

MÁSTER DE FORMACIÓN PERMANENTE EN COMUNICACIÓN NO VERBAL Y HABILIDADES DIRECTIVAS

14^a edición

Abril 2026
Abril 2027



100% online

Contenido

01



- El Máster 03
- Programa y Metodología 08
- Claustro 47
- Admisión, Tasas y Descuentos 91
- Contacto 96

NUESTRA MISIÓN PRINCIPAL

**Formar en POWER SKILLS
a los profesionales del
siglo XXI**



Comunicación
No Verbal



Oratoria



Motivación



Gestión
de equipos



Liderazgo



Marca
Personal



Psicología y
Personalidad



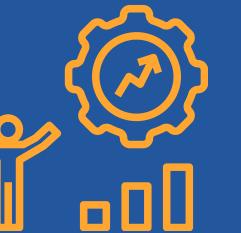
Inteligencia
Emocional



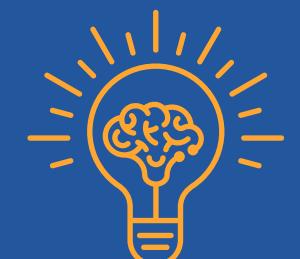
Negociación



Influencia y
persuasión



Eficiencia
personal



Creatividad

¿Por qué nuestro Máster?

Los profesionales del segundo cuarto del siglo XXI se van a enfrentar al gran reto de ser mejores que las diferentes inteligencias artificiales que se están desarrollando a un ritmo vertiginoso, si no quieren ver su puesto de trabajo sustituido por un software.

En este contexto, se revela fundamental disponer de las POWER SKILLS que nunca, jamás, podrá tener una inteligencia artificial: habilidades de comunicación, tanto verbal como no verbal, creatividad, capacidad para trabajar en equipo y gestionar equipos, liderazgo, habilidades de negociación, oratoria, empatía, liderazgo, pensamiento analítico...

Nuestro máster ayuda a nuestros estudiantes, tengan la profesión que tengan, a mejorar su empleabilidad, su adaptación a los diferentes entornos laborales y, por supuesto, a mejorar sus relaciones personales, sociales y profesionales, mejorando así su calidad de vida.



Peritos Judiciales

Nuestro alumnado, se dedique a lo que se dedique, va a mejorar sus habilidades emocionales, de comunicación, de análisis, de liderazgo, de negociación, marca personal, motivación, creatividad, gestión de equipos, eficiencia personal...

Pero además, de forma más específica, las personas que finalizan el Máster adquieren las competencias necesarias para formar parte de ASENOVE, la Asociación Española de Comunicación No Verbal, en calidad de SOCIO EXPERTO. Para poder ser SOCIO EXPERTO de ASENOVE, es necesario demostrar un nivel muy alto de conocimientos científicos, teóricos y prácticos en comunicación no verbal, que muy pocas formaciones otorgan. Pertenecer a esta asociación como SOCIO EXPERTO es, pues, una garantía de excelencia profesional y habilita para entrar en las bolsas de peritaje en análisis de credibilidad y comunicación no verbal, entre otras ventajas. Por tanto, la obtención de nuestro título de Máster habilita para convertirse en Perito Judicial en Análisis de Credibilidad y de Comunicación No Verbal.



Objetivos del Máster

Este Máster de Comunicación No Verbal y Habilidades Directivas es el único con contenido riguroso **basado en la investigación científica** sobre Comunicación No Verbal de **APLICACIÓN PRÁCTICA INMEDIATA EN EL ÁMBITO PROFESIONAL**.

Así mismo, hemos reforzado mucho el contenido relacionado con las habilidades directivas con nuevos temas y docentes.

Se pretende dotar al alumnado de una base muy sólida y muy práctica a la vez, con el fin de permitirles mejorar sus habilidades de análisis y gestión de la conducta humana. Esta mejora repercutirá en sus habilidades interpersonales e intrapersonales, especialmente en aquellas relacionadas con la dirección de equipos y departamentos, gestión de conflictos, negociación y mediación, gestión comercial y recursos humanos.

Perfil de alumnado

- Directivos y mandos intermedios
- Directores y gestores comerciales
- Responsables de compras
- Project Managers
- Directores, jefes y responsables de equipo
- Jefes y directores de área o departamento
- Responsables de Recursos Humanos y selección de personal
- Encargados y responsables de atención al público Profesionales y público en general que deseen mejorar sus habilidades de comunicación

¿Qué distingue a nuestro Máster?

Hay otros másters en Comunicación No Verbal. Pero el nuestro tiene las siguientes características que lo diferencian de cualquier otro:

Nuestro **excepcional claustro de docentes**: combinamos docentes universitarios y profesionales en ejercicio.

Además, contamos con **tres de los investigadores más importantes a nivel mundial en Comunicación No Verbal**: los doctores David Matsumoto, Miles Patterson y Aldert Vrij.



Rigor científico: la Comunicación No Verbal es ciencia. Por ello, en nuestro Máster huimos de las falsas creencias y bulos y **nos apoyamos solamente en la investigación científica**.

El aprendizaje e integración de numerosas **POWER SKILLS** integra la segunda parte del máster.



Aplicación práctica inmediata: además de tener mucho fondo teórico, nuestro Máster está pensado para su aplicación en situaciones específicas de la vida profesional y personal, como una negociación, procesos de ventas o compras, gestión de equipos, resolución de conflictos...



Tutorización y seguimiento personalizado de alumnos por parte de la experta, formadora y divulgadora más relevante de España: **la doctora Sonia El Hakim**. La tutoría de alumnos **NO se delega**, la realiza toda **la doctora Sonia El Hakim**. De ahí que sólo admitamos **12 alumnos máximo por cada edición**.



Todo el material evaluable está en vídeo, a disposición del alumnado a cualquier hora del día, para que puedan **adaptarse a su propio horario**.

Además, realizamos periódicamente **tutorías voluntarias** en directo a través de videoconferencia para resolver dudas o hacer ejercicios extra.



Programa y metodología



100% online



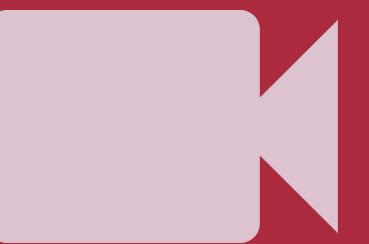
Tutorías en directo
individuales y grupales



Numeroso
contenido extra



Evaluación
continua



Toda la materia
evaluable en
vídeo clases



Disponible
7 días/semana
24 horas/día

Programa y Metodología



- **Comienzo: 20 de abril de 2026**
- **Finalización: 30 de abril de 2027**
- **1500 horas (60 créditos ECTS)**
- **100% online.**
- **12 módulos + Trabajo Final de Máster.**
- Cada módulo se divide en varios temas. Cada lunes, a las 10:00 AM (CET), se abrirán los diferentes temas, según el calendario del curso, y el alumnado dispondrá de una semana (hasta las 9:00 del lunes siguiente) para ver las lecciones teóricas en vídeo, leer las lecturas y apuntes, realizar las actividades obligatorias y el cuestionario correspondiente, y escribir dudas y aportaciones en el foro de alumnos
- El material a disposición del alumnado en cada tema será:
 1. Vídeo-clase teórica (visualización simultánea del docente y la presentación en diapositivas)
 2. Presentación en formato PDF
 3. Lecturas obligatorias y complementarias
 4. Cuestionario basado en la vídeo-clase y las lecturas obligatorias
 5. Actividades obligatorias
 6. Foro del tema
- Además, se hacen tutorías periódicas en directo por videoconferencia, individuales y grupales, con el fin de resolver dudas del alumnado y realizar ejercicios prácticos.

MÓDULO 1

Introducción a la Comunicación No Verbal

Módulo introductorio que permitirá entender la importancia de la Comunicación No Verbal en todos los ámbitos de la vida y, en especial, en el ámbito profesional. Se explicarán los principios básicos del la Comunicación No Verbal, los diferentes canales expresivos que se deben tener en cuenta, los determinantes de la Comunicación No Verbal y los fundamentos de análisis, así como los orígenes del estudio de la Comunicación No Verbal.

2 semanas: Del 20 de abril al 4 de mayo de 2026

Semana 1: Temas 1.1 a 1.4

Semana 2: Tema 1.5

Programa y Metodología



Sesión de Bienvenida

Sesión en directo, a través de videoconferencia, de bienvenida y presentación del máster y los participantes. Explicación del funcionamiento de la plataforma. Se dejará grabada en la plataforma a disposición del alumnado.

1.1.- Introducción a la Comunicación No Verbal

Abordamos diversas cuestiones previas en el estudio de la Comunicación No Verbal: Terminología, las diferentes aproximaciones al estudio de la CNV, los determinantes y las características. Nombramos los autores principales que han influido en el estudio de la CNV.

1.2.- La importancia de la Comunicación No Verbal en el ámbito profesional

Dado el carácter práctico de este Máster, este breve tema tiene como objetivo hacer ver al alumnado las ventajas de dominar esta disciplina de estudio.

1.3.- Principios básicos de análisis de la Comunicación No Verbal

Tema fundamental, donde se explican las reglas básicas de análisis de la Comunicación No Verbal, sin las cuales no se pueden realizar interpretaciones acertadas de las observaciones.

Temario Módulo 1 (cont.)

12

1.4.- Los Canales Expresivos

¿Qué se estudia en Comunicación No Verbal? Hacemos un recorrido por los canales expresivos no verbales objeto de estudio y que se desarrollarán en posteriores módulos. También se hace una mención al canal verbal, puesto que es absolutamente imprescindible poner en relación la conducta observada con la verbalización asociada, con el fin de detectar posibles incongruencias.

1.5.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo.

MÓDULO 2

Las Emociones en el Ámbito Profesional

Las emociones influyen en los procesos de negociación y venta, en la gestión de equipos, en la dirección de personas... Además, están en la base de buena parte de las observaciones que haremos de los diferentes canales no verbales expresivos. Entender, por tanto, cómo funcionan, para qué sirven, qué funciones tienen, qué tipos hay y qué procesos siguen, será esencial para poder obtener conclusiones fiables al observar la comunicación no verbal de las personas que nos rodean.

3 semanas: Del 4 al 25 de mayo de 2026

Semana 1: Temas 2.0, 2.1 y 2.2

Semana 2: Temas 2.3 y 2.4

Semana 3: Temas 2.5 y 2.6

Programa y Metodología



Temario Módulo 2

14

2.0.- Introducción al Módulo

Recorrido por los aspectos fundamentales del Módulo. Qué es imprescindible conocer sobre las emociones a la hora de hacer análisis de Comunicación No Verbal.

