

UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO
RECINTO DE RÍO PIEDRAS
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

PRONTUARIO

TÍTULO DEL CURSO	:	COMUNICACIÓN EMPRESARIAL
CODIFICACIÓN	:	COEM 3001
CANTIDAD DE HORAS/CRÉDITO	:	45 horas / Tres créditos
PRERREQUISITOS, CORREQUISITOS Y OTROS REQUIMIENTOS	:	Español básico o su equivalente.
DESCRIPCIÓN DEL CURSO:		
<p>Estudio y desarrollo de los fundamentos de la comunicación eficaz, en un contexto empresarial. Se destaca la importancia del desarrollo de la competencia comunicativa para el funcionamiento de las empresas y el desempeño profesional.</p> <p>Curso presencial, en línea e híbrido.</p>		
OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:		
<p>Al finalizar el curso los estudiantes:</p> <ul style="list-style-type: none">• Desarrollar una competencia comunicativa integral que abarque la expresión oral, escrita y no verbal, en concordancia con los estándares profesionales del entorno empresarial contemporáneo.• Fomentar el pensamiento crítico, creativo y ético sustentado en la inteligencia emocional para analizar y resolver situaciones comunicativas empresariales con discernimiento, diplomacia y responsabilidad profesional.• Aplicar estrategias efectivas de interacción intercultural y adaptabilidad comunicativa frente a audiencias diversas en un contexto empresarial globalizado.• Ejercer liderazgo comunicacional y trabajo colaborativo mediante la elaboración de mensajes estratégicos y la toma de decisiones conjuntas que fortalezcan la gestión empresarial.• Promover la negociación comunicativa eficaz en entornos profesionales, mediante el uso de la escucha activa y la empatía intercultural para fortalecer la conectividad y el respeto hacia las diferencias individuales y culturales.		

BOSQUEJO DE CONTENIDO Y DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO:

Tema	Distribución del tiempo		
	Presencial	Híbrido	En línea
1. Introducción del curso - a. Presentación e interacción inicial entre estudiantes y profesor. b. Discusión del prontuario del curso. c. Explicación de normas adoptadas con el fin de establecer un ambiente apropiado para el proceso de enseñanza-aprendizaje. d. Asignación de tareas para iniciar la discusión de los contenidos del curso. e. Discusión en torno al papel que desempeñan las competencias de información y comunicación en el avance de una disciplina: la documentación de las fuentes bibliográficas, las citas directas e indirectas, la bibliografía anotada. f. Explicación en torno a la elaboración del Informe escrito (el Informe se elaborará como parte de la presentación oral).	1.5 hora	1.5 hora (1 hora presencial y 0.5 en línea)	1.5hora
2. Fundamentos y teoría de la comunicación - a. La importancia de la comunicación en el mundo empresarial: destrezas	4.5 horas	4.5 horas	4.5

<p>necesarias cuando se implantan estrategias, métodos y sistemas de calidad total.</p> <p>b. Las particularidades de la comunicación empresarial.</p> <p>c. Los modelos de la comunicación.</p> <p>d. Las funciones de la comunicación.</p> <p>e. La percepción y la comunicación.</p> <p>f. La lengua: el código de comunicación más importante.</p> <p>g. Las razones del fracaso de la comunicación en las empresas.</p> <p>h. La comunicación en grupo, principios básicos del trabajo en equipo.</p>		(4.5 presenciales)	
<p>3. Impacto de la tecnología en la comunicación -</p> <p>a. Los adelantos tecnológicos: recuento histórico.</p> <p>b. Las consideraciones en torno al uso de la información en el ciberespacio, la evaluación de páginas web.</p> <p>c. Las consideraciones éticas en el uso del ciberespacio.</p> <p>d. El comportamiento en el ciberespacio: la Netiqueta.</p> <p>e. El problema de la seguridad y de la confidencialidad en Internet.</p> <p>f. Las implicaciones legales en el uso de Internet.</p>	3 horas	3 horas (3 presenciales)	3 horas

