

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:	2018	SEMESTRE:	SEXTO	CLAVE DE LA MATERIA:	26704
ÁREA ACADÉMICA:	COMPETENCIAS COMUNICATIVAS		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	ENERO-JUNIO	
HORAS SEMANA T/P:	2T/3P		CRÉDITOS:	7	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	PRESENCIAL		NATURALEZA DE LA MATERIA:	TEÓRICO-PRÁCTICA	
ELABORADO POR:	DRA. ANA MARÍA NAVARRO CASILLAS				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	COMPETENCIAS COMUNICATIVAS		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	ENERO DE 2024	

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. A través de los contenidos de esta materia, se atenderá parcialmente el cumplimiento del requisito del Programa Institucional de Formación Humanista.

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 y 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 (15 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
En esta unidad el estudiantado adquirirá herramientas teóricas y prácticas relacionadas con la habilidad para	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.	3, 10, 12, 21, 23, 25



dirigirse a públicos diversos a través del lenguaje oral y escrito.	1.4 Disposición al diálogo y a la retroalimentación. 1.5 Necesidad del habla asertiva y escucha activa 1.6 Crecimiento y desarrollo profesional	
---	---	--

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

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
En esta unidad el(la) alumno(a) analizará 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.	2.1 La imagen personal, social y pública 2.2 El branding personal 2.3 Imagen personal / Imagen Corporativa 2.4 Construcción del Discurso: personal/ empresarial 2.5 Presentación de proyecto. 2.6 Elevator pitch. 2.7 Storytelling	2, 7, 9, 14, 15, 19, 22, 23

UNIDAD TEMÁTICA III: DESARROLLO DE HABILIDADES DIRECTIVAS (20 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
En esta unidad los y las estudiantes identificarán 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	1, 9, 13, 17, 18, 21

UNIDAD TEMÁTICA IV: PRESENTACIÓN DE PROYECTOS (20 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
El alumno conocerá las diferentes etapas para evaluar y analizarlas 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)	5, 11, 16, 21, 24

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 las y los estudiantes. El(la) docente expondrá los contenidos del programa y solicitará la intervención del estudiantado para resolver casos y realizar ejercicios individuales y/o en equipos, según corresponda.

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, con apego a los valores del respeto, honestidad y responsabilidad.

RECURSOS DIDÁCTICOS

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

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Primera evaluación parcial	25%
Segunda evaluación parcial	25%
Trabajos y participaciones individuales y en equipo	20%
Trabajo Final	30%
TOTAL	100%

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS:

1. Arceo, A. (2012). *El portavoz en la comunicación de las organizaciones: fundamentos teórico-prácticos*. Publicacions Universitat Alacant. (Disponible en Biblioteca UAA.Recurso eLibro).
2. Arancha Felipes Alonso. (2015). *Moda, personalidad y estilo: coaching de imagen e identidad personal*. CEU Ediciones. (Biblioteca Digital UAA. Recurso eBook)
3. Ballenato Prieto, G. (2013). *Comunicación eficaz: teoría y práctica de la comunicación humana*:(ed.). Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. <https://elibro.net/es/lc/uaa/titulos/114682>
4. Bataller, Alfons. (2016). *La gestión de proyectos*. Editorial UOC. (Disponible en Biblioteca digital UAA. Colección eLibro).
5. Bustinduy, I. (2014). *Presentaciones efectivas: técnicas para la exposición oral de trabajos y proyectos académicos*:(ed.). Editorial UOC. (Disponible en Biblioteca digital UAA. Colección eLibro)
6. Calle-Arango, Lina, García-Rodríguez, Lina y Murillo-Ospina, Javier H. (2017) *Comunicación Efectiva en Entornos Empresariales*. CESA – Colegio de Estudios Superiores de Administración. (Disponible en Biblioteca digital UAA. Colección eLibro).
7. Carrillo-Ojeda, Emilio (2016) Branding personal: Hacia una nueva perspectiva profesional. *Memoria del IX Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad*. Disponible en <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/9/9>



