



Diplomado

Diseño y Administración de la Imagen Personal e Institucional

9^a generación



Duración: 120 horas

Horario: Sábados de 9 a 14 horas



DIPLOMADO EN DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE LA IMAGEN PERSONAL E INSTITUCIONAL Novena Generación

Diplomado en Diseño y Administración de la Imagen Personal e Institucional Novena Generación Sábados de las 09:00 a las 14:00 horas FCPyS

Inicio: 05 de agosto de 2017

Duración: El diplomado tiene una duración de 120 horas de trabajo teórico y práctico, distribuidas en 24 sesiones.

Coordinador Académico: Mtro. Raúl Medina Rodríguez

Objetivo general del Diplomado: Al término del diplomado, los participantes conocerán el impacto de la imagen y entenderán la importancia de generar estímulos adecuados y coherentes para que sean percibidos como ellos desean, con el propósito de alcanzar el éxito personal y profesional. Asimismo, los participantes contarán con herramientas para implementar una buena imagen personal e institucional, coherente con sus objetivos.

Dirigido a: Egresados y estudiantes de cualquier carrera, profesores, empresarios y a cualquier persona interesada en mejorar su imagen para apoyar el logro de sus objetivos.

Contenido temático:

Módulo I. Introducción a la imagen

Módulo II. Imagen física

Módulo III. Imagen profesional y protocolo

Módulo IV. Expresión verbal y escrita

Módulo V. Imagen institucional

Módulo VI. Imagen Política





DIPLOMADO EN DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE LA IMAGEN PERSONAL E INSTITUCIONAL Novena Generación

Evaluación

Módulo I

30 % Exposición en equipo
60 % Manual imagen interna
10 % Asistencia

Módulo II

30 % Exposición en equipo
60 % Manual imagen física
10 % Asistencia

Módulo III

10 % Puntualidad y Asistencia
40 % Participación individual, exposiciones, prácticas, trabajo en equipo y tareas.
50 % Proyecto Final
50 % Presentaciones individuales

Módulo IV

50 % Discurso Final
30 % Tareas y Actividades
10 % Ensayo Tema
10 % Asistencia

Módulo V

20 % Ejercicios en clase
30 % Participación en clase
50 % Trabajo y presentación
Manual de fundamentos

Módulo VI

15 % Participación en clase
35 % Campaña Política y debate final
50 % Trabajo final: Manual de Campaña

Evaluación final: Obtener mínimo 80 de calificación total y el 80 % de asistencia

Evaluación para titulación: Obtener mínimo 90 de calificación total y el 80 % de asistencia



DIPLOMADO EN DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE LA IMAGEN PERSONAL E INSTITUCIONAL Novena Generación

Módulo I. Introducción a la imagen

Objetivo: El participante comprenderá los principales conceptos de la imagen y la importancia de generar estímulos adecuados para que los perciban como desean.

Introducción

- 1.1 Definiendo la imagen
- 1.2 Imagen y percepción

La importancia de la imagen

- 1.3 Ecuación de la imagen
- 1.4 Clasificación de la imagen
- 1.5 Eficiencia de la comunicación
- 1.6 Mitos de la imagen
- 1.7 Axiomas de la imagen
- 1.8 Tipología de la imagen

Tipología de la imagen

- 1.9 Imagen visual
- 1.10 Imagen audiovisual
- 1.11 Imagen Ambiental

Manual de esencia

- 1.12 Características
- 1.13 Entrevista a profundidad
- 1.14 Test de Keirse
- 1.15 Test de Lüscher
- 1.16 Investigación cualitativa y cuantitativa
- 1.17 Plan de acción
- 1.18 Ventana de Johari

Imagen interna

- 1.19 Identidad y esencia
- 1.20 Personalidad: carácter y temperamento
- 1.21 Estereotipos
- 1.22 Impresiones



DIPLOMADO EN DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE LA IMAGEN PERSONAL E INSTITUCIONAL Novena Generación

Módulo II. La Imagen física

Objetivo: El participante conocerá los aspectos teóricos y técnicos que le permitan evaluar y producir los estímulos para mejorar su imagen física, a través de la ropa, colores, accesorios, corte de cabello que le favorecen. Así como conocer los diferentes elementos para descifrar el lenguaje de la ropa.