g.	Problemas surgidos como consecuencia de los adelantos tecnológicos.			
4.	Comunicación oral -			
a.	La importancia de la comunicación oral en las empresas.	6 horas	6 horas (6 presenciales)	6 horas
b.	Las diferencias entre la comunicación oral y la escrita.			
c.	La destreza de escuchar: escuchar empáticamente, de manera receptiva, de modo participativo.			
d.	Presentación oral: teoría y presentación grupal			
5.	Comunicación no verbal -			
a.	Los signos: iconos, símbolos e indicadores.	6 horas	6 horas (6 presenciales)	6 horas
b.	Las particularidades y funciones de la comunicación no verbal.			
c.	Los indicadores de actitudes, de estados anímicos y de otros rasgos personales.			
d.	Los indicadores adicionales de mensajes no verbales en el contexto empresarial.			
e.	La comunicación no verbal en la etiqueta y el protocolo empresarial: la proyección de imagen en situaciones profesionales y sociales (<i>marketing</i> personal), la comida de negocios.			
6.	Comunicación interpersonal –			
a.	La importancia de la comunicación interpersonal.	9 horas	9 horas (3 presenciales y 6 en línea)	9 horas

<ul style="list-style-type: none"> b. La importancia de la conducta ética en la comunicación interpersonal. c. Los factores que dificultan las relaciones interpersonales: la percepción, la credibilidad y los estilos personales de comunicar y de comportarse. d. El liderato participativo y de servicio. e. La sinergia y el trabajo en equipo. f. La importancia de la inteligencia emocional. g. Los principios para lograr interactuar de forma positiva. h. Las actitudes y los comportamientos que afectan las relaciones interpersonales: <ul style="list-style-type: none"> 1) Conducta asertiva 2) Tonos positivos y negativos 3) Exposición de ideas y de sentimientos: manejo de mensajes explícitos e implícitos i. El manejo de situaciones conflictivas: interacción con personas difíciles. 			
<p>7. La comunicación persuasiva – 9 horas contacto</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Definición de objetivos. Diferencias entre exposición y argumentación. b. Recopilación de información, la importancia del dato concreto. c. Ordenamiento lógico de las ideas: deducción, inducción, análisis y síntesis. d. Coherencia interna del mensaje: uniformidad del tono, uso adecuado de elementos de transición y exposición libre de errores de lógica. 	12 horas	12 horas (7 presenciales y 5 en línea)	12 horas

e. Validez de los juicios emitidos: importancia de las destrezas de pensamiento crítico y del sentido ético para controlar la subjetividad.			
8. Estrategias comunicativas y estrategias de negociación a. La importancia de la situación y del contexto (nacional e internacional) para elaborar el análisis de la audiencia. b. Las etapas de la negociación. c. La negociación individual y la grupal, similitudes y diferencias. d. Las características del negociador. e. La negociación efectiva.	3 horas	3 horas (1 presencial y 2 en línea)	3 horas
Total de horas contacto	45 horas	45 horas (12 horas en línea = 26% y 33 horas presenciales= 74%)	45 horas
Libro de Texto Principal:			
Rivera, P. (2017). <i>La competencia comunicativa en el contexto laboral y profesional</i> . Hato Rey: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc.			

