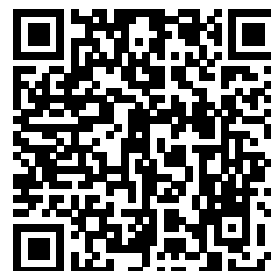


Taller de escritura

**MASTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA
EMPRESA / MBA IN INTERNATIONAL MANAGEMENT**

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO

Este documento puede utilizarse como documentación de referencia de esta asignatura para la solicitud de reconocimiento de créditos en otros estudios. Para su plena validez debe estar sellado por la Secretaría de Estudiantes UIMP.



DATOS GENERALES

Breve descripción

Tomar conciencia de que redactar eficazmente en el ámbito profesional es fundamental para el buen funcionamiento de una empresa u organización: externamente, proyecta imagen de competencia y buen hacer; internamente, los escritos claros y breves ahorran tiempo y resultan más visuales y persuasivos

Título asignatura

Taller de escritura

Código asignatura

102806

Curso académico

2024-25

Planes donde se imparte

[MASTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA / MBA IN INTERNATIONAL MANAGEMENT](#)

Créditos ECTS

2

Carácter de la asignatura

OBLIGATORIA

Duración

Cuatrimestral

Idioma

Español/inglés

CONTENIDOS

Contenidos

I. PARTE. PRESENCIAL

SESIÓN 1: Planificación de textos

• Producción y organización de las ideas: necesidades del destinatario y de la organización

• Brevedad, eficacia y cortesía verbal

• Técnicas eficaces para redactar y transmitir información escrita

--Producción de escritos con los esquemas propuestos

--Revisión de escritos propuestos: reelaboración

SESIÓN 2: Modelos textuales y producción de escritos I

• Lenguaje descriptivo

--Estrategias del lenguaje descriptivo profesional

--Aplicaciones al ámbito profesional del comercio exterior (empresas, productos, envases…)

• Lenguaje informativo

--Estrategias informativas

--Principales estructuras de los escritos expositivos

--Producción de escritos con los esquemas propuestos

--Revisión de escritos propuestos: reelaboración en grupo y explicación

SESIÓN 3: Modelos textuales y producción de escritos II

• El lenguaje persuasivo y la argumentación

--Estructura del discurso argumentativo

--Recursos y técnicas de persuasión en la empresa

--Argumentos técnicos y argumentos emotivos

• Los conectores y la argumentación

--Procedimientos de conexión para lograr cohesión textual

--Caminos argumentativos: inductivo y deductivo

--Fundamentos y refuerzos argumentales: inclusión de casos, ejemplos, pruebas y verificaciones

--Procedimientos de introducción

--Formas de conclusión

--Producción de escritos con los esquemas propuestos

--Revisión de escritos propuestos: reelaboración en grupo y explicación

SESIONES 4, 5 y 6: Redacción aplicada al ámbito de las oficinas comerciales I

• Redacción de informes

--Definición y características

--Clases de informes

• Sobre productos o empresas destinados a un mercado específico

• Sobre ferias

• Sobre misiones comerciales

• Búsqueda de socios comerciales, agendas comerciales

--Revisión de escritos propuestos

--Producción de escritos con los esquemas propuestos: elaboración en grupo y explicación

SESIÓN 7: Redacción aplicada al ámbito de las oficinas comerciales II

• Redacción de correos electrónicos

--Técnicas y estructura

--Corrección de correos

-- Protocolo y etiqueta en el lenguaje virtual

--Correos de información, de presentación de empresas, de agradecimiento, otros

--invitaciones y objetivos de redacción

--Estructura y contenido

--Producción de escritos según los esquemas propuestos

--Revisión de escritos propuestos: reelaboración en grupo y explicación

II PARTE. VIRTUAL

A lo largo de las Fases II y III, el alumno deberá realizar cinco fichas con ejercicios parcialmente autoevaluables sobre aspectos de corrección escrita, más cuatro ejercicios breves de redacción sobre un tema determinado que enviará al profesor en las fechas establecidas para su corrección y evaluación.

