1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	**Habilidades Directivas**
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Comunicación y Asuntos Públicos
Escuela/ Facultad	Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación
Curso	1
ECTS	5 ECTS
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	Segundo semestre
Curso académico	2024/2025
Docente coordinador	Dr. José Jesús Vargas
Docentes	Dr. José Jesús Vargas, Dra. Patricia Camacho

2. PRESENTACIÓN

"Habilidades Directivas" se centra en el desarrollo de competencias esenciales para liderar con eficacia en el ámbito de la comunicación corporativa. Abarca desde la construcción de una marca personal sólida hasta la aplicación de técnicas avanzadas como la Programación Neurolingüística (PNL) y el coaching ejecutivo, integrando habilidades clave para una comunicación persuasiva y efectiva.

A lo largo de este módulo, los estudiantes aprenderán a diseñar estrategias de personal branding y storytelling, perfeccionar su oratoria, desarrollar inteligencia emocional intrapersonal e interpersonal, y aplicar herramientas como el Mindfulness Based Stress Reduction (MSR) para gestionar el estrés. Este enfoque integral proporciona las bases para potenciar su liderazgo, mejorar la interacción con diversos públicos y afrontar los retos de la dirección de comunicación en entornos complejos.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- **CB8** Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- **CB9** Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- **CB10** Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias transversales:

- **CT1** Valores éticos: Capacidad para pensar y actuar según principios universales basados en el valor de la persona que se dirigen a su pleno desarrollo y que conlleva el compromiso con determinados valores sociales.
- **CT2** Aprendizaje autónomo: Conjunto de habilidades para seleccionar estrategias de búsqueda, análisis, evaluación y gestión de la información procedente de fuentes diversas, así como para aprender y poner en práctica de manera independiente lo aprendido.
- **CT3** Trabajo en equipo: Capacidad para integrarse y colaborar de forma activa con otras personas, áreas y/u organizaciones para la consecución de objetivos comunes.
- **CT6** Adaptación al cambio: Ser capaz de aceptar, valorar e integrar posiciones distintas, adaptando el enfoque propio a medida que la situación lo requiera, así como trabajar con efectividad en situaciones de ambigüedad.
- **CT7** Liderazgo: Ser capaz de orientar, motivar y guiar a otras personas, reconociendo sus capacidades y destrezas para gestionar eficazmente su desarrollo y los intereses comunes.
- **CT9** Mentalidad global: Ser capaz de mostrar interés y comprender otros estándares y culturas, reconocer las propias predisposiciones y trabajar con efectividad en una comunidad global.

Competencias específicas:

- **CE02** Dominar capacidades comunicacionales propias de actividades directivas
- **CE03** Capacidad para identificar, saber llegar y establecer vínculos con los grupos de interés con capacidad de decisión en la sociedad y conocer sus estructuras y formas de actuación
- **CE04** Capacidad para argumentar y defender los intereses, en nombre de la organización, ante los representantes de medios de comunicación convencional y en redes sociales y en su interacción con el resto de públicos corporativos (analistas financieros, proveedores, accionistas, decisores y

empleados en conferencias de prensa, ruedas de prensa, congresos y asambleas) en situaciones de normalidad y en situaciones de crisis.

- **CE05** Capacidad para analizar la estructura organizativa de los departamentos de comunicación y su funcionamiento en la toma las decisiones sobre creación, producción y difusión de la información en un medio.
- **CE07** Conocimiento de las normas jurídicas básicas nacionales y europeas que afectan a la comunicación, publicidad y a la protección de datos.
- **CE11** Analizar y aplicar los códigos éticos de la comunicación.