TÉCNICAS INSTRUCCIONALES:			
Presencial		Híbrido	En línea
<ul style="list-style-type: none"> • Conferencias • Ejercicios de pensamiento crítico • Juegos y competencias • Dinámicas grupales • Talleres / Charlas / Presentaciones • Trabajos en grupo • Tareas individuales • Actividades de avalúo • Actividades prácticas • Investigación • Exámenes • Presentación oral 		<ul style="list-style-type: none"> • Foros de intercambios • Entrevistas • Videos Instruccionales • Actividades de Reflexión • Aprendizaje cooperativo y colaborativo • Módulos instruccionales • Recursos multimedios • Lecturas • Trabajos individuales y en grupo • Actividades de avalúo • Videoconferencias • Investigación • Exámenes • Presentación oral 	<ul style="list-style-type: none"> • Foros de intercambios • Entrevistas • Videos Instruccionales • Actividades de Reflexión • Aprendizaje cooperativo y colaborativo • Módulos instruccionales • Recursos multimedios • Lecturas • Trabajos individuales y en grupo • Actividades de avalúo • Videoconferencias • Investigación • Exámenes • Presentación oral
RECURSOS MÍNIMOS DISPONIBLES O REQUERIDOS:			
Recurso	Presencial	Híbrido	En línea
Cuenta en la plataforma institucional de gestión de aprendizaje (Ej. Moodle)	Institución	Institución	Institución
Cuenta de correo electrónico institucional	Institución	Institución	Institución
Computadora, <i>tablet</i> o laptop con acceso a internet de alta velocidad y cámara con servicio de datos	Estudiante	Estudiante	Estudiante
Programados o aplicaciones: procesador de palabras, hojas de cálculo, editor de presentaciones	Estudiante	Estudiante	Estudiante
Bocinas integradas o externas	No aplica	Estudiante	Estudiante
Cámara web o móvil con cámara y micrófono	No aplica	Estudiante	Estudiante
Libro de texto	Estudiante	Estudiante	Estudiante
TÉCNICAS DE EVALUACIÓN:			
Presencial	Híbrida	En línea	
<ul style="list-style-type: none"> • Exámenes, 30% • Presentación oral, 20% • Trabajo escrito final, 10% • Actividades menores grupales, 15% • Actividades menores individuales, 15% • Asistencia y 	<ul style="list-style-type: none"> • Exámenes, 30% • Presentación oral, 20% • Trabajo escrito final, 10% • Participación en foros, 10% • Actividades menores grupales, 10% • Actividades menores 	<ul style="list-style-type: none"> • Exámenes, 30% • Presentación oral virtual, 20% • Trabajo escrito final, 10% • Participación en foros, 10% • Actividades menores grupales, 10% • Actividades menores 	

participación en clase, 10% Total 100%	individuales, 10% • Asistencia y participación en clase, 10% Total 100%	individuales, 10% • Asistencia y participación en reuniones sincrónicas, 10% Total 100%
---	---	---

ACOMODO RAZONABLE:

La Universidad de Puerto Rico (UPR) reconoce el derecho que tienen los estudiantes con impedimentos a una educación post secundaria inclusiva, equitativa y comparable. Conforme a su política hacia los estudiantes con impedimentos, fundamentada en la legislación federal y estatal, todo estudiante cualificado con impedimentos tiene estatal, todo estudiante derecho a la igual participación de aquellos servicios, programas y actividades que están disponibles de naturaleza física, mental o sensorial y que por ello se ha afectado, sustancialmente, una o mas actividades principales de la vida como lo es su área de estudios post secundarios, tiene derecho a recibir acomodos o modificaciones razonables. De usted requerir acomodo o modificación razonable en este curso, debe notificarlo al profesor sobre el mismo, sin necesidad de divulgar su condición o diagnóstico. De manera simultánea, debe solicitar a la Oficina de Servicios a Estudiantes con Impedimentos (OSEI) de la unidad o Recinto, en forma expedita, su necesidad de modificación o acomodo razonable.

LINEAMIENTOS Y GUÍAS PARA LA INTEGRACIÓN Y USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA)

La Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras establece en la **Circular 8: 2024-2025 DAA** lo siguiente: El uso de herramientas de inteligencia artificial (IA) en este curso está permitido bajo las guías establecidas por la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras. Los estudiantes deberán declarar el uso de cualquier herramienta de IA en la elaboración de sus trabajos académicos, especificando cómo estas contribuyeron al desarrollo del mismo. Se prohíbe el uso de IA para suplantar la autoría académica o presentar contenido no original sin la debida atribución.