2.1.- Introducción al estudio de las emociones

En este primer tema, definimos el término “emoción”, y hacemos un recorrido por las diferentes aproximaciones y autores del estudio científico de la emoción: La línea evolucionista (desde Darwin hasta Ekman), la psicofisiológica (James, Lange...), la neurológica (MacLean, LeDoux...), la cognitiva...

2.2.- Conceptos básicos en el estudio de la Psicología de la Emoción

Abordamos los conceptos clave del funcionamiento del cerebro que nos permitirán sentar las bases para comprender el proceso emocional: Capas cerebrales (emoción y cognición), hemisferios cerebrales, áreas cerebrales SNA (sistema simpático y parasimpático)... Explicamos la Teoría del Marcador Somático (Damasio) relacionada con la toma de decisiones.

2.3.- Definición, tipos y funciones de las emociones

Definición de la emoción, diferencia entre emociones primarias y secundarias, funciones adaptativa, social y motivacional de las emociones básicas. Las Leyes de la Emoción (Frijda). Propiedades para la conceptualización de las emociones (Russell y Lemay).

2.4.- El Proceso Emocional

Concepto de aproximación y evitación de las emociones, valencia afectiva y arousal emocional. Explicamos el proceso que sigue una emoción (estímulo, evaluación y valoración, emoción y reacción). Explicación del proceso oponente de Solomon y Corbit.

2.5.- Bases biológicas de la emoción

Clase impartida por el Dr. David Matsumoto sobre las emociones básicas y las bases biológicas de la emoción.

2.6.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del Módulo.

MÓDULO 3

La Expresión Facial

El canal expresivo facial es sobre el que más investigación científica se ha publicado. En este módulo, haremos primero una revisión teórica sobre el estudio de la expresión facial. Después, introduciremos y profundizaremos en el análisis de la expresión facial de las emociones a través del sistema de codificación más extendido, el FACS (Facial Action Coding System). Y finalmente estudiaremos nuestro protocolo de análisis de la comunicación no verbal, el NOCAP.

3 semanas: Del 25 de mayo al 15 de junio de 2026

Semana 1: Temas 3.1 y 3.2

Semana 2: Temas 3.3 y 3.4

Semanas 3: Tema 3.5

Programa y Metodología



3.1.- Introducción al estudio de la expresión facial

Recorrido por los diferentes autores que han estudiado la expresión facial, desde Darwin hasta Ekman, pasando por Izard, Tomkins, Kring y Sloan. Anatomía de la expresión facial, mecánica de la expresión facial, la expresión facial como componente del sistema de respuesta emocional, funciones de las expresiones faciales, metodología en el estudio de la expresión facial (diferentes sistemas de codificación de la acción facial). Se incluye una clase especial del Dr. Matsumoto sobre las bases biológicas de la emoción, la universalidad de la expresión facial de las emociones, las influencias culturales en la emoción y en la regulación emocional.

3.2.- Introducción al sistema FACS de codificación de la expresión facial

Definición del sistema FACS, tipos de signos faciales, puntos de interés para el análisis de la expresión facial (asimetrías, expresiones sutiles, desincronización...). Normas de codificación en el sistema FACS (orden de codificación, intensidad del movimiento...).

3.3.- FACS

Definición y explicación de la codificación de las unidades de acción del rostro, siguiendo el sistema FACS de codificación.

Temario Módulo 3 (cont.)

18

3.4.- EMFACS

Definición y explicación de la codificación de las unidades de acción referidas a las emociones con expresión facial universal.

3.5.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo. Además, se explicará el protocolo (científico e inductivo) a seguir en los análisis de Comunicación No Verbal: el NOCAP (Nonverbal Communication Analysis Protocol), diseñado en exclusiva por el Laboratorio Código No Verbal.

MÓDULO 4

Gestos, Postura y Proxémica

Estos tres canales no verbales expresivos aportan mucha información al análisis de Comunicación No Verbal y permiten entender mejor al interlocutor. Abordaremos las principales investigaciones y clasificaciones sobre gestos, posturas y proxémica.

3 semanas: Del 15 de junio al 6 de julio de 2026

Semana 1: Tema 4.1

Semana 2: Temas 4.2 y 4.3

Semana 3: Tema 4.4

Programa y Metodología



4.1.- Gestos

Definiremos primero qué son y qué no son los gestos. Explicaremos los orígenes en el estudio de los gestos, así como las diferentes clasificaciones que se han hecho, con una mención especial a la clasificación según Ekman. Por últimos señalaremos algunas consideraciones a tener en cuenta a la hora de analizar los gestos.

4.2.- Posturas

Abordaremos el vínculo entre las diferentes y los estados generales de actitud, así como el vínculo entre las posturas y determinadas emociones discretas, con una mención especial a las investigaciones sobre el rapport. Nos referiremos también a los movimientos corporales, incluyendo la forma de caminar.

4.3.- Proxémica

Definiremos las diferentes distancias entre personas y su significado, según el autor de referencia, E. Hall. Estudiaremos la influencia cultural en la distancia, explicaremos la hipótesis de equilibrio de la intimidad. Estudiaremos hasta qué punto el género y la edad influyen en las distancias. Haremos referencia a otros autores como Hediger (distancia en animales, extrapolables al ser humano) o Calhoun (Behavioral Sink y la repercusión del hacinamiento). Hablaremos de los ambientes sociófugos y sociópetos (Osmond) y su repercusión en el ámbito laboral. También abordaremos el concepto de territorialidad (Lyman y Scott): Territorios primarios, secundarios y públicos, y formas de introducirse en ellos.

4.4.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo.

MÓDULO 5

Paralenguaje, Háptica, Oculésica y Cronémica

El canal del paralenguaje es importantísimo, pues es el relativo a todo lo que tiene que ver con la voz, excepto las propias palabras. El canal haptico (el canal expresivo del tacto) es fundamental en el comportamiento de los mamíferos. Sus implicaciones van desde el afecto más íntimo hasta la agresión. Así mismo, abordaremos en este módulo dos de los canales menos investigados, la oculésica y la cronémica, que estudian el movimiento ocular y la gestión del tiempo, respectivamente.

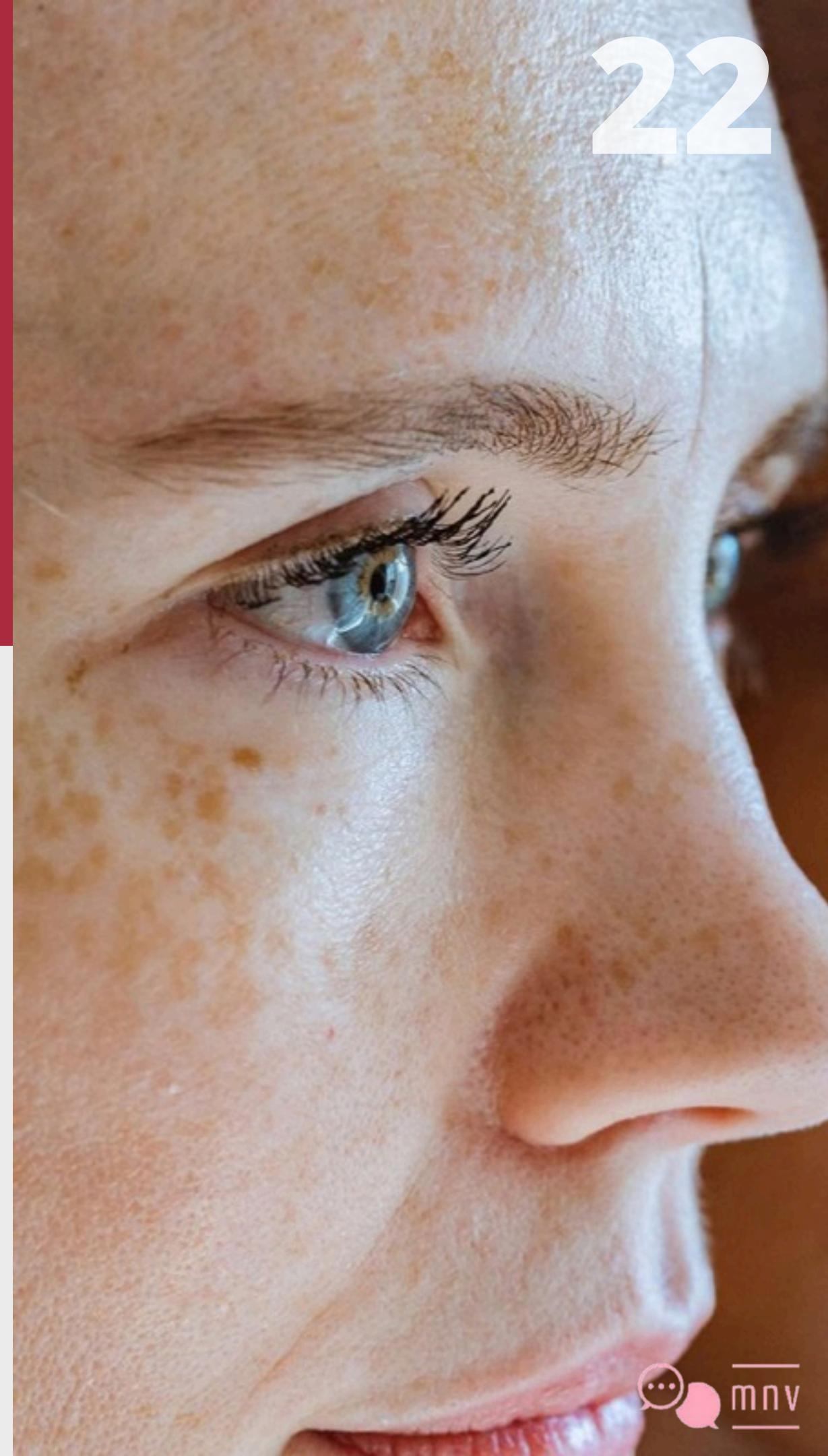
3 semanas: Del 6 al 27 de julio de 2026

Semana 1: Temas 5.1 y 5.2

Semana 2: Temas 5.3 y 5.4

Semana 3: Tema 5.5

Programa y Metodología



Temario Módulo 5

23

5.1.- Paralenguaje

Definición de prosodia y tipos de prosodia (intelectual, inarticulada, intrínseca y emocional). Explicaremos las diferentes unidades y rasgos prosódicos, y cómo matizan el significado semántico del discurso. Nos centraremos por último en la prosodia emocional, señalando el valor del contenido emocional de la voz en la decodificación del mensaje verbal, acabando este tema con los patrones vocales que tiene cada emoción.

