



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Comunicación Asertiva y efectiva en Equipos de Trabajo
- **Código del Programa de Formación:** 12260001
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica):
- Fase del Proyecto (si aplica):
- Actividad de Proyecto Formativo (si aplica):
- Competencia: 260101053 definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa
- Resultados de Aprendizaje:
- Identifica las necesidades de la comunicación de acuerdo con los procedimientos técnicos y herramientas de la comunicación organizacional
- Verifica que la programación de actividades este acorde con técnicas y herramientas de la comunicación organizacional
- Propone acciones de mejora según el monitoreo realizado , la estrategia de comunicación metodología de evaluación
- Ejecutar los procedimientos de comunicación organizacional
- Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): 48 horas

2. PRESENTACIÓN

- Programa de formación complementaria, aborda las temáticas de Comunicación Asertiva y Efectiva de manera integral; por lo que pretende acercar al aprendiz a nuevas tendencias en comunicación, para que las apropie y las transfiera en los contextos sociales y productivos. Se tratarán conocimientos relacionados con el proceso comunicativo, concepto de comunicación organizacional, comunicación asertiva - efectiva y nuevas tecnologías. Es importante destacar que la comunicación asertiva y efectiva es una habilidad social fundamental que las personas deben



desarrollar para interactuar con pertinencia en los contextos social y empresarial, así mismo para establecer acuerdos que faciliten la dinámica y productividad en los Equipos de Trabajo.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- Descripción de la(s) Actividad(es) Centrada en la construcción de autonomía garantizar la calidad de la formación en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de GFPI-F-135 V04 técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en el utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias. Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el que hacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa.
- Ambiente Requerido: espacio amplio
- Materiales lana – pimpón-hojas de colores-lápices de colores-papel kraft Tomando como referencia la planeación pedagógica y las orientaciones para elaborar guías de aprendizaje citado en la guía de desarrollo curricular.

3.1 Actividades de reflexión inicial:

Actividad de Aprendizaje 1





La comunicación se realiza constantemente, por ello en esta actividad utilizaremos **YouTube** una plataforma virtual diseñada para la creación, el alojamiento y la visualización de videos en línea. En estos canales, los usuarios pueden compartir y consumir una amplia variedad de contenido, desde tutoriales y entretenimiento hasta documentales y transmisiones en vivo. Lo invitamos a visualizar el siguiente video https://www.youtube.com/watch?v=LNi_rp7k20A posterior a ello responder las siguientes preguntas:

¿Cual es su opinión sobre la actitud del padre en la mesa?

¿Se siente identificado con la postura de los jóvenes?

¿Considera que la actitud de la Mamá es la correcta?

¿Qué mensaje le deja el video?

Ambiente requerido: Ambiente de formación y plataforma tecnológica

Estrategias o técnicas didácticas activas: mesa redonda espacio de discusión sobre la respuesta a las preguntas anteriores

Materiales de formación: PC, conexión a internet, enlace de youtube, hojas blancas, procesador de textos

Material de apoyo: pásame la sal https://www.youtube.com/watch?v=LNi_rp7k20A

Duración de la actividad: 4 horas.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:

DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD

Actividad 2

me pongo en los zapatos del otro



Ahora es tiempo de comprender que el ser humano constantemente se encuentra comunicarnos, es necesario identificar que somos seres sociales y que desde nuestra individualidad comunicamos, por



tanto, le invito a que escriba su propia biografía en 2 páginas de acuerdo con las orientaciones de su instructor, actividad entregable y calificable, posteriormente consulte sobre las inteligencias múltiples de Gardner identificando la inteligencia múltiple que considera tiene más desarrollada y como puede fortalecer las restantes exposición sobre la inteligencia múltiple a través de un dibujo con el fin de socializarlo ante el grupo y de esta manera identificar si el mensaje corresponde a lo que se desea transmitir. <https://psicologiaymente.com/inteligencia/teoria-inteligencias-multiples-gardner>
<https://www.youtube.com/watch?v=DUJL1V0ki38>

Ambiente requerido: Ambiente de formación

Estrategias o técnicas didácticas activas: Exposición, trabajo colaborativo

Materiales de formación: marcadores, cartulina, papel

Material de apoyo: Inteligencias múltiples de Gardner

<https://psicologiaymente.com/inteligencia/teoria-inteligencias-multiples-gardner>.