• Contenido de las fichas (disponibles desde el último mes de la Fase I):

-- Ampliación del vocabulario activo

-- Mejora de la expresión: corrección de errores gramaticales y dudas

-- Puntuación

-- Dominio de la ortografía general y técnica: siglas, acrónimos, cifras

-- Uso de la ortotipografía: cursiva, mayúsculas, versales

• Breve redacción (se corrigen y se puntúa individualmente).

-- Fechas de entrega de la redacción, hasta las 19.00 de los días siguientes:

• 20 de enero (primera)

• 14 de febrero (segunda)

• 10 de marzo (tercera)

• 3 de abril (cuarta)

-- Forma de entrega: se depositará en la actividad correspondiente en el campus virtual.

Salvo en el caso de la primera, deben tomarse en consideración las correcciones y recomendaciones del profesor en las anteriores para no repetir errores. La calificación de las cuatro redacciones constituye el 50 % de la nota virtual.

-- Procedimiento de corrección. El profesor tendrá en cuenta el enfoque original y el aporte personal sobre tema propuesto; es importante ese aspecto para evitar reproducir fuentes de

internet o apoyos en la IA. Se trata de orientar persuasivamente un tema común propio de la cultura de negocios y de la visión propia. Se devolverán corregidas con breves observaciones también a través de la actividad correspondiente en el campus virtual, los siguientes días:

- • 10 de febrero (primera)
- • 6 de marzo (segunda)
- • 31 de marzo (tercera)
- • 30 de abril (cuarta)

Durante la fase en línea, los profesores realizarán tres tutorías presenciales o virtuales (febrero, marzo, abril), en días y horarios que se establecerán, para comentar con los alumnos la corrección de las carpetas de ejercicios, la evolución experimentada a través de las redacciones, así como los aspectos de mejora de los alumnos y las consultas que deseen realizar. La asistencia es voluntaria, pero se tomará en consideración para la nota +/-10; además, será el procedimiento para la revisión de las entregas de la carpeta de ejercicios y de las redacciones (nota 1/3).

COMPORTAMIENTO SOCIAL EN LOS NEGOCIOS

Primera sesión

- • Comunicación interpersonal en los negocios: cortesía y buenas maneras
 - Conceptos útiles: etiqueta, presidencia, precedencia…
 - Circunstancias de aplicación en el ámbito profesional: saludos, presentaciones, cesiones…
 - Tratamientos internacionales.

- • La imagen personal como mensaje en el mundo de los negocios
 - El comportamiento corporativo.
 - La imagen personal en el ámbito profesional: reflejo de la imagen corporativa. Códigos de vestimenta y valores profesionales

Segunda sesión

- • Comunicación interpersonal
 - En reuniones y negociaciones:
 - • colocación de los asistentes y disposición de las mesas,
 - • recepción y atención a visitas: fortalecer las relaciones y ofrecer buena imagen,
 - • cortesía verbal: el concepto de contrato conversacional, imagen positiva e imagen negativa.
 - En las relaciones sociales: almuerzos, cenas, recepciones, etc.:
- • sistemas de colocación de comensales,
- • el servicio de los alimentos,
- • diferencias culturales respecto a los alimentos.
- En actos en las oficinas comerciales:
 - • firmas de acuerdos,
 - • exposiciones y muestras,
 - • misiones comerciales.

Tercera sesión

• El ámbito internacional: conducta social en las relaciones empresariales internacionales.
Concepto de Inteligencia cultural.

- Comportamiento social en la relación con otras culturas:

• Europa

• Japón

• China

• Países árabes

• India

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y DE FORMACIÓN

Generales

CONTENIDOS

CO1 - Aprender sobre analíticas para la gestión de empresas en entornos dinámicos y complejos, tal como es el entorno internacional.

CO2 - Adquirir un cuerpo de conocimientos teóricos y prácticos, así como las habilidades de aprendizaje, que permitirá a aquellos que sigan interesados continuar desarrollando estudios posteriores más especializados en el ámbito de la investigación avanzada o estudios de doctorado.

CO3 - Dominar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje.

CO4 - Comprender los conceptos, teorías e instrumentos para analizar y desarrollar planes de internacionalización empresarial.

