

# PRESENTACIÓN.



UNIVERSIDAD DEL SURESTE.

**CARRERA:** Lic. en Enfermería.

**MATERIA:** Proyección profesional.

**ACTIVIDAD:** Cuestionario del capítulo 5 y 6.

**UNIDAD II:** Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

**DOCENTE:** González Salas Víctor Antonio.

**ALUMNA:** Deyanira Santiago Pacheco.

**CUATRIMESTRE:** 8vo.

**MATRICULA:** 422419083.

**FECHA:** 10/02/22.

## CAPITULO 5. LA COMUNICACIÓN ORAL ESTRATÉGICA.

### Definición de conceptos.

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:** generalmente se realiza en público y es formalizada; se prepara y elabora antes del momento de la interacción para cumplir con la finalidad establecida. Como todo proceso unitario completo, tiene estructura y forma.
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.
4. **Forma de una estrategia de comunicación:** esta 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. Un ejemplo sería, dirigir el contacto visual en una dirección, manejar cierto volumen de voz, hacer un movimiento con las manos, un gesto, etc.
6. **Macroestrategia:** se ejecutan 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. Un ejemplo sería, dar una conferencia, llevar a cabo una negociación, discutir 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 (s) y receptores (es), del cual resultan experiencias y efectos diferentes, dependiendo del número de participantes que intervienen.
8. **Análisis de receptores o público:** es un proceso de aproximación o acercamiento a los receptores de un mensaje para asegurar el entendimiento del mensaje y lograr mayor empatía y credibilidad al ser escuchados.

**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: la información adquirida y la información inmediata

**10. Planeación de la comunicación:** es predecir con precisión una meta y los medios congruentes para alcanzarla.

## CAPITULO 6. ORGANIZACIÓN Y ELABORACIÓN DE MENSAJES.

### Definición de conceptos.

1. **Organización del mensaje:** saber organizar las ideas que contendrá el tema que haya seleccionado y elaborar las diferentes partes que componen todo mensaje, desde el principio hasta el final, haciendo las correcciones necesarias del contenido de acuerdo con las características de los receptores
2. **Idea central:** es la expresión de la idea más importante del tema.
3. **Equilibrio de ideas:** estas deberían reflejar un equilibrio, con respecto a la cantidad de información que cada una presenta, dicho equilibrio sirve para asegurar que el comunicador asigne más o menos el mismo tiempo de exposición a cada idea durante la presentación.
4. **Estructura de ideas:** es ordenar las ideas principales, estableciendo entre ellas una coordinación o secuencia para estar seguros de que llevarán el contenido con claridad a los receptores.
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:** para que una oración sea completa, necesitan un sujeto, un verbo y un complemento.
7. **Paralelismo en la redacción:** es 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:** este indica la jerarquía de ideas principales y subordinadas.
9. **Secuencia en la organización de ideas:** es importante ordenar las ideas para verificar que entre ellas exista un seguimiento, orden o secuencia. Entre las formas más comunes para organizar ideas están:
  - Tiempo
  - Espacio.
  - Problema y solución.
  - Causa y efecto
  - División del tema.
  - General a específica y específica a general.

**10. Etapa de presentación del mensaje:** comienza con una preparación para ser creativos; después, hay que tener una buena dosis de creatividad para generar un tema relevante del gusto y las preferencias de los receptores, así como hacer un esfuerzo para llamar su atención, para que nuestro mensaje sea escuchado, estando seguros de brindar un contenido valioso, útil o práctico.