8. Chen, Yanzhen, Rui, Huaxia, Whinston, Andrew. B (2021) Teet to the Top. Social Media Personal Branding and Career Outcomes, *MIS Quarterly* (45) 2 pp. 499-534. (Disponible en Biblioteca digital UAA. Colección EBSCO)
9. Correal, M. C., Bustos, M., Cuevas, A. C., & Panqueva Bernal, M. C. (2008). El lenguaje y la comunicación en los procesos organizacionales de la empresa. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (62), 141-153. Disponible en <https://www.redalyc.org/comocitar.oo?id=20611457010>
10. Delgado, Paula (12 de enero 2023) *La exposición oral. Centro de Lectura y Escritura* (CELEE) <https://celee.uao.edu.co/la-exposicion-oral/>
11. Eby, Kate (30 Agosto 2022) Guía esencial para la estructura organizacional del proyecto. Smartseet. <https://es.smartsheet.com/content/project-management-organization>
12. Ellis Richard, y Ann McClintock (1993). *Teoría y práctica de la comunicación humana*. Editorial. Paidós, Primera Edición, España.
13. Estévez, L. (2014). *Cómo conseguir presencia en los medios sin un gabinete de prensa*. Editorial UOC (Biblioteca Digital UAA. Recurso: eLibro)
14. Fernández, R. T. (2016). Elevator pitch: ¡comunica y defiende tu proyecto en 60 segundos!. *DIM: Didáctica, Innovación y Multimedia*, (34), 1-3.
15. Gordo, Victor, (2007). *El poder la imagen pública*. México. Debolsillo
16. Instituto Europeo de Alta Dirección (IEAD) (s/f) ¿Cuáles son las fases de un proyecto empresarial y en qué consisten? <https://iead.es/cuales-son-las-fases-de-un-proyecto-empresarial-y-en-que-consisten/>
17. Lazzati, S. C. & Tailhade, M. (2019). *Liderazgo gerencial*: Ediciones Granica. (Disponible en Biblioteca digital UAA. Colección eLibro).
18. Lozada, J. C. (2010). *Comunicación en la Gestión de Crisis*. (Biblioteca Central UAA: 658.45 C741)
19. MacKrill, Kate, Silvester, Connor Pennebaker, James W., Petrie, Keith J. (2021) What makes an idea worth spreading? Language markers of popularity in TED talks by academics and other speakers. *J Assoc Inf Sci Techno* (72) 1028–1038. DOI: 10.1002/asi.24471
20. Olaz Capitán, José Ángel (2013). *7 preguntas claves para una excelente presentación*. Editorial FUNDESEM. (Disponible en Biblioteca digital UAA. Colección eLibro).
21. Pastor Pérez, Lluís (2016) *El jefe habla (locuta rex). Coaching de comunicación para directivos*. Ed. Barcelona: Editorial UOC, 2016. (Disponible en Biblioteca digital UAA. Colección eLibro).
22. Perozo de Jiménez, Graciela. (2006). La gestión comunicacional basada en la cultura organizacional e identidad corporativa de la Universidad Nacional Abierta (UNA). *Revista de Ciencias Sociales*, 12(2), 363-376. Recuperado en 18 de enero de 2024, de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182006000200013&lng=es&tlng=es.
23. Pérez Azcárate, Alfonso. (2020). *Presentaciones en público para convencer: cómo conectar, persuadir y cautivar con tu presentación*. Madrid, Bubok Publishing S.L. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/uaa/titulos/129129>.
24. Reyes Martínez, Alvaro (2013) Técnicas efectivas de presentación. *Celerinet*, 1. pp. 114-118. Disponible en <http://eprints.uanl.mx/3667/>
25. Rojas Lobo, P. (2014). La comunicación interna... una herramienta para generar pertenencia y aumentar la productividad en las organizaciones. *Revista Nacional De Administración*, 2(2), 101–128. <https://doi.org/10.22458/rna.v2i2.375>
26. Tessi, M. (2012). *Comunicación interna en la práctica: siete premisas para la comunicación en el trabajo*. Ediciones Granica. (Disponible en Biblioteca digital UAA. Colección eLibro)



COMPLEMENTARIAS:

27. Bustínduy, Iñaki (2013) *Presentaciones efectivas. Técnicas para la exposición oral de trabajos y proyectos académicos*. Editorial UOC. (Disponible en Biblioteca digital UAA. Colección eLibro).
28. Cantú Ortiz, L. (2015). *Comunicación para ingenieros*. Grupo Editorial Patria. (Disponible en Biblioteca digital UAA. Colección eLibro)
29. Carretón, Carmen (2009) *Las relaciones públicas en la gestión de la comunicación interna*. AIRP.
30. Costa, Joan (1995): *Comunicación corporativa y revolución de los servicios*. Madrid: Ciencias sociales.
31. Goñi Zabala, J. J. (2004). *El ADN de las organizaciones: hacia una arquitectura digital de los negocios en el proyecto empresarial*. Harvard Deusto. Ediciones Deusto - Planeta de Agostini Profesional y Formación S.L. (Disponible en Biblioteca digital UAA. Colección eLibro).
32. Sarmiento Rojas, J. A. Correa Candamil, C. H. & Jiménez Roa, D. E. (2020). *Gestión de proyectos aplicada al PMBOK 6ED*. Editorial UPTC. (Disponible en Biblioteca digital UAA. Colección eLibro).
33. Zapatero Álvarez, A. I. (2011). *Elaboración, tratamiento y presentación de documentos de trabajo*. Editorial CEP, S.L. (Disponible en Biblioteca digital UAA. Colección eLibro).