<https://www.youtube.com/watch?v=DUJL1V0ki38>

Duración de la actividad: 8 horas.

3.3 Actividades de apropiación:

Actividad Numero 3

Descripción de la actividad

La actividad propuesta, involucra la representación creativa y corporal de los conceptos apropiados mediante la creación de estudios de casos y juego de roles que faciliten aplicar los tres filtros de Sócrates puede ser en cualquier ambiente en que se encuentre (familiar, social, corporativo, escolar, etc.)

Para realizar un estudio de caso, tener en cuenta:

1. Seleccionar el **caso**. El punto de partida es crucial y puede ser todo un reto.
2. Elaborar preguntas.
3. Seleccionar fuentes de información.
4. Recopilar datos.
5. Analizar e interpretar datos y obtener conclusiones.
6. Elaborar el informe o trabajo final.



JUEGO DE ROLES:

Consiste en hacer que los participantes simulen personajes definidos con antelación, y de esta forma, se ponen en el puesto de rol y pueden observar desde diferentes perspectivas los comportamientos de cada actor según el papel que ejerce.

Recuerde que son actividades donde pueden asumir el papel de otro, por ejemplo, ser un médico, un maestro, un veterinario, un presidente, un superhéroe, un animal, en fin, lo que ellos quieran ser.

Los tres filtros

Un discípulo llegó muy agitado a la casa de Sócrates y empezó a hablar de esta manera:

– “¡Maestro! Quiero contarte cómo un amigo tuyo estuvo hablando de ti con malevolencia...”

Sócrates lo interrumpió diciendo: –“¡Espera! ¿Ya hiciste pasar a través de los Tres Filtros lo que me vas a decir?

-“¿Los Tres Filtros...?”

-“Sí” – replicó Sócrates. El primer filtro es la VERDAD. –“¿Ya examinaste cuidadosamente si lo que me quieres decir es verdadero en todos sus puntos?”

-“No... lo oí decir a unos vecinos...”

-“Pero al menos lo habrás hecho pasar por el segundo Filtro, que es la BONDAD: ¿Lo que me quieres decir es por lo menos bueno?”

-“No, en realidad no... al contrario...”



-“¡Ah!” – interrumpió Sócrates.- “Entonces vamos a la último Filtro. ¿Es NECESARIO que me cuentes eso?”

– “Para ser sincero, no.... Necesario no es.”

– “Entonces -sonrió el sabio- Si no es verdadero, ni bueno, ni necesario... sepultémoslo en el olvido...”

REFLEXIÓN

Cuantas veces hablamos utilizando los tres filtros? Entiendo que no es fácil, pero considero que son necesarios para lograr comunicaciones efectivas, con contenido, en post del entendimiento.

Te invito a que utilices los tres filtros en todo lo que digas hoy (tanto lo que dices en el trabajo, como lo que dices fuera del él), recuerda que si no supera los tres filtros es mejor sepultarlo en el olvido.

Después de realizar la lectura, elaborar de manera autónoma una representación que permita identificar la aplicación de los tres filtros y la importancia del manejo de conceptos en la comunicación, posterior a ellos socializarlo ante el grupo.

Formar grupos de 3 personas con el fin de escoger la mejor representación, asegúrate que todos los participantes realicen la actividad inicial y seleccionar entre los 3 miembros la que consideren para su socialización.

Recuerda investigar otras fuentes que destaquen la importancia de la comunicación en los diferentes equipos de trabajo.

Ambiente requerido: Ambiente de formación

Estrategias o técnicas didácticas activas:

Estudio de casos y juego de roles

Aprendizaje colaborativo

Reflexión y autoevaluación.

