



SÍLABO DE ORATORIA Y ARGUMENTACIÓN



I. INFORMACIÓN GENERAL:

- 1.1. Carrera Profesional : Ciencias Administrativas
 1.2. Departamento Académico : Administración
 1.3. Código : 05.02613
 1.4. Currículo : 2018
 1.5. Año de estudios : Primero
 1.6. Semestre Académico : Segundo
 1.7. Duración de ciclo : 17 semanas
 1.8. Horas : 05 semanas (Teoría: 03, Práctica 02)
 1.9. Créditos : 04 créditos
 1.10. Prerrequisitos : Ninguno
 1.11. Docente responsable : Mgr. Isabel Evelyn Choque Siguro
 1.12. Correo : ichoques@unjbg.edu.pe

II. SUMILLA

La asignatura pertenece a Estudios Generales de formación humanística. Por su naturaleza es de carácter teórico – práctico, cuyo propósito es desarrollar en el estudiante capacidades de elocuencia, pronunciación y el uso de la palabra. Ejercicios de impostación vocal, las técnicas de respiración, de relajación y dinámicas que contribuyan a eliminar las dificultades en la comunicación.

III. COMPETENCIAS DEL CURSO

3.1. Competencia general del curso:

Conoce los fundamentos, origen e historia de la Oratoria como arte de la elocuencia y sus formas de argumentación. Valorando y mejorando su competencia lingüística que permitan alcanzar un conocimiento especializado de las técnicas de oratoria y comunicación persuasiva, así como de las técnicas de negociación en el ámbito empresarial.

3.2. Competencias específicas:

- 3.2.1. Conoce y describe la Oratoria, sus elementos y clasificación para la integración de conocimientos que son la base de la elocuencia y la comunicación persuasiva.
 3.2.2. Distingue y reconoce los diferentes tipos de discurso y argumentación para la exposición oral.
 3.2.3. Aplica técnicas de oratoria y comunicación persuasiva en entrevistas, conversaciones, interrogaciones y diferentes escenarios del ámbito empresarial.
 3.2.4. Describe y aplica los elementos claves de comunicación humana para el dominio de la expresión corporal y oral para el éxito de la presentación personal y profesional.

IV. ORGANIZACIÓN DEL APRENDIZAJE

4.1. UNIDAD 01: LA ORATORIA Y SUS ELEMENTOS

Capacidad: Conoce y describe la Oratoria, sus elementos y clasificación para la integración de conocimientos que son la base de la elocuencia y la comunicación persuasiva.

Nivel de logro: Distingue y explica la importancia de la Oratoria, sus elementos y tipos en el ámbito de la profesión.

Semana	Contenidos	Procedimientos	Estrategias
1ra.	<ul style="list-style-type: none"> Antecedentes e Historia de la Oratoria. Definición de la Oratoria y sus elementos 	<ul style="list-style-type: none"> Socialización del sílabo. Se aplicará una prueba de entrada Interacción práctica de 3 minutos sobre expresión oral. <p>Producto Académico: Control de lectura</p>	<ul style="list-style-type: none"> Lectura de fuentes de información. Exposición y debate de los temas investigados.
2da.	<ul style="list-style-type: none"> Clasificación de Oratoria según tema y ámbito profesional- Según actitud de comunicación del Orador. 	<ul style="list-style-type: none"> Socialización y exposición oral de fuentes. Estimulación de la participación oral de los estudiantes. Se involucra y participa activamente en los trabajos prácticos. <p>Producto Académico: Exposición oral</p>	<ul style="list-style-type: none"> Lectura de fuentes de información. Análisis y debate del material audiovisual.
3ra.	<ul style="list-style-type: none"> Cualidades y habilidades del Orador- El miedo escénico 	<ul style="list-style-type: none"> Socialización y exposición oral de fuentes. Estimulación de la participación oral de los estudiantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Lectura de fuentes de información. Exposición y debate de los

		<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de ejercicios que le permitirán reforzar su aprendizaje, con la orientación del docente. Producto Académico: Tarea académica	<ul style="list-style-type: none"> temas investigados. Prácticas dirigidas al alumno en los diálogos interpersonales.
4ta.	<ul style="list-style-type: none"> La voz humana: Características y recursos paraverbales 	<ul style="list-style-type: none"> Socialización y exposición oral de fuentes. Estimulación de la participación oral de los estudiantes. Producto Académico: Práctica calificada	<ul style="list-style-type: none"> Lectura de fuentes de información. Exposición y debate de los temas investigados.

