



VICERRECTORADO DE ESTUDIOS ESTUDIOS PROPIOS

13331 - TALLER DE COMUNICACIÓN EFICAZ EN EL ENTORNO ONLINE (II Edición)

Ámbito de la actividad

NACIONAL

Alcance temporal de la actividad

2ª Edición de la actividad 12781

Duración de la actividad

8.0 horas

Área de conocimiento

- Ciencias Sociales y Jurídicas

Áreas vinculadas a la actividad

- Ciencias
- Artes y Humanidades
- Ingeniería y Arquitectura
- Ciencias Sociales y Jurídicas
- Ciencias de la Salud

Palabras clave

- Comunicación oral, Oratoria, H

Página web de la actividad



Página web de la actividad

- Centro de Estudios Económicos y Empresariales (<http://www.um.es/web/ceee>)

Páginas web vinculadas a la actividad

- Plataforma Aprendizaje (<http://aulavirtual.um.es>)
- Web personal de la formadora (<http://www.raquelallon.com>)

Datos de contacto a efectos publicidad

Persona de contacto

Centro de Estudios Económicos y Empresariales

Email

ceee@um.es

Teléfono de información

868883734

Otro teléfono de información

868883818

Justificación de su realización a efectos publicitarios en prensa

Cada día más, por múltiples razones que van desde la conciliación hasta la distancia geográfica, trabajamos fuera de la oficina. Las videollamadas, webinar o conferencias, entre otras, se han convertido en unas de las herramientas más utilizadas para suplir nuestra presencia física y poder comunicarnos con los demás.

Pero este socorrido método supone un problema para mucha gente que ve como a su pánico a hablar en público se suma otro no menos pequeño: el pánico a la cámara. Incluso si este miedo no se tiene o se ha superado, la comunicación no es tan efectiva como sería deseable debido a múltiples razones, entre las que se cuentan que el ponente no se dirija adecuadamente a su público haciendo un mal uso de la cámara, escasas habilidades de comunicación verbal y no verbal, dificultades para mantener la atención de su audiencia o interlocutores o para fomentar la participación. También, es habitual que los participantes en reuniones virtuales acaben agotados debido al sobreesfuerzo que viene derivado de una escasa preparación y de no sentirse totalmente cómodos.

La experiencia reciente nos dice que habitualmente los ponentes bajan la guardia en sus comunicaciones online ofreciendo discursos e intervenciones de menor calidad, viéndose incluso, en ocasiones, dañada la imagen de la marca o la institución a la que representan.

En este taller, se abordan una serie de estrategias prácticas y sencillas para intentar que esta comunicación en entornos virtuales, con una pantalla y distancia por medio, sea lo más efectiva y cómoda posible.

Los contenidos se organizan de la siguiente forma:

1. Cuestiones de contenido:

- La atención como clave
- Fomentar la participación



Justificación de su realización a efectos publicitarios en prensa

- La audiencia en el centro
 - Organización del mensaje
2. Cuestiones de forma:
- Cómo preparo mi espacio: cuestiones técnicas y personales.
 - Cómo ganar seguridad frente al monitor
 - Cómo hacer el mejor uso de mi voz
 - Cómo hacer el mejor uso de mi cuerpo

La dinámica del curso consiste en dos sesiones de videoconferencia de dos horas de duración cada una emitidas por streaming impartidos por la formadora, en donde se expondrán los contenidos relacionados con la comunicación online. Estas sesiones serán los martes 21 y 28 de septiembre de 16:30 a 18:30; los participantes han de atender las videoconferencias en el horario indicado. Se pedirá a los participantes que, antes de la primera sesión, realicen un ejercicio individual que será enviado a la formadora para poder valorar su punto de partida y detectar áreas de mejora. El ejercicio consiste en un vídeo de no más de un minuto, que debe ser grabado en el lugar habitual en el que estos realicen sus videoconferencias. Como ejercicio final, los participantes en el taller, tras la finalización del mismo, dispondrán de cinco días para enviar un nuevo vídeo en donde aplicarán lo aprendido y tratarán de realizar las mejoras sugeridas para así valorar lo aprendido y recibir un feedback individualizado.

Durante el transcurso de las 4 horas prácticas del taller, los alumnos realizarán numerosas actividades prácticas relacionadas tanto con el lenguaje verbal como el no verbal.

Dada la necesidad de un trabajo y orientación personalizada, las plazas se limitan a un máximo de 8 participantes.