Uso de tecnologías de la información y comunicación (TIC)

Materiales de formación:

Computador o dispositivos móviles

Conexión a internet

Hojas

Cartulina



Informe

Marcadores

Material de apoyo:

<https://asana.com/es/resources/team-communication>

<https://afforhealth.com/la-comunicacion-una-herramienta-basica-del-trabajo-en-equipo/>

<https://www.infova.es/la-comunicacion-la-base-del-trabajo-en-equipo/>

https://www.aiteco.com/comunicacion-en-el-equipo-de-trabajo/#google_vignette

Evidencias de aprendizaje:

Entrega del documento físico de manera individual y la exposición grupal.

Duración de la actividad: 10 horas.

3.4 Actividades de Transferencia del Conocimiento:

Descripción de la actividad

Actividad numero 4

Es fundamental destacar la importancia de nuestro lenguaje verbal y no verbal como los tipos de personalidades que influyen en el liderazgo, toma de decisiones y su influencia en los diferentes equipos de trabajo, para ello se brindara ventajas y oportunidades para potenciar sus actividades de aprendizaje y desarrollo profesional; importante la colaboración en equipos de trabajo que facilitan el proyecto común, la comunicación como eje fundamental en los procesos sociales.

Caricatura:

Basándose en lo que aprendieron, creen una caricatura (física o digital) que represente visualmente la importancia de la comunicación Asertiva y sus elementos, asegúrense de que sea clara y creativa, de 10 viñetas en la que identifiquen y presente un caso en el que el aprendiz pueda verse involucrado en el mal uso de la comunicación (5 viñetas) y en la comunicación asertiva (5 viñetas).

Presentación de la caricatura:

Prepare una exposición ante el grupo y el instructor, durante la presentación explique la importancia de la comunicación asertiva y efectiva en Equipos de Trabajo, socializa la caricatura, después de cada presentación, se realiza la discusión grupal, se comparte opiniones, se realizan preguntas se exploran diferentes perspectivas sobre los temas presentados.

Reflexión Personal

Escriba una breve reflexión personal sobre lo aprendido de la actividad



Actividad Numero 5

Elabora un folleto con las ventajas de la comunicación y la importancia de la asertividad en los equipos de trabajo, que contenga imágenes y actividades que permita la apropiación de los conceptos. Recuerden que es una herramienta informativa que se utiliza para presentar de manera organizada y visual los conceptos vistos, debe incluir imágenes, gráficos, textos, elementos visuales relevantes para comunicar, recuerde que el folleto es una herramienta efectiva para familiarizar en el ambiente los conceptos, proporciona una visión general del contenido de la formación, los recursos disponibles contribuyendo así a una comprensión más completa y precisa de la comunicación asertiva.

Actividad Numero 6: aprendiz deberá leer el artículo sobre el proceso de la comunicación; recuerde aprendiz que es la acción de intercambiar entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir información la cual deberá elaborara una carta a su jefe pidiendo un permiso pero a eso tener en cuenta el proceso de la comunicación en cinco pasos la cual fue explicado por el instructor y estos son que se encuentran a continuación:

Elaboración: de la idea

Codificación: es el proceso de asignar claves o códigos a la información para facilitar su almacenamiento

Transmisión del mensaje: transferencia de información al emisor y receptor utilizando un código y contexto específico.

Decodificación: según su contexto como desglosa o descifra en mensaje trasmitido por el receptor de forma original.

Recepción : es como e interpreta y decodifica un mensaje

Actividad numero 7: <https://www.zendesk.com.mx/blog/plan-comunicacion-organizacional/> en el siguiente link podrá realizar la lectura de no tener internet esta será suministrada por el instructor , para esta actividad aprendiz según explicación realizada por el instructor realizara un plan de comunicación con las pautas suministrada por el instructor para la comunicación organizacional pero antes deberá leer el artículo como gestionar la comunicación en la empresa el plan de comunicación organizacional Por Douglas da Silva, Web Content & SEO Associate, LATAM .



en la cual contenga una problemática de comunicación un plan una visión objetivos estos elementos debe estar sustentado en una cuartilla de hoja para mejorar la comunicación . esto es producto entregable.

