

Retórica Profesional Planificación Ciclo Lectivo 2023

Datos administrativos de la asignatura			
Departamento:	Ingeniería Química		
Asignatura:	Retórica Profesional		
Carrera:	Ingeniería Química (Ord. N° 1028)		
Nivel de la carrera	Quinto Año	Duración	Anual
Bloque curricular:	Ciencias y Tecnologías Complementarias		
Cantidad de comisiones:	1 (una)		
Carga horaria presencial semanal:	2,25 h reloj	Carga Horaria total:	72 h reloj
Carga horaria no presencial semanal	-	% horas no presenciales	-
Cuerpo Docente			
Profesora Adjunta Ad-Honorem	Lic. Juliana Salvans	Dedicación:	1 (una) Simple

Fundamentación

La comunicación es una herramienta que habilita para difundir información e interrelacionarse en el ámbito social. Así, para que las y los ingenieros e ingenieras puedan establecer una comunicación efectiva y lograr sus objetivos, es necesario reconocer formas que se aplican en la comunicación en su entorno para comprenderlas y poder desarrollar habilidades que le permitan difundir información e interrelacionarse en todos éstos ámbitos.

La asignatura electiva *Retórica Profesional* se inscribe en los aspectos formativos relacionados con las Ciencias Sociales y Humanidades, considerados indispensables para lograr la formación integral de las y los ingenieros e ingenieras. De esta forma, se incluyen nociones básicas en torno a la comunicación, como así también el impacto que ésta genera en el contexto en que se desenvuelven. También aporta una mirada de otras disciplinas socio-humanas como la sociología, la política, la tecnología, la ética, la historia, entre otras, lo que refleja el carácter interdisciplinar de la asignatura y el desafío de proponer un objeto de estudio centrado en la nueva concepción de la ingeniería ligada a la relación entre ciencia, tecnología e industria dentro de un mundo complejo y cambiante.

Relación de la asignatura con las competencias de egreso de la carrera		
Competencias		Nivel de tributación
Específicas	-	-
Genéricas tecnológicas (CGT)	CGT4: Utilizar de manera efectiva las técnicas y herramientas de aplicación en la ingeniería	2
Genéricas sociales, políticas y actitudinales (CGS)	CGS6: Desempeñarse de manera efectiva en equipos de trabajo.	2
	CGS7: Comunicarse con efectividad	3
	CGS8: Actuar con ética, responsabilidad profesional y compromiso social, considerando el impacto económico, social y ambiental de su actividad en el contexto local y global	3

Propósito
Brindar los conocimientos y competencias necesarias para que las y los estudiantes puedan comunicar sus ideas de manera clara, efectiva y convincente en el ámbito público y profesional. Asimismo, ofrecer tácticas y estrategias ligadas al diseño y el desarrollo de herramientas y dispositivos de comunicación clave para su devenir profesional.
Objetivos establecidos en el DC
De acuerdo con el Diseño Curricular de la carrera de Ingeniería Química, las asignaturas electivas permiten la flexibilización académica del plan de estudio y posibilitan la adquisición de conocimientos, teniendo en cuenta las necesidades regionales del medio. En este contexto, los objetivos de la presente asignatura son: <ul style="list-style-type: none"> • Conocer las funciones, los recursos y las problemáticas comunicacionales ligadas a la Retórica personal, y el impacto que generan en el desempeño profesional. • Promover el uso de la escritura, la oratoria y las diferentes herramientas de comunicación como instrumentos de trabajo e interacción escenarios laborales que imponen sus propias reglas y exigencias.

Resultados de aprendizaje	
Competencia a la que tributa	Resultados de aprendizaje
CGS6	RA1: Analiza escenarios de comunicación para comprender el entorno social, cultural y profesional en que se desenvuelve, empleando nociones teóricas de los diferentes elementos en juego, como emisor, receptor, canal, mensaje, contexto y las relaciones entre éstos.