CO5 - Comprender la naturaleza de los problemas en la organización y por tanto la aplicación de herramientas idóneas a través del desarrollo de las capacidades analíticas.

CO6 - Adquirir las técnicas para la redacción profesional de documentos y la presentación de informes en el ámbito de los negocios internacionales.

CO7 - Conocer la estructura y funcionamiento de los organismos e instituciones de apoyo a la internacionalización de la empresa.

HABILIDADES

H1 - Aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos, con un alto grado de autonomía, en empresas tanto nacionales como internacionales, sean pequeñas o medianas o empresas de dimensión más multinacional, e incluso en organizaciones no empresariales pero cuya gestión requiera una visión internacional.

H2 - Aplicar las capacidades de análisis adquiridas en la definición y planteamiento de nuevos problemas y en la búsqueda de soluciones tanto en un contexto empresarial de ámbito nacional como internacional.

H3 - Ser capaz de recabar, registrar e interpretar datos macroeconómicos, información de países, información sectorial y empresarial, datos financieros y contables, datos estadísticos, y resultados de investigaciones relevantes para sistematizar los procesos de toma de decisiones empresariales en entornos internacionales.

H4 - Aplicar el procedimiento adecuado a la consecución de un objetivo empresarial de ámbito internacional.

H5 - Evaluar la relación existente entre empresas y el marco institucional en el que se desarrollan

las actividades.

H6 - Manejar plataformas digitales, medios tecnológicos, audiovisuales e informáticos para la búsqueda de información y la comunicación eficaz de los proyectos empresariales.

H9 - Gestionar un proyecto de internacionalización empresarial y asumir responsabilidades directivas.

COMPETENCIAS

C1 - Trabajar en equipos multidisciplinares y multiculturales, en situaciones de alta exigencia en cuanto a tiempos (plazos de diseño y ejecución de proyectos y casos) y resultados se refiere.

C2 - Desarrollar actividades empresariales y personales dentro de los comportamientos éticos y de responsabilidad social más estrictos, así como para desarrollar una sensibilidad hacia temas sociales y medioambientales.

C3 - Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita en español e inglés, manteniendo una imagen adecuada en su actividad profesional.

C5 - Trabajar en equipo primando la precisión de los resultados y la solvencia y originalidad de las proposiciones.

PLAN DE APRENDIZAJE

Actividades formativas

Denominación	Horas	% presencial
AF2 Clases prácticas	12	100
AF3 Trabajos individuales y en grupo	8	100
AF5 Trabajo autónomo del estudiante	30	0

Metodologías docentes

La asignatura Taller de Escritura se imparte de manera presencial en la Fase I y en la modalidad virtual a lo largo de las Fases II y III del máster.

Al tratarse de un taller, se reducen al mínimo las explicaciones del profesor en beneficio del trabajo en el aula, mediante ejercicios, casos y trabajos, que requieren varios niveles de elaboración:

• Trabajo individual de elaboración exposición que asegure la adquisición de conocimientos y su asimilación mediante ejercicios que se resuelven individualmente o en grupo y se defienden con argumentos ante el curso.

• Trabajo colaborativo:

-- en pequeños grupos, con tiempo previamente limitado (10 o 12 min.), revisar y criticar escritos empresariales (correos electrónicos, memorandos, invitaciones, etc.), revistas especializadas (noticias, artículos, informes, etc.) y especializados;

-- revisar la información que ofrecen, organizarla o comprobar su eficacia: eliminar lo irrelevante, determinar si faltan datos o conceptos;

-- en pequeños grupos y con tiempo limitado, revisar críticamente textos propuestos, reelaborarlos y exponer los procedimientos de redacción aplicados;

-- redactar escritos con diferente propósito y exponer los resultados. El resto del grupo, que actuará como comisión de expertos, valorará si se han alcanzado o no los objetivos (cantidad de información, orden y claridad).

• Aplicación del método del caso como forma de simulación de situaciones y proyectos tomados de la actividad de las oficinas comerciales para contribuir a que el alumno adquiera destrezas imprescindibles en su desarrollo profesional.

Resultados de aprendizaje

• Reconocer, analizar y elaborar modelos de discurso en los que se apliquen técnicas de

redacción de escritos para que sean comprensibles, concisos, estructurados y fáciles de actualizar.

