

UNIVERSIDAD DEL SURESTE
Medicina veterinaria y zootecnia

Jenifer Alejandra López Vicente

Octavo cuatrimestre

Proyección profesional

Tapachula Chiapas a 8 de febrero

Definición de conceptos

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

1. Estrategias
Estructuras de funciones y recursos intelectuales afectivos o psico-motrices.
2. Comunicación estratégica
que las acciones técnicas y habilidades empleadas durante un proceso de comunicación se pueden pensar bien antes de realizarlas
3. Estructura de una estrategia de comunicación
planeación, Organización e Interacción.
4. Forma de una estrategia de comunicación
Interacción que se lleva a cabo en la comunicación de persona a persona, a través de medios de comunicación masiva
5. Microestrategia
Funciona a niveles de acciones sencillas y simples y las usamos conocimientos técnicos y habilidades muy específicas.
6. Macroestrategia
Niveles de ejecución superior con acciones que integran un proceso complejo
7. Forma del proceso de comunicación
Elementos, Quien, dice que, A quien, como, en que forma.
8. Análisis de receptores o público
un proceso o acercamiento mediante la búsqueda de información 1 entendimiento del mensaje 2 lograr mayor empatía y credibilidad al ser escuchados.
9. Selección de tema
hablar de una situación formalizada ante personas importantes
10. Planeación de la comunicación
Planear es Prever con precisión una meta y medios congruentes para alcanzarla.

Preguntas Comunicación oral.

- 1.- Si bien mucho tanto laboral como persona, requiere Planear, organizar, aplicar y supervisar y evaluar.
- 2.- En un foro abierto donde se escucha más de una persona
- 3.- La Planeación es una etapa de preparación que nos ayuda a enfrentar con más firmeza los procesos de planeación, la organización se desarrolla en torno al mensaje
- 4.- Si por que se cumplen metas y se realiza de buena manera nuestros objetivos planeados a la hora de comunicarnos.
- 5.- Para aprender las técnicas que se pueden desarrollar en la comunicación oral estratégica, ambas se complementan y obteniendo el mismo resultado
- 6.- Es importante ya que así conocemos hacia quien va dirigido el mensaje y el resultado que espera de ellos.
- 7.- la Interacción que tiene el emisor con el receptor a través de los medios de comunicación
- 8.- ¿Quién? ¿A quien? ¿para quien? ¿para que? ¿Dónde?
- 9.- consiste en la investigación sobre las creencias, valores, hábitos de comportamiento por parte del receptor a la audiencia.
- 10.- Para poder conocer los problemas que tendremos tanto de sonido como físico, conocer el lugar también te ayuda a saber donde acomodaras tu material de apoyo de que lado se encontrara la mayor cantidad de personas etc.