CGS6	RA2: Diseña planes de comunicación organizacional para ofrecer propuestas de mejora en la imagen, cultura o identidad de organismos públicos o privados, empleando técnicas de relevamiento, análisis, redacción de objetivos, diseño de estrategias y tácticas
CGS7	RA3: Desarrolla briefs de herramientas de comunicación para interactuar con especialistas en la materia, estableciendo directivas de mensaje, público, canal, frecuencia, distribución, objetivo, tono, gráfica o estilo
CGT4	RA4: Identifica problemáticas en torno al ciberespacio para desenvolverse de manera efectiva en este medio, tomando conocimiento de la complejidad y variables del cambio de paradigma comunicacional
CGS7	RA5: Implementa nociones de retórica para construir mensajes claros y convincentes, empleando estrategias de comunicación, redacción y argumentación
CGS8	RA6: Aplica técnicas de comunicación interpersonal para desarrollar piezas y dispositivos de interacción profesional, empleando métodos específicos de herramientas puntuales, como CV, carta de presentación, foros, reuniones de trabajo, negociación y liderazgo
CGS7	RA7: Implementa técnicas de oratoria para hablar en público de forma efectiva, incorporando nociones de retórica y comunicación

Asignaturas correlativas previas

Correlativas para cursar:

- Cursadas: Integración IV; Organización Industrial.
- Finales: Economía; Legislación.

Asignaturas correlativas posteriores

Al tratarse de una asignatura electiva, se debe contar con la aprobación de la misma previo a rendir el Proyecto Final de carrera.

Contenidos mínimos

Principales teorías de la Comunicación. Retórica y argumentación. Comunicación oral y escrita en ámbitos profesionales. Principales herramientas de comunicación laboral. Estrategias de comunicación interpersonal. Comunicación organizacional. Comunicación profesional en el contexto de la Web 2.0

Programa analítico. Unidades temáticas

UNIDAD TEMÁTICA 1: TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN.

Las primeras teorías de comunicación (Laswell, Shannon, Schramm): elementos que intervienen en el proceso de comunicación, concepto de ruido y feedback, los medios masivos como instrumento funcional, los grupos y los líderes de opinión en la interpretación del mensaje, la zona común de influencia. La Escuela Invisible y su abordaje interaccionista (Watzlawick, Bateson, Groffman): la proxémica, la kinésica, la relación vinculante, la dinámica social como escena dramaturgia. La Escuela Crítica (Adorno y Horkheimer, Marcuse, Habermas): los medios masivos de comunicación y su relación con la cultura, con la capacidad crítica y con la opinión pública. El Medio es el Mensaje (Mc Luhan): consecuencias de la irrupción de los medios en la vida cotidiana; análisis de la Web 2.0 como nuevo medio y sus efectos en el marco comunicativo tradicional.

Tiempo asignado para actividades teórico-prácticas: 11,25 h reloj.

UNIDAD TEMÁTICA 2: RETÓRICA PROFESIONAL.

De la Retórica a la Neoretórica. La retórica como instrumento de comunicación oral, escrita y visual. Aristóteles y la teoría de la argumentación. Diferencias entre convencer, deliberar, persuadir y manipular. Las fases de preparación de un discurso: inventio, dispositio, elocutio, memoria y actio. Partes en la elaboración de un discurso: introducción, narración, argumentación y conclusión. Figuras retóricas y reglas básicas de redacción. Construcción de textos y discursos informativos, argumentativos, narrativos y descriptivos. Creatividad y desarrollo de ideas. Planificación y elaboración de herramientas retóricas escritas para el ámbito profesional: currículum vitae, redacción de objetivos, proyectos personales y empresariales, informes, memorando, minuta de reunión, carta empresarial, textos comerciales, instructivos y académicos, diapositivas y nuevas herramientas tecnológicas. Casos de estudio.

Tiempo asignado para actividades teórico-prácticas: 9,00 h reloj.

UNIDAD TEMÁTICA 3: ORATORIA PROFESIONAL.

Principales elementos de la escena oratoria, El orador: manejo de las emociones y miedos de exposición, diferentes estilos. Comunicación corporal: posturas, gestos, mímica, mirada, vestimenta. Imagen pública. Emisión de la voz: entonación, pausas, dicción, volumen, silencios, técnicas respiratorias. Control del tiempo, de interrupciones, de preguntas imprevistas. Recursos para conseguir la atención y empatía del público. Improvisación. Utilización correcta del humor y la ironía. Manejo del espacio: tipos de auditorio, ubicación en el espacio, desplazamiento, utilización de herramientas audiovisuales. Personalidad del auditorio, detección y conocimiento del público. Distintos ámbitos de presentación: congresos, clases, entrevistas, foros, mesa redonda, simposio, presentaciones de proyecto, reuniones de trabajo. Protocolo y ceremonial. Casos de estudio.

Tiempo asignado para actividades teórico-prácticas: 11,25 h reloj.