• Conocer y aplicar los recursos de la comunicación escrita en la empresa (claridad, corrección, concisión y cortesía) como herramienta de gestión empresarial y cohesión de equipos.

• Aprender técnicas para elaborar informes que reúnan información exacta, útil y encaminada a resultados, para que faciliten a la organización la toma de decisiones.

• Reconocer y aplicar los procedimientos idóneos para escribir cartas o correos electrónicos que satisfagan al destinatario y representen con eficacia la imagen y los intereses de la organización.

• Dotar de precisión al discurso al sustituir términos de significado extenso por otros más precisos y adecuados al contexto.

• Saber extraer las ideas, determinar su jerarquía (primarias, secundarias, apoyo) y resumir los conceptos de un texto.

• Desarrollar una conciencia crítica y alerta para prevenir errores de expresión y liberar al lenguaje de los vicios de construcción que lo afean y le restan elegancia y claridad expresiva.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Descripción del sistema de evaluación

La evaluación del Taller de Escritura se hace teniendo en cuenta la fase presencial y los módulos virtuales y supondrá el 75 % de la nota final de la asignatura. El resto, 25 %, viene determinado por los resultados de los ejercicios y el examen realizados en Comportamiento Social en los Negocios, materia que se imparte en modalidad presencial.

La evaluación de la asignatura en su convocatoria ordinaria se establece de la siguiente forma:

Taller de Escritura (75 %)

1.-Carpeta de ejercicios (16,5 %)

Al finalizar la Fase I, presencial, en la fecha que se indica en la documentación de Taller de Escritura, se entrega la Carpeta de ejercicios, formada por los siguientes ejercicios:

1. Argumentación (individual).
2. Cartas, correos, invitaciones o convocatorias (individual).
3. Lectura, resumen y jerarquización de ideas de un artículo o una conferencia, panel o mesa redonda (en grupo, según los subgrupos de Ceco).
4. Informes (en grupo, según los subgrupos de Icex-Ceco).

2.-Fichas virtuales

Resolución de los ejercicios propuestos en las fichas (autocorrección).

Redacción de cuatro textos específicos breves (16,5 %).

3.- Examen final: al terminar la fase III, en él se recoge toda la materia tratada (67 %)

Ejercicios de resolución de errores, precisión, etc., tomados de las fichas virtuales.

Casos de redacción empresarial, en los que deben emplearse procedimientos de estructura y conexión. Estará en consonancia con los realizados en clase y basado en los ejemplos y casos propuestos en la documentación.

Calidad de la participación en clase y en las tutorías (+/-10). Se trata de una nota común con Comportamiento Social en los Negocios.

4.- Intervenciones, breves encaminadas a proporcionar soluciones e ideas creativas y de calidad.

5.- Contribuir al avance del grupo.

6.- Espíritu de colaboración, cortesía verbal y habilidades de comunicación asertiva.

7.- Correos electrónicos enviados durante la fase virtual.

Comportamiento Social en los Negocios (25 %)

Se realiza sobre los siguientes apartados:

1.- Resolución de un caso práctico en grupo (los subgrupos establecidos en Ceko), que deberá realizarse durante las sesiones y se calificará con un tercio de la nota; se enviará a la profesora a través del recurso del campus en la fecha indicada. Las profesoras realizarán una sesión de tutoría con representantes de los grupos sobre el caso realizado.

2.- La nota equivalente a dos tercios consistirá en un examen de 40 minutos de duración con dos partes:

• un test de 25 preguntas (90 %) de la nota con una única respuesta válida. Cada respuesta correcta equivale a 0,4 puntos; las respuestas erróneas descuentan 0,20 puntos;

• una pregunta de desarrollo breve (10 %), es un caso práctico en el que se valorarán los conocimientos adquiridos.

3.- En la nota +/- 10 se valorará la participación colaboradora y productiva, así como la capacidad para asumir y poner en práctica los principios de cortesía e imagen personal que se promueven en la clase.

