



**UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

**Campus Tapachula**

**Licenciatura en Medicina**

**Veterinaria y Zootecnia**

**MATERIA: Comunicación Oral**

**CATEDRÁTICO: Dr. Víctor Antonio González Salas**

**Trabajo: Capitulo 7 y 8 Ejercicios del Libro Comunicación Oral**

**Alumno: Daniel Amílcar García Trinidad**

**2do. Cuatrimestre Grupo A**

**Tapachula Chiapas a 16 de marzo del 2023**



## DEFINICION DE CONCEPTOS CAPITULO 7

1. PROCESO DE COMUNICACION EN PUBLICO  
ARTE PRACTICO, UNA HERRAMIENTA EN LAS ORGANIZACIONES PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD Y UN MEDIO DE CONTROL SOCIAL (SECUENCIA DE LA PALABRA) SUBELLECIONAMIENTO DEL LENGUAJE DE CONVENCER.

2. PRESENTACION EN PUBLICO LETIDA  
SE REDACTA EN UN DOCUMENTO Y EL COMUNICADOR LEE EL TEXTO DIRECTAMENTE, HABILIDAD DE LEEA CON EFICACIA, HACER TRANSICION DE LA TONALIDAD VOCAL DE LEEA.

3. PRESENTACION EN PUBLICO MEMORIZADA  
DISCURSO SE REDACTA COMPLETO Y LUEGO SE MEMORIZA, LLEVA AL COMUNICADOR A DAR UN DISCURSO ACARTILLADO Y POCO FLEXIBLE.

4. PRESENTACION EN PUBLICO IMPROVISADA  
DISCURSO PRONUNCIADO BAJO LA INSPIRACION DEL MOMENTO, NO SE REQUIERE PREPARACION, YA QUE EL ORADOR CONFIA PLENAMENTE EN SUS HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS.

5. PRESENTACION EN PUBLICO EXTENSIVAMENTE  
ELABORA EL ESQUEMA PARA FIJAR LAS IDEAS EN SU MENTE SIGUIENDO UN ORDEN DETERMINADO LO CUAL CONTRIBUYE A LA EXACTITUD, CONSICION Y FLEXIBILIDAD DE EXPRESION

6. CREDIBILIDAD DE UN COMUNICADOR.  
UN SENTIMIENTO DE CONFIANZA QUE OTORGAN LOS PUBLICOS AL COMUNICADOR CON BASE EN SUS PERCEPCIONES Y FIELOS DE PREJUICIOS.

7. ANSIEDAD SITUACIONAL  
LA TENSION Y EL NERVIOSISMO QUE SE PRODUCEN AL HABLAR EN PUBLICO, SE PRESENTA SOLO EN SITUACIONES IMPORTANTES DE ALTO RIESGO O DE GRAN RESPONSABILIDAD, EN LA QUE TENEMOS QUE HABLAR PUBLICAMENTE.

Barrilito

CAP. 7

8. DISCURSO INFORMATIVO  
SE PRESENTA A UN PUBLICO CON LA IDEA DE INFORMARLE  
SOBRE ALGUNA AREA DEL CONOCIMIENTO, PERO DEJANDOLO  
EN LIBERTAD DE QUE SEA EL QUE SAQUE SUS PROPIAS  
CONCLUSIONES O ALGUN APRENDIZAJE.

9. CONFERENCIA  
DISCURSO O MENSAJES QUE ENTREGAN UN CONOCIMIENTO,  
PRODUCTO DE UNA INVESTIGACION, CONOCIMIENTO QUE SE IMPARTE  
Y ESTA SUJETA A PREGUNTAS Y EXPLICACIONES.

10. PONENCIA.  
DISCURSO QUE PRODUCE O FAVORECE EL CONOCIMIENTO,  
PROQUINA CONOCIMIENTOS, EXPRESANDO OPINIONES DE  
ACUERDO CON SU SABER, AMBIENTE DE LIBERATIVO.

