

COMUNICACION E IMAGEN CORPORATIVA	
CARRERA	PRODUCCIÓN Y GESTIÓN DE EVENTOS
PRE REQUISITOS	Relaciones Públicas y Protocolo
SEMESTRE	Segundo
HORAS TOTALES	72
HORAS SEMANALES	04
OBJETIVO GENERAL	Reconocer los eventos empresariales como un elemento al servicio de las comunicaciones y la imagen corporativa institucional

UNIDAD Nº	TITULO UNIDAD	HORAS
1	COMUNICACIÓN ESCRITA	28
2	COMUNICACIÓN ORAL	18
3	IMAGEN CORPORATIVA	16

UNIDAD Nº	1
TITULO UNIDAD	COMUNICACIÓN ORAL
HORAS TOTALES UNIDAD	28
OBJETIVO GENERAL	Comprender los fundamentos, estructuras, normas y usos de la lengua castellana para su posterior aplicación en la producción de documentación de carácter empresarial
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDOS
<p>Aplicar reglas ortográficas a la producción de textos.</p> <p>Producir mensajes con la coherencia y el énfasis que se requiere para una comunicación clara y efectiva.</p> <p>Identificar las partes de la oración a fin de crear estructuras textuales más complejas.</p> <p>Diferenciar textos informativos y argumentativos como manifestaciones de la expresión escrita.</p> <p>Redactar documentación interna de la empresa.</p>	<p>1. La Comunicación Escrita</p> <p>1.1 Estructuras lingüísticas</p> <p>1.2 Misión normativa de la gramática</p> <p>1.3 El fenómeno ortográfico</p> <p>1.4 Ortografía acentual, signal y literal</p> <p>1.5 Leyes de concordancia gramatical</p> <p>1.6 Morfosintaxis aplicada</p> <p>1.7 La Oración. Yuxtaposición, coordinación y subordinación.</p> <p>1.8 Errores idiomáticos. Ambigüedad, cacofonía, monotonía, solecismos, barbarismos, redundancia, anfibología.</p> <p>1.9 Gramática correctiva</p> <p>2. Mensajes informativos y argumentativos</p> <p>1.1 Estructura de los mensajes</p> <p>1.2 Objetivos y usos</p> <p>3. Comunicaciones escritas en la empresa</p> <p>2.1 Informes técnicos</p> <p>2.2 Circular</p> <p>2.3 Solicitud</p> <p>2.4 Certificado</p> <p>2.5 Notas sociales</p> <p>2.6 Curriculum vitae</p>

UNIDAD Nº	2
TITULO UNIDAD	COMUNICACIÓN ORAL
HORAS TOTALES UNIDAD	18
OBJETIVO GENERAL	Aplicar técnicas de dicción y expresión oral para comunicar y persuadir en el ámbito personal y profesional.
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDOS
<p>Comprender la importancia del uso proxémico y kinésico como herramientas de influencia en la expresión oral.</p> <p>Conocer las distintas posibilidades de interacción en el plano de la expresión oral.</p> <p>Aplicar de forma eficiente las habilidades expresivas en los ámbitos verbal, no verbal tonal y corporal.</p>	<ol style="list-style-type: none">1. La comunicación Oral<ol style="list-style-type: none">1.1 Formas de la expresión oral1.2 Comunicación no verbal :Kinésica, paralingüística, proxémica, somatolalia1.3 El arte de escuchar y comunicar oralmente.1.4 Rapport en la Comunicación.1.5 Desarrollo de la empatía, asertividad e identificación de la Metaintención.1.6 La comunicación en Público: Planeación y redacción del discurso.2. Habilidades personales y conocimiento técnico del comunicador eficaz.<ol style="list-style-type: none">2.1 Aplicaciones de la comunicación oral2.2 Entrevistas, manejo de conflictos, discusión en público y manejo de reuniones.2.3 Taller de expresión Oral

UNIDAD Nº	3
TITULO UNIDAD	IMAGEN CORPORATIVA
HORAS TOTALES UNIDAD	16
OBJETIVO GENERAL	Reconocer el aporte potencial de los eventos para la imagen corporativa de una institución
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDOS
<p>Reconocer el concepto y elementos que componen la imagen corporativa de una institución.</p> <p>Reconocer las características y la importancia del Mensaje Corporativo</p> <p>Identificar diversos canales y sus características</p> <p>Reconocer el aporte de la tecnología para el desarrollo de la Imagen Corporativa</p>	<p>1. La Empresa y la Comunicación</p> <p>1.1 La Empresa y su Contexto</p> <p>1.2 Comunicación Organizacional</p> <p>1.3 Relaciones Humanas y Relaciones Públicas</p> <p>1.4 Identidad Organizacional</p> <p>1.5 Imagen Corporativa</p> <p>2. Elementos de la Imagen Corporativa</p> <p>2.1 Cultura Organizacional</p> <p>2.2 Marca, Identidad e Imagen</p> <p>2.3 La Imagen Corporativa</p> <p>2.4 Componentes de la I.C.</p> <p>2.5 El Mensaje</p> <p>2.6 Los Canales</p> <p>2.7 La Tecnología</p> <p>2.8 Eventos e Imagen Corporativa</p>

SUGERENCIAS METODOLOGICAS

Para el adecuado desarrollo de los contenidos y objetivos de esta asignatura es necesario que los estudiantes realicen actividades que permitan armonizar los contenidos teóricos con situaciones reales del mundo laboral. Para estos efectos se sugiere:

- Exposición y análisis conjunto de conceptos esenciales
- Análisis de Casos
- Investigaciones en terreno
- Creación de Estrategias Comunicacionales
- Creación de Imágenes Corporativas
- Exposiciones y análisis permanente
- Análisis de Actualidad Empresarial

SUGERENCIAS DE EVALUACION

Durante el semestre se aplicarán, a lo menos, tres evaluaciones parciales para medir el logro de los objetivos de cada unidad temática. Al término de cada semestre se aplicará una prueba con carácter global para medir el grado de logro del objetivo de la asignatura.

Las evaluaciones parciales se ponderarán en un 60% de la nota final; la prueba global tendrá una ponderación del 40%.

El rendimiento mínimo en cada evaluación no podrá ser inferior al 60%

Para la adecuada medición del logro de los objetivos, se sugiere aplicar instrumentos tales como:

- Diagnóstico inicial para medir conductas de entrada
- Evaluaciones formativas permanentes (retroalimentación)
- Evaluaciones Sumativas:
 - Controles de dominio conceptual
 - Presentación pública de análisis de casos y actualidad
 - Presentación de Creaciones en equipos de trabajo
 - Exposiciones voluntarias de otros aportes a la asignatura
 - Prueba Global

BIBLIOGRAFIA

OBLIGATORIA

AUTOR	Garrido, Francisco Javier
TITULO	Imagen y Empresa
EDITORIAL	RIL
AÑO	1999

AUTOR	Edison Otero
TITULO	Teoría de la Comunicación
EDITORIAL	Universitaria
AÑO	1998

COMPLEMENTARIA

AUTOR	Mc Entee
TITULO	Comunicación Oral
EDITORIAL	Mc Graw Hill
AÑO	1997