



DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	COMPETENCIAS DE COMUNICACIÓN PARA EJECUTIVOS				
CENTRO ACADÉMICO:	CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	COMUNICACIÓN				
PROGRAMA EDUCATIVO:	LIC. ADMINISTRACIÓN FINANCIERA				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2020	SEMESTRE:	SEXTO	CLAVE DE LA MATERIA:	26704
ÁREA ACADÉMICA:	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	ENERO-JUNIO	
HORAS SEMANA T/P:	2/3		CRÉDITOS:	7	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	Ambientes combinados		NATURALEZA DE LA MATERIA:	TEORICO-PRÁCTICA	
ELABORADO POR:	Patricia Janet Padilla Ornelas/ Revisó. MDO. Paola Ivette Martínez Durón				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	COMPETENCIAS COMUNICATIVAS		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	AGOSTO DE 2021	

DESCRIPCIÓN GENERAL

Curso teórico-práctico que aborda aspectos del desarrollo y branding personal, así como las habilidades comunicativas indispensables en el ejercicio de los profesionistas, elaboración de su currículum digital y presentaciones ejecutivas exitosas.

A través del curso se desarrollarán también capacidades y destrezas que le permitirán definir, producir y proyectar a los estudiantes su imagen profesional frente a un entorno competitivo. Le anteceden las materias de Administración I, Redacción básica, Administración II, Liderazgo y cultura emprendedora, así como Proyectos de inversión privada, Proyectos de inversión pública y Proyectos de investigación aplicado a finanzas.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al finalizar el curso el estudiante construirá su imagen personal para proyectarla a nivel ejecutivo en un ambiente laboral competitivo a través del desarrollo de Competencias de comunicación para ejecutivos ejecutivas que le permitan un grado de desempeño idóneo ante diversos contextos profesionales a nivel gerencial de manera creativa y persuasiva.

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: DESARROLLO DE HABILIDADES COMUNICATIVAS (25 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
En esta unidad el alumno adquirirá herramientas teóricas y prácticas relacionadas con la habilidad para dirigirse a públicos diversos a través del lenguaje oral y escrito.	1.1 Conceptos básicos 1.2 El uso del habla en distintos escenarios. 1.2 Herramientas de la comunicación verbal y no verbal. 1.3 Tipos de exposiciones, disertaciones y discursos. 1.4 Disposición al diálogo y a la retroalimentación. 1.5 Necesidad del habla asertiva y escucha activa 1.6 Crecimiento y desarrollo profesional	1, 3, 5 y 6.

UNIDAD TEMÁTICA II: IMAGEN Y BRANDING PERSONAL (15 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
En esta unidad el alumno conocerá la importancia del manejo de la imagen personal como herramienta fundamental en la construcción de la percepción de sí mismo y la manera en la que es percibido en su entorno socio-laboral.	3.1 La imagen personal 3.2 El manejo de la imagen Psicología del color Manejo adecuado de la imagen Axiomas de la imagen 3.3 El branding personal	7, 8, 9,10,11 y 16.

UNIDAD TEMÁTICA III: DESARROLLO DE HABILIDADES DIRECTIVAS (15 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
En esta unidad el alumno abordará las principales características de un líder y las habilidades básicas para ser portavoz de una organización.	3.1 Liderazgo 3.2 Características del líder 3.3 Diferencias entre líder y jefe 3.4 Habilidades directivas 3.5 Media training para directivos 3.6 Importancia del vocero en el ámbito empresarial (alta dirección y mandos medios) 3.7 Tipología y características del portavoz 3.8 Media training y situación de crisis	12, 13, 14, 15, 16, 18 y 20.

UNIDAD TEMÁTICA IV: PRESENTACIÓN DE PROYECTOS (15 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA



<p>El alumno conocerá las diferentes etapas para evaluar y analizar las necesidades comunicativas de la empresa, organizando las ideas y los datos necesarios para la elaboración del proyecto.</p>	<p>4.1 Planteamiento inicial para un proyecto. 4.2 Organización y fundamentos de una idea. 4.3 Etapas de un proyecto: programa, plan, estrategia, plan de acción. 4.4 Clasificación o tipos de proyectos. 4.5 Tipos y metodologías de presentación de proyectos (gráficos, auditivos, audiovisuales y multimedia)</p>	<p>22-33.</p>
---	---	---------------

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Al ser una materia teórico-práctica, es importante señalar que todas las sesiones serán presenciales y es imprescindible la participación de los estudiantes. En un primer momento el profesor expondrá los contenidos del programa y solicitará la intervención de los estudiantes para resolver casos y realizar ejercicios individuales. Es importante señalar que el curso requiere su desarrollo como un taller, por lo que se necesita una actitud favorable para poner en práctica las cuatro competencias básicas en el ámbito de la comunicación (saber leer, saber escribir, saber escuchar y saber hablar). Se pretende fomentar el trabajo colaborativo, se estimulará la participación de los estudiantes mediante la lectura, la discusión, el análisis y el intercambio de reflexiones.

