

PROGRAMA DE MATERIA

MATERIA:	COMPETENCIAS DE COMUNICACIÓN PARA EJECUTIVOS				
CENTRO ACADÉMICO:	CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	COMUNICACIÓN				
PROGRAMA EDUCATIVO:	LIC. en CONTADOR PÚBLICO				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2020	SEMESTRE:	SEXTO	CLAVE DE LA MATERIA:	
ÁREA ACADÉMICA:	COMPETENCIAS COMUNICATIVAS		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	Enero-Junio 2025	
HORAS SEMANA T/P:	2/3		CRÉDITOS:	7	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	PRESENCIAL		NATURALEZA DE LA MATERIA:	TEORICO-PRÁCTICA	
ELABORADO POR:	CESAR HERRERA RAMIREZ				
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. Esta materia se relaciona con Mercadotecnia Básica y Proyectos de Inversión Privada. A través de los contenidos y experiencias de aprendizaje de esta materia, se contribuye a los objetivos del Programa Institucional de Formación Humanista y su acreditación parcial.

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 con liderazgo, humanismo, autonomía y pluralismo.

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

PROGRAMA DE MATERIA

UNIDAD TEMÁTICA I: RECONOCIMIENTO Y DESARROLLO DE HABILIDADES COMUNICATIVAS (25 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
En esta unidad el/la estudiante adquirirá herramientas teóricas y prácticas relacionadas con la habilidad para dirigirse a públicos diversos a través del lenguaje oral.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definición y conceptos de comunicación 2. Proceso de comunicación humana 3. Competencias Comunicativas básicas (saber hablar, saber escribir, saber escuchar, saber leer) 4. Competencias comunicativas en el ejercicio de la profesión (conocimientos, habilidades y actitudes descritas en el Plan de Estudios del programa educativo) 5. Comunicación oral (oralidad y escritura) <ul style="list-style-type: none"> - Elementos de la Comunicación oral - Funciones de la comunicación oral - Formas de la comunicación oral - Cualidades de la expresión oral - Planificación de la comunicación oral 6. El manejo de la voz y componentes comunicativos del habla -signos paralingüísticos (tipo de voz, tono, intención, volumen, ritmo) 7. La comunicación no verbal <ul style="list-style-type: none"> - Los mensajes en la comunicación no verbal - Los recursos no verbales en la comunicación oral - Elementos de la comunicación no verbal (kinesia, proxemia y paralingüística) 8. Modalidades discursivas y tipología del discurso 	1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7
UNIDAD TEMÁTICA II: COMUNICACIÓN ESCRITA (15 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
En esta unidad el/la estudiante identificará los elementos para una escritura eficaz y aplicará estrategias discursivas en la elaboración de textos profesionales.	<ol style="list-style-type: none"> 1. La escritura en el ámbito profesional 2. Usos y normas de la comunicación escrita 3. La escritura como medio de comunicación. 4. El mensaje escrito y sus características 5. Estrategias discursivas de la comunicación escrita 6. Principios de redacción para que el mensaje sea eficaz 7. Marcadores discursivos o conectores 	5,8, 9, 10, 11, 12

PROGRAMA DE MATERIA

	<p>8. Tipología de textos en el ámbito interno-comunicados de régimen interior (informe, acta, carta, circular, memoria, boletín, comunicado, curriculum, etc.)</p> <p>9. Planificación de textos</p> <p>10. Comunicación escrita y gestión empresarial</p>	
--	---	--

UNIDAD TEMÁTICA III: HABILIDADES COMUNICATIVAS, DIRECTIVAS Y BRANDING PERSONAL (15 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>En esta unidad el/la estudiante comprenderá 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.</p>	<p>1. Imagen personal, social y pública.</p> <p>2. Construcción del discurso personal y corporativo (atributos de diferenciación y asociación)</p> <p>3. Protocolo y diplomacia empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pautas de comportamiento e imagen corporativa - Normas para conversar - Reglas para escuchar <p>4. Código de vestimenta</p> <p>5. Habilidades directivas y comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creación del entorno comunicativo - Gestión de la información y toma de decisiones - Liderazgo – competencias personales - Habilidades sociales – inteligencia social - Estrategias de negociación, mediación y gestión de conflictos <p>6. El perfil del directivo</p>	<p>13, 14 Y 15</p>

