

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:	531485
ÁREA ACADÉMICA:	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	Enero – Junio	
HORAS SEMANA T/P:	T/P: 2/3		CRÉDITOS:	7	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	PRESENCIAL		NATURALEZA DE LA MATERIA:	TEORICO-PRÁCTICA	
ACTUALIZADO POR:	FLOR DE MA. ORTEGA LANDEROS				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	COMPETENCIAS COMUNICATIVAS		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Enero 2025	

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 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 (25 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
En esta unidad los alumnos y alumnas adquirirán herramientas teóricas y prácticas relacionadas con la habilidad para dirigirse a públicos diversos a través del lenguaje oral y escrito.	1.1 Definición y conceptos de comunicación (Comunicación institucional, empresarial y corporativa) 1.2 Habilidades y competencias comunicativas básicas 1.3 El uso del habla en distintos escenarios. 1.4 La expresión oral en escenarios diferenciados 1.5 Herramientas de la comunicación verbal (oralidad y escritura) 1.6 Cualidades para una buena expresión (claridad, precisión, corrección, concisión) 1.7 El manejo de la voz y componentes comunicativos del habla: <ul style="list-style-type: none"> - Tipo de voz - Tono - Volumen - Ritmo 1.8 Elementos de la comunicación no verbal: <ul style="list-style-type: none"> - Proxemia y el manejo de los espacios - La importancia de los ademanes (Kinesia) - La expresión del rostro y la mirada - Protocolo y diplomacia 1.9 Modalidades discursivas <ul style="list-style-type: none"> - Descripción - Narración (narración de los hechos) - Argumentación (creación de argumentario) 1.10 Tipología del discurso oral y escrito: <ul style="list-style-type: none"> - Improvisado - Leído - Memorizado 	B1, B3, B5 y B6.

UNIDAD TEMÁTICA II: IMAGEN Y BRANDING PERSONAL (15 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
En esta unidad los alumnos y alumnas conocerán la importancia	2.1 Imagen personal – imagen corporativa (atributos de identidad, diferenciación – asociación) 2.2 Branding personal	B7, B8, B9, B10, B11 y B16.



<p>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</p>	<p>2.3 Construcción del discurso personal y corporativo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visibilidad notoriedad, credibilidad, legitimidad y reputación Mediática. - Importancia del mensaje y sus características - Identificación de públicos - Objetivos de la comunicación - Diseño del mensaje (Elevator pitch - storytelling). <p>2.4 Técnicas para el manejo de entrevista laboral, periodística, radiofónica y televisiva (estrategias de argumentación)</p> <p>2.5 Géneros discursivos (conferencias, charlas, oposiciones, defensa de proyectos, reuniones de trabajo, debates, conversaciones telefónicas.</p>	
---	--	--

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

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>En esta unidad los alumnos y alumnas abordarán las principales características de un líder y las habilidades básicas para ser portavoz de una organización.</p>	<p>3.1 El perfil del directivo.</p> <p>3.2 El directivo como agente de cambio.</p> <p>3.3 El directivo generador de contextos.</p> <p>3.4 Habilidades directivas - habilidades comunicativas en el Ejercicio de la profesión.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Habilidades directivas personales. - Habilidades de comunicación. - Habilidades administrativas (gestión). - Habilidades directivas interpersonales. - Habilidades sociales e inteligencia social. - Habilidades tecnológicas. <p>3.5 Competencias para dirigir equipos de alto desempeño.</p> <p>3.6 Estrategias de negociación, mediación y gestión de conflictos.</p> <p>3.6 Media training para directivos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Importancia del vocero en el ámbito empresarial (alta dirección y mandos medios). - Media training y situación de crisis y manejo del rumor. 	<p>B12, B13, B14, B15, B16, B18 y B20.</p>



UNIDAD TEMÁTICA IV: PRESENTACIÓN DE PROYECTOS (15 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Los alumnos y alumnas 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 Técnicas y metodología para presentación de proyectos (gráficos, auditivos, audiovisuales y multimedia). 4.2 Técnicas expositivas. 4.3 Estrategias para presentaciones ante un auditorio. 4.4 Estrategias de comunicación audiovisual. - La inclusión de recursos sonoros. - Los recursos digitales en las presentaciones.	B22 B23

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Al ser una materia teórico-práctica, es importante señalar que todas las sesiones se llevarán a cabo de manera presencial y es imprescindible la participación de los estudiantes. En un primer momento el profesor o profesora expondrá los contenidos del programa y solicitará la intervención de los y las 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 las y 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 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. Ideas propias Editorial. PROGRAMA DE MATERIA *En caso de no aplicar algún elemento, escribir N/A
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/univeraguascalientessp/detail.action?docID=3209056>.



17. Marín Calahorro, 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