Actitudinal: Reconocer la Importancia de la Oratoria en el ámbito de la profesión, origen y antecedentes y cualidades del Orador.

4.2. UNIDAD 02: COMUNICACIÓN NO VERBAL Y LA EXPRESIÓN CORPORAL.

Capacidad: Aplica la comunicación no verbal para impactar al auditorio, identificando un conjunto de habilidades personales y sociales que permitan mejorar su rendimiento en la convivencia y las relaciones con los que interactúa.

Nivel de Logro: Identifica los estilos de Comunicación no verbal aplicables y útiles para la disertación y argumentación.

Semana	Contenidos	Procedimientos	Estrategias
5ta.	<ul style="list-style-type: none"> El lenguaje del cuerpo 	<ul style="list-style-type: none"> Socialización y exposición oral de fuentes. Estimulación de la participación oral de los estudiantes. Se involucra y participa activamente en los trabajos prácticos. Producto Académico: Tarea académica.	<ul style="list-style-type: none"> Lectura de fuentes de información. Exposición y debate de los temas investigados. Investigación para profundizar temas.
6ta	<ul style="list-style-type: none"> Expresión corporal 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de las clases en forma dinámica a través de una exposición dialogada. Ejercicios de demostración en clase sobre aplicación de técnicas de expresión oral. Consecución de equipos de trabajo y la participación activa de cada alumno en los diálogos interpersonales. Producto Académico: Control de lectura	<ul style="list-style-type: none"> Exposición y debate de los temas investigados. Investigación para profundizar temas.
7ta.	<ul style="list-style-type: none"> Dominio de gestos y ademanes 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de las clases en forma dinámica a través de una exposición dialogada. Se involucra y participa activamente en los trabajos prácticos. Dominar la mirada la postura corporal, los gestos y ademanes al disertar frente al público. Producto Académico: Exposición oral	<ul style="list-style-type: none"> Lectura de fuentes de información. Exposición y debate de los temas investigados Realizar ejercicios, movimientos corporales, coherentes con lo que dice y hace.
8va	<ul style="list-style-type: none"> Gestos y gesticulación 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de las clases en forma dinámica a través de una exposición dialogada. Estimulación de la participación de los estudiantes. Orientación el trabajo grupal y fomentará la creatividad y originalidad. Producto Académico: Tarea académica.	<ul style="list-style-type: none"> Lecturas, comentarios, conclusiones. Lograr el autoconocimiento, la autovaloración y la autoestima como desarrollo de la personalidad y el Liderazgo a través del manejo gestual.
9na.	<ul style="list-style-type: none"> La expresión facial 	<ul style="list-style-type: none"> Socialización y exposición oral de fuentes. Estimulación de la participación oral de los estudiantes. Producto Académico: Práctica calificada	<ul style="list-style-type: none"> Lectura de fuentes de información. Exposición y debate de los temas investigados.

EXAMEN PARCIAL

4.3. UNIDAD 03: EL DISCURSO Y LA ARGUMENTACIÓN.

Capacidad: Planifica y elabora discursos con el uso de las técnicas de expresión y comunicación oral, así como de recursos gestuales, verbales y visuales, de manera adecuada.

Nivel de Logro: Disertar utilizando un lenguaje suave y adecuado a través de la participación del debate utilizando el procedimiento apropiado.

Semana	Contenidos	Procedimientos	Estrategias
10ma.	<ul style="list-style-type: none"> El Discurso: 	<ul style="list-style-type: none"> Socialización y exposición oral de fuentes. 	<ul style="list-style-type: none"> Los estudiantes