Ambiente requerido: Ambiente de formación

Estrategias o técnicas didácticas activas:

Aprendizaje basado en tareas

Trabajo colaborativo

Aprendizaje Auto dirigido

Materiales de formación:

Computador o dispositivos móviles

Conexión a internet

Hojas

Cartulina

Informe

Marcadores

Guía

Material de apoyo:

https://www.youtube.com/watch?v=42lbE_N4-bo

https://www.youtube.com/watch?v=b_7dnw-n-rc

Evidencias de aprendizaje:

Caricatura

Folleto

Instrumentos de evaluación:

Lista de verificación de cumplimiento de tareas

Rubrica de evaluación para cada punto de la actividad

Observación y retroalimentación del instructor

Autoevaluación por parte de los Aprendices

Duración de la actividad:18 horas.



4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
N/A	N/A	<p>Actividad de reflexión inicial</p> <p>Actividad de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje</p> <p>Actividad de Apropiación</p> <p>Actividad de transferencia de conocimiento</p>	<p>Estimular las habilidades comunicativas del recurso humano y como se desarrollan estrategias de trabajo en equipo</p> <p>Crear ó habilitar canales efectivos de comunicación establecer puentes efectivos de comunicación asertiva a través de los procesos que Interactúan con el equipo de TRABAJO.</p> <p>Utilizar técnicas de comunicación asertiva que permitan incentivar la participación activa</p> <p>Aportar fluidez a los procesos a través de una correcta interacción comunicacional.</p>	<p>Aplica el concepto de Comunicación asertiva.</p> <p>Identifica las dificultades comunicativas en , el trabajo en equipo.</p> <p>Plantea programas de entrenamiento y capacitación de comunicación asertiva y efectiva de acuerdo de acuerdo con las dificultades comunicativas identificadas, el trabajo en equipo.</p> <p>incrementa el compromiso y la necesidad de mejora continúa del clima organizacional, teniendo en</p>	<p>Lista de chequeo, observación Directa</p> <p>Exposiciones</p> <p>Interpretación de los juegos de roles</p>



			<p>aumentar la necesidad de adoptar una comunicación asertiva y efectiva en el contexto organizacional.</p>	<p>cuenta los principios, valores, comunicación asertiva y trabajo en equipo. demuestra disposición para el trabajo colaborativo en equipo, de acuerdo con lineamientos de la empresa. da muestras de creatividad al momento de solucionar situaciones problemáticas originadas por problemas comunicativos, según actividad planteada expresa con claridad sus opiniones y propuestas para mejorar los canales de comunicación al interior de su equipo de trabajo, según debate propuesto acoge hábitos que pueden hacer más fácil comunicarse claramente, según herramientas</p>	
--	--	--	---	---	--



				propuestas para la mejora de la comunicación asertiva y el trabajo en equipo.	
--	--	--	--	---	--

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

ASERTIVIDAD

Alberti y Emmons (1970) definen la conducta asertiva como la que “permite a la persona actuar con su mejor interés, levantarse por sí mismo sin sentimientos de ansiedad indebidos, expresar sentimientos honestos de comodidad y ejercer sus derechos sin negar los de otros” (pág. 269).

Striegel-Moore R y Slaikeu K, (1993) Glosario de técnicas de terapia en crisis. Incluido en Slaikeu K, Intervención en crisis. México: El Manual Moderno.

Habitualmente se entiende por asertividad la disposición a emprender y a hacer algo que sea beneficioso para la persona o los demás, o bien a participar activa y entusiastamente de cualquier tarea. Implica entre otras cosas asumir una actitud "positiva", de "querer hacer algo" con ganas, buen ánimo y disposición. Algunos tests miden, entre otras cosas, la asertividad, y dan su propia definición operacional sobre este constructo. Por ejemplo, el NEO PI-R (un Inventario de Personalidad), describe la personalidad asertiva como un sujeto dominante, animoso y socialmente destacado que habla sin titubeos y a menudo se convierte en líder (en oposición a quien prefiere permanecer en la sombra y dejar hablar a los demás).

Cazau P (2002), Vocabulario de Psicología. Redpsicología.

