

1. Selecciona dos conceptos que has aprendido en la materia. Te sugerimos que revises cada semana los términos clave.
2. Ingresa a la herramienta Diccionario del aula en internet o la plataforma y agrega los dos conceptos que ya seleccionaste. Verifica que aún no estén incluidos en el diccionario ya que NO puedes duplicar los que ya anotaron tus compañeros; si fuera el caso tendrás que seleccionar otros conceptos.

3. Define con tus propias palabras los conceptos que elegiste apoyándote en fuentes de información confiable. Recuerda que para esta actividad puedes consultar la **bibliografía básica** de la materia que se encuentra disponible en la Biblioteca Virtual ULA.
4. Cita en cada una de tus definiciones la referencia bibliográfica que sustenta tu participación, siguiendo el formato APA.
5. Revisa las palabras que hayan incorporado tus compañeros y si deseas agregar información hazlo pero justifica tu aportación.
6. Lee la **evaluación del diccionario** y considera los criterios para participar.
7. Tu participación será a más tardar el **viernes** de la semana académica, deberá tener un mínimo de 200 palabras y un máximo de 300; ser lógica, congruente y agregarse dentro del tiempo establecido. Recuerda validar tus aportaciones consultando referencias veraces.

El facilitador revisará las palabras que tú y tus compañeros hayan incorporado y si encuentra información incompleta o errónea, la completará o corregirá según sea el caso.

Al finalizar el curso podrás imprimir el diccionario (o glosario) con los conceptos más importantes que hemos revisado en la materia.



Ejercicio 3. “Redactando de manera persuasiva”

Objetivo: Elaborar un mensaje persuasivo utilizando algunos de los formatos comunes de documentos para las organizaciones.

Instrucciones:

1. La siguiente carta fue enviada por un distribuidor a la empresa “ZapaMundo”, dedicada a la venta de calzado mayorista por catálogo. Léela con atención:

Ciudad de México, a 12 de Mayo de 2017.

Señores de ZapaMundo:

Todavía no nos han enviado el catálogo con las novedades que presentarán la próxima temporada. En conversación telefónica mantenida con ustedes afirmaron que estaría a nuestra disposición en torno al día quince del mes y ya han pasado dos semanas. Si no arreglan la situación y se disculpan, no nos quedará otro remedio que rescindir toda relación comercial con ustedes.



José Guerrero

Distribuidor mayorista

Zona XI

2. Identifica con qué tipo de documento solicitarías la información interna que explique por qué no se ha atendido al distribuidor y a qué área lo dirigirías.
3. Redacta un borrador del documento que enviarás.
4. Identifica qué tipo de documento te permitirá dar respuesta oportuna al distribuidor para no romper relaciones comerciales.
5. Genera un borrador del documento que dirigirás al distribuidor.
6. Elabora un documento de texto en el que incluyas lo siguiente:
 - I. Portada con tus datos de identificación, de la universidad y de tu carrera.
 - II. Introducción en la que señales por qué es necesario generar documentos persuasivos para resolver la situación que se presentó.
 - III. El escrito que enviarás de manera interna para conocer por qué se dio esta situación con el distribuidor. Este contenido deberá estar en una sola página.
 - IV. La respuesta al requerimiento del distribuidor para no romper relaciones comerciales. Este contenido deberá estar en una sola página.
 - V. Una conclusión de media cuartilla en la que señales por qué consideras que, con tu respuesta, el distribuidor no romperá relaciones comerciales con la empresa.
 - VI. Fuentes de consulta en formato APA.

Revisa la **Evaluación: Ejercicio 3** para que consideres los criterios con los que serás evaluado.

Comparte tu trabajo mediante el botón **Entrega de tareas** a más tardar el **domingo** de tu semana académica en un archivo .PPT formato 97-2003 o PDF. Al nombrarlo indica los siguientes datos:
apellido paterno_apellido materno_Snúmero de la semana_TIIInombre de la tarea.
Ejemplo: perez_roblesS2TIIIRedactando.

Entregable: Documento de texto.



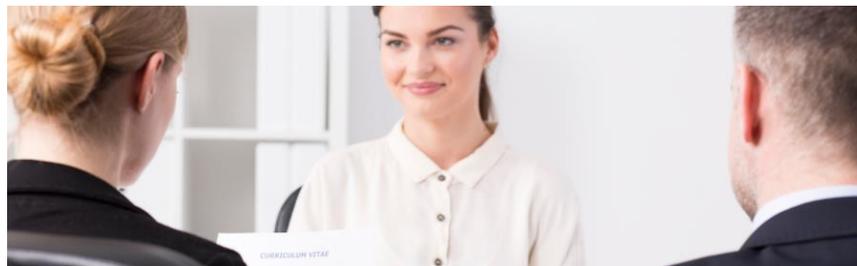
Semana 5



Normas para la evaluación del *Currículum Vitae* y solicitudes de empleo.