	Definición, Objetivos. Clases de discursos. El discurso empresarial.	<ul style="list-style-type: none"> Estimulación de la participación oral de los estudiantes. Producto Académico: Control de lectura	desarrollarán ejercicios que le permitirán reforzar su aprendizaje, con la orientación del docente.
11va.	<ul style="list-style-type: none"> Estructura, Elaboración y Exposición de discursos. 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de las clases en forma dinámica a través de una exposición dialogada. Estimulación de la participación de los estudiantes. Orientación el trabajo grupal y fomentará la creatividad y originalidad. Producto Académico: Exposición oral	<ul style="list-style-type: none"> Exposición y debate de los temas investigados. Investigación para profundizar temas.
12va.	<ul style="list-style-type: none"> Recursos de apoyo en una disertación. 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de las clases en forma dinámica a través de una exposición dialogada. Estimulación de la participación de los estudiantes. Producto Académico: Tarea académica.	<ul style="list-style-type: none"> Exposición y debate de los temas investigados. Investigación para profundizar temas.
13va.	<ul style="list-style-type: none"> Organización y conducción de ceremonias. 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de las clases en forma dinámica a través de una exposición dialogada. Se involucra y participa activamente en los trabajos prácticos. Producto Académico: Control de lectura	<ul style="list-style-type: none"> Exposición y debate de los temas investigados. Investigación para profundizar temas. El autoconocimiento, la autovaloración y la autoestima como desarrollo de la personalidad y el Liderazgo.
14va.	<ul style="list-style-type: none"> Técnicas de oratoria para la negociación. 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de las clases en forma dinámica a través de una exposición dialogada. Se involucra y participa activamente en los trabajos prácticos. Producto Académico: Exposición oral	<ul style="list-style-type: none"> Practicar técnicas de negociación En diferentes escenarios tipo
15va.	<ul style="list-style-type: none"> Técnicas de presentación en público 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de las clases en forma dinámica a través de una exposición dialogada. Se involucra y participa activamente en los trabajos prácticos. Producto Académico: Práctica calificada	<ul style="list-style-type: none"> Dominio de las técnicas de exposición oral, de comunicación persuasiva y negociación empresarial.
16va.	<ul style="list-style-type: none"> Marketing personal y manejo de audiencia 	<ul style="list-style-type: none"> Socialización y exposición oral de fuentes. Estimulación de la participación oral de los estudiantes. Producto Académico: Tarea académica.	<ul style="list-style-type: none"> Exposición y debate de los temas investigados. Investigación para profundizar temas.

EXAMEN FINAL Y EXAMEN SUSTITUTORIO

V. EVALUACIÓN

5.1. Matriz de evaluación de la planificación del Sílabo

UNIDADES	PRODUCTO ACADÉMICO	CÓDIGO	PESO	%	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN
I	Trabajo académico	TA	50%	10%	RUBRICA
	Práctica calificada	PC	30%		RUBRICA
	Trabajos encargados	TE	20%		
II	Trabajo académico	TA	40%	20%	RUBRICA
	Práctica calificada	PC	15%		RUBRICA
	Trabajos encargados	TE	15%		
	Examen parcial	EP	30%		CUESTIONARIO
III	Trabajo académico	TA	40%	30%	RUBRICA
	Práctica calificada	PC	10%		RUBRICA
	Trabajos encargados	TE	10%		
	Examen Parcial	EP	40%		CUESTIONARIO

5.2. PROMEDIOS

PRIMERA UNIDAD (U1)	SEGUNDA UNIDAD (U2)	TERCERA UNIDAD (U3)
PROMEDIO=0.50%(TA)+0.30%(PC)+0.20%(TE).	PROMEDIO=0.40%(TA)+0.15%(PC)+0.15%(TE)+0.30%(EP).	PROMEDIO=0.40%(TA)+0.10%(PC)+0.10%(TE)+0.40%(EP).

PROMEDIO FINAL
PF= 0.10%U1+0.20%U2+0.30%U3

5.3. CONSIDERACIONES

- El estudiante que haya acumulado a lo largo del desarrollo de la experiencia curricular más del 30% de inasistencias será inhabilitado del curso.
- La escala es de calificación vigesimal, la nota mínima aprobatoria es 11.
- Sólo en el promedio final de la asignatura el medio punto (0.5) favorece al estudiante.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

a. Bibliografía Básica

- Rogers, J. (2010) Entrevista de trabajo eficaz. Barcelona: Edit. Blume. / Wiedemann, F (2005).Cómo aumentar el rendimiento personal. España: Edit. Anaya. / Yapp, N. (2010).Etiqueta en la Empresa y los negocios. Lima

b. Bibliografía Complementaria

- LABORDA, X., De Retórica: la comunicación persuasiva, Universitat Oberta de Catalunya/ 2012
- MARTÍNEZ SELVA, J.M., Manual de comunicación persuasiva para juristas/2ª ed., Ed. La Ley, Madrid, 2008
- MORALES, C.J./Guía para hablar en público, 2ª ed., Alianza Editorial, Madrid, 2007.

c. Webgrafia

- www.elmarketingpersonal.com/

Tacna, setiembre 2018

Mgr. Isabel Choque Siguiro