



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

POSGRADO EN LIDERAZGO Y HABILIDADES DIRECTIVAS

**GUÍA DOCENTE DE
ESTRUCTURA
COMUNICACIONAL Y
ASPECTOS RELACIONALES**

[2020-21]

DATOS GENERALES

Nombre del módulo:	Estructura Comunicacional y Aspectos Relacionales
Curso:	2020-2021 Primer cuatrimestre
Titulación:	Posgrado en Liderazgo y Habilidades Directivas
Número de créditos (ECTS):	7
Fecha de la última revisión:	Mayo de 2020
Profesor Responsable:	Prof. Pedro Olivares

1. DESCRIPCIÓN GENERAL

La excelencia en la comunicación resulta esencial para el directivo de hoy. A medida que se asciende en las organizaciones, se hace más necesaria la articulación de un conjunto de habilidades que, además de facilitar al directivo una necesaria resiliencia y orientación al logro, le hará pasar de ser un buen especialista a un gran líder. Asimismo, no es suficiente con la asunción de tales competencias, sino que será preciso saber comunicar adecuadamente tanto sus conocimientos, como ilustrar qué entienden los demás de lo que aquél transmite.

La asignatura se divide en cuatro apartados diferenciados por temáticas:

- Estructuras comunicacionales para las relaciones interpersonales.
- Persuasión del líder a través de comunicaciones públicas.
- Explicarnos en sistemas organizacionales.
- Desarrollo de la marca personal directiva.

El capítulo **Estructuras comunicacionales para las relaciones interpersonales** se orienta al análisis del factor comunicacional en la empresa, así como a la profundización de, por un lado, los estilos comunicativos y, por otro, a la identificación de la propia capacidad comunicacional. Facilita técnicas que permitan optimizar las competencias en materia de comunicación que lleven al despliegue de una comunicación eficiente.

El capítulo **Persuasión del líder a través de comunicaciones públicas** se enfoca a proporcionar un espacio de desarrollo y aprendizaje para mejorar la capacidad de influencia mediante las presentaciones en público. La capacidad de comunicación, la influencia y la escucha son competencias clave que el líder debe dominar para liderar a su equipo mediante su capacidad de presentar en público.

El capítulo **Explicarnos en sistemas organizacionales** observa las colaboraciones como espacios para la mejora organizacional y desde las que las que obtener una mayor efectividad. Se facilitan herramientas creativas para generar conversaciones productivas en nuestras interacciones, así como herramientas sistémicas que permitan diagnosticar los procesos de cambio y de eficacia de los proyectos en los equipos.

El capítulo **Desarrollo de la marca personal directiva** va a permitir concienciar a los alumnos de la importancia de tener una marca personal y posicionada, así como entender y aplicar las diferentes herramientas digitales para lograr dicho objetivo.

2. OBJETIVOS

- Conocer los aspectos relevantes que determinan la comunicación interpersonal.
- Identificar los rasgos y características personales propias que determinan la forma de comunicarse.
- Aprender a potenciar las fortalezas en términos de comunicación eficiente.
- Saber aplicar los mejores estilos comunicativos desde la comunicación verbal y no verbal.
- Aprender a formular preguntas desde la escucha activa, la empatía y la asertividad.
- Comprender las bases de lo sistémico.
- Elaborar estrategias para mejorar la marca personal del directivo.

3. CONTENIDOS

TEMA 1. Estructuras comunicacionales para las relaciones interpersonales

TEMA 2. Persuasión del líder a través de comunicaciones públicas

TEMA 3. Explicarnos en sistemas organizacionales

TEMA 4. Desarrollo de la marca personal directiva

TEMA 1. Estructuras comunicacionales para las relaciones interpersonales

Resultados del aprendizaje

El alumno, tras estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Conocer el papel fundamental de la comunicación en cualquier acto humano y analizar los diferentes estilos comunicativos.
- Identificar las dimensiones de la propia capacidad de comunicación.
- Optimizar sus competencias comunicativas llevando a cabo una comunicación eficiente.