Introducción

- 2.1. Presentación
- 2.2. Definición de imagen física
- 2.3. Proporción y estética

La belleza a través de la historia

- 2.4. Antecedentes artísticos de los cánones de belleza
- 2.5. El medio, los condicionamientos y su influencia en los estereotipos de la belleza
- 2.6. La evolución de la moda como fenómeno social y de estatus
- 2.7. La cultura y su cuerpo

Cuerpo y cara

- 2.8. Formas de cuerpo
- 2.9. Antropometría
- 2.10. Antropomorfología
- 2.11. Recomendaciones particulares para zonas particulares
- 2.12. Carametría
- 2.13. Caramorfología

Color

- 2.14. Definición de color
- 2.15. Características del color: valor, croma y tinte
- 2.16. Haciendo la prueba de color con drapeados
- 2.17. La psicología del color

Implementación

- 2.18. Implementación de estilo: hombres y mujeres.
- 2.19. Imagen física de negocios
- 2.20. Códigos de vestimenta (desde casual hasta elegante)
- 2.21. Características de la ropa
- 2.22. Plan de acción
- 2.23. Limpieza de closet
- 2.24. Personal shopper





DIPLOMADO EN DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE LA IMAGEN PERSONAL E INSTITUCIONAL Novena Generación

Lenguaje corporal

- 2.25. Definición de comunicación corporal
- 2.26. Emociones sutiles
- 2.27. Movimientos parásitos
- 2.28. El arte de leer el cuerpo

Actividades didácticas:

- Estudio de la teoría relacionada con la imagen física
- Análisis de casos personales
- Exposición de láminas en power point
- Dinámicas para reforzar conceptos
- Exposiciones de los estudiantes
- Ensayo medio término
- Trabajo final (Manual de imagen física)
- Lecturas complementarias

Módulo III. Imagen profesional y protocolo

Objetivo: El participante identificará y aplicará las diferentes técnicas del protocolo y el trato social en el diseño y producción de su imagen personal y su efecto en su imagen institucional.

I. La universalidad del trato social

1. El ser humano y su socialización: ¿Nato o innato?
 - 1.1.1 Antecedentes del Protocolo y el trato social
 - 1.1.2 La función de la cortesía social
 - 1.1.3 Los deberes morales del hombre según Carreño
2. Saber ser, saber estar
 - 1.2.1 Definición de Protocolo, ceremonial y trato social
 - 1.2.2 Comportamiento exterior
 - * La naturalidad y el talante
 - * La educación y el sentido del humor
 - * El tacto, la impertinencia y las palabras malsonantes
 - 1.2.3 La urbanidad



DIPLOMADO EN DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE LA IMAGEN PERSONAL E INSTITUCIONAL Novena Generación

II. La cortesía social y las buenas maneras Los modales

- 2.1.1 Por favor y gracias: Palabras clave de la cortesía
- 2.1.2 Ley de la derecha protocolar
- 2.1.3 El saludo correcto
- 2.1.4 El tú y el usted
- 2.1.5 Las presentaciones

El trato social y su aplicación en el ámbito profesional

- 2.2.1 Puntualidad en el trabajo
- 2.2.2 La cita de negocios
- 2.2.3 La entrevista
- 2.2.4 Las relaciones personales en la empresa
- 2.2.5 Los medios de comunicación
 - * Tarjetas de presentación
 - * El correo electrónico
 - * El Internet
 - * Dispositivo móvil
- 2.2.6 Las negociaciones
- 2.2.7 El manejo efectivo de las juntas
- 2.2.8 El manejo del estrés y el negativismo
- 2.2.9 Prioridad Vs. Urgente