5.2.- Oculésica

Comenzaremos definiendo este área de estudio dentro del comportamiento no verbal. Explicaremos por qué nos atrae especialmente la región ocular. Investigaciones sobre mirada y emoción. Mención a la investigación que descarta los accesos oculares de la PNL (Wiseman y Watt, 2012).

5.3.- Háptica

La importancia del tacto, diferentes investigaciones sobre el tacto en todos los ámbitos. Parámetros del tacto (forma que adopta, zona del cuerpo, existencia o no de reciprocidad...). Determinantes del tacto (contexto, cultura, relación interpersonal, edad, género, personalidad...). Diferentes clasificaciones de las funciones del tacto, desde Heslin (1974) hasta Saluja et al. (2024). El tacto en el ámbito profesional: Investigaciones científicas sobre el leve toque en el contexto del encuentro de servicio entre vendedor y cliente.

Temario Módulo 5 (cont.)

24

5.4.- Cronémica

Culturas policrónicas y monocrónicas: Repercusiones en el ámbito profesional. La importancia de entender las diferencias en ambientes profesionales multiculturales. Waiting time, Talk time y Work time: La marca del estatus. Repercusiones de la cronémica en el uso de aplicaciones de mensajería (Whatsapp y similares): Hipótesis del sociómetro de Leary (comprobar si un mensaje nuestro ha sido respondido o no es un intento de revisar nuestro estatus de inclusión).

5.5.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo.

MASTERCLASS: "El Modelo Sistémico de interacción no verbal diádica", por el Dr. Miles Patterson

MÓDULO 6

Personalidad y Negociación

En la conducta no sólo influyen las emociones. Conocer la personalidad de nuestro interlocutor es clave para poder entender, adaptarnos y predecir sus conductas. De esta forma, gestionaremos mejor los equipos, negociaremos mejor y conseguiremos resultados más satisfactorios. En este módulo, después de introducirnos en el estudio de la personalidad, aprenderemos a perfilar la personalidad de un individuo en base a su conducta y su comportamiento no verbal, a través del modelo PEN de Eysenck.

3 semanas: Del 7 al 28 de septiembre de 2026

Semana 1: Tema 6.1

Semana 2: Temas 6.2 y 6.3

Semana 3: Tema 6.4

Programa y Metodología



6.1.- Introducción al estudio de la personalidad

Definiciones de la personalidad y conceptos afines. Enfoques de estudio de la personalidad (enfoques estructurales y procesuales), paradigmas en el estudio de la personalidad. Unidades de descripción y análisis de la personalidad. Estabilidad y cambio de la personalidad. Métodos de estudio de la personalidad. Evaluación de la personalidad.

6.2.- Perfilación indirecta de personalidad a través del modelo PEN

Origen de la perfilación indirecta. Origen y descripción del modelo DISC de Marston y equivalencia con el modelo PEN de Eysenck. Origen y descripción del modelo PEN. Definición de los macro-rasgos del neuroticismo, la extraversión y el psicoticismo, pertenecientes al modelo PEN.

6.3.- Personalidad y negociación

Definición de los sistemas BIS y BAS de Grey y su repercusión en la negociación. Negociar con los diferentes tipos de perfiles de personalidad.

6.4.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo.

MÓDULO 7

Habilidades Directivas 1

Este primer módulo de habilidades directivas se centrará en las habilidades personales. Para ello, repasará los principios de la psicología de la persuasión (qué factores influyen en que una persona diga “sí” al requerimiento de otra), cómo aplicar esos principios, y cómo defenderse de ellos si es necesario. Se proporcionará al alumno herramientas para redirigir la atención del interlocutor antes de la transmisión de un mensaje importante de forma que se le sitúe en un estado mental propicio a la aceptación de este mensaje. Se definirá un protocolo para identificar, clasificar, comprender e influir a las personas con las que deberemos tratar en la búsqueda de nuestros objetivos. Así mismo, se trabajarán conceptos tan fundamentales para cualquier profesional como son la motivación, la creatividad y la eficiencia personal.

3 semanas: Del 28 de septiembre al 19 de octubre de 2026

Semana 1: Temas 7.1, 7.2 y 7.3

Semana 2: Tema 7.4, 7.5 y 7.6

Semana 3: Tema 7.7

Programa y Metodología



7.1.- Principios generales de la Influencia

Introducción al estudio de la psicología de la persuasión. Se analizarán los principios psicológicos básicos que subyacen a los procesos de influencia: Compromiso/Coherencia, Reciprocidad, Validación Social, Escasez, Simpatía y Autoridad. Se presentarán igualmente diferentes tácticas de influencia asociadas a cada uno de los principios enumerados y cómo aplicar estos principios en el ámbito profesional. De igual modo, los alumnos podrán descubrir cuándo y de qué modo otras personas tratan de influir sobre ellos.

7.2.- Persuasión anticipada

Este tema está basado en cómo predisponer al interlocutor para que sea más favorable a nuestras demandas. Para ello se analizarán fundamentalmente los siguientes enfoques: el modelo de aprendizaje del mensaje, la teoría de la respuesta cognitiva, el modelo heurístico y el modelo de probabilidad de la elaboración.

7.3.- Estrategias de influencia en la empresa

Este apartado está estrechamente conectado con módulos anteriores, pues se basa en analizar qué elementos de la comunicación afectan a la persuasión y cómo se deben gestionar éstos para conseguir nuestros objetivos. También se reflexionará sobre la cara y la cruz de la influencia y la persuasión en la empresa.

7.4.- Motivación

La motivación es un pilar fundamental en el liderazgo de equipos eficientes que, en el entorno laboral actual definido por la incertidumbre, ambigüedad, fragilidad..., con equipos híbridos y multigeneracionales, adquiere aún más importancia.

En este tema, el alumnado aprenderá primeramente qué es la motivación (desde el punto de vista científico y aplicado al liderazgo actual), qué factores influyen en ella, su importancia en el liderazgo y los pilares en los que se basa. Posteriormente se trabajará la motivación aplicada al rol del líder, tanto en su propia automotivación, como en la motivación del equipo y adquirirás pautas y estrategias para motivarte y motivar eficientemente a los demás.

7.5.- Creatividad

La Creatividad contribuye a solucionar problemas de la organización y a conseguir los objetivos propios y del equipo de forma eficaz. Es la base para la innovación y se ha convertido en una competencia fundamental en el liderazgo. Es importante que el líder la desarrolle y promocione en su equipo.

En este tema, el alumnado conocerá qué es la creatividad, qué la potencia y qué la bloquea, cómo “funciona” el proceso creativo, qué factores y habilidades influyen hacen al líder creativo, y adquirirá diferentes herramientas para fomentar su propia creatividad y la de su equipo.

Temario Módulo 7 (cont.)

30

7.6.- Eficiencia Personal

La eficiencia es la facultad de lograr un objetivo o de obtener el mejor resultado empleando la menor cantidad de recursos.

El tiempo es limitado, como también lo es la energía personal: ¿cómo sacar el mejor provecho de mi tiempo disponible para poder conseguir mis objetivos y realizarlo de manera saludable?

En este tema, el alumnado aprenderá los conceptos de la neuropsicología que afectan y/o ayudan a tu productividad personal, adquirirá un mayor autoconocimiento personal respecto a la gestión de su agenda y conocerá cuáles son los hábitos que incrementan tu productividad y las herramientas para ser más efectivo y productivo.

7.7.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo.

MASTERCLASS: Comunicación No Verbal para influir en los demás

MÓDULO 8

Habilidades Directivas 2

En este módulo el alumno aprenderá a entender la importancia del liderazgo en la empresa y, más concretamente, el papel que el líder está llamado a desarrollar como catalizador del cambio organizativo, en equipos humanos multiculturales e interdisciplinares en una sociedad compleja. El estudio del liderazgo y su vinculación con la cultura organizativa es clave en la interpretación del clima sociolaboral de las organizaciones y el modo en que éste debe actuar. Por otra parte, el liderazgo por competencias se convierte en el elemento clave para la adquisición, estimulación y desarrollo de un conjunto de conocimientos, capacidades y habilidades que permiten atraer y retener el talento de quienes forman parte de un proyecto de base holística.

El alumnado aprenderá las bases de la negociación efectiva y de influencia de la cultura en la negociación en entornos internacionales.

4 semanas: Del 19 de octubre al 16 de noviembre de 2026

Semana 1: Temas 8.1 y 8.2, 8.3 y 8.4

Semana 2: Temas 8.5

Semana 3: Tema 8.6, y 8.7

Semana 4: Tema 8.8

Programa y Metodología



Temario Módulo 8

32

8.1.- El concepto de Liderazgo

Qué es el liderazgo en la empresa. A qué necesidades en la empresa debe responder el líder.

8.2.- Perspectivas de liderazgo

En este tema, se ven tres perspectivas del liderazgo: el liderazgo transaccional, el liderazgo transformacional y el superliderazgo (autoliderazgo).

8.3.- Estilos de liderazgo

Identificamos los diferentes estilos de liderazgo que hay: el estilo de coacción, el de orientación, el de afiliación, el de participación, el de emulación, el de capacitación y el situacional. También abordamos las formas neuróticas de liderazgo.

8.4.- Perfil de referencia para el líder

Repasamos los mecanismos eficaces de influencia del líder y definimos las características de referencia del líder.

8.5.- Negociación en la empresa

Frente a la típica negociación posicional, la metodología del "Harvard Negotiation Project" supone una negociación por intereses, en la que el foco está puesto en la persona, y no sólo en el problema a resolver. Así mismo, se explicará la importancia de la preparación previa y de la creatividad en la negociación.

MASTERCLASS: Comunicación No Verbal en las negociaciones online

Programa y Metodología



8.6.- Liderazgo aplicado

En este tema eminentemente práctico, el alumnado aprenderá a aplicar en el día a día del líder, los conocimientos y competencias adquiridos en los temas anteriores.

Se plantearán diferentes situaciones reales y casos detallados en los que se enfrenta el liderazgo, y aprenderá y practicará las fases necesarias para realizar un análisis y dar solución adecuada a cada uno de ellos.

8.7.- Comunicación No Verbal en la negociación intercultural

En este tema, el alumnado aprenderá las claves no verbales de la negociación entre personas de diferentes culturas, que, en muchas ocasiones, es un factor de éxito o de fracaso en una negociación.

MASTERCLASS: Comunicación no verbal y cultura. Impartida por el Dr. David Matsumoto

8.8.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo.

MASTERCLASS: Ejemplo de informe de comunicación no verbal, personalidad y liderazgo para una toma de decisión empresarial

MÓDULO 9

Habilidades Directivas 3

La investigación científica ha dedicado un buen número de estudios a la primera impresión que causamos en los demás y sus efectos. En este sentido, la apariencia es un canal especialmente relevante, aunque no es el único.