CAP 7

PREGUNTAS PARA ESTUDIO

1. CUAL ES LA DIFERENCIA QUE PUEDE ENCONTRAR ENTRE ORATORIA Y COMUNICACION ORAL EN PUBLICO. JUSTIFIQUE CONSIDERO QUE VAN DE LA MANO POR QUE AMBAS SON TECNICAS PARA DAR UN DISCURSO EN ALGUNA PRESENTACION.
2. POR QUE EL SENTIR DE UNA PERSONA QUE PARTICIPA EN LA COMUNICACION EN PUBLICO ES DIFERENTE DEL SENTIMIENTO QUE SE GENERA EN UNA CONVERSACION? ¿QUE FACTORES SON LOS QUE DETERMINAN LA DIFERENCIA.  
LA CONFIDENCIALIDAD, TEMAS PERSONALES.
3. CUAL DE LAS CARACTERISTICAS DEL PROCESO DE LA COMUNICACION EN PUBLICO CONSIDERA MAS IMPORTANTE PARA LOGRAR RESULTADOS EXITOSOS? ¿POR QUE?  
PROMOCION por dar una informacion adecuada  
● Y MEJORA LA EMPATIA SOCIAL
4. QUE MODIFICACIONES HA SUFRIDO LA COMUNICACION ORAL EN PUBLICO EN LOS ULTIMOS 10 AÑOS? ¿QUE ELEMENTOS HAN INTERVENIDO EN MODIFICARLAS?  
MODIFICACIONES TECNOLOGICAS, QUE UNO CREA MEJORA EL PROCESO DE COMUNICACION

Barrilito.

PAR 7

5. COMO PUEDE APERTARSE LA CREATIVIDAD DE UNA PERSONA EN UN PROCESO DE COMUNICACION ORAL EN PUBLICO. POR EL NEUROSISMO Y FALTA DE INFORMACION DEL TEMA A EXPLICAR O EXPONER.

6. HABLARIA USTED EN PUBLICO SIN NINGUNA PREPARACION DE MANERA ESPONTANEA O IMPROVISADA ? ¿PORQUE? NO ? POR QUE LA INFORMACION PUEDE SER REAFIRMADA

7. ¿QUE TIPOS DE OPORTUNIDADES DE COMUNICACION EN PUBLICO HA PRESENCIADO USTED ? ¿CUALES HA EXPERIMENTADO ? ¿CÓMO FORMA LOEE USTED QUE EL COMUNICADOR SE SIENTE MAS SEGURO ANTE EL PUBLICO ? ¿PORQUE?

\* CONFERENCIAS.