Cortesía en la calle y en lugares públicos

- 2.3.1 La vía pública
- 2.3.2 Caminar por la calle
- 2.3.3 Precedencias
- 2.3.4 El respeto a los otros
- 2.3.5 Transporte público
- 2.3.6 Cine, teatro, conciertos
- 2.3.7 Lugares sagrados
- 2.3.8 Los hospitales
- 2.3.9 El luto

Ejercer de anfitriones o de visita

- 2.4.1 Tipos de reuniones
 - * Horarios en las reuniones



DIPLOMADO EN DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE LA IMAGEN PERSONAL E INSTITUCIONAL Novena Generación

- 2.4.2 El recibimiento
- 2.4.3 Preparación y montaje de la mesa
- 2.4.4 Manejo de los cubiertos y vajilla
- 2.4.5 El menú
 - * Tipos de comida internacional
 - * Tipos de bebida
 - * Tipos de copas
 - * Dificultades en el menú
- 2.4.6 El uso del cigarrillo
- 2.4.7 Temas de conversación en la mesa
- 2.4.8 El arribo de los invitados
- 2.4.9 Precedencia en los invitados
- 2.4.10 El momento oportuno para abandonar el evento
- 2.4.11 El significado de los presentes: El arte de regalar

El comportamiento no verbal

- 2.5.1 El lenguaje de los gestos
- 2.5.2 La Quinesia
- 2.5.3 La Proxemia
- 2.5.4 Hablar en público
- 2.5.5 La Imagen Física. El buen vestir

III. Protocolo e imagen profesional

Las relaciones internacionales

- 3.1.1 El decálogo del protocolo empresarial Internacional
- 3.1.2 Cultura y costumbres internacionales
- 3.1.3 Reuniones Internacionales
- 3.1.4 Precedencia

Las reuniones internacionales

- 3.2.1 La bienvenida
- 3.2.2 Tipos de mesa
- 3.2.3 Las presidencias
- 3.2.4 Ordenación de los comensales
- 3.2.5 Discursos y brindis durante el evento
- 3.2.6 La fotografía del recuerdo
- 3.2.7 La despedida





DIPLOMADO EN DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE LA IMAGEN PERSONAL E INSTITUCIONAL Novena Generación

Módulo IV. Expresión oral y escrita

Objetivos específicos:

El alumno:

- a) Contará con las herramientas necesarias para hablar en público
- b) Identificará el beneficio de dar una buena imagen verbal
- c) Logrará controlar la ansiedad que ocasiona hablar en público
- d) Adquirirá los conocimientos para estructurar un mensaje eficaz

Imagen verbal

1. Introducción
2. ¿Qué es la imagen verbal?
3. Objetivo de Comunicación
4. Esquema de Comunicación (Paradigma de Laswell)
5. Fondo y Forma

Auditoría e imagen verbal

1. Objetivo de la auditoría
2. Elementos a Evaluar
3. Resultados

Control de ansiedad

1. La ansiedad y el miedo
2. El nerviosismo
3. Antídotos contra la ansiedad
4. La respiración y la sonrisa
5. Doble función de la sonrisa
6. Ejercicios de respiración

La voz

1. Tipos de voz
2. Dicción
3. Características vocales: Timbre, Tesitura, Tono, Ritmo y Pausas

La comunicación no verbal en el discurso

1. Tipología de la actitud
2. Contacto visual: cómo ver a la audiencia
3. Postura : Posición correcta, anclajes, postura incorrecta
4. Ademanos
5. Gestos



DIPLOMADO EN DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE LA IMAGEN PERSONAL E INSTITUCIONAL Novena Generación

Estructura de la presentación

1. La importancia de la estructura
2. Fórmulas para estructurar el mensaje
3. El material de apoyo : Materiales verbales y visuales

Tipos de discurso

1. El discurso para informar
2. El discurso para motivar
3. El discurso para convencer
4. Los discursos para funciones o eventos sociales

Preparación del mensaje

1. Objetivo a cumplir
2. Elección del tema
3. Definición del mensaje
4. Estructura
5. Requisitos del mensaje

Improvisación

1. El reto de improvisar
2. Recomendaciones para improvisar
3. Estructura de la improvisación

Módulo V. Imagen institucional

Objetivo: El participante analizará la relación entre la imagen personal y de las instituciones y conocerá los elementos para crear, modificar, administrar, evaluar la imagen de una institución.