En este módulo veremos las claves de una buena primera impresión, la marca personal y diferentes estrategias no verbales para dominar liderar reuniones y negociaciones.

Por último, estudiaremos las claves de la gestión de equipos.

3 semanas: Del 16 de noviembre al 7 de diciembre de 2026

Semana 1: Temas 9.1, 9.2 y 9.3

Semana 2: Tema 9.4

Semana 3: Tema 9.5

9.1.- La primera impresión y el saludo

Investigaciones científicas sobre la primera impresión. Saludo formal y profesional. Investigaciones científicas sobre la apariencia y su influencia en la primera impresión.

Incluimos en este tema una aplicación práctica del análisis de comunicación no verbal.

9.2.- La Marca Personal

La marca personal es la huella o el recuerdo que cada persona deja en la mente de los demás cuando se ha ido. Es nuestra identidad y reputación. En una sociedad altamente competitiva y saturada de perfiles profesionales homogéneos, la marca personal permite identificar, definir y comunicar aquellos valores que nos hacen diferentes de los demás y que nos permiten destacar sobre el resto. Una marca personal positiva consigue convertirnos en la opción preferida en un proceso de selección.

9.3.- Estrategias no verbales de liderazgo

Habilidades fundamentales para negociar: La escucha activa y la asertividad. Uso de los diferentes canales de comunicación: ventajas y desventajas de cada uno. La importancia del entorno en negociación (oler, temperatura,...).

9.4.- Gestión de equipos

En este tema, el alumnado conocerá la diferencia entre trabajar en grupo y hacerlo en equipo. Aprenderá cuáles son los factores clave para que, como líder, consiga un equipo de alto rendimiento orientado a los objetivos, fomentando la confianza y generando compromiso. Y adquirirá herramientas y recursos para lograr que el equipo se sienta como tal, enfocado y motivado hacia los resultados y a la vez cuidando de las personas.

9.5.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permite al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo.

MÓDULO 10

Presentaciones Eficaces en la Empresa

Hoy en día, es impensable aspirar a puestos directivos sin tener habilidades de Oratoria. La forma en que se presentan los proyectos, ideas o resultados son tan importantes como el propio contenido de la presentación. En este módulo trabajaremos las herramientas necesarias, verbales y no verbales, para realizar presentaciones eficaces en la empresa.

3 semanas: Del 7 al 21 de diciembre de 2026 y del 11 al 18 de enero de 2027

Semana 1: Temas 10.1, 10.2 y 10.3

Semana 2: Temas 10.4 y 10.5

Semana 3: Tema 10.6

Programa y Metodología



10.1.- Preparación de las presentaciones

Pasos previos que hay que tener en cuenta antes de realizar una presentación en público. Desde la preparación de la presentación multimedia hasta la elección de la vestimenta.

10.2.- Uso del discurso para llegar al público. Tipos de discurso

Objetivos en el discurso y tipos de discurso. Patrones verbales: Logos, Ethos y Pathos.

10.3.- Errores y trampas en las presentaciones. Gestión de situaciones conflictivas

Gestión de situaciones complicadas durante las presentaciones en público: Herramientas para captar la atención de la audiencia. Gestión de boicoteadores.

10.4.- Tipos de público y variaciones en el discurso

Diferentes tipos de público y adaptación del discurso. Elementos que debe contener siempre una presentación.

10.5.- Comportamiento no verbal en las presentaciones

Comportamiento no verbal aplicado a las presentaciones en público. Dominio de la escena, postura, gestos...

MASTERCLASS: "Claves de Comunicación No Verbal en videoconferencias"

10.6.- Trabajo final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo.

MÓDULO 11

Análisis y Detección de Mentiras

Poder saber cuándo nos mienten es una inquietud recurrente en todos los profesionales. En este módulo, de la forma más rigurosa y científica, trataremos este complejo y apasionante mundo de la detección de mentiras. Además, basándonos en los mejores métodos policiales, aprenderemos a preguntar de la forma más efectiva posible para obtener información abundante y de calidad. Aprenderemos a realizar un informe de análisis de credibilidad.

4 semanas: Del 18 de enero al 15 de febrero de 2027

Semana 1: Temas 11.1 y 11.2

Semana 2: Tema 11.3

Semana 3: Tema 11.4

Semana 4: Tema 11.5

Programa y Metodología



11.1.- Introducción a la Detección de Mentiras

Investigadores relevantes en Detección de la Mentira (Feldman, Ekman, Vrij, De Paulo, Masip...). Definición de la mentira. Tipos de mentira, diferentes clasificaciones según autores. Origen de la mentira: La empatía cognitiva (Teoría de la Mente). Procesos cerebrales implicados en la mentira: Actividad emocional, gestión conductual y actividad cognitiva. Teoría de la Carga Cognitiva.

11.2.- Saber preguntar para obtener información fiable

Descripción de la entrevista cognitiva y las técnicas utilizadas para obtener información de calidad (cambio de perspectiva, cambio de orden, contextualización...).

11.3.- Detección de Mentiras: Análisis del contenido

Los diferentes modelos de análisis de contenido. Indicadores estratégicos de mentira. Indicadores CBCA y Listado de Validez (SVA).

Temario Módulo 11 (cont.)

42

11.4.- Detección de Mentiras: Análisis del Comportamiento No Verbal

Indicadores no estratégicos de mentira. Indicadores no verbales en la mentira. Recorrido por los diferentes indicadores de los canales expresivos no verbales que son síntoma de engaño. Indicadores psicofisiológicos de la mentira.

11.5.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo.

MASTERCLASS: La detección no verbal de la mentira. Dr. Aldert Vrij

MÓDULO 12

La Comunicación No Verbal en diferentes ámbitos profesionales

En este módulo, queremos mostrar la aplicación que el conocimiento de la Comunicación No Verbal tiene en distintos ámbitos profesionales. De la mano de expertos en su campo, haremos un recorrido por algunos de los sectores en los que la interpretación de la Comunicación No Verbal es especialmente importante.

1 semana: Del 15 al 22 de febrero de 2027

Semana 1: Temas 12.1 a 12.6

Programa y Metodología

12.1.- Comunicación No Verbal en procesos de coaching y mentoring

Tema corto en el que una profesional de reconocido prestigio dentro del mundo del coaching y el mentoring da su visión sobre la utilidad del dominio de la Comunicación No Verbal en su área de trabajo.

12.2.- Comunicación No Verbal en el ámbito comercial

Tema corto en el que una profesional del campo comercial y experta en comunicación no verbal da su visión sobre la utilidad del dominio de la Comunicación No Verbal en su área de trabajo.

12.3.- Comunicación No Verbal en la gestión de equipos

Tema corto en el que un profesional directivo con un equipo a su cargo y experto en comunicación no verbal da su visión sobre la utilidad del dominio de la Comunicación No Verbal en su área de trabajo.

12.4.- Comunicación No Verbal en las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad

Tema corto en el que la Comisario PT y Jefa de la Sección Semiología de la Dirección Nacional de Policía Científica de Uruguay y experta en comunicación no verbal da su visión sobre la utilidad del dominio de la Comunicación No Verbal en su área de trabajo.

12.5.- Comunicación No Verbal en el aula

Tema corto en el que un profesional de la educación y experto en la formación en comunicación no verbal al profesorado nos mostrará la utilidad del dominio de la Comunicación No Verbal en su área de trabajo.

12.6.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo.

MÓDULO 13

Trabajo Final de Máster

Este módulo consistirá en la realización de un Trabajo Final de Máster (TFM) de carácter práctico, que permita al alumnado mostrar su nivel de adquisición de todos los conocimientos impartidos a lo largo del Máster.

Se dará libertad al alumnado para elegir temática, pero guardando el espíritu riguroso y práctico del Máster.

7 semanas: Del 22 de febrero al 22 de marzo y del 5 al 26 de abril de 2027

Defensa oral: antes del 30 de abril de 2027

Programa y Metodología



NUESTRO EXCEPCIONAL CLAUSTRO DE PROFESORES

- 21 Docentes nacionales e internacionales de prestigio
- Dirigido por la Dra. Sonia El Hakim

Claustro

DRA. SONIA EL HAKIM

DIRECTORA ACADÉMICA DEL MÁSTER
PROFESORA DE COMUNICACIÓN NO VERBAL

Claustro



Dra. Sonia El Hakim

DOCENTE Y DIRECTORA ACADÉMICA

- Fuerzas y Cuerpos de Seguridad (Policía Nacional, Policía Local, Guardia Civil y Ejército- Unidad Inteligencia, Carabineros de Chile...)
- Colegio Oficial de Detectives Privados de la Comunidad Valenciana
- Ilustre Colegio de Abogados de Valencia
- Profesora y coordinadora de módulo en el Máster de Gestión de Firmas Jurídicas y Marketing Estratégico del ISDE
- Colegio Oficial de Administradores de la Propiedad Inmobiliaria de Valencia
- Colegio Oficial de Mediadores de Seguros del Principado de Asturias
- Docente invitada en la facultad de Derecho de la Universidad del Este de Argentina
- Docente invitada en la Universidad Pompeu Fabra
- Docente invitada en la Universidad de Valencia
- Ponente en congresos y jornadas nacionales e internacionales
- Ponente invitada en diferentes universidades españolas e internacionales (Instituto Universitario de Yucatán (México), Universidad de Valencia, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa (Perú), Universidad Jesuita de Guadalajara (México),...)

FORMACIÓN ACADÉMICA

- Doctora por la Universidad de Valencia con la tesis “Comunicación no verbal en el encuentro de servicio” (calificación de sobresaliente Cum Laude)
- Licenciada en Administración y Dirección de Empresas (Universidad de Valencia)
- Doble máster universitario en Comunicación No Verbal
- Formada en detección de mentiras, investigación psicológica del delito, interrogatorios y perfilación indirecta de la personalidad por los miembros de la Sección de Análisis de Conducta de la Policía Nacional y los miembros de la Sección de Análisis de Comportamiento Delictivo de la Guardia Civil.
- Certificada en Economía Conductual por la Universidad Heritage de EEUU
- Experta Universitaria en Neurociencia de la Felicidad (Universidad de Valencia).