¿Sabías que además de un Currículum Vitae es necesario contar con una carta de presentación? En muchos de los casos, las personas que se postulan a una vacante solamente presentan un currículum vitae, sin embargo, contar con una carta de presentación es una ventaja que permite a los candidatos presentarse como la mejor opción para la contratación.

Esto se debe a que una carta de presentación ayuda a presentar al candidato como alguien que puede aportar valor a la organización, más allá de sus conocimientos y experiencia. De esta manera, en las organizaciones resulta esencial conocer las normas para evaluar un currículum y las solicitudes de empleo, sobre todo, si se encuentran acompañadas de una carta de presentación.



En esta semana estudiarás el tema *Normas para la evaluación del Currículum Vitae y solicitudes de empleo*. Al término del mismo serás capaz de:

Diseñar un currículum para resaltar las metas o expectativas profesionales de acuerdo con el puesto de trabajo a solicitar que lo distinguan del resto de los candidatos, mediante el uso de las normas correctas para evaluar los distintos formatos.



 ¿Qué necesito saber?



¿Sabías que el *Curriculum Vitae* es tu puerta de entrada para postularte como candidato a un empleo? No obstante, es importante que identifiques las acciones previas que debes considerar antes de escribir uno, pues de su eficacia dependerá encontrar el trabajo apropiado. Para ello, te pedimos que observes el siguiente video:



El *Curriculum Vitae*

Ahora bien, redactar un currículum requiere de técnicas y procedimientos que se basan en consejos e información precisa que, aseguran los expertos, es esencial. Una vez que cuentas con tu currículum, los especialistas recomiendan anexar un documento que hará la diferencia entre tú y otros aspirantes a una vacante. ¿Habías escuchado acerca de la carta de presentación? Te invitamos a revisar el siguiente interactivo:





Contenido de un *currículum* y carta de presentación



Conocer las características de un currículum y una carta de presentación te permite no sólo redactarlos de manera apropiada, sino también analizar aquellos que puedan presentarse interesados en trabajar o colaborar contigo.

Esto implica que, como parte de la comunicación empresarial, las cartas de presentación y los currículum dan una idea general de cómo es la comunicación que procede del exterior de la organización, por lo que es fundamental identificar las diferentes formas de comunicar.

Recuerda que el proceso de la comunicación requiere de una retroalimentación; ésta se generará en función de la información recibida y de la respuesta que se pueda ofrecer.





Autoevaluación de los temas

Realiza en plataforma la autoevaluación del tema de la semana 5.



Términos clave

- Currículum Vitae
- Carta de presentación
- Experiencia profesional
- Formación académica



¿Qué tengo que hacer?



Tarea integradora

Tarea integradora parte II. “Manual de identidad corporativa”

Objetivo: Completar el manual de identidad corporativa que permita identificar la importancia que reviste dotar a toda organización de una identidad.

1. Retoma los elementos que elaboraste en la tarea integradora parte I, como son:
 - a. Nombre de la empresa
 - b. Giro de la empresa
 - c. Tamaño
 - d. Número aproximado de colaboradores
 - e. Eslogan de la empresa
 - f. Logotipo
2. Genera un documento de texto con las siguientes características (cada elemento está descrito detalladamente en el documento “Evaluación: tarea integradora II”):
 - a. Introducción: exponer la finalidad del manual de identidad corporativa, señalando todos los elementos que se incluyen en el documento.

- b. La marca: Definir el nombre de la empresa y lo presenta acompañado del logotipo y el eslogan.
 - c. Uso mínimo del logotipo: Establecer el tamaño mínimo que deberá tener el logotipo.
 - d. Variantes de logotipo + Slogan: Señalar cuál es la relación que guardarán el logotipo y el eslogan cuando se presenten juntos en documentos de la compañía.
 - e. Colores corporativos: establecer los colores a utilizar.
 - f. Tipografía corporativa: señalar el nombre y tamaño de la fuente a utilizar.
 - g. Papelería: Determinará en qué lugar aparecerán el logotipo y el eslogan en los siguientes tipos de documentos:
 - i. Hojas tamaño carta
 - ii. Hojas tamaño oficio
 - iii. Tarjetas de presentación
 - iv. Etiquetas
 - v. Carpetas corporativas
 - vi. Plantillas para correos electrónicos
 - h. Responsable de la información: Indicar los datos de la persona que generó el documento.
3. Incluye las fuentes de consulta, en caso de haberlas consultado, en formato APA.