Actitudes: Las actitudes son juicios evaluativos, favorables o desfavorables, sobre objetos, personas o acontecimientos, y son importantes porque influyen directamente en cómo el individuo se desarrolla en el trabajo. Las actitudes tienen varios componentes: Cognitivo, afectivo o emocional y conductual. *

Activo: Recurso controlado por la empresa como consecuencia de sucesos pasados, del cual se espera obtener en el futuro beneficios económicos, entendiendo que una empresa controla un activo si tiene el poder para obtener los beneficios económicos futuros que fluyan del recurso, y puede restringir el acceso de otros a esos beneficios. *

Activo Intangible: Activos que carecen de sustancia física (no incluyen a los activos financieros).



Afiche (poster): Aviso que comunica algún evento futuro o situación actual y que generalmente ostenta una considerable dimensión para que sea apreciado por el público al cual va dirigido y una deliberada intención artística que busca atraer más de lo ordinario. El afiche publicitario y de propaganda son mensajeros de la comunicación visual urbana. (DM)

Aptitudes: La capacidad de aprovechar toda enseñanza, capacitación o experiencia para desempeñarse adecuadamente. *

Artículo de opinión: Texto periodístico que manifiesta el sentir o el pensar de una determinada persona acerca de un asunto que despierta el interés de la opinión pública. Los artículos suelen tener una extensión de entre 500 y 800 palabras. El concepto de artículo de opinión asegura un estilo particular, caracterizado por la subjetividad. También suelen utilizarse procedimientos propios de la lengua literaria como las personificaciones, el humor o la ironía. Pero siempre se encuentra un componente connotativo importante.

Banner: Imagen o animación situado en una página Web que contiene, en la mayoría de los casos, publicidad. Se crean a partir de imágenes llamativas en formato JPEG, GIF o FLASH, cuando se clickea sobre ellos se redirige a otro sitio Web de un anunciante, lo que se conoce como “click through”. El formato clásico de banner es horizontal, aunque existen otros en función del diseño del sitio Web que los acoge:

- **Roba páginas (Rectangles)** cuando su formato es cuadrado.
- **Rascacielos (Skyscrapers)** cuando son rectángulos verticales.
- **Botón (Buttons)** de tamaño pequeño.
- **Layer**, cuando la publicidad está por encima de los contenidos de la Web, tapándolos como si fuera una capa nueva.
- **Interstitial o pop up** que aparece momentáneamente como otra pantalla. (H)

Banner (estandarte): Es una gráfica impresa sobre un material flexible como lona o tela que se enrolla alrededor de un tubo para recogerse y guardarse.

Boceto (dummy): Primer esbozo de una idea publicitaria realizado a mano alzada, en computadora o inclusive ya impreso, se conoce como la muestra de la herramienta publicitaria para ser aprobada por el cliente antes de imprimirse o publicarse.

Capacidades: Son las habilidades de un equipo humano que permiten a la empresa tener una ventaja competitiva sobre su competencia.

CMS (Content Management System o Sistema Gestor de Contenidos): Herramienta que permite a un editor crear, clasificar y publicar cualquier tipo de información en una página Web. Generalmente los CMS trabajan contra una base de datos, de modo que el editor simplemente actualiza una base de datos, incluyendo nueva información o editando la existente.

Comunicación: Un proceso en el cual se empaqueta la información y es canalizada e impartida por un emisor a un receptor a través de algún medio. Todas las formas de comunicación requieren de un emisor, un mensaje y un receptor esperado. Sin embargo, no es necesario que el receptor esté presente o consciente del objetivo del emisor de transmitir al momento del mensaje a fin de que ocurra un acto de comunicación.



Comunicación Integral: Es la comunicación considerada desde el ángulo tanto de la comunicación externa (dirigida a clientes, proveedores, instituciones, etc.) como de la interna (trabajadores, accionistas). Con este enfoque integrador pueden armonizarse las diferentes expresiones comunicacionales de la empresa, consiguiendo una suma de mensajes que forman un mensaje único y efectivo. El resultado es una imagen sólida, coherente con la identidad de la empresa.