DIVULGADORA

- Autora del libro CÓDIGO NO VERBAL, editado por el Grupo Editorial Planeta
- TEDx Speaker
- Colaboradora en televisión y radio, con sección fija en Levante Televisión

ANALISTA

- Única analista en España con sección semanal en radio, prensa y televisión desde hace años
- Perito judicial en comunicación no verbal y análisis de credibilidad



Presidenta de la Asociación Española de Comunicación No Verbal (ASENOVE)

Directora de la escuela Código No Verbal

Directora del Máster en Comunicación No Verbal y Habilidades Directivas, título propio de la Universidad Europea Miguel de Cervantes

DR. DAVID MATSUMOTO

PROFESOR DE COMUNICACIÓN NO VERBAL

Claustro



Categorías de emoción

• Emociones básicas

- Universales para todos los humanos, activadas en el cerebro por un sistema innato biológicamente

• Emociones autoconscientes

- Asociadas con procesos autorreflexivos
- P. ej., vergüenza, culpa, orgullo...

Hay muchos otros tipos de emociones, como vergüenza, culpa, orgullo, pudor... Éstas se conocen como emociones autoconscientes,

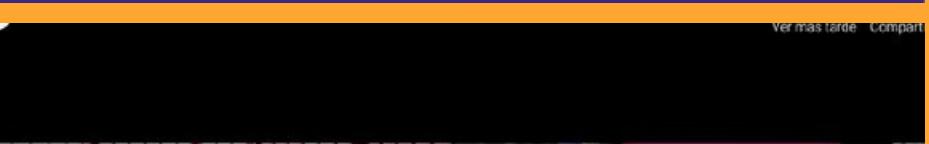
Influencia de la Cultura en la Comunicación No Verbal

- La mayor parte del contenido de los mensajes se transmite de forma no verbal
- Los canales no verbales ayudan a entender el significado y los estados emocionales



Fuente: AP Photo

Llámemos a este tipo de comunicación "comunicación verbal".



Ver más tarde Compartir



Así esos dos estudios, y varios otros en realidad, vinieron por estar sentado en una conferencia en Nueva York,



Emociones

- Reacciones neurofisiológicas transitorias a eventos que tienen consecuencias sobre nuestro bienestar

- Requieren un comportamiento de respuesta inmediato

- Incluyen sentimientos, reacciones fisiológicas, comportamientos expresivos y cambios cognitivos

Y yo defino las emociones, igual que muchos académicos en este campo, como reacciones neurofisiológicas transitorias

Dr. David Matsumoto

51

Reconocido experto investigador en el campo de las microexpresiones, gestos, emoción y cultura. Profesor de Psicología en la Universidad Estatal de San Francisco (Estados Unidos). Fue coeditor del Sage Handbook of Nonverbal Communication de 2016. Fundador y director del Laboratorio de Investigación de Cultura y Emoción de la misma Universidad. Creó, junto a Paul Ekman, herramientas de aprendizaje de la expresión facial. Es formador de fuerzas y cuerpos de seguridad. Ha publicado numerosas investigaciones de gran relevancia en el campo de la comunicación no verbal, así como numerosos artículos y libros. Actualmente, el Dr. Matsumoto es considerado como uno de los investigadores más influyentes en las áreas de expresión facial, gestos y cultura, dentro de la Comunicación No Verbal.



DR. MILES PATTERSON

PROFESOR DE COMUNICACIÓN NO VERBAL

Claustro

Factores y procesos que determinan el resultado de los procesos diádicos fundamentales



- Biología, cultura, género y personalidad, que influyen en los patrones habituales perceptivos, conductuales y cognitivos y la selección del entorno

Y Wicker es otra persona que ha escrito sobre esto, describiendo la naturaleza de los "entorno de comportamiento".

Modelo Sistémico de la CNV diádica



Mueve la descripción de los procesos no verbales del nivel individual al nivel diádico.

Este es un enfoque muy diferente a las teorías anteriores, que se centraban principalmente en la parte del comportamiento,

Contexto Teórico



Primeras teorías de CNV basadas en el afecto

Teoría del Equilibrio (Argyle y Dean, 1965)

Y predijeron que uno o varios de esos comportamientos se ajustarían para que el nivel de intimidad volviera a estar en consonancia con la intimidad de la relación.

La Evolución de un Modelo Sistémico de Interacción No Verbal Diádica: Una Evolución Personal



Miles L. Patterson

University of Missouri-St. Louis

¡Hola! Estoy encantado de hacer esta presentación hoy.

Dr. Miles Patterson

53

Profesor Emérito y antiguo Director del Departamento de Psicología de la Universidad de Missouri-St. Louis. Es autor de más de 100 publicaciones, incluyendo 3 libros y coeditor del Sage Handbook of Nonverbal Communication de 2006. Su libro más reciente, "Más que Palabras: El Poder de la Comunicación No Verbal", fue publicado en diferentes idiomas (entre ellos, en castellano). Ha sido editor del Journal of Nonverbal Behavior y ha estado en la dirección de diversas revistas de Psicología, Comunicación y Sociología. Actualmente, está coeditando un número especial de la revista Frontiers in Psychology sobre los "Avances y obstáculos en la investigación contemporánea de la Comunicación No Verbal". Patterson fue galardonado en 2009 con el Premio a la Investigación y Creatividad del Rector de la Universidad de Missouri. Es miembro de la Asociación Americana de Psicología, la Asociación de la Ciencia Psicológica y de la Sociedad de Psicología Social Experimental.



DR. ALDERT VRIJ

PROFESOR DE DETECCIÓN DE MENTIRAS

Claustro



m&v
MÁSTER EN COMUNICACIÓN NO VERBAL Y HABILIDADES DIRECTIVAS

MASTER CLASS
La base científica para la detección no verbal de mentiras

Bienvenidos a esta charla sobre la detección no verbal de mentiras
Dr. Aldert Vrij
Psychology Department - University of Portsmouth



Indicadores verbales prometedores¹

Cuando se dispone de evidencias
Uso Estratégico de Evidencias (SUE): Afirmación – inconsistencias con las evidencias, $d = 1,27^2$

Cuando podemos disponer potencialmente de evidencias
Enfoque de verificabilidad (VA): Detalles verificables, $d = 0,80^3$

Cuando no hay evidencias disponibles
Evaluación de Credibilidad Cognitiva (CCA): Complicaciones, $d = 0,58^4$

Si esta persona tuvo realmente un encuentro inocente con alguien, es más probable que diga al menos "ayer comí con tal tipo, puedes llamarle".



Evidencia de la detección no verbal de mentiras

- Metaanálisis: Indicadores (no) verbales del engaño¹
 - Los indicadores verbales ($d = 0,17$) están más fuertemente relacionados con el engaño que los no verbales ($d = 0,07$)
- Metaanálisis: Capacidad de detectar el engaño²
 - Tasas más altas de precisión cuando la gente sólo **escucha** ($d = 0,38$) que cuando sólo **mira** ($d = 0,10$) a la persona objetivo
- Metaanálisis: Entrenamiento³
 - El entrenamiento verbal resultó en una ganancia de efecto medio, y el entrenamiento no verbal en una ganancia de efecto pequeño

Y cuando las personas asisten a una formación en detección verbal de mentiras, se vuelven mejores que cuando asisten a una formación en detección no verbal.⁴



Indicadores no verbales de las teorías del engaño

Procesos mentales	Teorías de psicología social
1. Emoción	3. Engaño interpersonal
2. Cognición	4. Teoría autopresentacional
▪ Carga cognitiva	▪ Teoría de psicología moral
▪ Modelos estratégicos	

básicamente hay un enfoque global que explicará todas estas señales verbales que la gente está buscando, no cinco. Cinco son demasiadas.

Dr. Aldert Vrij

55

Profesor de Psicología Social Aplicada en la Universidad de Portsmouth (Reino Unido). Su principal área de investigación es la detección de mentiras, verbal y no verbal; lo que ha resultado en más de 600 publicaciones ampliamente citadas. De hecho, un artículo de revisión sobre 100 años de investigación sobre la mentira (publicado en 2022) mostró que Vrij tiene la mayor cantidad de publicaciones y citas en este campo. Colabora estrechamente con profesionales (policía, servicios de seguridad e inteligencia) en el diseño y la realización de investigaciones, así como en la difusión de sus hallazgos. Investiga y proporciona capacitación a profesionales en la Evaluación Cognitiva de Credibilidad. En 2016, recibió el Premio a la Trayectoria del Grupo de Investigación de Entrevistas Investigativas Internacionales en reconocimiento a su contribución significativa a las entrevistas de investigación.



ALEJANDRO SÁNCHEZ MEROÑO

PROFESOR DE INFLUENCIA Y PERSUASIÓN

Claustro

PERSUASIÓN ANTICIPADA

¿Cómo lo conseguimos?



LLAMAR LA ATENCIÓN

ASOCIACIONES DE IDEAS





ESTRATEGIA DE INFLUENCIA EN LA EMPRESA

2) IDENTIFICACIÓN

A QUIÉN DEBEMOS CONSIDERAR:

- Clientes / Usuarios
- Jefes, jefes de tus jefes, y directivos
- Trabajadores que hacen el trabajo "real"
- Consejeros / consultores
- Proveedores
- Estrellas y "estrellitas" de tu organización
- Otros afectados por tu objetivo

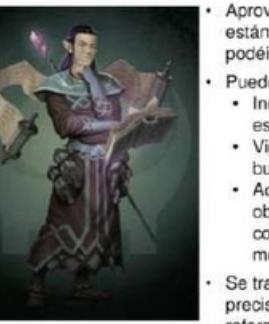



ESTRATEGIA DE INFLUENCIA EN LA EMPRESA

3) ANÁLISIS

CRÍTICOS:

- Aprovecha la buena relación. No están de acuerdo con tu plan, pero podéis hablar de ello.
- Pueden ser:
 - Incidentales: Puntualmente no están de acuerdo.
 - Vigilantes: Siempre están buscando el fallo.
 - Accidentales: Coincidien en el objetivo, pero no en la forma de conseguirlo ("ahora no es el momento").
- Se trata de entender de forma muy precisa sus objeciones, y de reforzar la relación con ellos.


Alejandro Sánchez Meroño

57

Máster en Dirección de Empresas y Transformación Digital - MBA por la Universidad Politécnica de Valencia. Ingeniero Superior de Telecomunicación por la Universidad Politécnica de Valencia, Director de Proyectos con certificación PMP del Project Management Institute, Máster en Comunicación No Verbal, y certificación IBM en Ciencia de Datos. Analista y consultor en Comunicación No Verbal. Experto en gestión de equipos, influencia y persuasión. Experiencia de 25 años en todos los ámbitos de las Tecnologías de la Información, tanto técnicos como comerciales y de gestión, y 12 años como director de proyectos internacionales y equipos multidisciplinares en grandes empresas. Actualmente, project manager en la multinacional tecnológica Hitachi Digital Services.