Resultados de aprendizaje:

- **RA1** Conocer y saber desarrollar una marca personal.
- **RA2** Conocer estrategias digitales de Personal Branding.
- **RA3** Adquirir habilidades para elaborar un storytelling de impacto.
- **RA4** Conocer y desarrollar estrategias para llevar a cabo una comunicación eficaz oral y escrita.
- **RA5** Conocer las técnicas de comunicación oral.
- **RA6** Saber elaborar un Elevator pitch.
- **RA7** Conocer en qué consiste y herramientas para desarrollar una inteligencia emocional intrapersonal e interpersonal.
- **RA8** Conocer las bases y la relación del coaching ejecutivo.
- **RA9** Conocer las técnicas para desarrollar una comunicación efectiva.
- **RA10** Conocer en qué consisten los programas de entrenamiento de PNL para directivos.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB7 CB09 CB10	RA1 RA2 RA3 RA4 RA5 RA6 RA7 RA8 RA9 RA10
CT1 CT02 CT03 CT06 CT07 CT09	
CE02 CE03 CE04 CE05 CE07 CE11	

4. CONTENIDOS

- Marca personal.
- Oratoria persuasiva.
- Inteligencia emocional intrapersonal e interpersonal.
- MSR para directivos (Mindfulness Based Stress Reduction).
- Coaching, escuchar y gestionar percepciones.
- Programación Neurolingüística (PNL) aplicada a la Dirección de Comunicación La dirección de comunicación en las organizaciones.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Método del caso.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje basado en problemas.
- Clase magistral.

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Lecciones Magistrales	20
Debates y coloquios	10
Análisis de casos	25
Exposiciones orales	10
Elaboración de informes y escritos	20
Tutoría	20
Trabajo autónomo	20
TOTAL	**125**

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Prueba presencial de conocimiento	50%
Exposiciones orales	5%
Observación del Desempeño	5%
Caso/problema	15%
Participación en debates y foros	5%
Informes y escritos	20%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1	Semana del 26 de mayo 2025
Actividad 2	Semana del 2 de junio de 2025
Prueba final de evaluación	9 de junio de 2025

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica la bibliografía recomendada:

1. Argenti, PA (2021). Comunicación corporativa (8.ª ed.). McGraw-Hill Education.
2. Bahn, C. (2023). Cómo construir tu marca personal en 2023. LinkedIn. https://www.linkedin.com/pulse/how-build-your-personal-brand-2023-claire-bahn-1c
3. Bradberry, T., y Greaves, J. (2023). Hábitos de inteligencia emocional. TalentSmartEQ.
4. Carnegie, D. (2022). Cómo ganar amigos e influir sobre las personas (edición revisada). Simon & Schuster.
5. Clark, D. (2022). Reinventándote: define tu marca, imagina tu futuro (2.ª ed.). Harvard Business Review Press.
6. Deckers, E., y Lacy, K. (2023). Cómo crear una marca: cómo usar las redes sociales para inventarse o reinventarse (4.ª ed.). Que Publishing.
7. Dykes, B. (2024). Narrativa de datos eficaz: cómo impulsar el cambio con datos, narrativa y elementos visuales. Wiley.
8. Gallo, C. (2023). Hablar como TED: Los 9 secretos de las mentes más brillantes del mundo para hablar en público (2.ª ed.). St. Martin's Griffin.
9. Goleman, D., Davidson, RJ y Boyatzis, RE (2023). Optimal: Cómo mantener la excelencia personal y organizacional todos los días. Harvard Business Review Press.

10. Hall, K. (2022). Historias que perduran: cómo la narración puede cautivar a los clientes, influir en las audiencias y transformar su negocio. HarperCollins Leadership.
11. Marturano, J. (2022). Encontrar el espacio para liderar: una guía práctica para el liderazgo consciente (2.ª ed.). Bloomsbury Business.
12. O'Connor, J. (2021). El libro de trabajo de PNL: una guía práctica para lograr los resultados que desea. Conari Press.
13. Quesenberry, KA y Coolsen, MK (2023). Narrativa de marca: comunicaciones de marketing integradas para el panorama de los medios digitales. Rowman y Littlefield.
14. Samycia, Q. (2023). 10 tendencias de marca personal para 2023: una guía completa. LinkedIn. https://www.linkedin.com/pulse/10-personal-branding-trends-2023-comprehensive-guide-quincy-samycia
15. Stein, SJ, y Book, HE (2022). La ventaja del EQ: inteligencia emocional y su éxito (5.ª ed.). Jossey-Bass.
16. Wozny, R. (2024). Storytelling para empresas: el arte y la ciencia de crear conexiones en la era digital. Rob Wozny.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:
orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tu opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.
Muchas gracias por tu participación.