UNIDAD TEMÁTICA 4: COMUNICACIÓN INTERPERSONAL.

El discurso personal para el desarrollo de la identidad y el cambio. El escuchar como factor clave de la comunicación humana. Las emociones tradicionales y los estados de ánimo. Los juicios y las emociones. Conversaciones asertivas. Estilos de relación: agresivo, pasivo y asertivo. Técnicas de comunicación asertiva. Inteligencia emocional: autocrítica y reeducación de lo emocional. Expresión y manejo de las emociones. La negociación: tipos de negociadores, fuentes de poder, estrategias de penetración y técnicas de mediación. Liderazgo: management y liderazgo; poder y liderazgo; atributos del líder; tipos de líder; liderazgo situacional; funciones del liderazgo gerencial; motivación y sistemas de recompensa; comportamiento individual e interpersonal; liderazgo y manejo del cambio. Trabajo en equipo: grupos formales e informales; dinámica de grupos; construcción y conducción del equipo de trabajo. Coaching.

Tiempo asignado para actividades teórico-prácticas: 11,25 h reloj.

UNIDAD TEMÁTICA 5: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.

Las organizaciones en un escenario comunicativo y competitivo. Comunicación interna organizacional: concepto, funciones, canales, redes formales e informales. Cultura corporativa. Comunicación externa organizacional: públicos y programas de comunicación corporativa.

Tiempo asignado para actividades teórico-prácticas: 11,25 h reloj.

Metodología de Enseñanza

Los contenidos de la asignatura se articulan en clases teórico-prácticas y se complementan con el desarrollo de trabajos prácticos.

Las clases teórico-prácticas centran su contenido en un marco reflexivo y deliberativo acerca del rol y las peculiaridades de la comunicación en el ámbito público y profesional. Para ello, se proponen preguntas para trabajar en grupos y las respuestas son expuestas y discutidas en la clase como grupo total, facilitando de esta manera el aprendizaje colaborativo y el desarrollo de competencias cognitivas.

A su vez, el aprendizaje de los conceptos se sustenta, en su gran mayoría, con ejercicios en clase: se producen textos y lecturas, se analizan casos de estudio reales, se desarrollan ejercicios de escritura y oratoria, se facilitan dispositivos de debate y se comparten experiencias con el objetivo de analizar y enriquecer el contenido.

Las consignas de los Trabajos Prácticos plantean resoluciones de casos reales, diseño de estrategias comunicacionales y problemas de adaptación y composición en la expresión oral como escrita, así como aspectos formales de los textos y las propiedades del lenguaje. Dado que el desarrollo de las habilidades retóricas está concebido como un proceso, la evaluación es permanente y continua. Es por ello que cada estudiante lleva regularmente una Carpeta de Trabajos Prácticos, donde da cuenta de sus producciones y evolución.

Al finalizar cada unidad se realiza una síntesis de los conceptos trabajados y de sus relaciones con los núcleos principales de cada una. Se procura lograr claridad y precisión de las nociones teóricas y la reflexión crítica de las y los estudiantes, para que puedan ir construyendo una sólida base de conocimientos y habilidades, posibles de ser transferidos a la práctica.

Por último, la materia posee una página web tipo aula virtual desde donde las y los estudiantes pueden descargar el material de estudio de la misma, realizar consultas e intercambiar opiniones e información de interés, así como mantenerse comunicados y vinculados a partir de este espacio virtual.

Recomendaciones para el estudio

Recomendaciones para abordar el aprendizaje de la asignatura:

- I. Cursar regularmente las clases para contar con un marco de análisis y acercamiento a los textos de ciencias sociales, así como con ejercicios prácticos que refuercen, materialicen o enriquezcan la interpretación de los mismos.
- II. Complementar el seguimiento de cada clase con el material de interés (generalmente charlas, películas, series, escenas, noticias, ensayos) para reforzar los conocimientos adquiridos e incorporar nuevas perspectivas de conocimiento sobre la materia.
- III. Conocer el funcionamiento básico de aplicaciones de diseño, como Canva o Illustrator, para poder plasmar ideas en sistemas gráficos.
- IV. Consultar a través de los canales digitales (web y mails) y presenciales (clases regulares y de consulta) sobre cualquier tipo de duda respecto a la materia.