MIGUEL ARRIAGA

PROFESOR DE COMUNICACIÓN NO VERBAL

Claustro



m&v
MÁSTER EN COMUNICACIÓN NO VERBAL
Y HABILIDADES DIRECTIVAS

MÓDULO 8: HABILIDADES DIRECTIVAS II

MASTERCLASS: EJEMPLO INFORME DE
COMUNICACIÓN NO VERBAL PERSONALIDAD Y
LIDERAZGO PARA UNA TOMA DE DECISIÓN

7. ANÁLISIS DE COMPORTAMIENTO NO VERBAL

El objetivo del análisis será estudiar el comportamiento no verbal del candidato, para determinar que partes de su comportamiento son compatibles con el perfil que estamos buscando.

Trataremos de definir cuáles son los puntos críticos que determinaran la idoneidad del perfil.

- Características de la operación
- Perfil contrario en la negociación
- Coordinación con equipo negociador
- Entorno de la negociación

7. ANÁLISIS DE COMPORTAMIENTO NO VERBAL

1) Línea Basal de comportamiento

Canal Exp	Patrón Comportamiento
Exp Facial	Abundantes gestos ilustradores en la parte superior para acompañar el discurso. En la parte inferior también presenta abundante expresión facial especialmente en momentos de intensidad alta.
Gestos	Pocos gestos con las manos. Empieza mucho movimiento de cabeza en afirmación y negación para acompañar el discurso. Cuando sus emociones se desbordan emplea las manos, principalmente la derecha para ilustrar el discurso.
Posturas	Tendencia a posturas expandidas. Hombros y espalda rectos y abiertos. Tendencia a inclinarse hacia el interlocutor.
Proxémica	Mantiene una distancia social de manera habitual con sus personas más allegadas. Tendencia al acercamiento como método de intimidación.
Paralingüaje	Velocidad del habla rápida y tono de voz alto.
Héptica	Poco hablado al contacto físico.
Oculística	Mantiene la mirada a su interlocutor en todo momento.
Cronémica	Maneja bien los tiempos en las conversaciones.
Apariencia	Viste de manera elegante y pocas veces se le puede ver en ropa deportiva.
Fisiología	Pequeño pliegue en la cara cerca del labio. Bien peinado y afeitado en todo momento.

8. CONCLUSIÓN FINAL

Sacaremos las conclusiones finales de los tres análisis

Que nos dice su perfilación indirecta: Haremos un pequeño informe final donde analizaremos la perfilación del candidato y la compararemos con el perfil que estamos buscando

Que nos dice su análisis de habilidades de liderazgo & lo sé que requiere la posición: Analizaremos las habilidades de liderazgo que tiene el candidato versus la tipología de liderazgo que se precisa para llevar a cabo el proceso

Miguel Arriaga

59

Licenciado en Empresariales por la Universidad del País Vasco y la Northumbria University de UK. Master de formación permanente en Comunicación no Verbal y Habilidades Directivas, por la Universidad Europea Miguel de Cervantes.

Director comercial con experiencia profesional de 20 años acreditada en compañías en el mundo de la logística y distribución.

Actualmente desarrolla el plan comercial como Director Comercial Regional de Ventas en la empresa DSV A & S en el norte de España.



DRA. AMI BONDÍA

PROFESORA DE MARCA PERSONAL

Claustro



Dra. Ami Bondía

61

Doctora en Comunicación. Especialista en Marca Personal y Nuevas Habilidades para la Era Digital. Colaboradora en el programa «Emprende» (Canal 24h TVE). Ha trabajado en proyectos de innovación educativa con Santillana y ha recorrido medio mundo junto a Alejandro Sanz, como jefa de prensa. Ha publicado tres libros sobre marca personal. Actualmente, ofrece conferencias a nivel nacional e internacional.



AMAIA AGIRRE

PROFESORA DE ORATORIA

Claustro



Conectores

- **Transición argumentativa:** «Ahora que ya he planteado el punto A pasare al siguiente punto que es...»
- **Visualización :** «A continuación hablaré de....»
- **Enumerativo:** «Me baso en tres argumentos. Mi primer argumento es...; mi segundo argumento es....»
- **Los silencios:** Enfatizan y dan fuerza a tus argumentos y ayudan a entender el paso de una idea a otra.

Amaia Agirre

63

Periodista, licenciada en Ciencias de la Información, postgraduada en Dirección Universitaria y Normalización Lingüística, Coach certificada por la ICF y consultora del talento asociada a TTI Success Insights. Amplia experiencia liderando equipos de alta cualificación, emprendedora, es socia fundadora de Coaching Factory. Officer en el Club Internacional de Oratoria Toastmasters Bilbao, responsable de eventos y relaciones institucionales de BNI, y coach y mentora en AED, Asociación de Empresarias y Directivas de Bizkaia, y en MET Community. Especialista en Comunicación No Verbal.



ANGEL MARTÍNEZ MORENO Y DR. RAFAEL FERNÁNDEZ

PROFESORES DE LIDERAZGO

Claustro



**MÓDULO 8:
LIDERAZGO EN LA EMPRESA
TEMA 8.2: PERSPECTIVAS DE
LIDERAZGO**

mnv



El liderazgo es un fenómeno natural (espontáneo) en los colectivos no formales.

En los grupos informales el poder, entendido como la capacidad de influencia en la conducta de los otros miembros, se reparte de manera desigual. Incluso cuando no se identifican jerarquías formales

mnv



La influencia informal es, en muchas ocasiones, mucho más eficaz que la formal cuando se trata de evitar y minimizar el efecto negativo de los conflictos, aumentar la cohesión grupal, facilita la creación de sinergias o asumir objetivos exigentes, por ejemplo.

mnv



Dr. Rafael Fernández

65

Catedrático de la Universitat de València, en el Departamento de Dirección de Empresas - Juan José Renau Piqueras. Miembro de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa federada en la International Federation of Scholarly Associations of Management, de la que fue miembro del consejo de dirección y secretario hasta septiembre de 1999. Miembro de la European Association of Business Management y de la Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM). Investigador responsable del Estudio «Análisis e Investigación de iniciativas empresariales impulsadas por jóvenes» financiado por Generalitat Valenciana (1999-2008). Investigador de varios proyectos de los planes nacionales y autonómicos de I+D. Director del Máster de Gestión de Concesiones Ford y profesor de los módulos de Recursos Humanos de los Máster de la Universidad de Málaga, Carlos III de Madrid, Comercio Internacional de la Universitat de València y Cámara de Comercio, CENCI de Granada y Dirección de Empresas Turísticas de la Universitat de València. Director del Programa de Doctorado «El trabajo en el siglo XXI» de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universitat de València. Ha publicado varios artículos en revistas especializadas en economía social y en recursos humanos, y ha participado en varios libros.



Angel Martínez Moreno

66

Psicólogo Social y Especialista en Psicología Clínica. Ha sido responsable municipal de Servicios Sociales y participado en diferentes proyectos, tanto de investigación como de intervención, en el contexto de los Servicios Sociales. En el ámbito de las organizaciones ha sido Jefe de Servicio y Director Técnico de Proyectos del Fondo de Promoción de Empleo del sector Naval en Valencia; Socio Consultor de CTA Consultors, y asesor de alta dirección de diferentes organizaciones, tanto industriales como de gestión de servicios y de intervención psicosocial; Director Técnico de la empresa de Consultoría de RR.HH y Proyectos Paina Consultoría, Subdirector Económico del Hospital de Lliria de la Generalitat Valenciana. Actualmente es Psicólogo Clínico y consultor en el área de Organización, Recursos Humanos y Desarrollo de Proyectos en Aduma Psicología. Asimismo es Profesor Asociado de Psicología Social en la Facultad de Psicología de la Universitat de València desde 1996. Profesor en los máster de Habilidades Directivas y de Coaching y Liderazgo de la Universitat de València, entre otros.



ANNA MORROS

PROFESORA DE HABILIDADES DIRECTIVAS

Claustro



INTRODUCCION

Fíjate bien en estas empresas

Año fundación 2008

Año fundación 2006

Año fundación 2009



1. DEFINICION



4. PRINCIPALES TEORIAS

Teorías sobre el **CONTENIDO**.

Factores Internos

- Las personas tienen unas necesidades que deben satisfacer.
- Estas necesidades son las mínimas que necesitan.

Teoría de Maslow

Cinco niveles de necesidades jerárquicamente: necesidades fisiológicas, de seguridad, sociales, de pertenencia y amor, de estima y de autorrealización.

Las necesidades se convierten en motivación cuando se hacen conscientes e impulsan al individuo a la acción.



5. MOTIVACION Y LIDERAZGO

LIDERAZGO

Las **5 I's**
Generación de Compromiso.

INFORMA Proporciona la información que necesita para entender lo que se espera de él/ella.	IMPLICA Toma acción con i@s emplead@s para mejorar los procesos y resolver problemas.
INSPIRA Conecta a i@s emplead@s con la visión y la misión de la empresa.	INCENTIVA Despliega sistemas adecuados para medir, recompensar y reforzar los comportamientos deseados.
INSTRUYE Apoya a i@s emplead@s con formación, coaching y feedback.	INSTRUYE Apoya a i@s emplead@s con formación, coaching y feedback.

Fuente: Temkin Group 2016

Anna Morros

68

Licenciada en Psicología de las Organizaciones y Trabajo (Universidad de Barcelona). Máster en Comunicación No Verbal y Habilidades Directivas (Universidad Europea Miguel de Cervantes).

Máster en Recursos Humanos (EADA- Barcelona), Máster en E-learning (Educación y TIC) (UOC).

Amplia experiencia profesional en el desarrollo de personas en la empresa, tanto a nivel técnico como directivo en diferentes tipos de empresas. Actualmente centrada en el campo de la formación, consultoría y orientación, ayudando a profesionales a mejorar sus habilidades personales, sociales y directivas.



MOISÉS LUCENA BARTUA

PROFESOR DE COMUNICACIÓN NO VERBAL

Claustro



1.2 GESTOS
En las reuniones de despacho :



1.5 HÁPTICA
En las reuniones de despacho
Todo siempre sujeto al contexto:

- Con quién nos reunimos (familias ya conocidas o por primera vez)
- Qué vamos a tratar (reunión de inicio de curso o esclarecer un conflicto)
- El estado emocional de cada agente (amistoso, poco colaborativo...).



1.2 GESTOS
En las reuniones de despacho :



Moisés Lucena Bartual

70

Graduado en Magisterio de Educación Primaria con Especialidad en Educación Física, por la Facultad de Educación de la Universidad de Valencia. Máster en Comunicación No Verbal y Habilidades Directivas por la Universidad Europea Miguel de Cervantes. Lleva ejerciendo docencia en centros educativos de régimen público desde 2017. En 2018 obtuvo su plaza de Funcionario de Carrera logrando la máxima nota en la prueba de la exposición oral, siendo el número 1 de todo el tribunal en esa fase. Preparador de Oposiciones docentes desde 2019 donde enseña y ayuda a otros docentes a superar las diferentes fases de la oposición. Ha impartido formación en el Centro de Formación del Profesorado, Innovación y Recursos Educativos(CEFIRE) a otros docentes, así como en universidades nacionales e internacionales.



