

# HABILIDADES COMUNICATIVAS

Máster Oficial en Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales  
2020-2021  
[www.protocoloimep.com](http://www.protocoloimep.com)

## 1\_DATOS DESCRIPTIVOS DE LA ASIGNATURA

### NOMBRE DE LA ASIGNATURA

#### HABILIDADES COMUNICATIVAS, EMPOWERMENT Y MARCA PERSONAL

CRÉDITOS	TIPO	CURSO	SEMESTRE
4,5 ETCS	OBLIGATORIA	MÁSTER	PRIMERO

<b>Titulación</b>	Máster Oficial Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales
<b>Centro</b>	IMEP en C/ Arzobispo Loaces, 3
<b>Idioma</b>	Castellano

### PROFESORADO

Nombre	e-mail
MIGUEL MOLINA	miguel.molina@protocoloimep.com

### HORARIO

Clase	Fecha salida académica Fecha "Meet the pros"	Fecha Exámenes
Martes De 15.30 a 18.00 horas	Por determinar fecha.  Visita al Departamento de Comunicación del Elche CF. Visita a un medio De comunicación nacional (*depende situación COVID)	No se contemplan.

## 2. CONTEXTUALIZACIÓN

La asignatura consiste, principalmente, en el conocimiento y el funcionamiento de las técnicas y habilidades comunicativas para un profesional del Protocolo y la organización de eventos teniendo en cuenta que la persona en sí es la primera que transmite, antes incluso que la propia empresa. En esta asignatura se explicará la importancia de la imagen como marca personal y lo que todo ello conlleva en el mercado laboral.

### 2.1\_Recomendaciones para la asignatura.

- Leer la guía docente con detenimiento y preguntar cualquier duda lo antes posible para que el alumno pueda planificar su trabajo de la manera más adecuada.
- Revisar la bibliografía básica y prestar atención a las recomendaciones del profesor sobre materiales complementarios.
- Cumplir escrupulosamente los plazos de entregar. Las prácticas en esta asignatura están planteadas de manera secuencial, de modo que es importante mantener el ritmo de trabajo que plantea el profesor.

## 3. COMPETENCIAS

### 3.1\_Competicencias generales (transversales) y Competencias específicas.

#### COMPETENCIAS GENERALES

CG2 - Capacidad para el liderazgo y la negociación - Exclusivamente grupo Presencial.

CG5 - Capacidad de análisis de la dimensión social de la actividad y la responsabilidad social y corporativa. Sensibilidad para afrontar temas sociales.

CG6 - Capacidad para el desarrollo de nuevas líneas, procesos, proyectos y productos.

CG8 - Capacidad para la evaluación, optimización y confrontación de criterios para la toma de decisiones.

CG9 - Capacidad de comunicación en lenguajes formales, gráficos y simbólicos y mediante la expresión oral y escrita.

## COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE3 - Capacidad de desarrollar estrategias de marketing y comunicación que favorezcan las relaciones personales, y profesionales.

CE6 - Capacidad para mejorar las habilidades y recursos profesionales dirigidos al desarrollo e innovación de las corporaciones públicas y privadas

### 4\_PROGRAMA

#### 4.1 TEORIA

##### TEMA 1 Lecciones de liderazgo

- Tipología de líderes
- Líderes, ¿Nacen o se hacen?
- 10 lecciones sobre liderazgo
- Las estrategias de Shackleton

##### TEMA 2 El poder de la marca

- La huella personal
- La fuerza de la persuasión (Oratoria)
- El rostro de las emociones

##### TEMA 3 La comunicación y las audiencias

- Conceptos básicos de la comunicación.
- Audiencias

##### TEMA 4 Liderar la comunicación

- El poder del liderazgo comunicativo
- La figura del líder
- Gabinete de Crisis.

## 4.2\_PRÁCTICA

---

Durante el curso se realizarán varios talleres prácticos para asimilar contenidos relacionados con las habilidades comunicativas.

## 5\_METODOLOGIA

---

### 5.1\_PRESENCIAL

CLASES TEÓRICAS.

