



UNIVERSIDAD CAECE

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES

PROGRAMA DE: COMUNICACIÓN PROFESIONAL		
CODIGO DE LA CARRERA 109	PLAN DE LA CARRERA 10P	CODIGO ASIGNATURA 1921/10P
AÑO 3º	CUATRIMESTRE 1º	VIGENCIA 2010
CARRERA: LICENCIATURA EN PUBLICIDAD		
Nº DE RESOLUCIÓN MINISTERIAL 595/04		Nº DE RESOLUCIÓN INTERNA 747/03-603/06-690/09

OBJETIVOS

- Desarrollar la habilidad de trabajar interdisciplinariamente.
- Desarrollar presentaciones para el mercado laboral.
- Conocer las diferentes herramientas utilizadas en el armado de una presentación.
- Integrar conocimientos adquiridos en materias cursadas.

CONTENIDOS MINIMOS

Objetivos de la comunicación profesional. Interlocutores. Audiencia. Reuniones, presentaciones, entrevista laboral, informes. Identidad e imagen. Construcción del enunciador, del enunciatario y del referente. El punto de vista. La comunicación: interpersonal, diferida, mediatizada. Oralidad y escritura. Particularidades. Problemas frecuentes en la expresión oral (muletillas, lugares comunes, verbosidad, inexpresividad, desorden de ideas, falta de hilación, repeticiones, etc.). Estructuración del mensaje y planificación. Preparación de aperturas y cierres. Variaciones idiolectales y registros. La escucha. Estilos de interacción. Modalización. Manejo de las pausas. Manejo del tiempo. Teorías Pragmáticas: actos de habla directos e indirectos, cortesía verbal, actos amenazadores de la imagen, relevancia informativa. La comunicación no verbal: lenguaje corporal y facial, el uso de la voz, la mirada, las manos, uso del espacio como entorno. Recursos audiovisuales complementarios adecuados a los diferentes tipos de comunicaciones profesionales.

PROGRAMA ANALITICO

UNIDAD 1 – LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA DEL TRABAJO

Analizar la situación de trabajo, el público a la cual se dirige, definir un objetivo de comunicación. El mejor canal de comunicación

UNIDAD 2 - LOS MENSAJES VERBALES Y NO VERBALES, LA IMPORTANCIA DE ESCUCHAR.

Reunir las ideas y el material, identificar puntos principales. Identificar enunciados iniciales, planificar su desarrollo y definir un cierre.

UNIDAD 3. HABILIDADES INTERPERSONALES Y TRABAJO EN EQUIPO.

Crear relaciones positivas. Como manejar los conflictos y poder negociar. Cómo responder a la crítica.

UNIDAD 4. COMO PREPARAR UNA PRESENTACIÓN.

Diferentes presentaciones: informes, explicación, propuestas, presentaciones de venta, etc. Disposición del auditorio. El uso de materiales para la exposición.

UNIDAD 5. TRABAJO EN GRUPO.

Características de los grupos y los equipos. Tipos de grupos y de equipos Equipos frente a frente. Etapas de la resolución de problemas en grupo

UNIDAD 6. APOYO VERBAL Y VISUAL EN LAS PRESENTACIONES.

Funciones del material de apoyo. Tipos de auxiliares visuales. Lineamientos para usar apoyos visuales. Herramientas en presentaciones.

UNIDAD 7. COMO EXPONER UNA PRESENTACIÓN.

Diferentes tipos de presentaciones. Saber contestar y escuchar preguntas. Concentrarse en el tema y en el público. Uso de diferentes electos en una exposición.

BIBLIOGRAFÍA

Adler, R. **Comunicación Organizacional** – Mcgraw Hill – México – 2007

Legghett, Brian O' C. **Persuasión. La clave del éxito en la comunicación para los negocios** – Pearson – México 2008

Chávez Pérez, F. (compilador). **Introducción a la comunicación oral y escrita** – Pearson – México 2011

Cooper, A. (compilador). **Planning: cómo hacer el planeamiento estratégico de las comunicaciones** – Thomson – México 2006

METODOLOGÍA

Clases teóricas y Clases prácticas.

EVALUACIÓN: APROBACION DEL CURSADO DE LA ASIGNATURA

- Cumplimiento del 75% de asistencia
- Evaluaciones parciales según lo establecido en la planificación de la materia, presentada en su oportunidad por la cátedra y aprobada por el Departamento.

EVALUACION FINAL: REGIMEN DE APROBACION DE MATERIA

La evaluación final consistirá en un examen oral y/o escrito, que comprenda la totalidad de los contenidos, según el programa vigente de la materia.