DR. JOSÉ MARÍA MARTÍNEZ SELVA

PROFESOR INVITADO DE ANÁLISIS DE
CREDIBILIDAD

NUEVA
INCORPORACIÓN

Dr. José María Martínez Selva

72

Catedrático de Psicobiología en la Universidad de Murcia. Licenciado en Psicología con Premio Extraordinario en la Universidad Autónoma de Madrid y doctorado Cum Laude en la Universidad de Murcia. Profesor invitado en las universidades de Lille (Francia), Guadalajara (Méjico) y Panamá. Ha realizado cursos y estancias en la Universidad de California en Los Ángeles (UCLA), Universidad del Sur de California, en la Harvard Medical School y la Strathclyde University de Glasgow en el Reino Unido. Ha impartido docencia de posgrado en diversos cursos y másters de la Universidad de Murcia y de otras universidades. Es autor, entre otros libros, de La Psicología de la Mentira (Paidós, 2005), La Gran Mentira (Paidós, 2009), La mentira + cuento (en colaboración con Gemma García Ferrer, Pirámide, 2017) y La nueva ciencia de la mentira (Paidós, 2024).



CURRO SANTACREU

PROFESOR DE NEGOCIACIÓN

Claustro



EL ARTE DE LA NEGOCIACIÓN

[1. Negociaciones competitivas o distributivas](#)

Es como si todas las soluciones posibles de la negociación, estuvieran dispuestas a lo largo de una linea recta. Me recuerda mucho a ese juego infantil en donde dos grupos tiran de una cuerda hasta que uno hace caer al otro. "Win-Lose"

EL ARTE DE LA NEGOCIACIÓN

El desarrollo de la negociación. Los intereses debajo de las posiciones del otro

El famoso cuento de las dos hermanas que se pelean por la misma naranja sirve de excelente ejemplo para ver las diferencias entre posiciones e intereses

EL ARTE DE LA NEGOCIACIÓN

- Definiciones y Objetivos
- Tipos de Negociación
- La preparación de la Negociación
- Interior
- Sobre la otra parte
- El desarrollo de la Negociación
- El Manejo del tiempo
- Metodología de la Escuela de Harvard
- Como convertir la reticencia en aceptación

Curro Santacreu

74



Licenciado en Ciencias Empresariales, Agente de la Propiedad Inmobiliaria, Perito Tasador, Fotógrafo inmobiliario y Directivo de banca durante 16 años. Instructor CRS de Negociación y Financiación Inmobiliaria. Gerente y fundador de la única inmobiliaria especializada en la venta de áticos Entreáticos. Ponente en numerosos congresos inmobiliarios. Presidente de la agrupacion de empresarios BNI4You

Claustro

ELIO MARTÍNEZ

PROFESOR DE COMUNICACIÓN NO VERBAL

Claustro



1.Búsqueda de la candidat@ ideal

Marca Empleadora: La percepción que los posibles candidatos tienen de la empresa. Una marca empleadora fuerte atrae a candidatos talentosos.

La clave para acortar el tiempo de la selección cuando tengas una necesidad es haber atraido previamente a los buenos candidatos. Por eso, siendo tantas empresas las que buscan a esos candidatos que aportan valor añadido, no debes perder ninguna oportunidad de mostrarte atractivo.

Un candidato, a la hora de elegir el lugar en el que quiere trabajar, no sólo valorará las condiciones económicas, laborales o el lugar de trabajo, sino también lo que significa para él esa compañía, la formación que le va a proporcionar, las oportunidades de progreso, si es una compañía sólida, socialmente responsable, etc.



1.Búsqueda de la candidat@ ideal

1.2 Definición de la necesidad.

Realizar una lista de las características **objetivas** que los candidatos deben cumplir para optar al puesto. (Ejemplo: experiencia navegando en barcos similares, realizando tareas humanitarias, etc).

Analizar la situación actual (equipo actual y contexto) para determinar qué competencias aportarían más valor a la organización en este proyecto determinado y en este momento concreto.

Análisis del puesto de trabajo → Análisis del perfil personal (APT) (APP)
 "Lo que debe hacer" "¿Cómo lo hace mejor?"



¿Qué conseguimos con una gestión eficaz del equipo?

- Efficiencia Operativa:** Un equipo bien gestionado puede aumentar la eficiencia operativa y productividad.
- Satisfacción del Empleado:** Una buena gestión de equipos puede mejorar la satisfacción y el bienestar de los empleados.
- Alcance de Objetivos:** Facilita el logro de los objetivos organizacionales de manera más efectiva y coordinada.
- Retención de Talento:** Mejora la retención de talento al crear un entorno de trabajo positivo y de apoyo.



3.Desarrollo y evaluación del desempeño.

¿Cómo lo hacemos?

Elio Martínez

76

Director de operaciones en el sector de movilidad.
Máster en comunicación no verbal y habilidades directivas por la
Universidad Europea Miguel de Cervantes

Experto en gestión de equipos y selección de personal con más de 10
años de experiencia.
Coach certificado por ICF, Máster en programación neurolingüística e
Inteligencia emocional,



NUEVA
INCORPORACIÓN

Isabel Ledesma

PROFESORA DE COMUNICACIÓN NO VERBAL

Claustro

Isabel Ledesma

78



Licenciada en Comunicación. Máster en Comunicación No Verbal y Habilidades Directivas,

Comisario PT. Jefa de la Sección Semiología de la Dirección Nacional de Policía Científica. Uruguay.

Registrada como perito judicial en semiología en la Suprema Corte de Justicia de Uruguay.

Profesora y Asesora en el área de comunicación a diferentes organismos públicos y privados.

Experta en comunicación política y empresarial.

LORENA BAJO

PROFESORA DE COMUNICACIÓN NO VERBAL

Claustro

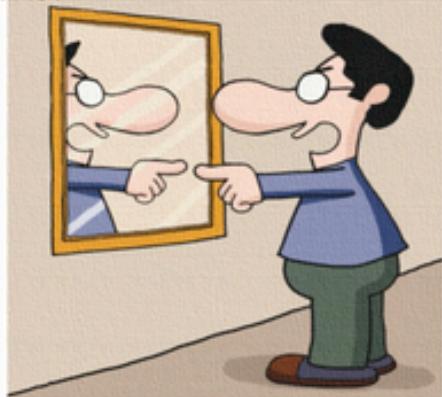


1. PRESENTACIÓN

Para ello, conocer y controlar nuestra comunicación no verbal es clave. Tendremos la **posibilidad de actuar** de forma que podamos congeniar con el cliente en ese primer contacto, y así, amoldarnos para consensuar la relación en el tiempo, pues un comercial ha de tener presente que la llave de su continuidad en el sector es mantener la buena relación y reputación en el mismo.



3. ¿CON QUIÉN ME COMUNICO MÁS?



3. ¿CON QUIÉN ME COMUNICO MÁS? MIEDO



2. LA COMUNICACIÓN CON UN CLIENTE

Al hablar sobre un tema, es imprescindible **tener claro** a dónde quiero llegar.

LOS DEMÁS CONTANDO UNA HISTORIA	YO CONTANDO UNA HISTORIA
---------------------------------------	--------------------------------



Vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=UdpndKFeWx0>

Lorena Bajo

80

Licenciada en Administración y Dirección de empresas por la Universidad de Salamanca.

Máster en Comunicación No Verbal y Habilidades Directivas de la Universidad Europea Miguel de Cervantes.

Experta en seguros por la UNED con 8 años de experiencia en el sector asegurador como agente exclusivo. Coordinadora comercial en la distribuidora de Nestlé de Asturias. Formación como Coach integral, ayuda al cliente a interiorizar nuevas perspectivas sobre la forma de enfocar las situaciones de la vida y como avanzar, con participación en un voluntariado online. Emprendedora Gerente de una Agencia Inmobiliaria con Asesoría Energética.

Con amplia formación y experiencia en la atención al cliente y gestión de personas, trabajando cara al público y con equipos, creando e impartiendo formación en ventas sobre el producto y la comunicación con el cliente además de la creación de objetivos e incentivos.



DR. LUIS MANUEL BLANCO DONOSO

PROFESOR DE PSICOLOGÍA DE LA PERSONALIDAD

Claustro



Alpha y Beta:
Dos meta-factores de los Big Five

```

graph TD
    Alpha((Alpha)) --> Openness[Openness]
    Alpha --> Extraversion[Extraversion]
    Alpha --> Conscientiousness[Conscientiousness]
    Beta((Beta)) --> Agreeableness[Agreeableness]
    Beta --> Neuroticism[Neuroticism]
    
```

- **(Alpha):** Emotional Stability, Agreeableness, and Conscientiousness
 - Llamado también FACTOR DE ESTABILIDAD por otros autores
 - Se trata de un factor de socialización correcta
- **(Beta):** Extraversion and Openness
 - Llamado también FACTOR DE PLASTICIDAD por otros autores
 - Se trata de un factor de crecimiento personal

**MODELO PSICOANALITICO
DE PERSONALIDAD**

- Importancia experiencias tempranas en personalidad
- Instancia psíquicas estructurales: ello, yo y súperyo
- Conflictos intra-psíquicos y mecanismos de defensa
- Procesos no conscientes
- Dinámica personalidad
- Instintos agresivos y sexuales
- Autores: Freud, Adler, Jung

**correlatos conductuales de la
búsqueda de sensaciones**

Mayor experiencia con drogas
Ingesta excesiva alcohol
Edad de inicio temprana

Conducta sexual más activa
Variación e intercambio de parejas
Conductas sexuales de riesgo
Menos preocupación por ETS

Sin embargo, sería un error asociar sólo la búsqueda de sensaciones a conductas negativas. La búsqueda de sensaciones puede contribuir al desarrollo personal y social

Dr. Luis Manuel Blanco Donoso

82

Psicólogo, Doctor en Psicología Clínica y de la Salud, Máster Oficial en Psicología de la Salud y Máster en Psicología Clínica. Sus principales líneas de investigación giran en torno al estudio de la salud mental y bienestar psicológico en el trabajo, los riesgos psicosociales laborales (como estrés laboral, burnout, trabajo emocional, estrés traumático secundario, conflicto trabajo-familia, incivismo en el trabajo, estrés moral...), los procesos de personalidad, afrontamiento y regulación emocional de los individuos y la aplicación de intervenciones psicosociales en el ámbito laboral, profundizando más durante los últimos años en el ámbito de las profesiones sanitarias. Desarrolla su actividad investigadora y docente principalmente en la Facultad de Psicología de la Universidad Autónoma de Madrid desde el año 2008, con el Equipo de investigación Estrés y Salud. Imparte docencia de grado en asignaturas como Psicología de la Personalidad, Evaluación Psicológica y Salud Laboral, y colabora en diferentes posgrados como el Máster Oficial de Recursos Humanos (UAM), el Máster de Intervención en Crisis y Emergencias (UAM) o el Máster en Musicoterapia de la Facultad de Medicina (UAM).



