



Diplomado

## Diseño y Administración de la Imagen Personal e Institucional 10<sup>a</sup> generación



Duración: 120 horas

**Inicio: 16 de marzo de 2019**  
Horario: Sábados de 9 a 14 horas



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

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

**Inicio:** 16 de marzo de 2019

**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 Décima 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 Décima 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 Décima 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 Décima 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 Décima 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 Décima 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 Décima 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 Décima 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 Décima 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 Décima 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 Décima 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 Décima 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 Décima 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 Décima 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 Décima 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.