La metodología empleada para esta asignatura será de sesiones presenciales en las que se combinarán exposiciones teóricas, participación de profesionales a las instalaciones del IMEP o por videoconferencia y todo ello para promover dinámicas de participación.

Se fomentará el aprendizaje autónomo a través de la investigación y el trabajo Individual mediante técnicas que potencien la creatividad, la participación y el interés por los diferentes temas tratados.

### 5.2\_DISTANCIA

CLASES TEÓRICAS.

En la modalidad online, la única variación será que las sesiones presenciales se sustituyen por videos resumen de los temas y sesiones virtuales. El resto de aspectos metodológicos es idéntico al planteado en la sesión presencial.

### 5.3\_ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

---

Todas aquellas medidas que se tiene previsto adoptar en caso de contar con alumnos de capacidades distintas.

## 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Adquirir las competencias necesarias para gestionar una correcta imagen personal.
2. Reconocer las principales variables que son necesarias para ejecutar correctamente un plan estratégico.
3. Contextualizar y comprender los diferentes tipos de liderazgo
4. Plantear el diseño de comunicación más apropiado según los intereses y objetivos de la entidad u organización que lo requiera.
5. Desarrollar las capacidades propias de un líder.

## 7. SISTEMA DE EVALUACIÓN

### 7.1\_PRESENCIAL

La calificación de la asignatura “Habilidades Comunicativas” se obtiene de:

- Asistencia y actitud en clase (10%). Máximo 4 faltas. Las ausencias han de ser justificadas para obtener la nota
- Realización de un trabajo final (90%): Realización de un vídeo que no superar los 3 minutos en el que los alumnos deben reflejar todo lo aprendido durante el curso:
  - Se debe cuidar la estética de la grabación: entorno, iluminación, calidad del sonido, vestimenta adecuado.
  - El contenido: deben contar una historia, una presentación de algún acontecimiento o hecho noticiable... que esté bien estructurado, tenga sentido y se comunique con intención de algo.
  - Uso de la comunicación no verbal: la mirada, los gestos...

### 7.2\_ON LINE

7.2\_A DISTANCIA La calificación de la asignatura “Habilidades Comunicativas” se obtiene de:

- Asistencia y actitud en sesiones online (10%). Máximo 4 faltas. Las ausencias han de ser justificadas para obtener la nota
- Realización de un trabajo final (90%): Realización de un vídeo que no superar los 3 minutos en el que los alumnos deben reflejar todo lo aprendido durante el curso:
  - se debe cuidar la estética de la grabación: entorno, iluminación, calidad del sonido, vestimenta adecuado.
  - el contenido: deben contar una historia, una presentación de algún acontecimiento o hecho noticiable... que esté bien estructurado, tenga sentido y se comunique con intención de algo.
  - uso de la comunicación no verbal: la mirada, los gestos...

## 8\_ PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE PARA 4.5 CRÉDITOS

TIPOS DE ACTIVIDADES	HORAS
ASISTENCIA A CLASES TEÓRICAS	60
IDADES AUTÓNOMAS DELESTUDIANTE	6
CLASES PRÁCTICAS	22
TRABAJO EN GRUPO	12
TUTORÍAS	2,5
ÓN TRABAJOS CLASESPRÁCTICA	10
<b>TOTAL</b>	<b>112,5</b>

## 9\_ PRESENCIAL Y A DISTANCIA (SIGUEN EL MISMO PLAN)

Diferenciar por unidad didáctica y por Tema			Semana 1
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
	Presentación y Puesta en Común de la guía docente. Dinámica de introducción a la asignatura.		

