



**“Universidad del
sureste”**



Comunicación oral

Cuestionario semana 6

Docente Víctor Antonio Gonzales salas

Alumna Viviana Guadalupe cruz Hernández

1. Estrategias

Son estructuraciones de funciones y recursos intelectuales, afectivos o psicomotores que se conforman en los procesos de pensamiento que realizamos para cumplir diversos objetivos

2. Comunicación estratégica

Se realiza en publico y es formalizada, se prepara y elabora antes del momento de la interacción para cumplir con la finalidad establecida

3. Estructura de una estrategia de comunicación

Tres partes principales integradas por los procesos de acción simples y complejos que son la planeación, organización y interacción.

4. Forma de una estrategia de comunicación

Tipo de intercambio que se produce entre emisores y receptores del cual resultan experiencias y efectos diferentes

5. Microestrategia

Funcionan en niveles de acciones sencillas, simples en los que usamos conocimientos, técnicas y habilidades específicas.

6. Macroestrategia

Operan en niveles de ejecución superior, con acciones diversas en las cuales se combinan conocimientos, técnicas, habilidades, actitudes y valores que integran un proceso complejo.

7. Forma del proceso de comunicación

Depende de la interacción que se lleva a cabo en el momento de la comunicación, de persona a grupo o de grupo a publico a través de medios de comunicación masiva

8. Análisis de receptores o público

Es un proceso de aproximación o acercamiento mediante la búsqueda de la información con el objetivo de asegurar el entendimiento del mensaje y lograr mayor empatía y credibilidad al ser escuchados.

9. Selección de temas

se elige con base a dos tipos de información, (adquirida) se refiere a datos, conceptos, opiniones recuerdos e imágenes que toda persona guarda en su memoria a largo plazo. (inmediata) es la que buscamos o investigamos porque la desconocemos o no tenemos ideas y a través de libros, revistas, computadoras etc. vamos adquiriendo conocimientos

10. Planeación de la comunicación

Se distinguen 2 fases en la preparación del plan consiste en una reflexión sobre nuestras intenciones o nuestros propósitos para luego tomar decisiones y determinar el efecto que desea lograr en el receptor, en la etapa de planeación, debemos hacernos las siguientes preguntas: ¿Quién?, ¿dice que?, ¿a quién?, ¿para qué?, ¿Dónde?, ¿Cuándo?