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

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>El/la estudiante identificará las diferentes etapas para evaluar y analizar las necesidades</p>	<p>1. Técnicas para presentación de proyectos: perfilación o posición del orador.</p> <p>2. Métodos de presentación</p> <p>3. Presentaciones persuasivas.</p> <p>4. Géneros y formatos de presentaciones modernas</p>	<p>16,17 Y 18</p>

PROGRAMA DE MATERIA

<p>comunicativas de la empresa, organizando las ideas y los datos necesarios para la elaboración y puesta en marcha del proyecto.</p>	<p>5. Generación del Contenido 6. Permisos, reservas y financiación del proyecto (dossier ejecutivo) 7. La puesta en marcha</p>	
---	---	--

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Al ser una materia teórico-práctica, es importante señalar que todas las sesiones se llevarán a cabo en modalidad presencial 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) Biblioteca Digital UAA
- b) Computadoras y otros dispositivos
- c) Presentaciones
- d) Vídeos
- e) Lecturas
- f) Charlas con expositores

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Primer parcial 20%
Segundo parcial 20%
Trabajos y participaciones en clase 10%
Proyecto 30%
Evaluación Final 20%

*Cada examen, trabajos u otro tipo de elemento que se consideré para evaluar, será detallado por el docente.

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS:

1. Harari, Alberto (2015) Introducción a la comunicación oral. Ed. Ediciones Aula Taller.

PROGRAMA DE MATERIA

2. Castro, Adela(2014). Comunicación oral: técnicas y estrategias. Ed. Universidad del Norte
3. Laborda Gil, Javier (2019). Claves de comunicación oral: prácticas para el orador afable. Ed.UOC
4. Baró Catafú, Teresa(2016.)Saber decir. Ed. Ediciones Serbal
5. Quijada Monroy, Verónica del Carmen (2014) Comunicación oral y escrita . Ed. Editorial Digital UNID.
6. Martín López, José Luis (2015). Introducción al lenguaje oral, una habilidad comunicativa. Ed. Editorial CEPE.
7. Obarrio, Alfredo (2013) – Masferrer, Aniceto. Expresión oral y proceso de aprendizaje: la importancia de la oratoria en el ámbito universitario.Ed Dykinson.
8. Varo Varo, Carmen (2013). Usos y normas de la comunicación escrita. Ed. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cadiz.
9. Machado Mateos, Aroha- Rodríguez Sánchez, Olga (2020). Comunicación oral y escrita en la empresa. Ed. Tutor Formación.
10. Pazos Jiménez, Ethel (2014). La comunicación escrita: redacción de tesis, artículos, ensayos. Ed. Secade
11. Cantú Ortiz Ludivina.(2015). Comunicación para ingenieros. Ed. Grupo Editorial Patria.
12. Harari, Alberto (2015) Introducción a la comunicación escrita. Ed. Ediciones Aula Taller.
13. Bustinduy, Iñaki (2013). Personal branding: cómo comunicar tu valor diferencial en el mercado laboral. Ed. UOC
- 14.Felipe Alonso, Arancha (2015). Moda, personalidad y estilo: coaching de imagen e identidad pesronal.ED. CEU Ediciones.
15. Jijena Sánchez, Rosario(2012). Imagen personal: como mejorarla, sostenerla o revertirla. Ed. Nobuko
16. Duarte, Nancy. (2016). Presentaciones Persuasivas. Ed. Editorial Reverté.
17. Davidson, J. (2000). La nueva dirección de proyectos. Herramientas para una era de cambios rápidos.
Barcelona: Garnica.
18. Graham., R. y Randall, E. Administración de proyectos exitosos. México: Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.

COMPLEMENTARIA:

- 1.Carlos J. Van-der Hofstadt Román, José Ma. Gómez Gras (Directores - Coordinadores) Competencias y habilidades profesionales para universitarios
Madrid, 2006.