

# OBJETIVOS DEL EXAMEN



## COMUNICACIÓN PROFESIONAL

La certificación de Comunicación Profesional está diseñada para usarse principalmente en entornos académicos, incluidos la secundaria y la postsecundaria, pero también podría usarse para candidatos que necesitan mejorar sus habilidades para ingresar a la fuerza laboral. Estos candidatos pueden estar en instituciones y programas gubernamentales o de desarrollo, o pueden ser personas que buscan ser más empleables por su cuenta.

Una persona que obtiene esta certificación tiene aproximadamente 150 horas de instrucción y experiencia práctica. Las personas que han obtenido la certificación de Comunicación Profesional tienen experiencia demostrada de las siguientes habilidades.

### 1. DESCRIBA LOS PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA COMUNICACIÓN

#### 1.1 Identificar las habilidades profesionales de comunicación

Puede incluir la diferenciación entre comportamientos profesionales y no profesionales; reconocer una dirección de correo electrónico profesional; cultivar una presencia adecuada en las redes sociales, incluida información de perfil, publicaciones, fotos y videos; describir las habilidades profesionales de gestión del tiempo, incluida la puntualidad, la asistencia y la notificación.

#### 1.2 Identificar habilidades verbales, no verbales y auditivas efectivas

Puede incluir estándares básicos de presentación, como mirar de frente a la audiencia o al orador y hacer contacto visual; comunicar un mensaje o retroalimentación a través de métodos no verbales; moderar la entonación, el ritmo, el tono, el volumen y la enunciación; mantener su atención en el mensaje; aplazamiento del juicio.

### 2. PLAN DE COMUNICACIÓN EFECTIVA

#### 2.1 Analizar el efecto de la audiencia en un mensaje

Puede incluir la identificación de los datos de la audiencia necesarios para elaborar un mensaje eficaz; analizando la demografía de la audiencia, como la edad, la educación, el género, el estado civil, la raza, la religión y otros factores estadísticos por los cuales se mide la población.

#### 2.2 Analizar el efecto del entorno en un mensaje

Puede incluir en persona frente a remoto, tamaño de la audiencia, tamaño de la sala, equipo disponible.

#### 2.3 Dado un escenario de comunicación, identificar el propósito específico

Puede incluir identificar el mensaje principal que necesita entregar; distinguir entre mensajes informativos, persuasivos y motivacionales, diferenciando entre persuasión ética, emocional y lógica.

#### 2.4 Dado un escenario de comunicación, abordar cuestiones éticas y legales

Puede incluir la definición e identificación de problemas relacionados con la accesibilidad, la atribución, la comunicación libre de prejuicios, la confidencialidad, los derechos de autor, las marcas registradas y el plagio; responder a solicitudes de datos, identificar terminología de comunicación sesgada, garantizar que las presentaciones y los documentos cumplan con los estándares de accesibilidad, eliminar información personal de presentaciones y documentos.

#### 2.5 Ante un escenario empresarial, seleccionar el medio de comunicación más adecuado

Puede incluir mensajes verbales como discusiones cara a cara, llamadas telefónicas y mensajes de voz; mensajes escritos como correos electrónicos, mensajes de texto, cartas comerciales, solicitudes de empleo, currículos y agendas y actas de reuniones; mensajes visuales como presentaciones de PowerPoint y videos; mensajes de redes sociales relacionados con el negocio utilizando servicios como Facebook, Instagram, LinkedIn y Twitter.

#### 2.6 Resuma y resume efectivamente su mensaje

Puede incluir la creación de un esquema completo y conciso; esbozar mensajes; resumiendo su mensaje planeado.

### 3. APLICAR LAS MEJORES PRÁCTICAS PARA CREAR ENTREGABLES DE NEGOCIO

#### 3.1 Reunir entregables de comunicación comercial precisos

Puede incluir la creación de comunicaciones comerciales, como cartas comerciales, agendas de reuniones, actas de reuniones y currículos a partir de componentes; analizar la efectividad de diferentes formas de comunicación comercial; utilizando herramientas de ortografía y gramática.

#### 3.2 Aplicar estándares de diseño visual a las comunicaciones comerciales

Puede incluir la identificación de los principios de diseño de las comunicaciones comerciales, como el equilibrio, la proximidad, la alineación, la repetición, el contraste, el espacio, la regla de los tercios, la elección de fuentes, la elección de colores y los espacios en blanco; distinguir entre diseños visuales efectivos e ineficaces para formas comunes de comunicaciones comerciales, como diapositivas de presentación, mensajes de correo electrónico y documentos.

#### 3.3 Identificar usos efectivos de la visualización de datos para presentar información compleja

Puede incluir tipos de visualización de datos como gráficos, tablas, diagramas e infografías; representación visual precisa de los datos; interpretar el mensaje de un gráfico de visualización de datos.

### 4. ENTREGA TU MENSAJE

#### 4.1 Describir las variables involucradas en la entrega de un mensaje efectivo

Puede incluir presentación personal como vestimenta e higiene; variables ambientales como ubicación, espacio físico, tecnología y formalidad; y cuestiones como las variaciones regionales del idioma, el lenguaje impreciso, la jerga, el contexto y las percepciones.

#### 4.2 Identificar métodos para adaptar un mensaje en función de los comentarios de la audiencia

Puede incluir comentarios directos; retroalimentación indirecta como el lenguaje corporal.

### 5. RECIBIR COMUNICACIONES

#### 5.1 Dada una comunicación empresarial, reafirmar los puntos clave del mensaje

Puede incluir la identificación del objetivo principal de una comunicación específica; resumir mensajes verbales o escritos.

#### 5.2 Dado un mensaje, identificar respuestas apropiadas o preguntas aclaratorias

Puede incluir responder y aclarar mensajes.

### 6. ANALIZAR ESCENARIOS DE COMUNICACIÓN

#### 6.1 Analizar factores importantes para obtener empleo

Puede incluir la identificación de errores comunes cometidos por entrevistadores y solicitantes, distinguiendo entre documentos de solicitud de empleo apropiados e inapropiados.

#### 6.2 Analizar expresiones y respuestas a la retroalimentación

Puede incluir dar críticas constructivas, recibir críticas constructivas y destructivas, buscar retroalimentación, establecer y aclarar expectativas y modelar el comportamiento correcto como método de retroalimentación.

#### 6.3 Analizar la etiqueta de comunicación dentro de una jerarquía empresarial

Puede incluir comunicaciones con supervisores, compañeros y subordinados; colaborando con un grupo.

#### 6.4 Ante una solicitud de servicio al cliente, identificar el problema, la solución y la acción apropiada

Puede incluir identificar y reafirmar el problema, identificar la solución deseada por el cliente y las soluciones disponibles, e interactuar con los miembros del equipo y los clientes.