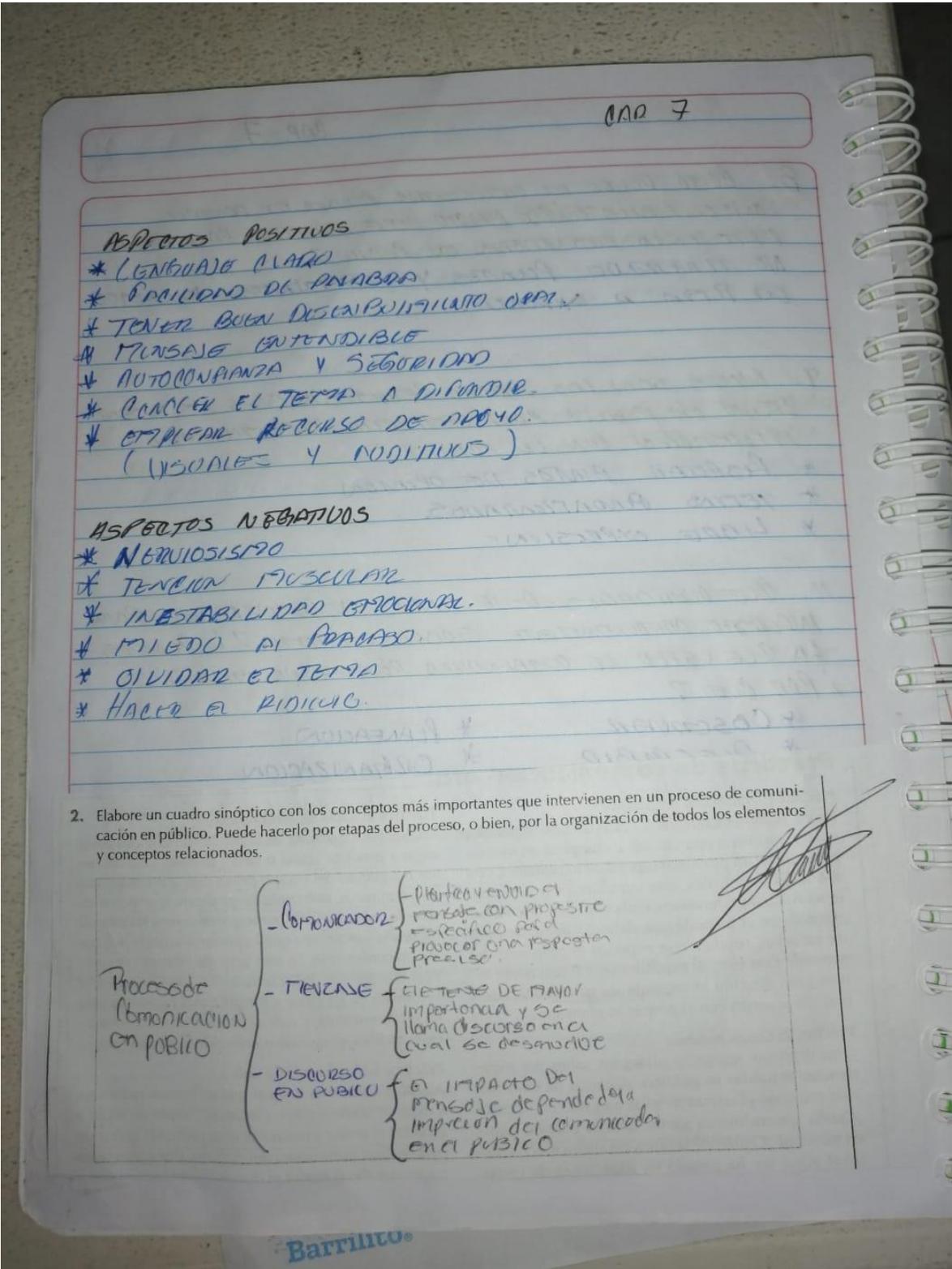
\* DISCURSOS

\* SEMINARIOS IGIESISTICOS

\* TODOS\*

\* CONFERENCIA\*

PORQUE CES UN TEMA YA PLATICADO, TRATADO DEBANDO.



CAP. 7

8. COMO PUEDE EL COMUNICADOR PERDERER EL CONTROL ANTE EL PUBLICO ? ¿QUE ASPECTO DEBE CUMPLIR PARA TENER EXITO EN LA COMUNICACION EN PUBLICO ? NO TIRIENDO PUNTES Y FUNDAMENTOS CONCRETOS DEL TEMA A EXHIBIR.

9. CUMES SON LAS REGLAS RECOMENDABLES DE COMUNICACION EN PUBLICO PARA COMPARTIR CONOCIMIENTOS O INFORMACION CON UN PUBLICO ?

- \* RESPETAR PUNTOS DE OPINION
- \* TERNOS PENALIZADOS.
- \* LIBRE EXPRESION

10. ¿QUE CUALIDADES DEBE TENER UN COMUNICADOR PARA INFORMAR ADECUADAMENTE SOBRE UN TEMA ? ¿CUAL ES LA QUE USTED LE COMBENDRIA DESARROLLAR MAS ? ¿POR QUE ?

|             |                |
|-------------|----------------|
| * OBSERVAR  | * PLANEACION   |
| * DESCRIBIR | * ORGANIZACION |
| * EXPLICAR  | * ELABORACION  |
| * DEFINIR   | * INTERACCION  |
| * EXPONER   |                |

HACEN UNA EXPLICACION MAS SOLIDA Y CONCRETA.

CAP. 7

ESCRIBA 10 TEMAS ACTUALES, QUE SEAN ADECUADOS PARA PRESENTAR INFORMACION ANTE UN PUBLICO EN FORMA DE CONFERENCIA.

