

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

**Plan de Estudios
de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**

Presentaciones de alto impacto

Clave	Semestre 06, 07, 08	Créditos 08				
			Campo de conocimiento	_____		
			Etapas	Profundización		
Modalidad	Curso (x) Taller () Lab () Sem ()	Tipo	T (x)	P ()	T/P.()	
Carácter	Obligatorio () Optativo (x) Obligatorio E () Optativo E ()	Horas				
		Semana	Semestre			
		Teóricas 4	Teóricas 64			
		Prácticas 0	Prácticas 0			
		Total 4	Total 64			
Seriación						
Ninguna (x)						
Obligatoria ()						

Asignatura antecedente			
Asignatura subsecuente			
Indicativa ()			
Asignatura antecedente			
Asignatura subsecuente			
Objetivo general:			
Conocer técnicas adecuadas para desarrollar presentaciones de alto impacto en proyectos profesionales en empresas privadas y otras organizaciones a través de herramientas multimedia.			
Objetivos específicos:			
El alumno:			
<ul style="list-style-type: none"> - Reconocerá las características que tiene una presentación de negocios efectiva. - realizará una presentación de alto impacto efectiva para poder posicionar sus proyectos dentro del mercado laboral. - Aprenderá a realizar mensajes de tipo cualitativo y cuantitativo en las presentaciones de alto impacto dentro en las negociaciones. - Reconocerá las características que tiene un storyboard para presentaciones de alto impacto en las plataformas multimedia. - Comprenderá la importancia que tiene la revisión de los materiales, el tiempo de exposición y las pruebas para hacer las presentaciones de alto impacto en negociaciones de una manera asertiva. 			
Índice temático			
	Temas	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Características de una presentación de negocios efectiva.	16 horas	0
2	Proceso de elaboración de las presentaciones	8	0
3	Análisis de la situación	8	0
4	Definir los mensajes	8	0
5	Creación del storyboard	8	0
6	Desarrollo de mensajes cualitativos y	8	0

	cuantitativos		
7	Revisión del material y prueba de la presentación	8	0
	Total	64	0
	Suma total de horas	64	

Contenido Temático

Temas	Subtemas
1..	Características de una presentación de negocios efectiva 1.1 La persuasión. 1.1 Definir el objetivo 1.2 Coherencia. 1.3 Claridad. 1.4 Creatividad 1.5 Dinamismo. 1.6 Brevedad.
2	Proceso de elaboración de las presentaciones 2.1. Definición de ideas. 2.2 Diseño. 2.3 Guión, estructura o storyboard. 2.4 Crear una idea por diapositiva. 2.5 Tamaño de texto. 2.6 Tipo de letra. 2.7 Combinación de colores. 2.8 Imágenes que transmitan cosas y que inspiren.
3	Análisis de la situación 3.1 Tipos de análisis. 3.2 Análisis de Escenarios. 3.3 Análisis de la organización. 3.4 Análisis de la competencia.
4	Definir los mensajes 4.1 Características de los mensajes. 4.2 La transmisión de los mensajes forma correcta.

	()	
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo ()
Otras (especificar)	()	Otras (especificar) ()
Perfil profesiográfico		
Titulo o grado	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y disciplinas afines.	
Experiencia docente	Experiencia docente de dos años en Ciencias de la Comunicación.	
Otra característica	Dominio de técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa en la creación de mensajes.	
<p>Bibliografía básica:</p> <p>Tema 1 <u>Características de una presentación de negocios efectiva.</u></p> <p>Brown, A.C. <i>Técnicas de Persuasión. De la propaganda al lavado de cerebro.</i> Madrid. Ed. Alianza. 1995</p> <p>Fonseca Yerena. <i>Diseño de campañas persuasivas.</i> México. Ed. Pearson Educación. 2002</p> <p>Guski, Rainer. <i>La percepción. Diseño psicológico de la información humana.</i> Barcelona. Ed. Herder 1992.</p> <p>Tema 2 <u>Proceso de elaboración de las presentaciones.</u></p> <p>González Naji Raúl. <i>Manual para la realización de storyboards.</i> España. Ed. politécnica Valencia, 2006</p>		

Tema 3 Análisis de la situación.

Christopher Lovelock, Jochen Wirtz. *Marketing de servicios, personal tecnología y estrategia*. México, Sexta edición, . Editorial Pearson Educación. 2007

Karl T. Ulrich. *Diseño y desarrollo de nuevos productos*. México. Quinta edición McGraw Hill. 2012

Tema 4 Definir los mensajes.

Ellis Richard, Ann McClintock *Teoría y práctica de la comunicación humana*. España, Ed. Paidós. 1993.

Nightingale Virginia *El estudio de las audiencias*. Barcelona Buenos Aires y México Paidós 1999.

Padilla, Rebeca (Universidad Autónoma de Aguascalientes), Jerónimo Repoll (Universidad Autónoma de la Ciudad de México), David González (Universidad de California), Gabriel Moreno, Hugo García, Darwin Franco y Guillermo Orozco - Coordina (en línea). México: la investigación de la recepción y sus audiencias. Hallazgos recientes y perspectivas.

<http://es.scribd.com/doc/52871127/Recepcion-y-audiencias-hallazgos-recientes-Mexico>

Páramo, Teresa (coordinadora) *Sociedad y comunicación. Una mirada al siglo XXI*. México. Ed. Plaza y Valdés. 2006

Tema 5 Creación del storyboard.

González Naji Raúl. *Manual para la realización de storyboards*. España. Ed. politécnica Valencia, 2006

Tema 6 Desarrollo de mensajes cualitativos y cuantitativos

Reese, Kroesen y Gallimore) *Cualitativos y cuantitativos no cuantitativos vs. Cualitativos*, Rebeca y Sergio Antonio Sandoval (comps) *Tras las vetas de la investigación cualitativa. Perspectivas y acercamientos desde la práctica.* Tlaquepaque: ITESO. 2007

Vasilachis de Gialdino Irene (Coord.) *La teoría fundamentada en los datos, Estrategias de investigación cualitativa.* Buenos Aires: Gedisa. 2007

Tema 7 Revisión del material y prueba de la presentación

Briones, Guillermo. *Métodos y Técnicas de investigación social para las Ciencias Sociales.* México. Ed. Trillas, 1998.

Hernández Sampieri, Roberto, et.al *Metodología de la investigación.* 3ª Edición. México Mc-Graw Hill. 2003

Bibliografía complementaria

Treviño, Rubén M. *Publicidad... Comunicación integral en marketing.* México, Tercera edición. Ed. Mc Graw Hill, 2010.

Reardon Kelley. *La persuasión en la comunicación teoría y contexto.* México. Ed. Paidós. 1991.

Gutiérrez, Aragón, Raquel. *Léxico de Ciencias Sociales.* 3ª edición. México. Ed. Porrúa 1991.