Metodología de evaluación

Las condiciones de aprobación de la asignatura estarán dadas por una evaluación continua de los niveles de logro mínimo para cada clase, complementado con 2 (dos) parciales (primero conceptual y luego práctico en modalidad oral). Estos parciales contarán cada uno con dos instancias de recuperatorio y una fecha de evaluación de tipo flotante.

Se les pedirá también a las y los estudiantes para poder promocionar la asignatura, obtener más de un 75% de asistencia a las clases y una carpeta de trabajos prácticos individual y grupal en casos puntuales, en que se abordan distintos ejercicios como la composición y escritura de textos, diseño de planes de comunicación digital y organizacional, desarrollo de piezas profesionales, como curriculum vitae y carta de presentación.

Para la aprobación de la materia existen dos opciones:

- Aprobación Directa o Promoción: cuando en todas las instancias anteriores (todos los TP y los dos exámenes) hayan obtenido 6 (seis) o más puntos de evaluación, y cuenten con una asistencia al 75% de las clases.

- Aprobación No Directa: cuando en todas las instancias anteriores (todos los TP y los dos exámenes) hayan obtenido 4 (cuatro) o 5 (cinco) puntos de evaluación, y cuenten con una asistencia al 75% de las clases.

Para acreditar la aprobación definitiva deberán las y los estudiantes deberán rendir un examen final, el cual consiste en una prueba oral donde se evalúan conocimientos teórico-prácticos, y se expone un discurso argumentativo.

Se prevén diversos instrumentos de evaluación que persiguen distintos objetivos:

MODALIDAD	INSTRUMENTOS	OBJETIVOS
<i>Observación y Seguimiento</i>	- Listas de cotejo/apreciación - Registros - Actividades diarias del aula	Relevar información sobre el proceso de aprendizaje de las y los estudiantes, analizar el progreso, hacer ajustes, motivar.
<i>Producciones</i>	- Piezas de comunicación - Textos argumentativos - Análisis de situaciones problemáticas y análisis de casos - Diseño de planes estratégicos de comunicación - Discursos orales	Medir el aprendizaje de las y los estudiantes Acreditar cuánto han aprendido.
<i>Parciales</i>	- Examen escrito: preguntas de desarrollo, de opciones múltiples	

Cronograma sintético de clases y/o actividades

Semanas	Unidad Temática	Actividad a Desarrollar
1	Clase de presentación	Encuesta
2	UT1: Introducción a Retórica	Análisis de discursos
3	UT1: Práctica Retórica	TP: Discurso argumentativo
4	UT1: Laswell – Comunicación y política	Foro de debate con tema a elección de las y los estudiantes
5	UT1: Watzlawick – Comunicación interpersonal	Diseño de flyer promocional
6	UT1: Schramm – Comunicación Comunitaria y Líderes de Opinión	Identificación de estrategias comunicacionales en nichos e influencers
7	UT2: McLuhan – Cambio de paradigma comunicacional	Análisis de charla TEDx

8	UT2: Las marcas y los nuevos medios. Regulaciones web	Identificación de estrategias publicitarias y regulaciones en la web
9	UT2: Redacción UX	Identificación de buenas y malas prácticas
10	UT2: Marketing Digital	TP: Plan de redes sociales
11	Primer Parcial	Cuestionario teórico-práctico
12	UT3: Introducción a la Comunicación Organizacional	Análisis de caso
13	UT3: Identidad, cultura e imagen organizacional	Ejercicio: Análisis de caso UTN
14	Recuperatorio Parcial 1	Cuestionario teórico-práctico
15	UT3: Relevamiento comunicacional – Parte 1	Ejercicio FODA y PEST
16	UT3: Relevamiento comunicacional – Parte 2	Ejercicio FODA y PEST
17	UT3: Objetivos, estrategias y tácticas de Plan de Comunicación	TP: Plan de Comunicación Organizacional
18	UT4: Negociación – Parte 1	Role Playing
19	UT4: Negociación – Parte 2	Role Playing
20	UT4: Coaching, liderazgo y trabajo en equipo	Ejercicio con legos
21	UT4: Herramientas de comunicación interpersonal	TP: CV
22	UT4: Herramientas de comunicación interpersonal	TP: LinkedIn
23	UT5: Oratoria y Lenguaje Corporal	Análisis de videos
24	UT5: Pitch Elevator	Armado de Pitch grupal
25	UT5: Pitch Elevator	Discursos orales
26	UT5: Técnicas de improvisación y manejo del estrés oratorio	Ejercicios de improvisación
27	UT5: Técnicas de improvisación y manejo del estrés oratorio	Ejercicios de improvisación
28	Segundo Parcial: Discurso Argumentativo Tanda 1	
29	Segundo Parcial: Discurso Argumentativo Tanda 2	
30	Recuperatorio Segundo Parcial	

