

## PROGRAMA DE MATERIA

<b>MATERIA:</b>	COMPETENCIAS COMUNICATIVAS				
<b>CENTRO ACADÉMICO:</b>	CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES				
<b>DEPARTAMENTO ACADÉMICO:</b>	COMUNICACIÓN				
<b>PROGRAMA EDUCATIVO:</b>	LIC. EN INFORMÁTICA Y TÉCNICAS COMPUTACIONALES				
<b>AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:</b>	2014	<b>SEMESTRE:</b>	PRIMERO	<b>CLAVE DE LA MATERIA:</b>	19744
<b>ÁREA ACADÉMICA:</b>	COMPETENCIAS COMUNICATIVAS		<b>PERIODO EN QUE SE IMPARTE:</b>	AGOSTO-DICIEMBRE	
<b>HORAS SEMANA T/P:</b>	2/3		<b>CRÉDITOS:</b>	7	
<b>MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:</b>	PRESENCIAL		<b>NATURALEZA DE LA MATERIA:</b>	TEORICO-PRÁCTICA	
<b>ELABORADO POR:</b>	PATRICIA JANET PADILLA ORNELAS.				
<b>REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:</b>	COMPETENCIAS COMUNICATIVAS		<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	JULIO 2023	

### DESCRIPCIÓN GENERAL

Materia teórico-práctica implementada en modalidad presencial. Se orienta al desarrollo de competencias para la difusión de la información cara a cara en diferentes niveles, orientada a distintos públicos y con el uso de diversos dispositivos de comunicación. Se faculta a los y las estudiantes en la manera adecuada de dirigirse a un público de forma oral y escrita bajo diferentes soportes de transmisión de la información tales como el presencial, escrito, audiovisual o digital. Permitirá abordar de una manera más sólida materias posteriores y en general todas las asignaturas que requieran de estrategias comunicativas escritas, presenciales, audiovisuales, entre otras.

### OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al finalizar el curso, el alumno y la alumna adquirirá competencias verbales y no verbales para presentar información de manera óptima en entornos corporativos e institucionales; lo anterior bajo principios o valores de ética y responsabilidad social.

## PROGRAMA DE MATERIA

### CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

<b>UNIDAD TEMÁTICA I: CONCEPTOS BÁSICOS; DESARROLLO DE HABILIDADES COMUNICATIVAS (25 horas aprox.)</b>		
<b>OBJETIVOS PARTICULARES</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>FUENTES DE CONSULTA</b>
En esta unidad el alumno y la alumna 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 proceso de comunicación y sus elementos. 1.3 Tipos de comunicación 1.4 Niveles de comunicación 1.5 Barreras de la comunicación 1.6 La comunicación asertiva y escucha activa	1, 3, 5 y 6.

<b>UNIDAD TEMÁTICA II: COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA (15 horas aprox.)</b>		
<b>OBJETIVOS PARTICULARES</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>FUENTES DE CONSULTA</b>
Al finalizar la unidad se pretende que las alumnas y los alumnos puedan ser capaces de elaborar los principales medios de comunicación escrita utilizados en el ámbito laboral.	2.1 Comunicación escrita: generalidades 2.2. Memorando, carta, boletín, circular, minuta, currículo 2.3. Tipos de Informes. 2.4. Elementos del informe 2.5 Tipos de exposiciones, disertaciones y discursos.	7, 8, 9,10,11 y 16.

<b>UNIDAD TEMÁTICA III: DESARROLLO DE HABILIDADES DIRECTIVAS (15 horas aprox.)</b>		
<b>OBJETIVOS PARTICULARES</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>FUENTES DE CONSULTA</b>
En esta unidad las alumnas y los alumnos abordarán 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)	12, 13, 14, 15, 16, 18 y 20.

## PROGRAMA DE MATERIA

--	--	--

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

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Las alumnas y los alumnos conocerán 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.	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)	22-33.

### METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Materia teórico- práctica que requiere la participación constante de los y las 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 habilidades que se abordan en los contenidos temáticos. 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) Biblioteca Digital UAA
- b) Computadoras y otros dispositivos
- c) Presentaciones
- d) Videos
- e) Lecturas
- f) Charlas con expositores

### EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Primer examen parcial (teórico) 30%  
 Segundo examen parcial (práctico, presentación) 30%  
 Trabajo Final (trabajo acumulativo tipo ensayo, presentación) 40%

## PROGRAMA DE MATERIA

### 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. McEntee, Eileen (2004). Comunicación oral. Editorial McGraw Hill, Segunda Edición, México.
3. Montoya, José (2011). Teoría y Práctica de las Competencias Básicas. Editorial: Graó, Barcelona.
4. Blanco, G. M. D. C., & Lobato, G. F. (2009). Comunicación empresarial y atención al cliente. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
5. Capritotti, Paul (1999): Planificación estratégica de la imagen corporativa. Barcelona: Ariel.
6. Costa, Joan (1995): Comunicación corporativa y revolución de los servicios. Madrid: Ciencias sociales.
7. CORREAL, M. (2008). "El lenguaje y la comunicación en los procesos organizacionales de la empresa". Revista Escuela de Administración de negocios., EAN.
8. Díez Frejeiro, Sara. (2006) Técnicas de comunicación: La comunicación en la empresa. Ideaspropias Editorial.
9. Paola Rojas Lobo. La comunicación interna: una herramienta para generar pertenencia y aumentar la productividad en las organizaciones. Universidad Estatal Costa Rica, 2011.
10. Carmen Carretón Ballester. Las relaciones públicas en la gestión de la comunicación interna. AIRP 2009.
11. Dowling, Grahame (1994) Corporate reputations: strategies for developing the corporate brand. London: Kogan Page.
12. Molina Cañabate, Juan Pedro (2011) Introducción a la comunicación institucional a través de Internet. Grupo 5 Editorial
13. 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>
14. López Sánchez, Carmen (2009). Medios de Comunicación, Publicidad y Adicciones. Madrid, Editorial
15. Ramos Padilla Carlos G. La Comunicación: Un Punto de Vista Organizacional.2003
16. 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.