En las convocatorias 2ª y siguientes, la calificación dependerá de las pruebas (escritas tipo test, tipo ensayo, trabajos, pruebas orales, etc.) determinadas por los docentes y comunicadas con antelación suficiente al alumnado.

PROFESORADO

Profesor responsable

Torres Fernández, Milagros

Doctora en Filología Hispánica.

Profesora titular (Jubilada) Consultora.

Universidad Alfonso X el Sabio - Universidad Complutense

Cámara de Comercio.

Profesorado

Arevalillo Doval, Juan José

Doctor en Traducción e Interpretación, Máster en Traducción Especializada y Licenciado en Filología Inglesa.

Doctor no acreditado (pendiente de acreditación).

Hermes Traducciones y Servicios Lingüísticos, SL, Universidad Internacional de Valencia, Universitat Oberta de Catalunya y Uni.

Mula Sánchez, María Teresa

Licenciada en Filología Alemana (doctora en Traducción y Comunicación Intercultural).

Profesora contratada doctor-directora de título.

Universidad Internacional de Valencia.

BIBLIOGRAFÍA Y ENLACES RELACIONADOS

Bibliografía

Gramáticas y afines

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA Y ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS AMERICANAS. Nueva gramática de la lengua española. Espasa Calpe, 2009.

ESCARPANTER, J. Eso no se dice. El rompecabezas de las preposiciones. Playor, 1994.

GÓMEZ TORREGO, L. Hablar y escribir correctamente. Arco Libros, 2011.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA Y ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS AMERICANAS. El buen uso del español. Espasa Calpe, 2013.

Ortografías

ESCARPANTER, J. Eso no se escribe así - Los 100 errores más frecuentes en español. Playor, 1994.

GÓMEZ TORREGO, L. Ortografía de uso del español actual. SM, 2000.

GÓMEZ TORREGO, L. Nuevo manual de español correcto. S.M, 2007.

GÓMEZ TORREGO, L. Ortografía y Gramática. Las normas académicas: últimos cambios. Madrid: Ediciones SM, 2011.

MARTÍNEZ DE SOUSA, J. Diccionario de ortografía de la lengua española. 1996.

MARTÍNEZ DE SOUSA, J. Diccionario de uso de las mayúsculas y minúsculas. Gijón: Ediciones Trea, 2007

MARTÍNEZ DE SOUSA, J. Ortografía y ortotipografía del español actual. Gijón: Ediciones Trea, 2014.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Ortografía. Espasa. 2010.

Redacción y estilo

BENITO LOBO, J.A. Manual práctico de puntuación. Edinumen, 2002.

BENOIT, A. Decir lo esencial en pocas palabras. Deusto, 2002.

CASSANY, D. Describir el escribir. Paidós, 1989.

CASSANY, D. La cocina de la escritura. Anagrama, 1995.

CASSANY, D. Taller de textos. Paidós, 2006.

CASSANY, D. Afilar el lapicero. Anagrama, 2007.

ESCARPANTER, J.. Cómo puntuar correctamente. Playor, Madrid, 1993.

FRANCIULLI, M. y VEGA, C. Informes y proyectos del mundo empresarial. Arco Libros, 2002.

GRIJELMO, Á. Defensa apasionada del idioma español. Madrid, Taurus, 1998.

GRIJELMO, Á. El genio del idioma. Madrid, Taurus, 2004.

MARTÍNEZ DE SOUSA, J. Diccionario de redacción y estilo. Pirámide, 2015.

MONTOLÍO, E. Manual práctico de escritura académica y profesional. Ariel Prácticum, vols. I-III, 2014.

REYES, G. Cómo escribir bien en español. Arco Libros, 1998.

SERAFINI, T. Cómo se escribe. Paidós, 1994.

Manuales de estilo

AA. VV. El país. Libro de estilo. El País, 1999.

CENTRO DE ESTUDIOS GARRIGUES. Libro de estilo Garrigues. Aranzadi, 2006 (2.^a ed.).

MARTÍNEZ DE SOUSA, J. Manual de estilo de la lengua española, 4.^a edición. Gijón: Ediciones Trea, 2012.

VIGARA TAUSTE, A. Libro de estilo de ABC. Ariel, 2012 (2.^a ed.).