Contenido

1. Estilos comunicativos y canales de comunicación.
2. ¿Cómo comunico?
3. Comunicación verbal y no verbal.
4. Uso de perfiles para la comunicación estratégica.
5. Escucha activa, empatía y asertividad.

TEMA 2. Persuasión del líder a través de comunicaciones públicas

Resultados del aprendizaje

El alumno, tras estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Identificar las claves para influenciar en su audiencia.
- Conseguir una presentación en público clara y estructurada.
- Integrar las claves de una presentación que moviliza a la audiencia.
- Potenciar sus recursos y sus puntos fuertes como orador.
- Crear una historia para cautivar e impactar a su audiencia

Contenido

1. ¿Por qué nos gustan las historias? Claves del “storytelling”.
2. Estructuras narrativas.
3. Claves de una presentación exitosa.
4. Activa tu «Point Power»: ¡Tú eres el mensaje!
5. Errores principales a la hora de hablar en público.
6. La escucha activa para gestionar a tu audiencia.
7. Gestión de los nervios antes y durante una presentación.
8. Presencia escénica: la puesta en escena.
9. La voz y el cuerpo como amplificadores de tu historia.

TEMA 3. Explicarnos en sistemas organizacionales

Resultado del aprendizaje

El alumno, tras estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Identificar las claves sistémicas en sus organizaciones.
- Saber llevar a cabo nuevas formas de gestionar grupos de personas.
- Aplicar herramientas de diagnóstico para la gestión del cambio y de los proyectos y hacer sus equipos más eficaces.

Contenido

1. Los sistemas como espacios para la mejora.
2. Herramientas para la gestión de sistemas.
 - 2.1. El modelo de cambio de roles para construir empatía y alinearnos en la solución del problema.
 - 2.2. Sombreros para pensar: un modelo creativo de gestión.
3. Herramientas sistémicas para diagnosticar y hacer más eficaces los proyectos.
 - 3.1. Los principios sistémicos básicos: orden, pertenencia, equilibrio entre el dar y el tomar y reconocer lo que es.
 - 3.2. Las cuatro habitaciones del cambio: diagnosticar el proceso de cambio en un equipo o una persona.
 - 3.3. Dragon Dreaming, un modelo para identificar la eficacia en la gestión de proyectos.

TEMA 4. Desarrollo de la marca personal directiva

Resultado del aprendizaje

El alumno, tras estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Tomar conciencia de la importancia de la marca personal y que ésta esté posicionada en el desarrollo directivo.
- Entender el ecosistema digital e integrar acciones en una estrategia global de marca personal.
- Conocer y saber optimizar las diferentes herramientas digitales.
- Identificar y comprender las KPI's y métricas vinculadas a una marca personal.

Contenido

1. Ecosistema digital: entorno, Social Selling, Employer Branding.
2. Estrategias digitales de Personal Branding.
 - 2.1. ¿Necesito una estrategia digital de marca personal?
 - 2.2. Estrategia de protección y estrategia de proyección.
3. Herramientas digitales.
 - 3.1. Blog de contenido o estático.
 - 3.2. LinkedIn.
 - 3.3. Otras RRSS que se pueden integrar según estrategia.
4. KPI's y métricas.
 - 4.1. Google Analytics.

4.2. Social Elephants.

4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

La metodología de enseñanza y aprendizaje se desarrolla a partir de breves explicaciones teóricas que introducen ejemplos y casos que facilitan la aplicación inmediata de los contenidos tratados en cada tema al puesto de trabajo. El despliegue del modelo Learning by doing, basado en la capacitación experiencial, permite al participante obtener aprendizajes orientados a la acción.

Ello se lleva a cabo a través de la participación en clase y el intercambio de experiencias entre los asistentes, así como a través de ejercicios y dinámicas de diverso impacto. Dicho enfoque promueve el análisis y resolución de los contenidos de los que constan las materias, teniendo en cuenta las diferentes ópticas y perspectivas, convirtiéndose ésta en una fórmula altamente didáctica para la comprensión y asimilación de cada una de las temáticas.