Justificación y objetivos

La Oratoria, o el arte de hablar con elocuencia, es una disciplina que se viene estudiando desde hace más de dos mil años. Lisias, Sócrates o Aristóteles (padre de la Retórica) fueron algunos de los pioneros de esta disciplina, encargándose de darle la entidad que merecía. Aunque fue el hispano Marco Fabio Quintiliano, en torno al año 90, quien produjo la obra más importante de la oratoria clásica con su *De institutione oratoria*.

Centrada en el principio de mejorar la elocuencia de aquellos que se dedicaban a los ámbitos político o judicial, la Oratoria se ha expandido en nuestros días a todos los ámbitos, siendo considerada como una habilidad básica para el desarrollo personal y profesional.

Nos comunicamos con un fin, y ese fin pasa, en la inmensa mayoría de los casos, por persuadir para conseguir un fin (K. Spang). Por eso, tal y como lo entendía Aristóteles, para llegar a la persuasión, debemos ser capaces de activar los distintos mecanismos que conforman la oratoria: desde la concepción y construcción del mensaje hasta su puesta en escena. Mecanismos que forman parte de nuestros lenguajes verbal, paraverbal y corporal.

Actualmente, disciplinas como la neurociencia han irrumpido con fuerza en el campo del arte de hablar con elocuencia, y disponemos de mucha información para lograr una comunicación oral más



Justificación y objetivos

efectiva. Gracias a la neurología sabemos lo que los griegos solo intuían, que a la persuasión se llega a través de la emoción (D. Kahneman, P. Bermejo), y no de la razón. Esto nos ha ayudado a descifrar los patrones utilizados por los grandes oradores y por las empresas o marcas más influyentes (S. Sineck, C. Gallo) y encontrar nuevas estructuras con las que elaborar nuestros discursos. Aunque no todas han sido nuevas. La neurociencia también ha puesto de relieve que un arte tan antiguo como el de contar historias (llamado ahora Storytelling) es uno de los caminos más fáciles y seguros para llegar a la comunicación efectiva (P. Guber, S. Denning, A. Simmons).

La ciencia está también siendo una gran aliada en el campo del lenguaje corporal (A. Pease). Ahora sabemos que las posturas que adoptamos influyen directamente en nuestro estado de ánimo, y pueden contribuir a que nos sintamos más seguros o inseguros durante una intervención pública. Según el estudio llevado a cabo por la doctora Amy Cudy en el año 2012, las personas que adoptan gestos de poder durante dos minutos aumentan un 19% sus niveles de testosterona de forma inmediata. Es un hecho que tiene una enorme aplicación de cara a desarrollar las aptitudes oratorias.

En definitiva, son muchos los aspectos que el orador debe tener en cuenta para presentarse ante su audiencia y componer una presentación eficaz (G. Álvarez) y, hoy en día, no solo el buen hacer, también la ciencia, nos indica el camino.

BIBLIOGRAFÍA:

Aristóteles. (s.IV ac). La Retórica. Quintiliano.(c. 95 dc). Institutio oratoria. Hall, E (1959). La dimensión oculta. Davis, F (1976). La comunicación no verbal. Sineck, S (2009). La clave es el porqué. Denning, S (2004), La estrategia de la ardilla. Simmons, A (2001) The Story Factor. Spang, K (2005) Persuasion. Pease, A. (2006) El lenguaje del cuerpo. Núñez, A. (2007). Será mejor que lo cuentes. Guber, P. (2010). Storytelling para el éxito. Kahneman, D (2011). Pensar rápido, pensar despacio. Álvarez Marañón, G (2012) El arte de presentar. Gallo, C (2014). Hable como en TED. Bermejo, P (2015). Quiero tu voto.

Destinatarios a efectos publicidad

El taller está dirigido a todas aquellas personas que quieran mejorar sus habilidades de comunicación oral en entornos virtuales (videollamadas, reuniones virtuales, webinars, videoconferencias, etc.) para alcanzar una comunicación más efectiva, cómoda y satisfactoria.