Comunicación

BILBAO, Ó. Estimado lector: descubre cómo escribir cartas de marketing directo efectivas. ESIC, 2004.

- BIRD, D. Cómo escribir cartas comerciales que vendan. Confemetal, 2000.
- BOSCH, PORTOCARRERO, F. Y GIRONELLA, N. Redacción profesional: técnicas de redacción para la empresa del siglo XXI. Netbiblo, 2009.
- BOSCH, PORTOCARRERO, F. Y GIRONELLA, N. Redacción productiva: escriba con eficacia en la empresa. Bussines Pocket. Netbiblo, 2008.
- BOSCH, PORTOCARRERO, F. Y GIRONELLA, N. Correos electrónicos eficaces: claves para los mensajes en la red. Bussines Pocket. Netbiblo, 2008.
- CALDEVILLA DOMÍNGUEZ, D. La cara interna de la comunicación en la empresa. Visor, 2010.
- CASTRO, A. DE Manual práctico de Comunicación Organizacional. Verbum, 2016.
- DASÍ, F. Y MARTÍNEZ-VILANOVA, R. Comunicación y negociación comercial. ESIC, 2000 (3.^a ed.).
- Escandell Vidal, M.^a V. La comunicación. Gredos, 2004.
- Gómez de Enterría, J. La comunicación escrita en la empresa. Arco Libros, 2002.
- FUNDÉU-BBVA. Escribir en Internet: guía para los nuevos medios y las redes sociales. Barcelona, Galaxia Gutenberg. 2012.
- CABERO SOTO, C. Organización de reuniones y eventos. Paraninfo, 2012.
- CARNICER, J. Nuevas tecnologías en la organización de actos. Actas del IV Congreso Internacional de Protocolo. Asociación Internacional de Protocolo, 2011.
- COLLELL, M.^a R. Guía de la etiqueta social y empresarial. Gestión 2000, 2003.
- CORREAS SÁNCHEZ, G. Protocolo para empresas. La organización de eventos ante las nuevas necesidades de las entidades. Protocolo, 2013.
- CUADRADO ESCLAPEZ, C. Protocolo en las relaciones internacionales de la empresa y los negocios. Confemetal, 2007.
- ESTEBAN LARIO, J. Comunicación y protocolo empresarial en los países de la zona euro. Dykinson, 2015.
- FERNÁNDEZ, F. El arte del protocolo. Oberón, 2000.
- FERNÁNDEZ, F. Ceremonial y protocolo. Oberón, 2004.
- FERNÁNDEZ, F. y D. BARQUERO. El libro azul del protocolo y las relaciones públicas. Mc Graw Hill, 2004.
- LÓPEZ-NIETO, F. Manual de protocolo. Ariel, 2003 (4.^a ed.).
- LLAMAZARES, O. Protocolo empresarial internacional. Global Marketing, 2014.
- MANFREDI SÁNCHEZ, J.L. Diplomacia corporativa: la nueva inteligencia directiva. UOC, 2018
- MAQUEDA LAFUENTE, J. Protocolo empresarial: una estrategia de marketing. ESIC Editorial, 2003.
- MORUECO GÓMEZ, R. Eventos corporativos y protocolo empresarial. Starbook Editorial, 2014
- MARÍN CALAHORRO, F. Protocolo y comunicación. Bayer Hermanos, 2000.
- MARÍN CALAHORRO, F. El protocolo en los actos de empresa. Gestión de eventos corporativos. Fragua, 2004.
- REDMON, M. Etiqueta y buenos modales: la nueva cortesía empresarial y social. Gestión 2000, 2007.
- ANG, S. Y L. VAN DYNE. «Conceptualization of Cultural Intelligence». Handbook of cultural Intelligence. Ang y Van Dyne (eds.). Routledge, 2008, pp. 3-15.
- URBINA, J.A. El gran libro del protocolo, Temas de Hoy, 2002.
- VV.AA. Protocolo, liderazgo y reputación. Furtwangen Editorial, 2013.

www.rae.es/dpd
blog.lengua-e.com
<http://gramatica.celeberrima.com>
www.scribbr.es
www.wikilengua.org
www.protocolo.org