LEY 220 -2024 ACUERDOS ACADÉMICOS PARA ATLETAS UNIVERSITARIOS

La **Ley 220-2024**, conocida como la [Ley de acuerdos académicos para atletas universitarios](#) reconoce el derecho del estudiantado atleta acreditado a solicitar ajustes razonables a su carga académica durante periodos de entrenamiento o competencia avalados por la Liga Atlética Interuniversitaria (LAI). Conforme a esta ley, la institución y el personal docente deben facilitar acuerdos que permitan al estudiante cumplir con sus responsabilidades deportivas sin afectar su progreso académico. Estos acuerdos pueden incluir reprogramación de evaluaciones, extensiones de entrega u otros mecanismos académicos pertinentes. Para recibir estos beneficios, el estudiantado atleta debe presentar la documentación oficial correspondiente y formalizar el acuerdo por escrito. Esta disposición garantiza condiciones equitativas que promueven el desarrollo académico y deportivo del estudiantado.

ASISTENCIA ESTUDIANTIL

[La Certificación 111 \(2023-2024\) del Senado Académico](#) del Recinto de Río Piedras establece la política institucional de asistencia estudiantil, disponiendo que cada curso debe definir claramente en su prontuario los criterios de asistencia, puntualidad, participación y reposición de evaluaciones. La asistencia es un componente esencial del proceso académico y puede formar parte de la evaluación, siempre que se especifique su peso. El documento también detalla las ausencias justificadas — incluyendo razones de salud, citaciones oficiales, situaciones amparadas por Título IX, actividades institucionales autorizadas y otras circunstancias extraordinarias debidamente documentadas— y establece que el estudiantado es responsable de notificar al profesor y mantenerse al día con el

material. Asimismo, se requiere el cumplimiento con el Censo de Asistencia, necesario para la elegibilidad a ayudas económicas federales. Finalmente, la certificación provee mecanismos de apelación en caso de desacuerdos y procedimientos para manejar ausencias prolongadas por causas mayores.

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.

Para velar por la integridad y seguridad de los datos de los usuarios, todo curso híbrido, a distancia y en línea deberá ofrecerse mediante la plataforma institucional de gestión de aprendizaje, la cual utiliza protocolos seguros de conexión y autenticación. El sistema autentica la identidad del usuario utilizando el nombre de usuario y contraseña asignados en su cuenta institucional. El usuario es responsable de mantener segura, proteger, y no compartir su contraseña con otras personas.

POLÍTICA Y PROCEDIMIENTO PARA EL MANEJO DE SITUACIONES DE DISCRIMEN POR SEXO O GÉNERO EN LA UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO

La Universidad de Puerto Rico (Universidad), como institución educativa y centro laboral, tiene como norte proteger los derechos y ofrecer un ambiente seguro a todas las personas que interactúan con la institución, ya sean estudiantes, empleados, contratistas y/o visitantes (en adelante “personas concernidas”). En atención a ello, se promulga la presente Política por virtud de la Certificación 107, JG 2021-2022, con el fin de promover un ambiente de respeto a la diversidad y los derechos de los integrantes de la comunidad universitaria. Se establece el protocolo, para el manejo de situaciones relacionadas con las siguientes conductas prohibidas: discriminación por razón de sexo, género, o embarazo, hostigamiento sexual, violencia sexual, violencia doméstica, violencia en cita y acecho, (en adelante, «las conductas prohibidas»), en el ambiente de trabajo y estudio.

SISTEMA DE CALIFICACIÓN

A, B, C, D, F

PLAN DE CONTINGENCIA EN CASO DE UNA EMERGENCIA

En caso de surgir una emergencia o interrupción de clases, el profesor continuará ofreciendo el curso utilizando la modalidad a distancia o en línea, según establecidas en este prontuario oficial. De acuerdo con la información oficial y las directrices institucionales, el profesor realizará esfuerzos para comunicarse con los estudiantes vía correo electrónico institucional u otros medios alternos disponibles para coordinar la continuidad del ofrecimiento.