31	Clase de Repaso - Apoyo - Consultas	
32	Fecha Flotante	

Recursos necesarios

Los recursos necesarios para el desarrollo de la asignatura son:

- Aulas con proyector multimedia.
- Espacios virtuales. La cátedra posee un espacio en la plataforma Google Classroom donde las y los estudiantes pueden consultar el programa analítico de la asignatura, apuntes, guías de trabajos prácticos, PPTs, ejercicios resueltos, como así también algunos videos explicativos y materiales multimedia sobre los contenidos desarrollados en las clases que apoyan el aprendizaje de manera autónoma.

Referencias bibliográficas

Recomendada

Alsina, M. R. (1995). *Los Modelos de la Comunicación*. Editorial Tecnos S.A

Aristóteles (2005). *El arte de la Retórica*. Editorial Eudeba

Briz, A. (2008). *Saber hablar*. Editorial Aguilar

Mattelart, A. (1995). *Historia de las Teorías de la Comunicación*. Editorial Paidós

McLuhan, M. (2009). *Comprender los medios de comunicación: las extensiones de ser humano*. Editorial Paidós Ibérica.

Sanz de Tajada, L. A. (1996). *Auditoría de la imagen de empresa – Métodos y técnicas de estudio de la imagen*. Editorial Síntesis

Van Peborgh, E. (2010). *Odisea 2.0, Las marcas en los medios sociales*. La Crujía Ediciones.

Villafañe, Justo (2008). *La gestión profesional de la Imagen Corporativa*. Editorial Pirámide.

Complementaria

Di Bártolo, I. (2006). *Oratoria contemporánea para aprender a hablar en público*. Editorial Corregidor

Lazatti, S. y Sanguinetti, E. (2003). *Gerencia y Liderazgo*. Ediciones Macchi.

Palencia, M. (2008). *90 Técnicas de Comunicación y Relaciones Públicas*. Editorial Lefler

Scolari, C. (2015). *Narrativas Transmedia*. Editorial Deusto.

Serafini, María T. (2005). *Cómo se escribe*. Editorial Paidós

Función Docencia

Profesora Adjunta (Responsable de Cátedra)

- Dictar clases teóricos-prácticas correspondientes a los cursos designados.

- Colaborar en las tareas académicas que la directora de cátedra determine, así como en el desarrollo de seminarios de la misma.
- Integrar los jurados de concursos de auxiliares docentes, comisiones examinadoras u otras de carácter docente y técnico para los que sean elegidos o designados.
- Desempeñar los cargos directivos y académicos para los cuales sean elegidos o designados.
- Participar en la toma y la corrección de las evaluaciones finales.

Reuniones de asignatura y área

Reuniones de Cátedra previstas:

- Febrero: diseño de nuevas metodologías académicas en base al año anterior. Enriquecimiento bibliográfico y pedagógico.
- Marzo: planificación del año, clase por clase
- Agosto: seguimiento y revisión de objetivos académicos
- Noviembre: seguimiento de evaluaciones, caso por caso
- Diciembre: análisis de la experiencia lectiva

Atención y orientación a las y los estudiantes

La atención de las y los estudiantes por fuera de las clases se da de la siguiente forma:

- Momento de recuperación de actividades no cumplidas: en fechas de recuperatorio y fecha flotante
- Actividades previas de cada clase: análisis de material de estudio, ya sean artículos, ensayos, papers, películas, charlas online, etc.
- Actividades de aprendizaje autónomo: para los casos de TP

Las y los estudiantes de Retórica Profesional pueden realizar consultas en dos modalidades:

- Presencial: los jueves de 12:00 a 14.00 hs y de 19:00 a 20:00 hs.
- Virtual: a demanda de cada estudiante vía Zoom; a través del campus virtual de la materia en los foros asignados para tal fin. También se cuenta con un contacto vía email a través del cual pueden realizar sus consultas fuera del horario de la Universidad.

En todo momento se mantiene una comunicación activa vía lista de emails con envío de materiales para su lectura previa a las clases, recordatorios de fechas de instancias de evaluación, entregas de trabajos, recuperatorios y demás cuestiones administrativas de la asignatura.