

**FORMATO PROPUESTA DE DESARROLLO PROGRAMA DE CURSO****CODIGO:**
FO-M-DC-05-01**VERSION:**
2**FECHA:**
2010-19-04**PAGINA:**
1 de 3**1. IDENTIFICACIÓN**

Nombre de la Asignatura Taller de Comunicación		Código 800105	Área Talento Humano	
Naturaleza Teórica	No de Créditos 2	TP Trabajo Presencial 32	TI Trabajo Independiente 64	
Semestre I	Duración 32 Horas	Habilitable No	Homologable No	Validable Si

2. JUSTIFICACIÓN

El desempeño profesional, las relaciones laborales, sociales o familiares, el conocimiento y su aplicación, el desarrollo de la ciencia y la tecnología dependen en gran parte de la capacidad que tengamos para comunicarnos. En este curso la comunicación les ofrecerá la posibilidad a los estudiantes de lograr un desarrollo personal y profesional más productivo en su relación con los demás. El curso buscará brindar elementos teóricos y prácticos que contribuyan al desarrollo de habilidades comunicativas, se intenta además, estimular a los alumnos para reconocer en la comunicación una necesidad en los seres humanos, una estrategia para alcanzar el éxito, una condición de los profesionales pero ante todo una habilidad innata que se debe aflorar.

3. COMPETENCIAS

Saber Conocer: Conformado por la información específica e instrumentos cognitivos (nociones, proposiciones, conceptos y categorías) relacionados con cada uno de los criterios de desempeño.

Saber Hacer: Constituye el conjunto de procedimientos necesarios para el desempeño de una determinada actividad o tarea. Tiene como base la utilización de materiales, equipos y diferentes clases de herramientas.

Saber Ser: Comprende las actitudes necesarias para tener desempeños idóneos. Tiene como base la autonomía de la persona, sus valores, su autoestima, y su proyecto ético de vida.

4. OBJETIVOS**General:**

Proporcionar a los especialistas las herramientas, técnicas y estrategias que le permiten generar sistemas efectivos de comunicación tanto oral y escrita para su formación profesional. De igual forma, expandir las habilidades y competencias de comunicación interpersonal y las capacidades de desenvolverse en público.

Específicos:

- Contribuir al desarrollo de habilidades comunicativas en los estudiantes.
- Lograr que la comunicación sea un mecanismo para la toma de decisiones.
- Hacer que el líder sea un buen comunicador.
- Generar ambiente propicios para un buen clima organizacional por medio de la comunicación.
- Identificar por que los líderes son buenos o pésimos comunicadores.

 UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA	FORMATO PROPUESTA DE DESARROLLO PROGRAMA DE CURSO		
	CODIGO: FO-M-DC-05-01	VERSION: 2	FECHA: 2010-19-04

5. CONTENIDO TEMÁTICO Y ANÁLISIS DE CRÉDITOS

Contenido Temático

CAPÍTULO I. LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

- Niveles de la comunicación.
- Estructuras que facilitan la comunicación efectiva.
- Prácticas de niveles de comunicación efectiva.
- Sistema de escucha activa.
- Práctica de escucha activa.
- Elementos de la supervisión efectiva.
- Revisión de las funciones gerenciales en la supervisión efectiva.

CAPÍTULO II. CÓMO HABLAR EN PÚBLICO Y SER MÁS EFECTIVO A NIVEL GERENCIAL

- La postura del cuerpo. Ejercicios
- El rostro y la expresión emocional
- Elementos estratégicos: manos, mirada, sonrisa
- Colores y motivos
- La estética de los negocios
- El uso del territorio y los apoyos audiovisuales
- Respiración y postura
- Entonación, tono y vocalización
- Ejercicios

CAPÍTULO III. COMUNICACIÓN Y COMPETENCIA DIFERENCIAL A NIVEL GERENCIAL

- Por qué la mayoría de las presentaciones no logran entusiasmar a nuestra audiencia.
- Capacidad persuasiva, retórica y oratoria
- Elementos relacionados con el contenido de la presentación
- Elementos relacionados con la persona que presenta
- Elementos relacionados con la forma de presentar

CAPÍTULO IV. LA INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA AL PROCESO GERENCIAL

- La indispensable empatía como base de las relaciones productivas
- La asertividad aplicada a la persona

Recursos y ejercicios para una mejor gestión emocional.

Análisis de Créditos

TEMAS	TRABAJO PRESENCIAL	TRABAJO DIRIGIDO	TRABAJO INDEPENDIENTE
La Comunicación Empresarial	8	8	8
Cómo hablar en público y ser más efectivo a Nivel Gerencial	8	8	8
Comunicación y Competencia Diferencial a Nivel Gerencial	8	8	8
La Inteligencia Emocional aplicada al Proceso Gerencial	8	8	8
TOTAL DE HORAS DEL CURSO	32	32	32
TOTAL CRÉDITOS: 2			

 UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA	FORMATO PROPUESTA DE DESARROLLO PROGRAMA DE CURSO			
	CODIGO: FO-M-DC-05-01	VERSION: 2	FECHA: 2010-19-04	PAGINA: 3 de 3

6. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Exposiciones teóricas, dinámicas grupales, creación de escenarios de aprendizaje e intercambio y discusión de lecturas y experiencias entre participantes.

Cátedra magistral: Serán presentados por el profesor conceptos básicos resolverá dudas o sugerirá consultas adicionales en fuentes bibliográficas o con expertos en el tema.

Presentación, sustentación, discusión y análisis de temas presentados por los estudiantes y el profesor relativos a la materia.

Lectura del material bibliográfico guía del curso y elaboración de informes de esas lecturas

Durante el semestre el estudiante deberá presentar y sustentar dos trabajos escritos sobre temas relacionados con la asignatura

7. RECURSOS.

Sala acondicionada con medios audiovisuales. Material de lectura.

8. EVALUACIÓN

Se realizaran ensayos, talleres en clase, y discursos.

Se diseñara un Plan Estratégico de Comunicación.

Se dividirá la nota por el número de trabajos.

Se tendrá en cuenta la asistencia a clase, para la calificación final.

9. BIBLIOGRAFÍA

NIETO, Alvaro. Habilidades de Comunicación Escrita. Asesoría Global. Cali, 1998.

NIÑO, Víctor Miguel. Los procesos de comunicación y del lenguaje. ECOE, Bogotá. 1985.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Diccionario de la Lengua Española, Espasa Calpe. Madrid. 1992.

LEXIS 22, Diccionario Enciclopédico Vox, Gramática, Lengua y Estilo, Circulo de Lectores, Barcelona. 1984.

FISKE, John. Introducción al Estudio de la Comunicación, Editorial Norma, Inglaterra, 1982.

Principios y Orientaciones para hablar en público. Robert Lara. Universidad SurClombiana

Cómo hablar en público. C.W.WRIGHT. Editorial Diana. 1997

Los recursos de la información. Alfons Cornella Editorial ESADE

La comunicación en las organizaciones. Carlos Fernández Collado. Editorial Trillas.

SABINO, Carlos A. El proceso de investigación. Panamericana Editorial Ltda. Bogotá D.C. 1997.