BIBLIOGRAFÍA

Referencias:

- Adler, R. (2005). *Comunicación organizacional: principios y prácticas para negocios y profesiones*. México: Editorial McGraw-Hill.
- Andújar, C. (2007). *El líder y la inteligencia emocional*. Colombia: Editorial Akron.
- Ariza Ramírez, F. J. (2024). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España.
- Blanchard, K. (2006). *Trabajo en equipo*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- Berceruelo, B. y Equipo de Estudio de Comunicación (2024). *Comunicación empresarial: 33 ideas para una comunicación empresarial de éxito*. Madrid: Estudio de Comunicación. Recuperado de: <https://www.estudiodecomunicacion.com/wp-content/uploads/2018/01/Libro-Comunicaci%C3%B3n-Empresarial.pdf>
- Borrell, F. (2002). *Comunicar bien, para dirigir mejor*. Barcelona: Editorial Gestión 2000.
- Caja de herramientas comunitarias. Universidad de Kansas. Sección 4. *Promover la comunicación interna*. (2014). <http://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/liderazgo/administracion-efectiva/comunicacion-interna/principal>
- Canorea López, L.M. (2021). *Protocolo empresarial*. Editorial Síntesis.
- Cialdini, R.B. (2017). *Pre-suación: Un método revolucionario para influir y persuadir*. Kindle.
- Cirigliano, C. (2004). Gestión de comunicación interna en las organizaciones *Gestiópolis*. <http://www.gestiopolis.com/gestion-de-la-comunicacion-interna-en-las-organizaciones>
- Cuenca, J. y Tessi, M. (2025). *Comunicación interna digital: Estrategias omnicanales para la era postdigital*. Barcelona: Editorial UOC. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/353713631_Joan_Cuenca_y_Laura_Verazzi_Comunicacion_interna_total_estrategia_practicas_y_casos_Barcelona_UOC_231_pp_ISBN_9788491806820
- Corral, C. (2015). *33 consejos prácticos para hablar en público*. España: Objetivo Coaching.
- Couto, M. (2002). *Cómo hablar bien en público: comunicar, persuadir y convencer con palabras*. Barcelona: Editorial Gestión 2000.
- Cuenca, J. y Verazzi, L. (2018). *Guía fundamental de la comunicación interna*. España: Editorial UOC, S. L.
- Davis, F. (2006). *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza Editorial Sa.

- . (2004). *100 preguntas básicas de protocolo*. Madrid: Ediciones Temas de Hoy.
- De Pedro, H. (2019). *Identidad verbal: Di lo que quieras pero no aburras*. Kindle.
- Egido Piqueras, M. (2023). La comunicación persuasiva como estrategia de neurocomunicación para las relaciones públicas. *MhJournal*. Recuperado de: [Dialnet.unirioja.es](http://dialnet.unirioja.es)
- Fajardo, Z. (2010). *Comunicación Empresarial. Manual de Ejercicios* (Tercera edición revisada). Hato Rey: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc.
- . (2010). *Comunicación Empresarial. Manual de Casos y Situaciones*. Hato Rey: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc.
- Farache, L. (2019). *El arte de comunicar*. España: Editorial Almuzara.
- Fernández, J., Aguilar, J., Fernández, J.L., Fontodrona, J. y Gómez-Acebo, P. (2001). *La ética en los negocios*. Barcelona: Ariel Sociedad Económica.
- Fonseca, M., Correa, A., Pineda, M. y Lemus, F. (2011). *Comunicación oral y escrita*. México: Pearson Education.
- Garay, J. (2010, Enero 12). *Comunicación estratégica. Competir con nuevas herramientas*. Disponible en: <http://www.slideshare.net/JulioGaray/comunicacion-estrategica-competir-con-nuevas-herramientas>
- Garciandía Imaz, J.A. (2025). *Teoría de la comunicación interpersonal: La conversación en los mundos relacionales y sociales*. Librería Siglo.
- García-Saúco, M. (2024). *Comunicación empresarial y atención al cliente: Edición actualizada con IA*. Madrid: Macmillan Education.
- Goleman, D. (2025). *Inteligencia emocional en el liderazgo: Competencias esenciales para el siglo XXI*. Harvard Business Review Press. Recuperado de: <https://mendillo.info/Desarrollo.Personal/La.practica.de.la.inteligencia.emocional.pdf>
- González Reyna, S. (2018). La comunicación persuasiva como instrumento para el cambio de opiniones. Scielo. Recuperado de: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112018000200185
- Grupo Crit. (2003). *Claves para la comunicación intercultural*. Castellón de la Plana: Publicaciones de la Universitat Jaume I.
- Guilfoyle, D. (2004). *El efecto carisma: cómo desarrollar una personalidad que brille y destaque*. México: McGraw-Hill Interamericana.