TEMA 1 Lecciones de liderazgo			Semana 2
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo y participación de invitado	evaluación continua	

TEMA 1 Lecciones de liderazgo			Semana 3
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo y participación de un invitado	En continua	

TEMA 1 Lecciones de liderazgo			Semana 4
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo y participación de un invitado		

TEMA 1 Lecciones de liderazgo			Semana 5
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo y participación de un invitado	Evaluación continua	

TEMA 2 El poder de la marca			Semana 6
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo y participación de un invitado	Evaluación continua	



TEMA 2 El poder de la marca			Semana 7
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo y participación de un invitado	Exposición continua	

TEMA 3 La comunicación y las audiencias			Semana 8
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo y participación de un invitado	Exposición continua	

TEMA 3 La comunicación y las audiencias			Semana 9
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo y participación de un invitado	Exposición continua	

TEMA 4 Liderar la comunicación			Semana 10
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo y participación de un invitado	Exposición continua	

TEMA 4 Liderar la comunicación			Semana 11
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo y participación de un invitado	evaluación continua	

TEMA 4 Liderar la comunicación			Semana 12
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo y participación de un invitado	evaluación continua	

## 10. BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- Attallah, P. (1989). *Théories de la communication, Histoire, contexte et pouvoir*, Presses Université du Québec - Télé Université, Montreal.
- Berelson, B. (1960). *Communication and Public Opinion*, in SCHRAMM, W., ed., *Mass Communications*, University of Illinois Press, Urbana-Chicago, 527-543.
- Berlo, D. K. (1960). *The process of communication: An Introduction to Theory and Practice*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Beth, H. (1987). *Introducción a la ciencia de la comunicación*. Anthropos, Barcelona.
- Biarnés, A. (2004). *Manual para el liderazgo local*. Barcelona: Bayer Hermanos, S.A.
- Blake, R.R. y Mccanse, A.A. (1991), *Leadership Dilemmas*, Grid Solutions, Houston: Gulf.
- Bullido, E. (2018). Las etapas de la crisis del periodismo. Recuperado de : <http://enriquebullido.com/la-etapas-de-la-crisis-del-periodismo/>
- Bullido, (2018). La situación de la prensa en España en diez gráficos. Recuperado de: <http://enriquebullido.com/2015/12/15/lasituacion-de-la-prensa-en-espana-en-diez-graficos/>
- Cabrera, M.A. (2001). Convivencia de la prensa escrita y la prensa online en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, n.º 7, págs. 71-78.
- Cabrera, M.A. (2009). La interactividad de las audiencias en entornos de convergencia digital en *ICONO 14*, n.º 15, págs. 164 -177.
- Carballar, J. (2012). *Social media*. San Fernando de Henares (Madrid): RC Libros.
- Casero-Ripollés, A (2010). Prensa en internet: nuevos modelos de negocio en el escenario de la convergencia en *E profesional de la información*, n.º 19 págs. 595-601
- Castells, M. (2006). *La sociedad Red*. Alianza Editorial. Barcelona.
- Delgado, M. L. (2012). Las comunidades de liderazgo de centros educativos. *Educación*, 9-21.
- Delgado, S. (2004). Sobre el concepto y el estudio del Liderazgo Político. Una propuesta de síntesis. *Psicología política*. 7-29.
- Díaz-Noci, J. (2010). Medios de comunicación en internet: algunas tendencias en *El profesional de la información*, n.º 6.
- Halloran, J. (1969). *The Communicator in Mass Communication Research*, in HAL-MOS, Paul, ed., *The Sociology of Mass-Media Communicators*, University of Keele.
- Hardt, H. (1992). *Critical communication studies. Communication, history and theory in America*. Londres/Nueva York: Routledge.

Klapper, T. (1974). *Efectos de las comunicaciones de masas. Poder y limitaciones de los medios modernos de difusión*. Aguilar. Madrid.

Matterland, A. y Matterland, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Natera, A. (2001): *El liderazgo político en la sociedad democrática*, Madrid, Centro de Estudios Políticos Constitucionales.

Parés i Macias, M. (1992). *Introducción a la comunicación social*. Edición Promociones y Publicaciones Universitarias, S.A. Barcelona.

Perkins, D. (2012). *Lecciones de liderazgo*. Desnivel.

Saperas, E. (1992). *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos*. Edición Promociones y Publicaciones Universitarias, S.A. Barcelona.

Swan, R. (2018) *El método Macron: Las 68 claves para el éxito del joven presidente que rompe moldes*. Planeta.

Wolf, M. (1991). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

IMEP cuenta con un programa de actividades formativas extracurriculares a disposición del alumno. Toda la información se puede consultar tanto en el campus virtual, como a través de las newsletters que enviamos desde el centro.