Revisa la **Evaluación: Tarea Integradora parte I**, para que consideres los criterios con los que serás evaluado.

Comparte tu trabajo mediante el botón **Entrega de tareas** a más tardar el **jueves** de tu semana académica en un archivo .doc o pdf . Al nombrarlo indica los siguientes datos:

apellido paterno_ apellido materno_ Número de la semana_ TII nombre de la tarea.

Ejemplo: perez_roblesS3TIIIdentidadCorporativa.

Producto: Documento de texto.



7. Bibliografía de consulta

Semana	Libro
1	<p>Foro 1</p> <p>Libro: Ocampo, M. (2014). <i>Comunicación empresarial: plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones</i>. España: Editorial UOC.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capítulo 1. <ul style="list-style-type: none"> - Apartado 1.5: Pilares de las relaciones comunicativas en la organización. <p>(Disponible en la Biblioteca Virtual ULA, colección e-libro).</p> <p>Ejercicio 1</p> <p>Libro: Ocampo, M. (2014). <i>Comunicación empresarial: plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones</i>. España: Editorial UOC.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capítulo 1. <ul style="list-style-type: none"> - Apartado 1.4: aportes disciplinares al estudio de la comunicación organizacional. <p>(Disponible en la Biblioteca Virtual ULA, colección e-libro).</p>
2	<p>Foro 2</p> <p>Libro: Tarodo, C. (2014). <i>Comunicación empresarial y atención al cliente</i>. España: Ra-Ma.</p> <p>Apartados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2.4 La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal. • 2.6. Caso práctico. <p>(Disponible en la Biblioteca Virtual ULA, colección e-libro).</p> <p>Ejercicio 2</p> <p>Libro: Medina-Aguerreberre, P. (2014). <i>Marca y comunicación empresarial</i>. España: Editorial UOC.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apartado: La marca. <ul style="list-style-type: none"> - Subtema: Arquitectura de la marca. <p>(Disponible en la Biblioteca Virtual ULA, colección e-libro).</p>
3	<p>Foro 3</p> <p>Libro: Tarodo, C. (2014). <i>Comunicación empresarial y atención al cliente</i>. España: Ra-Ma.</p>

Apartados:

- 2.4 La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.
- 2.6. Caso práctico.

(Disponible en la Biblioteca Virtual ULA, colección e-libro).

Tarea integradora parte I

Recurso: Mapa conceptual *Mensajes comunes en las empresas*. (Disponible en los recursos de esta semana académica).

Libro: Jiménez, A. y Rodríguez, I. (2007). *Comunicación e imagen corporativa*. España: Editorial UOC.

- Capítulo 1.
 - Apartado I. La identidad corporativa: el ser de la empresa.

(Disponible en la Biblioteca Virtual ULA, colección e-libro).

Ejercicio 3

Libro: Blanco, C., Lobato, F. y Lobato, F. (2013). *Comunicación y atención al cliente*. España: Macmillán Iberia.

- Unidad 5: La comunicación escrita en el ámbito empresarial.

(Disponible en la Biblioteca Virtual ULA, colección e-libro).

Tarea integradora parte II

Libro:

Jiménez, A. y Rodríguez, I. (2007) *Comunicación e imagen corporativa*. España: Editorial UOC
Capítulo 1. Apartado I. La identidad corporativa: el ser de la empresa.

(Disponibles en la Biblioteca Virtual ULA, colección e-Libro).

8. Para saber más...

¿Quieres saber más sobre la materia de estudio de esta asignatura? Te recomendamos los siguientes recursos que se encuentran disponibles en tu biblioteca virtual de la ULA.

- Blanco, C., Lobato, F. y Lobato, F. (2013) *Comunicación y atención al cliente*. España: MacMillán Iberia.
- Jiménez, A. y Rodríguez, I. (2007) *Comunicación e imagen corporativa*. España: Editorial UOC
- Medina-Aguerrebere, P. (2014) *Marca y comunicación empresarial*. España: Editorial UOC.
- Ocampo, M. (2014). *Comunicación empresarial: plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones*. España: Editorial UOC.
- Tarodo, C. (2014) *Comunicación empresarial y atención al cliente*. España: Ra-Ma

9. Referencias bibliográficas

- Chávez, F. (2011) Redacción avanzada: un enfoque lingüístico. México: Pearson.
- Fonseca, S. (2011) Comunicación oral y escrita. México: Pearson.
- Mina, A. (2009) Humanismo y argumentación. Argentina: El Cid Editor.