1. La fuerza de la imagen en las instituciones

- 1.1. La fuerza de la imagen
- 1.2. Relación de la imagen institucional y la personal
- 1.3. Fundamentos de la Imagen Institucional.
- 1.4. Razones para cambiar la imagen de una institución



DIPLOMADO EN DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE LA IMAGEN PERSONAL E INSTITUCIONAL Novena Generación

2. Mercadotecnia

- 2.1. Las 4 P's y las 4 C's
- 2.2. Posicionamiento
- 2.3. La Gestión de la Marca

3. Filosofía Corporativa

- 3.1. Misión
- 3.2. Visión
- 3.3. Historia
- 3.4. Valores
- 3.5. Credo
- 3.6. Lema
- 3.7. Ritos y rituales
- 3.8. Mito
- 3.9. Justificación del nombre de la empresa
- 3.10. Descripción de sus actividades

4. Manejo de Crisis

- 4.1. Concepto de crisis
- 4.2. Porque es necesario el manejo de las crisis
- 4.3. Tipos de crisis
- 4.4. Comité de manejo de crisis
- 4.5. Evaluación de la crisis
- 4.6. Informes de las crisis
- 4.7. Estrategias a tomar
- 4.8. Definición de la Posición pública
- 4.9. Como responder a los medios

5. Relaciones Públicas

- 5.1. Concepto
- 5.2. Antecedentes de las relaciones públicas
- 5.3. Comunicación organizacional
- 5.4. Organización de eventos
- 5.5. Tácticas de información



DIPLOMADO EN DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE LA IMAGEN PERSONAL E INSTITUCIONAL Novena Generación

6. Cabildeo

- 6.1. Que es el cabildeo
- 6.2. Elementos del cabildeo
- 6.3. Funciones del cabildeo
- 6.4. El cabildeo en México
- 6.5. Reglas del cabildeo
- 6.6. Pasos para una campaña de cabildeo.

7. Imagen Ambiental

- 7.1. Percepción del Ambiente
- 7.2. Antropología del Espacio
- 7.3. Estrés Ambiental
- 7.4. Ambiente Visual
- 7.5. Ambiente Acústico
- 7.6. Ambiente Químico

Módulo VI. Imagen Política

Objetivo: El participante analizará la relación entre poder e imagen y conocerá la forma de utilizar la imagen personal para el logro de objetivos políticos.

Marco conceptual

1. Poder
2. Política

La Imagen Política

1. Los políticos
2. Percepción ciudadana

Mercadotecnia Política

1. Antecedentes en México
2. Objetivos
3. Elementos de la Mercadotecnia Política

Normatividad electoral

1. Instituto Federal Electoral
2. Código de Procedimientos Electorales
3. Procesos electorales





DIPLOMADO EN DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE LA IMAGEN PERSONAL E INSTITUCIONAL Novena Generación

Opinión Pública y Persuasión

1. Opinión Pública
2. Persuasión
3. Encuestas electorales
4. Propaganda
5. Sondeo de opinión
6. Liderazgo de Opinión
7. El Rumor
8. El Escándalo Político

Las campañas políticas

1. investigación del entorno
2. Instrumentos de investigación electoral
3. El Partido Político
4. El Candidato
 - 4.1. Selección del candidato
 - 4.2. Preparación del candidato
 - 4.3. El mensaje
 - 4.4. Debates y entrevistas.
5. La Estrategia de Campaña
6. El presupuesto
7. Organización
8. Promoción del Voto
9. Medios de Comunicación
10. Comunicando el Mensaje
11. Mercadotecnia Directa.
12. El día de la elección



DIPLOMADO EN DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE LA IMAGEN PERSONAL E INSTITUCIONAL Novena Generación

PONENTES

Los profesores de este diplomado son licenciados en diferentes carreras económicas-administrativas y egresados de la Maestría en Ingeniería de la Imagen Pública. Cuentan con experiencias docente y profesional en diferentes ramas.