5. EVALUACIÓN

Los programas Executive Modular Education están basados en un modelo de evaluación por competencias, en el cual se valora el progreso del estudiante en la consecución de los objetivos planteados en el programa de estudios. Se basa en la reflexión y el análisis de casos prácticos de la vida real, simulaciones y Business Case que contribuyan a la toma de decisiones empresariales.

El sistema de evaluación de esta asignatura pretende garantizar tanto la comprensión de los contenidos como la capacidad del alumno para ponerlos en práctica, valorando el progreso y el esfuerzo continuado. La nota final constará asistencia a las clases, la participación y debate en el aula, y el resultado de las actividades prácticas propuestas.

6. BIBLIOGRAFÍA

6.1. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Dilts, Robert. *El poder de la palabra: la magia del cambio de creencias a través de la conversación*. Barcelona: Urano, 2003. ISBN 9788479535193.
- Echevarría, Rafael. *Ontología del lenguaje*. Buenos Aires: Granica, 2008. ISBN 9789506413521.
- Hernández, Alejandro. *Negociar es fácil, si sabe cómo: ¿cuánto dinero pierde por desconocer las técnicas de negociación?* Barcelona: Alienta, 2011. ISBN 9788415320074.

- Kawasaki, Guy. *El arte de cautivar: cómo se cambian los corazones, las mentes y las acciones*. Barcelona: Gestión 2000, 2011. ISBN 9788498751666.
- Kohlrieser, George. *Hostage at the table: how leaders can overcome conflict, influence others, and raise performance*. San Francisco: Jossey-Bass, 2006. ISBN 9780787983840.
- Malhotra, Deepak; Bazerman, Max H. *El negociador genial: cómo obtener grandes resultados en la mesa de negociación, y más allá*. Barcelona: Empresa activa, 2008. ISBN 9788496627536.
- Mendieta i Suñé, Carles. *Tècniques de negociació i resolució de conflictes: manual de consulta*. Barcelona: Diputació de Barcelona, 2002.
- Olivé Pibernat, Vicens. *Comunicación esencial: el arte de la comunicación contigo y con tus personas queridas*. Barcelona: Rigden Institut Gestalt, 2014. ISBN 9788494234811.
- Ribeiro, Lair. *Comunicación eficaz*. Barcelona: Urano, 2017. ISBN 9788416720101.
- Shell, G. Richard. *Negociar con ventaja: estrategias de negociación para gente razonable*. Barcelona: Antoni Bosch, 2005. ISBN 8495348098.
- Gates, Steve. *The negotiation book: your definitive guide to successful negotiating*. Hoboken: John Wiley & Sons, 2015. ISBN 9781119155461.
- Ury, William. *El poder de un no positivo: cómo decir no y sin embargo llegar al sí*. Barcelona: Granica, 2007. ISBN 9788483580158.
- Ury, William. *¡Supere el no!: cómo negociar con personas que adoptan posiciones inflexibles*. (4ª ed.). Barcelona: Gestión 2000, 2012. ISBN 9788498751925.
- Ury, W William; Fisher, Roger; Patton, Bruce. *Obtenga el sí: el arte de negociar sin ceder*. Barcelona: Gestión 2000, 2011. ISBN 9788498751079.

6.2. WEBGRAFÍA

- *Capital Humano* [en línea]. Disponible en: <<http://capitalhumano.wolterskluwer.es/content/Inicio.aspx>>.
- *Spanish Recruitment Group* [en línea]. Disponible en: <<https://spanishrecruitmentgroup.com/>>.
- *Equipos y Talento* [en línea]. Disponible en: <<https://www.equiposytalento.com/>>.
- *Ted Talks* [en línea]. Disponible en: <<https://www.ted.com/>>.