



LICENCIATURA EN ENFERMERÍA.

8°VO CUATRIMESTRE

PROYECCIÓN PROFESIONAL

TAREA SEMANA 5 Y 6

E.L.E.: ALLYN GABRIELA FARFAN CÓRDOVA.

CATEDRÁTICO: LIC. VÍCTOR ANTONIO GONZÁLEZ SALAS

TAPACHULA, CHIAPAS DE CÓRDOVA Y ORDOÑEZ

18 – FEBRERO – 2022

DEFINICIONES CAPITULO 5 – LA COMUNICACIÓN ORAL Y ESTRATÉGICA

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, se trata del conjunto de conocimientos generadores de esquemas de acción que utilizamos al enfrentar situaciones globales o específicas, ya sea para seleccionar, organizar e incorporar nuevos datos, o para solucionar problemas de diverso orden o cualidad.

2. Comunicación estratégica:

Significa que las acciones, técnicas y habilidades empleadas durante un proceso de comunicación se pueden pensar bien antes de realizarlas: planear, organizar, aplicar, supervisar y evaluar serán los pasos de una comunicación estratégica, para que las decisiones que hayamos tomado sean concientizadas, transferidas y adaptadas a otras situaciones no experimentadas.

3. Estructura de una estrategia de comunicación:

Se compone de tres partes principales, integradas por los procesos de acción, simples y complejos, que son la planeación, la organización y la interacción, viene a ser resultado de pensar en las acciones que vamos a ejecutar en cada una de las fases del proceso comunicativo, para planear la comunicación, organizarla en cada una de sus partes y darle una forma preconcebida a la interacción, con la finalidad de lograr, por medio del lenguaje oral, los propósitos deseados.

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 persona a grupo, de persona a público, de grupo a público, y de persona o grupo a un público a través de medios de comunicación masiva.

5. Microestrategia:

Funcionan en niveles de acciones sencillas, simples, en las que usamos conocimientos, técnicas y habilidades muy específicas, usar microestrategias al hablar sería, por ejemplo, dirigir el contacto visual en una dirección, manejar cierto volumen de voz, hacer un movimiento con las manos, un gesto, etc.

6. Macroestrategia:

Operan en niveles de ejecución superior, con acciones diversas en las cuales se combinan conocimientos, técnicas, habilidades, actitudes y valores que, en conjunto, integran un proceso complejo, usar macroestrategias sería dar una conferencia, llevar a cabo una negociación, discutir en un panel o en un debate, conducir un programa de televisión, establecer una red de comunicación virtual con varios comunicadores.

7. Forma del proceso de comunicación:

Es el tipo de intercambio que se produce entre emisor(es) y receptor(es), del cual resultan experiencias y efectos diferentes, dependiendo del número de participantes que intervienen, del medio o los medios que se utilizan para el envío de los mensajes, de los mensajes que se expresan (verbal y no verbalmente), del lugar en donde se encuentran y del ambiente que se genera con la interacción. Tenemos formas de comunicación dual, en grupo, en público y masiva.

8. Análisis de receptores o público:

El análisis de receptores es un proceso de aproximación o acercamiento mediante la búsqueda de datos o información, con dos objetivos: 1. asegurar el entendimiento del mensaje y 2. lograr mayor empatía y credibilidad al ser escuchados. Cuanto más se adapte el mensaje al público y se identifique el comunicador con los antecedentes, las experiencias, los intereses y las actitudes de los receptores, más probabilidades tendrá de lograr empatía y credibilidad.

9. Selección de tema:

Implica la capacidad del hombre de generar ideas y el esfuerzo de elegir las con base en dos tipos de información que percibe o recibe de su entorno: 1. la información adquirida y 2. la información inmediata.

10. Planeación de la comunicación:

Es una etapa de preparación en la que el comunicador efectúa acciones antes de exponer el mensaje oralmente como identificar las intenciones o los propósitos de la comunicación, seleccionar el tema, y reconocer el lugar, el tiempo y la ocasión para su realización.

DEFINICIONES CAPÍTULO 6 – ORGANIZACIÓN Y ELABORACIÓN DE MENSAJES

1. Organización del mensaje:

Comienza con una preparación para ser creativos y generar un tema que sea del gusto y la preferencia del público receptor. Después de seleccionar el tema, se tendrá que especificar la idea central del mismo, que servirá de eje para la elaboración del mensaje. A la idea central del mensaje se unirá el propósito del emisor para comunicarse.

2. Idea central:

Es la expresión de la idea más importante del tema (Hanna y Gibson, 1989:36), pues si ésta no es precisada no podrán desarrollarse las ideas principales que componen el cuerpo del discurso, ya que tal idea (llamada también tesis) servirá de eje para la elaboración del mensaje.

3. Equilibrio de ideas:

Las ideas deben reflejar un equilibrio, con respecto a la cantidad de información que cada una presenta cuando las comparamos entre sí. Este equilibrio sirve para asegurar que el comunicador asigne más o menos el mismo tiempo de exposición a cada una durante la presentación.

4. Estructura de ideas:

Se forman de acuerdo con la manera en que el comunicador redacta las ideas para darles un orden. Por ejemplo, en el esquema de frase cada idea principal se expresa sin ningún verbo.

5. Estructura de frase:

Se utiliza básicamente para ordenar las ideas principales, pero también es posible incluir las subordinadas, si así lo desea el comunicador, para ir visualizando los puntos de desarrollo de cada una.

6. Estructura de oración:

Las ideas se escriben con oraciones, las cuales, para ser completas, necesitan un sujeto, un verbo y un complemento.

7. Paralelismo en la redacción:

Se refiere a la utilización de formas gramaticales semejantes al redactar las ideas, para demostrar y visualizar los niveles de coordinación y subordinación.

8. Formato alfanumérico de ideas:

Indica la jerarquía de ideas principales y subordinadas. Las ideas pertenecientes al mismo nivel serán ideas coordinadas, lo cual indicará que pertenecen a la misma jerarquía. La norma en la subdivisión de ideas es que para cada idea que se divide debe haber al menos dos subdivisiones.

9. Secuencia en la organización de ideas:

Ordenar las ideas es importante para verificar que entre ellas exista un seguimiento, un orden o una secuencia. Entre las formas más comunes utilizadas para organizar ideas están: 1. tiempo, 2. espacio, 3. problema y solución, 4. causa y efecto, 5. división del tema, 6. general a específica y específica a general.

10. Etapa de presentación del mensaje:

Requiere una buena preparación, organización del mensaje y elaboración de materiales verbales, pero también visuales. Gran parte del éxito de la comunicación depende de la forma como sean presentadas las ideas visualmente. Un buen material visual se considera un medio que sirve de estímulo al sentido de la vista.

BIBLIOGRAFÍA

Fonseca Correa. (2011). Comunicación Oral y Escrita. México: Pearson.