1. VIOLENCIA DE GÉNERO
2. DERECHO SEXUAL Y REPRODUCTIVO
3. EQUIDAD DE GÉNERO
4. SALUD PÚBLICA
5. TERRORISMO "SEGURIDAD"
6. PANDEMIA
7. FUGA FORZADA
8. LA CONCILIACION AMBIENTAL
9. INTERCULTURALIDAD
10. SALUD MENTAL

4. LAS INSTRUCCIONES DEBEN SERVIR PARA INFORMAR DE MANERA DETALLADA, LOS PASOS O LAS ETAPAS, MEDIANTE LOS CUALES SE DEBEN REALIZAR ALGUNA ACTIVIDAD. REDACTE LAS INSTRUCCIONES, PARA ELABORAR UNA CONFERENCIA DE ACUERDO CON EL ESTUDIO DE ESTE CAP.

INTRODUCCION = DEBE SER INTRODUCCION POR EL COMPLEJIDAD PARA PRESENTARSE

PROPOSICION = APROVECHAR ESTA PARTE PARA HACER MAS ATRACTIVA LA TEMA, CON MAS DETALLE

CONFRONTACION: ANALIZAR EL TEMA O ASUNTO QUE EXPONE; APYAR SUS IDEAS; SEÑALAR LAS OPINIONES ENCONTRADAS COMO ADVERSAS O EQUIVOCADAS; DEJAR CLARAMENTE ASENTADA SU PROPIA MANERA DE PENSAR Y SUS CONCLUSIONES, Y PROMOVER LA INQUIETUD INTELLECTUAL Y EMOCIONAL DEL PUBLICO.

CONCLUSION: SINTESIS DEL CONCEPTO EXPOSTO COMO CONSECUENCIA DEL PROPIO MENSAJE

Barrilito.

CAP. 7

ANOTO 3 OBJETOS QUE DIVIDIAN ORIGINAN TERCER  
NEURONISMO ANCLUDAN SITUACIONAL N COMUNICARSE  
CON UN PUBLICO OI CONFRUACION

NO PREPARAR BIEN EL TEMA O EXPOSICION  
OTRISO DEL TIEMPO EN EL INICIO DE LA PASA  
FRITA DE INTEGRANTES EN EL TEMA.  
DETACIADA FUENTE INVOLUCRADO.  
TENTAMUDAR AI EXPRESARSE

## COMUNICACION ORAL

CAP. 8.

1. COMUNICACION PERSUASIVA ES LA QUE TIENE INTENCION DE INFLUIR EN LAS ACTITUDES, PREFERENCIAS O CONDUCTAS DE LOS RECEPTORES. LA FORMA MAS IMPORTANTE PARA EL DESARROLLO DE LA VIDA DEMOCRATICA DIARIA.
2. ESTRATEGIA COMUNICACION PERSUASIVA PROCESO PARA PRACTICAR CON EXITO LA PERSUASION; EN ESTE CASO PERSUASION, PERSUASOR, MENSAJE, RECEPTOR, RETORNO ALIMENTACION.
3. DISCURSO DE MOTIVACION ES EL ADECUADO PARA EL PUBLICO QUE TIENE ACTITUDES POSITIVAS FAVORABLES O MUY FAVORABLES POR EL TEMA O HACIA EL COMUNICADOR; EL PROPOSITO DE PERSUASION SERA EL DE MOTIVAR LA ACCION.
4. DISCURSO DE CONVENCION ADECUADO PARA EL PUBLICO QUE TIENE ACTITUDES NEGATIVAS Y POCO FAVORABLES. EL PROPOSITO SERA CONVENCER DICHAS ACTITUDES EN UN CONTEXTO DE CONTROVERSIA O DISCUSION.
5. DISCURSO DE REPUDIACION SE PRESENTA CUANDO EL COMUNICADOR QUIERE NEGAR, RECHAZAR O IR EN CONTRA DE ALGUNA PROPOSICION O RECOMENDACION; ESTO SE PRESENTA CUANDO UN ARGUMENTO, CUESTION CRITICA O RECHAZA LOS ARGUMENTOS DEL ORADOR.
6. PERSUASION ES UN INTENTO CONSIENTE DE UN INDIVIDUO PARA CAMBIAR LAS ACTITUDES, PREFERENCIAS, O CONDUCTAS DE OTRO INDIVIDUO O GRUPO DE INDIVIDUOS, POR MEDIO DE LA TRANSMISION DEL MENSAJE; ES COMUNICACION CON LA INTENCION DE INFLUIR
7. LOGROS EN LA SELECCION DE ALTERNATIVAS. UN PROCESO QUE TRATA DE IDENTIFICAR UNA PREFERENCIA PARA UNA OPINION, SIN CONTRARIAR O FORZAR EL ABANDONO DE OTRAS POSIBILIDADES.

