

UNIVERSIDAD DEL SAGRADO CORAZÓN
DECANATO ASOCIADO DE ESTUDIOS GRADUADOS

PRONTUARIO

TÍTULO: Presentaciones públicas efectivas

CODIFICACIÓN: ADM 640

CRÉDITOS: Tres (3) créditos, tres (3) horas semanales, una sesión

DESCRIPCIÓN:

El seminario-taller va dirigido al profesional de estudios graduados y cómo éste puede mejorar el servicio y las relaciones interpersonales con los empleados y clientes. Aplicación de las técnicas de expresión oral correctas, los recursos audiovisuales y el lenguaje-no verbal apropiado para una mayor comprensión del mensaje. Énfasis en diversos tipos de presentaciones orales, ejercicios prácticos y talleres en vídeos.

JUSTIFICACIÓN:

El dominio de la expresión oral, los elementos de la comunicación no-verbal y la claridad, precisión y coherencia reflejan el nivel de profesionalismo y la calidad de servicio de la organización.

El profesional que, por razones sociales o de negocios, debe hacer un brindis, dictar una conferencia u ofrecer un adiestramiento, necesita aplicar las normas básicas para hablar en público. Además, es importante conocer las estrategias fundamentales, según la finalidad que se persiga, con el fin de impulsar a los empleados y clientes a la toma de decisiones.

Este seminario-taller proporcionará a los estudiantes las herramientas fundamentales para lograr una comunicación oral efectiva, tanto en su vida personal como profesional.

OBJETIVOS:

Al terminar el seminario-taller, el estudiante será capaz de:

1. Escuchar y poder atender las necesidades e inquietudes de los empleados y clientes, así como a evaluar críticamente las disertaciones de sus compañeros/as.
2. Modular su voz de acuerdo con las ideas para dar la entonación, la intensidad y el énfasis apropiado.
3. Conocer los elementos básicos de la expresión corporal, y utilizar los gestos adecuados.
4. Aplicar las distintas técnicas de comunicación de acuerdo con la finalidad de una presentación oral, utilizando diversas fuentes de información y empleando recursos audiovisuales.

5. Elaborar una presentación oral tomando en cuenta los propósitos, las cualidades del estilo oral y el análisis de la audiencia.
6. Establecer adecuadamente las relaciones interpersonales con su empleados y clientes mediante las destrezas de comunicación oral apropiadas.

CONTENIDO:

I. Comunicación y lenguaje

- A. Importancia actual de la comunicación oral
- B. Fórmula para escuchar con éxito
- C. Cualidades de un buen emisor
- D. Propósitos

II. Estilística oral

- A. Concepto
- B. Cualidades
 1. Claridad
 2. Concisión
 3. Coherencia
 4. Léxico
 5. Articulación y dicción
 6. Propiedad
 7. Anglicismos

III. Ideas y sentimientos a través de la voz

- A. Respiración
- B. Intensidad
- C. Velocidad
- D. Ritmo
- E. Entonación
- F. Énfasis

IV. La expresión corporal

- A. Apariencia
- B. Postura
- C. Gestos
- D. Movimientos
- E. Contacto visual
- F. Espacio personal y profesional
- G. Tacto

V. Ayudas audiovisuales

- A. Características
- B. Funciones
- C. Ventajas y desventajas

VI. Finalidades de la comunicación oral

- A. Objetivos
- B. Técnicas específicas
- C. Clases

1. Conferencias

- a. Informar
- b. Orientar
- c. Exhortar
- d. Presentar
- e. Convencer
- f. Persuadir

2. Discursos

- a. Objetivos
- b. Clases

3. Talleres colectivos

- a. Panel
- b. Discusión formativa
- c. Conversatorio
- d. Otros

VII. Calidad en el servicio

- A. Principios básicos
- B. Cómo manejar a los clientes y empleados
- C. Relación entre los principios básicos y el poder de la palabra.

ESTRATEGIAS INSTRUCCIONALES:

El seminario-taller es de carácter teórico y práctico. Se desarrolla a través de conferencias y explicación de la profesora, así como de ejercicios prácticos sobre la dicción, la voz y talleres grabados en casete y vídeos por parte de los estudiantes. Discusión formativa de las lecturas asignadas. Juicio crítico de los compañeros sobre las presentaciones de los pares. Análisis de programas radiales y televisivos.

EVALUACIÓN:

Grabaciones en casete y vídeo	35%
Ejercicios orales	15%
Análisis de programas	5%
Participación y asistencia	5%
Autoevaluación y evaluación de pares	10%
Examen final: Taller colectivo	<u>30%</u>
Total	100%

REFERENCIAS:

- Beebe, S. & Beebe Susan (2002). *Public Speaking: An Audience-Centered Approach*. Boston, MA: Allyn Bacon.
- Casany, D (2002). *Enseñar lengua*. Barcelona: Graó.
- Figueroa, I. (1998). *Comunicación comercial en español*. Puerto Rico: Río Piedras. Publicaciones Puertorriqueñas.
- Fonseca Yerena Ma. S. (2005). *Comunicación oral: Fundamentos y práctica estratégica*. México: Pearson Educación.
- García del Toro A. (2000). *Hablemos claro: de la idea a la expresión oral*. Río Piedras, PR: Editorial Plaza Mayor.
- Seco, M. (2001). *Gramática esencial del español, introducción al estudio de la lengua*. Madrid, España: Espasa-Calpe.
- Thil, J. & Courtland, B. (2000). *Excellence in Business Communication*. New Jersey: Prentice Hall.
- Vallejo-Nágera, J.A. (1998). *Aprender a hablar en público hoy*. Barcelona: Planeta.
- Zarefsky, D. (2002). *Public Speaking: Strategies for Success*. Boston, MA: Allyn Bacon.
- Lecturas de artículos de periódicos suministrados por la profesora.
- Cualquier estudiante que necesite acomodo razonable deberá solicitarlo al Decanato de Asuntos Estudiantiles.

Derechos reservados USC

ABRIL 2005