Lugar de realización

aulavirtual.um.es

Lugar de presentación de solicitudes de admisión y matrícula

casiopea@um.es

Plataforma de aprendizaje y GESTIÓN



Plataforma de aprendizaje y GESTIÓN

¿La Actividad utilizará una plataforma de aprendizaje? Sí
<http://aulavirtual.um.es>

Gestión de las inscripciones

La Actividad utilizará la GESTIÓN DE CASIOPEA para las inscripciones de los estudiantes

Promotores UMU

- CENTRO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS Y EMPRESARIALES

Directores UMU

- | | |
|---|---|
| ○ PUIGSERVER PEÑALVER, MARIA CARMEN
(mcpuig@um.es) | FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO
(UNIVERSIDAD DE MURCIA) |
| ○ SOTO PACHECO, GLORIA MARIA
(gsoto@um.es) | ECONOMÍA APLICADA
(UNIVERSIDAD DE MURCIA) |

Responsable económico

- PUIGSERVER PEÑALVER, MARIA CARMEN
(mcpuig@um.es)

Personal de apoyo

- | | |
|--|---|
| ○ AYLLON MUÑOZ, MARIA CARMEN
(mcam@um.es) · Apoyo Actas · Otros · Secretaría | ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD
(UNIVERSIDAD DE MURCIA) |
| ○ PUIGSERVER PEÑALVER, MARIA CARMEN
(mcpuig@um.es) · Apoyo Actas · Otros · Secretaría | FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO
(UNIVERSIDAD DE MURCIA) |
| ○ SOTO PACHECO, GLORIA MARIA
(gsoto@um.es) · Apoyo Actas · Otros · Secretaría | ECONOMÍA APLICADA
(UNIVERSIDAD DE MURCIA) |

Participantes

- | | |
|--|--|
| ○ AULLON GARCIA, RAQUEL
(rkel.aullon@gmail.com) · Ponente
- Curriculum Breve:
Periodista, ejerce su profesión como formadora de oratoria y habilidades comunicativas de forma autónoma y en colaboración con distintas entidades (Inforges Formación, Universidad de Alicante, Mindc Psicología Elche, CES Ramón y Cajal, Ayuntamiento de Murcia,...). Trabaja con directivos, empresas, y políticos, tanto dentro como fuera de la Región de Murcia. Participa de forma habitual en la grabación de vídeos promocionales o formativos para todo tipo | Especialidad de Periodismo
(Trabajadora autónoma) |
|--|--|



Participantes

de entidades (Repsol, Fundación Integra,...) y en la presentación de actos y eventos culturales.
Licenciada en Ciencias de la Información, especialidad de Periodismo, por la Universidad Complutense de Madrid.
Experta en Arte Dramático Aplicado por la Universidad de Alicante.
Community Manager por la Universidad de Murcia. Formada en Storytelling por la UNED y en Análisis de comportamiento no verbal por la Cátedra de comportamiento de la UDIMA (Universidad a distancia de Madrid) y la Fundación Behavior and Law.

Comisión Académica

- **AULLON GARCIA, RAQUEL** (rkel.aullon@gmail.com)
- **PUIGSERVER PEÑALVER, MARIA CARMEN** (mcpuig@um.es)
Presidente de la Comisión
- **SOTO PACHECO, GLORIA MARIA** (gsoto@um.es)
Secretario de la Comisión

Nº Créditos de la actividad

Horas Totales Actividad

8 horas

Agenda de la actividad

Duración Actividad: **8.0h**

Horas Presenciales: **4.0h**

- **martes 14 septiembre 2021**
 - * *Envío vídeo inicial (Sesión Principal)*
16.30 - 18.30
Lugar: Aula Virtual
Participantes:
 - Raquel Aullon Garcia (2h)
- **martes 21 septiembre 2021**
 - * *Clase. (Sesión Principal)*
16.30 - 18.30
Lugar: Aula Virtual
Descripción: Clase por videoconferencia
Participantes:
 - Raquel Aullon Garcia (2h)
- **martes 28 septiembre 2021**



Agenda de la actividad

Duración Actividad: **8.0h**

Horas Presenciales: **4.0h**

* *Clase. (Sesión Principal)*

16.30 - 18.30

Lugar: Aula Virtual

Descripción: Clase por videoconferencia.

Participantes:

- Raquel Aullon Garcia (2h)

◦ **martes 05 octubre 2021**

* *Envío vídeo final (Sesión Principal)*

16.30 - 18.30

Lugar: Aula Virtual

Participantes:

- Raquel Aullon Garcia (2h)

Fechas destacadas

Periodo Lectivo

del 14/09/2021 al 05/10/2021

Periodo académico

del 14/09/2021 al 25/10/2021

Periodo previsto de matrícula

del 01/07/2021 al 10/09/2021