RAZONAMIENTO SONDO COMO EVIDENCIA SEGURA O PRUEBAS.

Barrilito.

CAP. 8

8. PHATOS

LAS EMOCIONES, LA PSICOLOGIA Y LAS ACTITUDES DE OYENTE.

9. ETOS LA BUENA VOLUNTAD, EL JUICIO O CARACTER DEL COMUNICADOR.

10. PRINCIPIO HUMANO la persuasión debe apoyar, las normas universales del comportamiento humano; SEGUN ESTE PRINCIPIO, la persuasión es etica en la medida que se respetan los leyes de la naturaleza humana

11. PRINCIPIO INTERPERSONAL DEBE CONTRIBUIR AL DESARROLLO DE LAS RELACIONES POSITIVAS ENTRE LOS INDIVIDUOS, SEGUN ESTE PRINCIPIO, LA PERSUASION ES ETICA, EN LA MEDIDA QUE PROMUEVA CONDUCTAS, QUE FAVOREZCA LA ACCION INTERPERSONAL POSITIVA

12. PRINCIPIO SOCIAL

DEBE BENEFICIAR A LA MAYOR PARTE DE LA SOCIEDAD O DEL GRUPO. DEBE SATISFACER SUS NECESIDADES O IDEALES; SEGUN ESTE PRINCIPIO, la PERSUASION ES ETICA EN LA MEDIDA QUE ES UTIL O PRACTICA PARA EL GRUPO

cap. 8.

PREGUNTAS PARA ESTUDIO

1. ¿QUE ES LA PERSUASION? ¿PARA QUE SIRVE? ¿CUALS SON SUS PRINCIPALES FUNCIONES?
 

SIGNIFICA ATENDER EL DIFERA DE QUIEN LO ESCUCHA, ES PRINCIPAL UNA FORMA DE ATRACCION POR MEDIOS PSICOLOGICOS, PUES SE CONVINCE NO RAZON Y SE PERSUADE EL MOVIMIENTO DE VOLUNTAD CONSIGUIENDO UNA EVOLUCION ENTOUSIASTA Y DIFECTIVA DE LA PROPIA OPINION, LOS PRINCIPALES DE LA PERSUASION O PROPOSITOS GENERALES SON MOTIVAR, CONVENCER Y REFUTAR.
2. CUALS SON LAS 3 CONSIDERACIONES QUE DEBE TENER SEGUIR EN LA ESTRATEGIA PERSUASIVA.
  - ESTABLECER EL PROPOSITO PERSUASIVO; ANALIZAR LAS ACTITUDES DEL PUBLICO, CONSIDERAR LA ETICA DE PERSUASION
3. ¿QUE FUNCION DESARROLLAN LA PERSUASION EN LOS CAMBIOS SOCIALES? ¿CUAL INTERVIENE EN LA EVOLUCION DE LAS SOCIEDADES EL USO DE LA PERSUASION? LA COMUNICACION Y LA PERSUASION SE RELACIONAN PORQUE POR MEDIO DE LAS 2 APRENDIENDO A INTERACTUAR: CON LA PERSUASION APLICAMOS DE IGUALMANTA MANERA PARA MODIFICAR EL COMPORTAMIENTO Y LA CONDUCTA DE OTRAS PERSONAS: TODO CAMBIO SOCIAL DE ESTA MANERA, ESTOTAMENTE INFLUENCIADO POR LA PERSUASION, LAS CUALS VAN ACOMPAÑANDOS SIEMPRE SIN EL RESTO DEL GRUPO. ESTO GENERA LA BASE DE CONFIANZA QUE GENERA EL TIPO DE PERSUASION UTILIZADA PARA LOGRAR OBJETIVOS CLAROS A OTROS.
4. EN QUE FORMA SE RELACIONAN LOS PROPOSITOS PERSUASIVOS CON EL ANALISIS DEL PUBLICO Y LA STRATEGIA PERSUASIVA?

