

PROGRAMA: ACTIVIDADES INTEGRADORAS.

SÍLABO: ACTIVIDADES INTEGRADORAS I EXPRESIÓN ESCÉNICA.

I. DATOS GENERALES

1.1 **Modalidad de Estudio:** PRESENCIAL.

1.2 **Malla:** D

1.3 **Ciclo de estudios:** III.

ESTILO DE REDACCIÓN DE LA BIBLIOGRAFÍA: APA.

BIBLIOGRAFÍA

TIPO DE MATERIAL: LIBROS.

Akoun, A., Boukobza, P., & Pailleau, I. (2019). *Sketchnoting: pensamiento visual para ordenar ideas y fomentar la creatividad* (A. Marcos, Trad.). Gustavo Gili.

<https://www.digitaliapublishing.com/a/65915/sketchnoting> (Obra original publicada en 2017)

Arruda, W. (2019). *Digital you: real personal branding in the virtual age*. Association for Talent Development Press.

<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=83e82785-f7ee-3118-9066-031b4b9c9089>

Enríquez Rosas, R., & López Sánchez, O. (Coords.). (2019). *Las emociones en los procesos pedagógicos y artísticos*. ITESO. <https://www.digitaliapublishing.com/a/68864>

Goldvarg, A. E. (2017). *Oratoria consciente: cómo lograr presentaciones orales que ilustren, inspiren y sorprendan*. Granica.

<https://www.alphaeditorialcloud.com/reader/9789506419318>

Goleman, D. (2010). *Inteligencia emocional* (D. González Raga & F. Mora, Trad.; 2a ed.). Editorial Kairós. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=678707> (Obra original publicada en 1995)

Goleman, D., McKee, A., David, S., & Gallo, A. (2023). *Inteligencia emocional* (B. Merino Gómez, Trad.). Reverté Management; Harvard Business Review Press.

<https://www.digitaliapublishing.com/a/129393> (Obra original publicada en 2017)

Habermas, T. (2019). *Emotion and Narrative: Perspectives in Autobiographical Storytelling*. Cambridge University Press.

<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=2cd0ab3b-34cc-3e95-96f0-e28e80d1c048>

Laborda Gil, X. (2019). *Claves de la comunicación oral: prácticas para el orador afable*. Editorial UOC. <https://www.digitaliapublishing.com/a/61785>

Lamarre, G. (2020). *Storytelling como estrategia de comunicación: Herramientas narrativas para comunicadores, creativos y emprendedores* (U. Velasco, Trad.). Gustavo Gili.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=31284769> (Obra original publicada en 2018)

Montesinos Ayala, D. (2017). *La expresión corporal: su enseñanza por el método natural evolutivo*. Inde. <https://www.digitaliapublishing.com/a/103578>

Muñoz Campano, N. (2018). *Marketing al desnudo*. Mestas Ediciones.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/reader.action?docID=5440954&ppg=1>

Obarrio, J. A., & Masferrer, A. (Eds.). (2013). *Expresión oral y proceso de aprendizaje: la importancia de la oratoria en el ámbito universitario*. Dykinson.

<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=555dff3c-cdcc-368f-8e54-03643fccbbbbb>

Prieto Herrera, J. E. (2023). *Marketing personal: promociona, posiciona y vende tu marca*.

Ra-ma Editorial. <https://www.digitaliapublishing.com/a/133348>

Ramos Díaz, N., Enríquez Anchondo, H., & Recondo Pérez, O. (2012). *Inteligencia emocional plena: Mindfulness y la gestión eficaz de las emociones*. Kairós.

<https://www.digitaliapublishing.com/a/85015>

Sadowsky, J., & Roche, L. (2013). *Siete reglas del storytelling: Inspire a su equipo con liderazgo auténtico*. Granica.

<https://www.alphaeditorialcloud.com/reader/siete-reglas-del-storytelling-las-1>

Verderber, R., Verderber, K., & Sellnow, D. (2016). *Comunicación oral efectiva en la era digital* (16a ed.). Cengage Learning. <http://www.ebooks7-24.com/?il=1985>

TIPO DE MATERIAL: ARTÍCULOS.

Antonorsi Blanco, M. (2018). Pensamiento visual para gerentes: técnicas para ver, pensar, crear y comunicar mejor. *Debates IESA*, 23(4), 27–30.

<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=9f5659ce-6400-3c30-8ace-51ae321d9207>

Bresó, E., Rubio y Gabriela, M., & Andriani, J. (2013). La inteligencia emocional y la atención plena (mindfulness) como estrategia para la gestión de emociones negativas. *Psicogente*, 16(30), 439-450.

<https://link.gale.com/apps/doc/A430496252/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=c37959ce>

Carnero-Sierra, S., & Amézaga, A. M. P. (2019). La expresión corporal como forma de comunicación esencial. *Holos*, 35(5), 1-13.

<https://www.proquest.com/scholarly-journals/la-expresión-corporal-como-forma-de-comunicación/docview/2342505989/se-2?accountid=37408>

Gabison, Y. (2017). Le storytelling: une fabrique à leaders? *Synergies Italie*, (13), 135-144.

<https://www.proquest.com/scholarly-journals/le-storytelling-une-fabrique-à-leaders/docview/2062628822/se-2?accountid=37408>

Garbbez, R. (2021). El consultor de imagen TOP. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (97), 45-54.

<https://www.webofscience.com/wos/scielo/full-record/SCIELO:S1853-35232021000800045>

Melchor Rueda, F. P., Márquez Sánchez, E. del C., & Estrada Portales, V. D. (2021). Personal branding y personal marketing: procesos complementarios centrados en la marca personal. *The Anáhuac Journal*, 21(2), 104–129.

<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=8aa9dd9c-128b-323b-9f19-fbc55f58543b>

Pavesi, P. (2018). Descartes y el diablo. La oratoria del mal. *Ideas y Valores*, 67(168), 243-265.

<https://www.proquest.com/docview/2159707088?OpenUrlRefId=info:xri/sid:primo&accountid=37408>

TIPO DE MATERIAL: EDITORIAL.

Herrera Torres, L., & Buitrago Bonilla, R. E. (2019). Emociones en la educación en Colombia, algunas reflexiones [Editorial]. *Praxis & Saber*, 10(24), 9-22.

<https://www.proquest.com/scholarly-journals/emociones-en-la-educación-colombia-algunas/docview/2309932382/se-2?accountid=37408>