

Definición de conceptos

Después de estudiar el capítulo 5, escriba las siguientes definiciones:

1. Estrategias

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

2. Comunicación estratégica

Se compone de tres partes principales, integradas por los procesos de acción, simples y complejas que son la planeación, la organización y la interacción.

3. Estructura de una estrategia de comunicación

generalmente se realiza en público y es formalizada; se prepara y elabora antes del momento de la interacción para cumplir con la finalidad establecida.

4. Forma de una estrategia de comunicación

Depende de la interacción que se lleva a cabo en el momento de la comunicación ya sea de persona a persona, de grupo a personas, etc.

5. Microestrategia

funcionan en niveles de acciones sencillas, simples, en las que usamos conocimientos, técnicas y habilidades muy específicas.

6. Macroestrategia

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

7. Forma del proceso de comunicación

Es el tipo de intercambio que se produce entre emisor y receptor del cual resulta experiencias y efectos diferentes, dependiendo del número de participantes que intervienen.

8. Análisis de receptores o público

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

9. Selección de tema

Implica la relevancia del tema de generar ideas y el esfuerzo de organizarlas con base a dos tipos de información que percibe o recibe de su entorno: la información adquirida y la información inmediata.

10. Planeación de la comunicación

En cualquier proceso de planeación se deben distinguir dos grandes fases: la preparación de plan y su elaboración. La preparación del plan estratégico consiste de una reflexión sobre nuestras intenciones o nuestros propósitos para luego tomar decisiones y determinar el efecto que deseamos lograr en los receptores.