Barrilito

CAP. 8

INSTRUYENDO LAS DETALLS DEL PUBLICO, PARA USAR LO PERSONAL EN AYUDA A COMUNICACION A SELECCIONAR CON MAS PRECISION EL PROPOSITO PERSUASIVO ADECUADO PARA GENERAR SU DISCURSO PERSUASIVO. PARA ANALIZAR LOS DETALLS DE LAS PERSONAS SE DEBE APRENDER A RECONOCERLOS, ESTABLECER SUS ATRIBUTOS O PROPIEDADES, DISTINCIONES, OPINIONES, PREFERENCIAS Y UNIFORMES; LA MANERA DE COMO HECHO EL MENSAJE Y EL TIPO DE RESPUESTA.

5- ¿RECUERDA ALGUNA EXPERIENCIA DONDE SE HAYA PODIDO UNO PERSUASIVAMENTE? ¿COMO FUE? ¿TUVO EXITO? ¿QUE ELEMENTOS O FACTORES INFLUYERON EN EL RESULTADO? SI AL IMPAR EN LA UNIVERSIDAD Y PARTICIPAR EN COMPAÑEROS! ALGO COMPLICADO PORQUE SON MENORES Y YO LES LLEVO 10 AÑOS; PERO SEVI EXITOSO, LA COMUNICA CIENT PERSUASIVA TUVO MUCHO QUE VER.

6- EN QUE SITUACIONES ES INDISPENSABLES O NECESARIO USAR LA COMUNICACION PERSUASIVA? JUSTIFIQUE EXISTEN MUCHAS SITUACIONES QUE EN LA VIDA NUESTRA DONDE ES INDISPENSABLE, EN TORNOS POLITICO PARA CONVICCION O UNA DECISION PARA ADELANTAR LA TRANSFORMACION.

7. CON QUE SON LOS TIPOS DE DISCURSOS PERSUASIVOS QUE PUEDE PRACTICAR UN COMUNICADOR.  
A) DISCURSO DE MOTIVACION, DISCURSO DE CONVENCION, DISCURSO DE TRANSFORMACION.

8. PARA QUE SIRVE EL DISCURSO DE MOTIVACION? PARA QUE TIPO DE PUBLICO ES ADECUADO SEGUN SUS ACTITUDES?

CAP. 8

- EL DISCURSO DE MOTIVACION SE USA CUANDO EL COMUNICADOR QUIERE QUE SU PUBLICO, EN FORMA DETERMINADA.
- ES ADECUADO PARA UN TIPO DE PUBLICO CON ACTITUDES MUY FAVORABLES O POSITIVAS HACIA UN TEMA DEL CUALDA.

9. CUALES SON LAS PARTES QUE CONSTITUYEN EL DISCURSO DE MOTIVACION? ¿EN QUE CONSISTE LA SECUENCIA FUNDAMENTAL?

- CAPTAR LA ATENCION, DEMOSTRAR LA NECESIDAD, DESCRIBIR EL PROBLEMA, VISUALIZACION, SATISFACER LA NECESIDAD, PRESENTAR LAS SOLUCIONES Y VISUALIZAR LOS RESULTADOS, SOLICITAR LA ACCION O APROBACION, SECUENCIA FUNDAMENTAL; ELABORAR UN DISCURSO QUE REQUIERA UNA ESTRUCTURA "SOPRESANTE EN DISCURSO INFORMATIVO", EL PROPOSITO EFECTIVO ES MOTIVAR,

10. PORQUE LA ETICA SE TIENE QUE CONSIDERAR AL USAR LA PERSUASION? ¿Cuales PRINCIPIOS ETICOS SE PUEDE JOSEGAR LA INFLUENCIA DE LA COMUNICACION PERSUASIVA.

- Como medio la oratoria sirve a la verdad y tambien da moral!

