

Objetivos de examen



HABILIDADES DE COMUNICACIÓN PARA NEGOCIOS

La certificación en **Habilidades de Comunicación para Negocios (CSB por las siglas en inglés de *Communication Skills for Business*)** está destinada para su uso principalmente en entornos académicos, incluidos secundaria y bachillerato, pero también puede utilizarse para candidatos que necesiten mejorar sus habilidades para ingresar a la fuerza laboral. Estos candidatos pueden estar en instituciones y programas de gobierno o de desarrollo, o pueden ser individuos que buscan emprender por su cuenta.

1. DESCRIBIR PRINCIPIOS BÁSICOS DE COMUNICACIÓN

1.1. Identificar habilidades de comunicación profesional

Puede incluir diferenciar 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 notificaciones.

1.2. Identificar habilidades verbales, no verbales y auditivas efectivas

Puede incluir estándares básicos de entrega, como enfrentar a la audiencia o al orador y hacer contacto visual; comunicar un mensaje o retroalimentación por medio de métodos no verbales; entonación moderada, ritmo, tono, volumen y enunciación; mantener la atención en el mensaje; diferir un juicio.

2. PLANEAR UNA COMUNICACIÓN EFECTIVA

2.1. Analizar el efecto de la audiencia en un mensaje

Puede incluir la identificación de los datos de la audiencia para elaborar un mensaje efectivo; analizar los datos demográficos de la audiencia, como la edad, la educación, el género, el estado civil, la raza, la religión y otros factores estadísticos por los que se mide la población.

2.2. Analizar el efecto del entorno en un mensaje

Puede incluir en persona vs. remoto, tamaño de audiencia, tamaño de sala, equipo disponible.

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

Puede incluir la identificación del mensaje principal que debe entregar; distinguir entre mensajes informativos, persuasivos y motivadores, diferenciar 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 imparcial, la confidencialidad, los derechos de autor, la marca registrada y el plagio; responder a solicitudes de datos, identificar terminología de comunicación sesgada, asegurar que las presentaciones y documentos cumplan con los estándares de accesibilidad, eliminar información personal de las presentaciones y documentos.

2.5. Dado un escenario empresarial, seleccionar el medio de comunicación más apropiado

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, currículums y agendas y actas de reuniones; mensajes visuales como presentaciones de PowerPoint y videos; mensajes de redes sociales relacionados con negocios que utilizan servicios como Facebook, Instagram, LinkedIn y Twitter.

2.6. Describir y resumir eficazmente un mensaje

Puede incluir la creación de un esquema completo y conciso; esbozar mensajes; resumir un mensaje planificado.

3. APLICAR LAS MEJORES PRÁCTICAS PARA CREAR PRODUCTOS EMPRESARIALES

3.1. Reunir entregas precisas de comunicación empresarial

Puede incluir la creación de comunicaciones empresariales como cartas de negocios, agendas de reuniones, actas de reuniones y componentes de un currículum; analizar la efectividad de diferentes formas de comunicaciones empresariales; utilizar herramientas de ortografía y gramática.

3.2. Aplicar estándares de diseño visual a las comunicaciones empresariales

Puede incluir la identificación de principios de diseño de comunicación empresarial, como el equilibrio, la proximidad, la alineación, la repetición, el contraste, el espaciado, la regla de los tercios, la elección de fuente, la elección de color y el espacio en blanco; distinguir entre diseños visuales efectivos e ineficaces para formas comunes de comunicaciones empresariales como diapositivas de presentación, mensajes de correo electrónico y documentos.

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

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

4. ENTREGAR SU 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 tales como variaciones regionales del idioma, lenguaje impreciso, jerga, contexto y percepciones.

4.2. Identificar métodos para adaptar un mensaje en basados en los comentarios de la audiencia

Puede incluir retroalimentación directa; retroalimentación indirecta como el lenguaje corporal.

5. RECIBIR COMUNICACIONES

5.1. Dada una comunicación de negocios, repetir 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, distinguir entre documentos de solicitud de empleo apropiados e inapropiados

6.2. Analizar expresiones y respuestas a la retroalimentación

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

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

Puede incluir comunicaciones con supervisores, pares y subordinados; colaborar con un grupo.

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

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