#### TUTORÍAS

Esta asignatura no tiene un horario determinado de tutorías semanal. El alumno que esté interesado, solicitará al docente a través de correo electrónico, una tutoría personal con el docente ante cualquier duda o aclaración académica que se necesite. Tras la recepción del correo, el docente establecerá el horario, fechas y lugar idóneos para su realización.

## **ADENDA A LA GUÍA DOCENTE PARA EL CURSO 2020/21 EN EL CASO DE VOLVER A CLASES NO PRESENCIALES**

Esta adenda cumple con dos objetivos:

1. Recoge la información adicional necesaria para complementar a la guía docente de la asignatura.
2. Proporciona las indicaciones que serían de aplicación en caso de que los rebrotes por Covid-19 obliguen de nuevo al confinamiento de la población y a la adaptación inmediata de la docencia universitaria durante el curso 2020/21, al formato no presencial.

### ***1. Información complementaria a la guía docente***

La guía docente a la que complementa esta adenda está definida sobre la base de la **realización presencial** de todos o la mayoría posible **de los créditos prácticos**, y un sistema de **evaluación presencial**.

En lo que respecta a la impartición de **los créditos teóricos**, por razones de aforo de las aulas y cumplimiento de las distancias de seguridad exigidas por las autoridades sanitarias, queda establecida inicialmente **en modalidad: PRESENCIAL/DUAL** para aquellos alumnos que hayan escogido esta modalidad DISTANCIA para aquellos alumnos que hayan escogido esta modalidad.

### ***2. Información aplicable en caso de no presencialidad excepcional por Covid-19***

En el caso de que se reproduzca la situación de aislamiento social excepcional por el COVID-19, y sea necesario continuar la actividad docente de esta asignatura (en todas sus facetas, teórica, práctica y de evaluación), en formato no presencial durante el tiempo que corresponda del curso 2020/2021 serán de aplicación los siguientes cambios en la guía docente de la asignatura que se concretan como adenda a la misma.

## **METODOLOGÍA PARA DOCENCIA NO PRESENCIAL**

Durante el periodo de suspensión de actividad docente presencial, IMEP ha establecido la impartición de las clases a través de dos herramientas virtuales: campus virtual, el cual el alumnado y profesorado del centro conocen, ya que es el elemento básico de entrega de trabajos, estudio de temarios y creación de debates en el foro, y Blackboard Collaborate, una herramienta tecnológica ya usada para la metodología de clase establecida para los alumnos en modalidad a distancia, que se ha adaptado para la modalidad presencial durante el periodo de estado de alarma. Esta herramienta permite realizar la docencia online en streaming y simultáneamente la grabación de cada una de las sesiones. Las clases se seguirán impartiendo en el mismo horario establecido a principio de curso y aprobado por Comisión Académica. Las tutorías se realizan a petición del estudiantado, a través de la herramienta BlackBoard, en horario acordado por profesor-estudiante. Otras se realizan a través del correo electrónico, respondiendo las dudas planteadas o a través del foro y son dudas de grupo.

Una vez iniciada la docencia del semestre la modalidad seleccionada deberá mantenerse durante la totalidad del mismo, independientemente de que se declare el fin de la pandemia. Solamente, en el hipotético caso de que se declarase el fin de la pandemia y la vuelta a la normalidad pre-Covid19 antes de que se inicie el semestre, la asignatura volvería a impartirse conforme a la modalidad recogida en la memoria de verificación del título-

### **EVALUACIÓN ONLINE PARA ALUMNOS PRESENCIALES y DISTANCIA**

Evaluación continua: El sistema de evaluación de la asignatura en modalidad presencial y a distancia, ante esta situación excepcional no sufrirá cambios, ya que se tendrá en cuenta la asistencia a las clases por videoconferencia mas la entrega del trabajo previsto.

### **Para convocatoria extraordinaria en ambas modalidades,**

En el caso de pruebas extraordinarias, se emplazará al alumno a la realización de dos trabajos referentes a la temática de la asignatura, que se hablará con el docente en el caso de suspender la asignatura en convocatoria ordinaria o no haberse presentado a la misma.