HACIENDOS 1915 PERSUASIVAS:

- TODA COMUNICACION O DISCURSO DEBE TENER PASOS PROGRAMAS YA QUE LA INFLUENCIA MACE DUCES VALORES-

Barrilit

CAP. 8

H. REVISE LOS 3 ESQUEMAS QUE REPRESENTAN, LA DIFERENCIA LA POSICION, Y LA INTENCION DE SUS ACTIVIDADES RESPECTO A UN TIPO, SITUANDO CUALQUIER ENSEÑANZA RELACIONANDO ESTOS ESQUEMAS CON UN PROPOSITO PERSONAL O QUE PODRIA CUMPLIR, DE ACUERDO CON SUS ACTIVIDADES.

1 SISTEMA DE SALUD

2 PRIVADO PUBLICO

3

|               |                    |
|---------------|--------------------|
| PRIVADO       | PUBLICO            |
| RAPIDO        | LENTO              |
| COSTOSO       | GRATUITO           |
| EFICIENTE     | DEFICIENTE         |
| COMPLETA      | INCOMPLETO         |
| ACCESIBILIDAD | POCA ACCESIBILIDAD |

PROPOSITO

|   |   |
|---|---|
| FUNCIONA CON UN FINANCIAMIENTO ENTRE UNA EMPRESA DE SERVICIOS | FUNCIONA CON UN FINANCIAMIENTO GUBERNAMENTAL PARA UN GRUPO DE LA POBLACION CON DERECHO LABORALES. |
|---|---|

Barrilito.

CAP 8

1. ESCRIBA LAS DIFERENCIAS QUE EXISTEN EN LA DEFINICION DEL CONCEPTO DE COMUNICACION Y LA DEL CONCEPTO DE PERSUASION

\* LA DIFERENCIA ENTRE ESTAS, ES QUE LA PERSUASION COMO LO HEMOS VISTO, TIENE COMO FUNDAMENTOS LOS ASPECTOS EMOCIONALES Y CONVENCER SE CENTRA MAS EN LA LOGICA Y LA ARGUMENTACION.

2. ELABORE UNA LISTA DE 5 SITUACIONES DONDE SE NECESITARIA, EL USO DE LA PERSUASION PARA MOTIVAR A LA GENTE A QUE REALICE UNA ACCION DESEABLE BUENA Y POSITIVA.

\* TOMATE EL JUEGO DE NARRAJA RAPIDO QUE SE LEVA LOS VITAMINAS.

\* PON ATENCION EN CLASE PARA SACAR BUENAS CALIFICACIONES

\* SI YO TE ACONSEJO QUE NO HAGAS TRAMPAS ES PARA QUE NO TE REGANEN.

\* SI QUIERES LLEGAR A VIEJO, MAS VALE QUE DESCS DE FUMAR.

\* DICEN QUE LA EDUCACION AYUDA "ESTUDIA"

3. ELABORE UNA LISTA DE 5 SITUACIONES EN LAS QUE SE NECESITARIA EL USO DE LA PERSUASION PARA CONVENCER DE ALGUNA IDEA A LA GENTE.

\* EL CURA DANDO UN SERMON DOMINICAL

\* UN POLITICO DANDO UN DISCURSO PARA SU CAMPAÑA.

\* ARTILO DANDO SU MANAJERN.

\* UN JEFE MOTIVANDO A SUS EMPLEADOS.

\* UN ACTIVISTA MOTIVANDO UNA MARCHA SOBRE LA MIGRACION.

Barrilito.

5. ESCRIBE 10 TEMAS ACTUALES QUE SEAN RELEVANTES, PARA PRESENTAR INFORMACION ANTE UN PUBLICO EN FORMA DE CONFERENCIA.

- \* ABORTO
- \* MIGRACION
- \* USO DE REDES SOCIALES
- \* AUTISMO
- \* EMPATIA SOCIAL
- \* 1/2 ABILIDAD Y SUS EFECTOS
- \* SEGURIDAD
- \* PETICION
- \* COMUNIDAD LGBTQITIA
- \* GUERRAS.

6. INVENTE UN COMERCIAL, UTILIZANDO LAS 5 PARTES DE LA SECUENCIA MOTIVADORA.

VACUNA A TU MASCOTA "PERRO O GATO"; MAS VALE PREVENIR UNA ENFERMEDAD NO DESEADA, QUE GASTAR EN UN TRATAMIENTO NO EFECTIVO.

