

ASIGNATURA	
Gestión de la Comunicación	
Datos generales de la Asignatura	
Profesora: María Vecino González	
Ciclo formativo: Secretariado	Año: 2007-2008
Contenidos de la Asignatura	
<p><u>CONTENIDOS DE PROCEDIMIENTOS.</u></p> <p>1. EMISIÓN DE COMUNICACIONES EN MEDIOS DIFERENTES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificación del individuo o grupo en el cual se emite el mensaje. 2. Concreción del mensaje que se quiere transmitir. 3. Selección del medio. 4. Previsión de posibles interferencias. 5. Emisión. 6. Percepción del feed-back. <p>2. PLANIFICACIÓN DE UN ESCRITO:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Determinación del objeto del documento. 2. Configuración de la estructura. 3. Recopilación de los datos y de las informaciones previas. 4. Elaboración de un primer borrador. 5. Revisión de la estructura. <p>3. PRODUCCIÓN DE UN ESCRITO EN EL CONTEXTO EMPRESARIAL, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA O INTERNACIONAL:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Concreción de la finalidad del escrito. 2. Recogida de la información necesaria. 3. Preparación del guión, del esquema y de la disposición. 4. Determinación del estilo comunicativo. 5. Redacción. 6. Revisión y comprobación. <p>4. INICIATIVA:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Originalidad en la presentación y elaboración de una comunicación. 2. Saber encontrar las formas de expresión adecuadas al contexto y al interlocutor. 3. Predisposición personal para dar una buena imagen de la empresa u organización. <p>5. PROGRESO PERSONAL Y RELACIÓN INTERPERSONAL:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Interés por ampliar el léxico y concretar la palabra adecuada en cada texto. 2. Interés por la formación continuada y por los avances tecnológicos de su ámbito profesional. 3. Interés y predisposición personal para establecer una comunicación cordial y respetuosa con el interlocutor. 	
PROGRAMA	
<p>1. ¿QUÉ ES COMUNICACIÓN?</p> <p>2. ELEMENTOS DEL PROCESO COMUNICATIVO</p> <p>3. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL</p> <p>4. FORMAS DE COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA EN LA EMPRESA.</p> <p>5. COMUNICACIÓN INTERNA</p> <p>4.1 HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN INTERNA</p> <p>6. COMUNICACIÓN EXTERNA</p> <p>5.1 HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA</p>	

Evaluación	
<p>40% Nota final examen 60% Presentación casos prácticos: A lo largo del curso realizaremos casos prácticos para comprender mejor cada módulo estudiado. Serán casos planificados con antelación y casos sorpresa. No se hará un trabajo final de asignatura, sino que se deberán presentar los casos propuestos a lo largo del curso. Se realizarán un mínimo de 10 casos puntuables.</p> <p>Puntuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entregado: punto + ▪ No entregado: punto - ▪ Entregado fuera de plazo: caso en blanco <p>(Se negociarán las fechas de entrega en función del caso y la carga de trabajo de los alumnos)</p>	
Metodología de la Asignatura	% total
Clases Teóricas	40%
Clases Prácticas	60%
Tutorías: (Pendiente concretar horarios)	(Previa petición de hora)
Metodología Casos Prácticos	
<p>Metodología casos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentación del caso 2. Comentario esquema planificación a seguir 3. Trabajo en equipos de 2 ó 3 personas o individual. 4. Comentarios en común <p>Se dará un tiempo determinado de desarrollo en clase de 45 minutos a 2 horas, dependiendo del caso.</p>	
Bibliografía	
<ul style="list-style-type: none"> - Londoño, Maria Claudia <u>Habilidades de Gestión para la secretaria eficaz: Organización, planificación, habilidades y Protocolo</u> (2ª ED.) de FUNDACION CONFEMETAL - Jordi Xifra, <u>Teoría y Estructura de las Relaciones Públicas</u>, Mc Graw Hill -2003 - Capriotti, Paul: <u>Planificación estratégica de la imagen corporativa</u>, Ariel, Barcelona, 1999. - Cervera Fontoni, Angel Luis: <u>Comunicación Total</u>, ESIC, Madrid 2004 	