RECURSOS DIDÁCTICOS

- a) Pantallas inteligentes
- b) Computadoras y otros dispositivos
- c) Presentaciones
- d) Videos
- e) Lecturas
- f) Charlas con expositores

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Primer parcial 20%
Segundo parcial 20%
Trabajos y participaciones en clase 30%
Trabajo Final 30%

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS:

1. Dobkin, Bethami A. y Roger C. Pace (2007). Comunicación en un mundo cambiante. Editorial McGraw Hill, Segunda Edición, México.
2. Ellis Richard, y Ann McClintock (1993). Teoría y práctica de la comunicación humana. Editorial. Paidós, Primera Edición, España.
3. Fernández Collado, Carlos (2001). La comunicación humana en el mundo contemporáneo. Ed. McGraw Hill, Segunda Edición, México.
4. Ferrer, Eulalio (2003). Información y comunicación. Editorial Tezontle, Tercera reimpresión, México.
5. McEntee, Eileen (2004). Comunicación oral. Editorial McGraw Hill, Segunda Edición, México.
6. Montoya, José (2011). Teoría y Práctica de las Competencias Básicas. Editorial: Graó, Barcelona.
7. Blanco, G. M. D. C., & Lobato, G. F. (2009). Comunicación empresarial y atención al cliente. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
8. Capritotti, Paul (1999): Planificación estratégica de la imagen corporativa. Barcelona: Ariel.



9. Costa, Joan (1995): Comunicación corporativa y revolución de los servicios. Madrid: Ciencias sociales.
10. CORREAL, M. (2008). "El lenguaje y la comunicación en los procesos organizacionales de la empresa". Revista Escuela de Administración de negocios., EAN.
11. Díez Frejeiro, Sara. (2006) Técnicas de comunicación: La comunicación en la empresa. Ideaspropias Editorial.
12. Paola Rojas Lobo. La comunicación interna: una herramienta para generar pertenencia y aumentar la productividad en las organizaciones. Universidad Estatal Costa Rica, 2011.
13. Carmen Carretón Ballester. Las relaciones públicas en la gestión de la comunicación interna. AIRP 2009.
14. Dowling, Grahame (1994) Corporate reputations: strategies for developing the corporate brand. London: Kogan Page.
15. Galindo Rubio, Fernando. (2004) Comunicación Audiovisual Corporativa. Universidad Pontificia de Salamanca.
16. Gestión comunicacional basada en la cultura organizacional e identidad corporativa de la UNA. Revista de Ciencias Sociales Vol. 12 (2), 2006, edited by de Jiménez, Graciela Perozo, Red Universidad del Zulia, 2006. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/univeraguascalientes/detail.action?docID=3209056>.
17. Marín Calahorra, Francisco (2005) Gestión técnica y de la comunicación en situaciones especiales, crisis, emergencias y negociación. Editorial Fragua.
18. Mínguez Arranz, Norberto (1999): "La Comunicación Interna al Servicio de la Cultura Corporativa". En Nuevos Conceptos de Comunicación. Eds. Juan Benavides y Elena Fernández. Madrid: Fundación General de la UCM-Ayuntamiento de Madrid. Pp. 522-529.
19. Molina Cañabate, Juan Pedro (2011) Introducción a la comunicación institucional a través de Internet. Grupo 5 Editorial
20. Ocampo, V. M. C. (2014). Comunicación empresarial: plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones (2a ed.). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
21. Pérez, R. A. (2001) *Estrategias de Comunicación*, Ariel Comunicación, Barcelona.
22. Baca, G. (1995). Evaluación de Proyectos. México: Mc. Graw Hill.
23. Canet Centellas, Fernando y Proper, José. (2009). Narrativa audiovisual: estrategias y recursos
24. (Comunicación audiovisual). (1a ed.). Editorial: Síntesis.
25. Davidson, J. (2000). La nueva dirección de proyectos. Herramientas para una era de cambios rápidos.
26. Barcelona: Garnica.
27. Graham., R. y Randall, E. Administración de proyectos exitosos. México: Prentice Hall
28. Hispanoamericana, S.A.
29. Hernández Hernández, A., Hernández Villalobos A. y Hernández Suárez, A. (2005). Formulación y
30. evaluación de proyectos de inversión. México: Thomson.
31. López Sánchez, Carmen (2009). Medios de Comunicación, Publicidad y Adicciones. Madrid, Editorial
32. EDAF.
33. Pérez, Rafael Alberto (2008). Estrategias de Comunicación (4ta. ed.). Editorial Ariel.

COMPLEMENTARIAS:

1. Montoya, José (2011). Teoría y Práctica de las Competencias Básicas. Editorial: Graó, Barcelona.
2. Bellocchio, Mabel (2009). Educación basada en competencias y constructivismo: un enfoque y un modelo para la formación pedagógica del siglo XXI. ANUIES, México.
3. Ruiz, Magalys (2009). ¿Qué es la formación basada en competencias?: el sentido del sistema de estándares en este tipo de formación Magalys Ruiz Iglesias. Editorial Trillas, México.
4. Carlos J. van-der Hofstadt Román, José Ma. Gómez Gras (Directores - Coordinadores) Competencias y habilidades profesionales para universitarios Madrid, 2006.