Documental: Vídeo que tiene como objetivo el representar la realidad a partir del punto de vista del autor. Presenta, con carácter informativo o didáctico, hechos, escenas, experimentos, etc. tomados de la realidad. Existe una gran gama de documentales sobre un mismo tema pero cada uno de ellos es tratado de manera personal por su director, destacando diferentes puntos de vista y partiendo de una hipótesis. No intervienen actores profesionales y su duración y temas a tratar dependen mucho del medio al que van dirigidos.

Focus group (grupo focal): Reunión de un grupo de personas, entre 6 y 10, con un moderador encargado de hacer preguntas y dirigir la discusión. Su labor es la de encauzar la discusión para que no se aleje del tema de estudio. Con el grupo de discusión se indaga en las actitudes y reacciones de un grupo social específico frente a un asunto social, político o comercial como un producto, servicio, concepto, publicidad, idea, etc. Las preguntas son respondidas por la interacción del grupo en una dinámica en que los participantes se sienten cómodos y libres de hablar y comentar sus opiniones. (W)

Folleto (brochure): Impreso de una o pocas hojas impresas por ambos lados que pueden estar o no grapadas o engomadas y sirve como instrumento divulgativo o publicitario. Puede distribuirse en el propio punto de venta, mediante envío por correo o dentro de otra publicación.

Esterotipos: Una forma común de representación mediática que utiliza características que se pueden reconocer instantáneamente para etiquetar a miembros de un grupo social o cultural. Puede tener tanto connotaciones negativas como positivas.

Habilidades: Destrezas que determinarían la eficacia y la eficiencia con las que, además del cumplimiento básico que proporcionan las aptitudes, sería deseable que se realizara una determinada función o tarea del puesto de trabajo. Generalmente, se puede ser hábil en lo que se es apto. (*)

Responsabilidad Social de Empresa (RSE): Valores y principios que una empresa asume y transmite a través de sus sistemas de producción y comunicación, integrando a un amplio abanico de agentes de interés, tanto externos como internos, en su proceso de toma de decisiones.

Sitio Web: Conjunto de páginas Web relacionadas entre sí, a las cuales se ingresa desde un mismo dominio o mantienen constante la raíz de la dirección URL. La página principal de un sitio Web suele llamarse index o home.

as de alto tránsito y existen las que se encuentran soportadas por un solo pie (monoposte), las de tres caras que mediante un sistema automático hace que giren y se cambie el mensaje, las iluminadas internamente, lo que permite una mayor visualización nocturna y una fácil lectura en lugares oscuros, y las bajas que usualmente se ubican en estadios deportivos, alrededor de la cancha, pueden ser estáticas o con transición entre ellas para ser más atractivas a la vista.



Volante (flyer): Papel impreso, generalmente del tamaño de media hoja carta, que se distribuye directamente de mano en mano a las personas en las calles y en el cual se anuncia, pide, cuestiona o hace constar algo. Su mensaje es breve y conciso, por lo cual se diferencia del folleto.

7. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Duarte J., (2005). Comunicación y convivencia escolar en la ciudad de Medellín, Colombia. Revista Iberoamericana de Educación, Número 037. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, Paciencia y la Cultura (OEI). Madrid, España, pp. 135-154. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/800/80003709>. Pdf

• Flores, M. & Díaz-Livinng, R. (2004). Escala Multidimensional de Asertividad. México: Manual Moderno. •
Fragoso F. D., (1999). La comunicación en el salón de clases. Revista Razón y Palabra. Comunicación Educativa Número 13. Disponible en <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antecedentes/n13/comsal13.html>.

• Hernández G. L. (2007). Selección de lecturas de comunicación educativa. Disponible en <http://www.monografias.com/trabajos46/comunicacion-educativa/>

Da Dalt de Mangione, Elizabeth Carmen, Difabio de Anglat,Hilda, Asertividad, su relación con los estilos educativos familiares. Interdisciplinaria [En Linea] 2002, 19: Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.os?id=18019201> ISSN 0325-8203.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Elena Mancilla	Instructores	Centro de comercio y servicio	21 al 30 de abril 2025

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)



	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					