- Hernández, C. (2023). *Mucho más que hablar: Comunicación oral eficaz para profesionales y organizaciones*. Kindle.
- Jensen, S. (2008). *Cómo presentar para convencer*. Barcelona: Bresca Editorial, S.L.
- Lazcano de Rojas, E. (2017). *Comunicación emocional*. España: LID Editorial Empresarial, S.L.
- León, A. (2008). *Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional*. México: Editorial Limus.
- Lozada Prado, D.F. (2025). Comunicación intercultural en entornos globalizados: desafíos, tensiones y estrategias para la gestión de la diversidad cultural en los medios de comunicación contemporáneos. Ecuador: Universidad Estatal Amazónica. Recuperado de:
<https://www.reincisol.com/ojs/index.php/reincisol/article/view/773/1684>
- Manzaneque, N. (2023). *Perfiles DISC EN ACCIÓN: Cuatro Rutas hacia el Bienestar Organizacional y Personal*. Kindle.
- Martin Barbero, J. y Corona Berkin, S. (2017). *Ver con los otros. Comunicación intercultural*. Kindle.
- Mattews, C. (2007). *Guía rápida para crear presentaciones de negocios*. México: McGraw- Hill Interamericana.
- McEntee, E. (2023). *Comunicación Intercultural: Bases para la comunicación efectiva en el mundo actual*. Kindle.
- Medeiros, T. (2022). *Escucha activa: Cómo comunicarte mejor*. Kindle.
- Monarch, H. y Kase, L. (2008). *Desarrolle sus habilidades de comunicación. Domine los nervios y comuníquese mejor*. México: Editorial McGraw-Hill.
- Mulholland, J. (2003). *El lenguaje de la negociación: manual de estrategias para mejorar la comunicación*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Pavia Sánchez, I. (2022). *Comunicación oral y escrita en la empresa*. Ecoe Ediciones.
- Pease, A. (2006). *El lenguaje del cuerpo*. Barcelona: Editorial Amat.
- Rapaille, C. (2007). *El código cultural*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Reklau, M. (2019). *Cómo ser un imán para las personas*.
- Rivera, P. (2007). *Escuchar: una herramienta para la administración, el liderazgo y la enseñanza*.

Río Piedras, Puerto Rico: Publicaciones Gaviota.

Rivera, P. (2017). *La competencia comunicativa en el contexto laboral y profesional*. Hato Rey: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc.

Rodríguez-López, C. (2025). *Comunicación intercultural en organizaciones globalizadas: Estrategias para la diversidad e inclusión*. Madrid: Pirámide.

Soto, C. (2006). *Las buenas maneras: costumbres sociales y protocolo*. Madrid: Ediciones Palabra.

Tessi, M. (2012). *Comunicación interna en la práctica: Siete premisas para la comunicación en el trabajo*. España: Ediciones Granica.

Tijerina, B. (2021). *Comunicación eficaz en la empresa: estrategias y habilidades*. Editorial INTEGRA.

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

Vargas, G. (2007). *Todo sobre la imagen del éxito*. México: Punto de Lecturas, S.A. de C.V.