GENE, PERUDO, ARIOLIOS, GALVALES, O MUOY TIENEN NUESTROS MEJORES AMIGOS, PUEDEN PARECER MUOY DIFERENTES Y SI NINGO TIENEN EN COMUN ES NUESTRO AMOR POR ELLOS, POR eso VACUNALOS ES POR SU SALUD Y LA NUESTRA.

VENIRS A TU VETERINARIA MAS SERPANDT

AMIGOS ES TAN FACIL COMO VACUNARLOS

PERSONAJES: PERROS, GATOS, MEDICOS.  
NOCION: Consientizar la vacunacion en los mascotas

Barrilito.

|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
| 1 |  |   |  |
| 2 |  | 4 |  |
| 3 |  | 5 |  |

CAP. 8

7.- ELABORE UN ESQUEMA DE IDEAS PRINCIPALES PARA DESARROLLAR UN DISCURSO DE MOTIVACIÓN, SIGUIENDO EL MODELO QUE APARECE EN ESTE CAPÍTULO, UTILIZANDO EL MISMO FORMATO Y NUMERACIÓN.

TEMA = VACUNACIÓN A PERROS Y GATOS

PROPÓSITO GENERAL = PREVENIR ENFERMEDADES VIRALES

= VACUNACIÓN PREVENTIVA =

- 1) ¿POR QUÉ ES NECESARIO VACUNAR A LAS MASCOTAS?
- 2) AGENTE INFECCIOSO EN EL CUERPO DE LOS PERROS Y GATOS, ENFERMEDADES VIRALES, ENFERMEDADES MORTALES Y LA MUERTE.
- 3) PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES VIRALES (PARVO, MOQUILLO, LEPTOSPIRILLOSIS, HEPATITIS, INFLUENCIA CANINA).
- 4) VACUNACIÓN EN TIEMPO Y FORMA, PARA EVITAR COMPLICACIONES FUTURAS.
- 5) ACUDIR AL CENTRO VETERINARIO MÁS CERCAÑO Y VACUNAR A TU MASCOTA.  
"HAS VALE UNA VACUNA DE \$300.00 QUE UN TRATAMIENTO DE \$3,000.00"

Barrilito.

OAV. S

ESCRIBIENDO 3 SITUACIONES EN LAS QUE TRATAMOS DE PASARON PARA MUTUA, UNSEGURIDAD ANOTE Y EXPLORE CON UNAL DELOS PRINCIPIOS ETICOS POCOS JESGAL CADA UNA DE LAS SITUACIONES -

SITUACION 1: SI TU PUEDE ENTRA EN CONTACTO CON UN NENE INFECCIOSO "PARADUIEUS" Y NO TIENE VACUNAS, SU CUERPO ANOTUNCA DEFENSAS. PERO CONTA ESTE VIRUS, ES MUY PROBABLE QUE EN RESPONDE ESTA CONTAMINACION DEL PUEDE SER MORTAL

PRINCIPIO ETICO: PRINCIPIO SOCIAL POSITIVO ES PARA PODER GUARDAR ACCIONES POSITIVAS Y DE UTILIDAD SOCIAL BENEFICO, PARA LAS PERSONAS

SITUACION 2 COMENDADO LOCAL COMO UNA CONSTITUCION RELIGIOSA BASADA EN LA DESIGNACION, COMPECION, SOCIOLOGIA, ETIMOLOGIA, ANUEL MUNDIAL

PRINCIPIO ETICO = PRINCIPIO HUMANO. ES PARA GUARDAR EXPRESION CONOCIMIENTO Y COMPANSEION ALD REGIA ETIMOLOGIA IGLESISTA

SITUACION 3: PRESENCIA E INTERACCION EQUILIBRADA DE DIVERSAS CULTURAS Y ALA POSIBILIDAD DE GUARDAR EXPRESIONES CULTURALES COMPARTIDAS A TRAVES DEL DIALOGO Y EL RESPETO MUTUO "INTERCULTURAL DE C.D."

PRINCIPIO INTERPERSONAL PARA OPERAR EL UNION GRUPO SOCIAL Y VALORAR LA INDIVIDUALIDAD, PARA LOGRAR LA INTERACCION DE PERSONA A PERSONA.

Barrilito.