Lic. Yael Pérez Dueñas

Licenciada en Imagología egresada del Colegio de Consultores de Imagen Pública, especializada en Imagen Ejecutiva, Coaching y Personal Branding.

Cuenta con certificación en Imagen Política por la Universidad Pontificia de Salamanca España. Ha trabajado como Consultora en Imagen Mediática en partidos políticos y desarrollado proyectos de Imagen empresarial y estrategia de venta en diferentes Instituciones como consultora externa.

Actualmente es la Directora Académica y de Proyectos en DEI (Diseño Estratégico de la Imagen), maestra en la facultad de Ciencias Políticas de la UNAM en el Diplomado “Diseño Estratégico de la Imagen Personal e Institucional”





DIPLOMADO EN DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE LA IMAGEN PERSONAL E INSTITUCIONAL Novena Generación

Mtra. Arianna Cortés Escobedo

Es licenciada en Imagología por el Colegio de Consultores en Imagen Pública. Cursó el Posgrado en Investigación de tendencias (Coolhunting) en la Universidad Ramon Llull de Barcelona, España. También cuenta con un Diplomado de Imagen verbal y no verbal, que impartió el Colegio de Consultores en Imagen Pública.

En su experiencia profesional destacan el desarrollo de asesorías de imagen física, personal shopping y construcción de marca personal, docencia en la Facultad de Contaduría y Administración (UNAM) en la materia “Protocolo, imagen y desarrollo profesional” y colaboración en la Certificación de Coaching en Imagen Personal en las materias de Tendencias e Imagen Física en DEI Consultores.





DIPLOMADO EN DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE LA IMAGEN PERSONAL E INSTITUCIONAL Novena Generación

Lic. Héctor Ortega Zapata

Es licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Facultad de Ciencias Políticas, UNAM. También cuenta con la Especialidad en Mercadotecnia. Facultad de Contaduría y Administración. UNAM.

Ha cursado los siguientes Diplomados:

- Diplomado Imagen Pública
- Diplomado en Mercadotecnia Política. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM
- Diplomado en Comunicación Política y Diseño de Campañas. Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.

Actualmente imparte clases en las áreas de Mercadotecnia y Comunicación en las siguientes universidades: UNAM (FCPyS), Panamericana, de Londres y Centro Universitario de Comunicación.





DIPLOMADO EN DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE LA IMAGEN PERSONAL E INSTITUCIONAL Novena Generación

Mtra. Rocío Nájera Hernández

Licenciada en Ciencias de la Comunicación por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey; maestría en Ingeniería en Imagen Pública.

Cuenta con 7 años de experiencia en el área de Comunicación Organizacional, desarrollando e implementando estrategias de comunicación; manejando medios corporativos como: revista interna, tableros de avisos, intranet, correo electrónico, dípticos y folletos informativos.

Responsable de exitosos eventos internos y externos como: eventos de integración, fiesta de fin de año y eventos con clientes. Líder de proyectos y de campañas de comunicación e imagen. Cursos de capacitación en imagen a todos los niveles de la organización.





DIPLOMADO EN DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE LA IMAGEN PERSONAL E INSTITUCIONAL Novena Generación

Mtro. Raúl Medina Rodríguez

Es Licenciado en Ciencias Políticas y Administración Pública por la UNAM, ENEP Acatlán. Maestría en Ingeniería de la Imagen Pública, Colegio de Consultores en Imagen Pública.

Actualmente se desempeña como Director General de Diseño estratégico de la imagen S.C.; director del área de quejas del ISSSTE y es coordinador académico del Diplomado en Administración de la Imagen Personal e Institucional.