Vázquez-Herrera, A. (2025). *Liderazgo con inteligencia emocional: Competencias directivas para la transformación organizacional*. Madrid: Editorial Síntesis.

Verderber, R.F. et.al. (2016). *Comunicación oral efectiva en la era digital*. Cengage Learning.

Referencias electrónicas:

Artemova, I. (2023). Comunicación interpersonal en laboratorios virtuales: Situaciones problemáticas e impacto en el aprendizaje. *Metháodos*, 11(2).

<https://www.revista.methaodos.org/index.php/methaodos/article/view/704>

Bar-On, R. (2024). *Inteligencia emocional en el trabajo: Aplicaciones prácticas y evaluación*. Editorial Paidós. Recuperado de: <https://www.paidosediciones.com/libros/ie-trabajo>

Canal Oratoria. (2023, mayo 16). Presentaciones efectivas y de alto impacto 2023-1. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=lqOXdm4brM0>

Club de Alto Rendimiento Empresarial. (2024, febrero 25). Cómo aplicar la comunicación no verbal a nuestras empresas [Podcast & Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=RMrUMjJhzkMyoutube>

Davis, F. (2010). *La comunicación no verbal*.

<https://comunicacionenlaunsj.files.wordpress.com/2011/09/la-comunicacion-3b3n-no-verbal.pdf>

DRV Sistemas. (2023, noviembre 7). VIDEO: Comunicación no verbal en reuniones comerciales [Video]. <https://es.drvsistemas.com/2023/11/08/video-comunicacion-no-verbal-en-reuniones-comerciales/>

Kleinson. (2025, septiembre 21). La comunicación no verbal en un mundo digital.

<https://www.kleinson.es/comunicacion-no-verbal-digital/>

Martínez-Moreno, E., González-Navarro, et al. (2011). Gestión de equipos virtuales en las organizaciones: Claves para la cooperación y la eficacia. *Papeles del Psicólogo*, 32(1), 65-74.

Recuperado de: <https://www.papelesdelpsicologo.es/pdf/1921.pdf>

Miralles, F. (2025, febrero 25). Aprende a hablar en público: Técnicas para persuadir y conectar con tu audiencia. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=oraeEm4yEmY>

---. (2025, octubre 27). Saber Comunicar: Fórmulas para conferencias con impacto en redes y empresas [Podcast]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=zwJ8QCfZQhQ>

---. (2025, agosto 2). Comunicación para CEO's y líderes: Oratoria efectiva en alto rendimiento empresarial. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=DU3Bvj4kbC4>

Morales, A. (2025). Las técnicas de expresión oral desde un contexto empresarial. *EPSIR*, 18(2). <https://epsir.net/index.php/epsir/article/download/1415/1320/8691>

Pérez, L. F. (2023). Modelos de comunicación organizacional para la motivación y desempeño en equipos de trabajo. *Revista de Psicología y Empresa*, 15(3), 45-60. <https://revistapsicologiaempresa.org/modelos-comunicacion-organizacional>

Sánchez, D. P. (2022). La comunicación interpersonal del líder educativo y su repercusión en el clima organizacional. *Sinapsis*, 10(1), 21-32. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8292494.pdf>

Science & Marketing. (2023, diciembre 8). Domina el arte de lo no dicho: claves de comunicación no verbal. Science & Marketing blog. <https://www.scienceandmarketing.com/el-hibrido/neurocomunicacion/domina-el-arte-de-lo-no-dicho-claves-de-comunicacion-no-verbal>

Tijerina, B. (2025). Aprendemos Juntos Mex. El poder oculto del lenguaje no verbal. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=uWQjJUfep9s>

---.(2020). La importancia de la comunicación no verbal en entornos organizacionales. *Revista de*

Comunicación Empresarial, 15(3), 45-58.

<https://revistas.org/comunicacionempresarial/tijerrina2020>

Mayo 2020

Última revisión: enero 2026