MARISA VERA

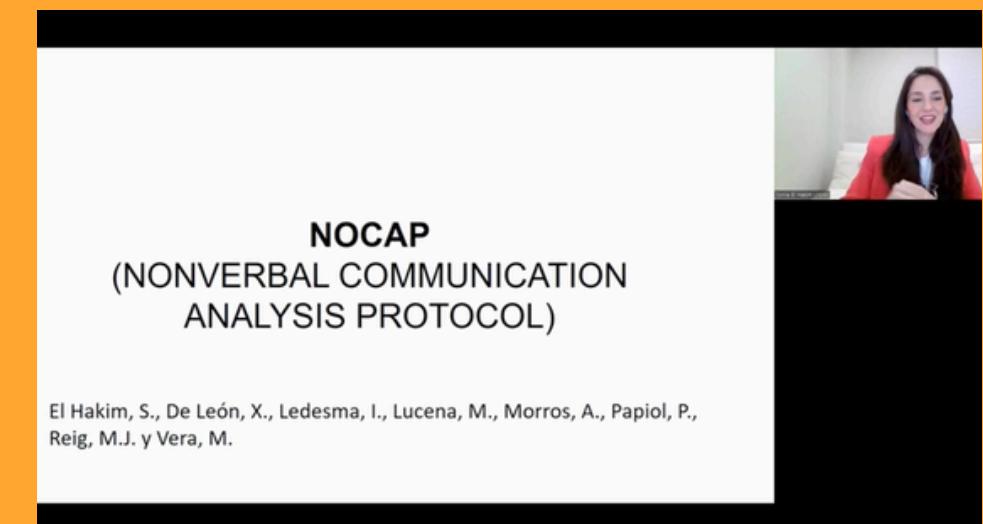
PROFESORA DEL PROTOCOLO DE ANÁLISIS
DE COMUNICACIÓN NO VERBAL

Claustro



MÁSTER EN COMUNICACIÓN NO VERBAL
Y HABILIDADES DIRECTIVAS

MÓDULO 3:
EXPRESIÓN FACIAL
EL PROTOCOLO DE ANÁLISIS



Marisa Vera

84

Gerente de seguimiento de la Relación con el Cliente Front en uno de los grupos aseguradores españoles líderes Experiencia de Cliente. Más de 17 años dedicados al análisis y mejora de la Calidad Entregada-Percibida por el cliente y 4 años como formadora en habilidades para gestionar la emoción del cliente. Licenciada en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte (UE), certificada en Experiencia del Cliente (DEC), Máster en Comunicación No Verbal y Habilidades Directivas (UEMC) y socia experta de la Asociación Española de Comunicación No Verbal (ASENOVE).



DR. VICENT BLAI BENEYTO

PROFESOR DE PSICOLOGÍA DE LA EMOCIÓN E
INTELIGENCIA EMOCIONAL

Claustro



SISTEMA NERVIOSO

El sistema nervioso se distribuye en distintas subdivisiones las cuales no resultan excluyentes entre sí.

Su descripción se realiza según distintos criterios:

- Sistema Nervioso Sómatico**
- Sistema Nervioso Autónomo**

Control de las acciones voluntarias
Movimientos involuntarios conocidos como actos reflejos

Controla y regula de manera automática los órganos internos como el corazón, estómago e intestinos

1.- El concepto de Emoción

¿Qué es la emoción?

2.- Aproximaciones al estudio de la emoción

Theory of James-Lange: AROUSAL → EMOCIÓN

Theory of Cannon-Bard: AROUSAL → EMOCIÓN

Theory of Schachter-Singer: AROUSAL → ETIQUETA COGNITIVA → EMOCIÓN

Dr. Vicent Blai Beneyto

86

Doctor en Psicología de la Emoción y Máster en Psicología Clínica. Cursó la licenciatura y el doctorado en la UNED. Ha desarrollado sus proyectos de investigación en el estudio de la interacción entre emoción y cognición y los posibles beneficios de las emociones positivas en la cognición y la salud. Desarrolla su labor docente en el C.A. de Alzira-Valencia de la UNED como profesor tutor de Psicología. Su cometido es hacer accesibles y llevaderos los estudios de Grado a personas con muchas más responsabilidades que el simple estudio. Ha colaborado con el equipo de investigación del Departamento de Psicología Básica II de la UNED y participado en diversos Congresos Internacionales de Inteligencia Emocional. También desarrolla su labor divulgativa impartiendo cursos y conferencias para dar a conocer, siempre desde una perspectiva empírica, aspectos importantes de la psicología para nuestras vidas como son la Inteligencia Emocional, el Optimismo y la Psicología positiva.



XIÁN HENRIQUE DE LEÓN BARRAL

PROFESOR DE COMUNICACIÓN NO VERBAL

Claustro



LAS 5 DIMENSIONES DE HOFSTEDE.

«La cultura es una programación colectiva en la mente de las personas que distingue a los miembros de un grupo o categoría de los de otra».

Geert Hofstede.

Esta frase nos muestra que la cultura es más que una raza o un lugar de nacimiento.



En las culturas indulgentes las costumbres sexuales son menos restrictivas y se puede actuar de forma más espontánea que en las culturas de restricción.

Las culturas de moderación, como muchos países islámicos, tienen expectativas sociales rígidas de comportamiento (vestimenta, bebida, comida, comportamientos, ...)

Debemos tener también en cuenta que dentro de una cultura indulgente como por ejemplo la de los EEUU, nos podemos encontrar con sub-culturas más enfocadas a la moderación como por ejemplo los Amish.



La dimensión de evitación de la incertidumbre expresa el grado en que los miembros de una sociedad se sienten incómodos con la incertidumbre y la ambigüedad.

El tema fundamental aquí es cómo aborda una sociedad el hecho de que nunca se puede conocer el futuro: ¿deberíamos tratar de controlar el futuro o simplemente dejar que suceda?.

Los países que exhiben evitación a la incertidumbre mantienen códigos rígidos de creencias y comportamientos y son intolerantes con el comportamiento e ideas poco ortodoxas.

Xián Henrique de León Barral

90



Tercer ciclo en Economía, MBA en Dirección y Administración de Empresas y MBA en Marketing y Dirección Comercial por la Universidad de A Coruña.

Máster en Comunicación No Verbal y Habilidades Directivas por Código No Verbal, Escuela de Comunicación No Verbal y la Universidad Europea Miguel de Cervantes.

Experiencia profesional en banca de más de 25 años centrada en la venta y negociación con clientes tanto particulares como empresariales e institucionales en diferentes áreas del negocio.

Claustro

ADMISIÓN, TASAS E INSCRIPCIONES

Admisión



Podrán solicitar la admisión en el Máster en Comunicación No Verbal y Habilidades Directivas las personas mayores de edad y que tengan **titulación universitaria** (grado, diplomatura, licenciatura, ingeniería,...)

Con el fantástico programa que te hemos planteado, y con un claustro de excepción, con todas las clases en vídeo, tutorías individuales y grupales, 1500 horas lectivas, 60 créditos ECTS, título universitario (incluido en el precio) ... **¿Te parecería razonable pagar 3.900 € de matrícula?**

Pues tenemos una gran noticia para ti: ajustamos nuestros márgenes para que el precio de la matrícula sea de sólo 3.200 €.

Además, se han definido **precios especiales** para personas que cumplan las siguientes condiciones:

Inscripciones formalizadas hasta el **31 de enero de 2026**: 2.750€

Inscripciones formalizadas del **1 de febrero de 2026 al 20 de marzo de 2026**: 2.900€

Personas en situación de **desempleo** al momento de formalizar la matrícula y personas con **discapacidad** (deberán acreditarlo): 2.900€

Alumnos residentes en **Latam** (deberán acreditarlo): 2.900€

FINANCIACIÓN

Existe la posibilidad de fraccionar el importe de la matrícula en 6 pagos, sin coste adicional. Para ello, se abonarán solo 400 € en el momento de la inscripción, como reserva de plaza, y el resto en 5 pagos mensuales (pagos del 1 al 5 de cada mes) a partir del mes de inicio de las clases (abril 2026).

Descuentos especiales

94

Inscripciones formalizadas
antes del 31/01/2026

~~3.200€~~

2.750€

Inscripciones formalizadas
del 01/02 al 20/03/2026

~~3.200€~~

2.900€

Residentes en países de
Latinoamérica

~~3.200€~~

2.900€

Personas desempleadas o
con discapacidad

~~3.200€~~

2.900€

Descuentos no acumulables. Residentes en Latam y personas desempleadas o con discapacidad que formalicen su reserva de plaza antes del 31/01/26 pueden optar por el máximo descuento, pagando únicamente 2.750€ por la matrícula.

Residentes en Latam deberán justificar su residencia para optar al precio con beca

Personas desempleadas o con discapacidad: deberán acreditar su condición.

Incluido en la matrícula: formación, tasas de universidad y expedición y envío de título.

Admisión



PLAZO DE INSCRIPCIÓN:

La Matrícula estará abierta entre el **10 de noviembre de 2025 y el 13 de abril de 2026** o hasta cubrir las plazas. Ten en cuenta que, a diferencia de otros másters en otras entidades, nosotros **no aceptamos más de 12 alumnos por promoción**, para poder darles nuestra máxima atención y acompañamiento. Así que no dudes en contactarnos y preguntarnos todas tus dudas y, si lo tienes claro, inscríbete ya para no perder tu plaza.

La inscripción debe realizarse a través de la página web:

<https://www.masternoverbal.es/inscripcion/>



DATOS DE CONTACTO Y SOLICITUD DE INFORMACIÓN

Toda la información actualizada sobre el
Máster se encuentra en la página web:

<https://www.masternoverbal.es>

Puedes indicarnos tus dudas y
comentarios en el propio formulario de
la web, o a través de los siguientes
medios:

Correo electrónico:
info@masternoverbal.es

Teléfono/Whatsapp:
(+34) 605 899 756



MÁSTER EN COMUNICACIÓN NO VERBAL Y HABILIDADES DIRECTIVAS

Organizan:



Escuela de Comunicación No Verbal



Título propio:

