



**NOMBRE: PAZ CRUZ CITLALY JAQUELINE**

**NOMBRE DEL DOCENTE : VICTOR ANTONIO SALAS**

**UNIVERSIDAD: UDS**

**CARRERA: M.V.Z**

**FECHA: 16/03/2023**

## **CAPITULO 8**

### DEFINICIÓN DE CONCEPTOS:

#### 1. Comunicación persuasiva:

Es la que tiene intención de influir en las actitudes, creencias o conductas de los receptores.

#### 2. Estrategia de comunicación persuasiva.

Procesos para practicar con éxito la persuasión. Implica recordar los elementos básicos que intervienen en el proceso de comunicación, en este caso persuasiva: persuasor, mensaje, receptor, retroalimentación.

#### 3. **Discurso de motivación.**

Es el adecuado para el público que tiene actitudes positivas, favorables o muy favorables hacia el tema o hacia el comunicador.

#### 4. **Discurso de convicción.**

Adecuado para el público que tiene actitudes negativas y poco favorables hacia el tema o hacia el comunicador.

#### 5. **Discurso de refutación.**

Se presenta cuando el comunicador quiere negar, rechazar o ir en contra de alguna proposición o recomendación. El propósito de la persuasión será entonces el de refutar.

#### 6. **Persuasión:**

Es un proceso que trata de identificar una preferencia para una opinión, sin controlar o forzar el abandono de otras posibilidades.

#### 7. Logos:

Razonamiento sólido con evidencia segura o pruebas

8. Pathos:

Las emociones, la psicología y las actitudes del oyente

9. Ethos:

El juicio y el carácter ético

10. Principio humano:

La persuasión debe apoyar las normas universales del comportamiento humano.

11. Principio interpersonal:

La persuasión debe contribuir al desarrollo de las actitudes positivas entre los individuos.

positiva.

12. Principio social:

La persuasión debe beneficiar a la mayor parte de la sociedad o del grupo. Debe satisfacer sus necesidades o ideales.

**PREGUNTAS PARA ESTUDIO:**

1. ¿Qué es la persuasión? ¿Para qué sirve? ¿Cuáles son sus principales funciones?

significa atraer el alma de quien escucha. Persuadir es "aplicar una fuerza de atracción por medios psicológicos, pues se convence a la razón y se persuade moviendo la voluntad, consiguiendo una adhesión entusiasta y afectiva a la propia opinión". Las funciones de la persuasión o propósitos generales son: motivar, convencer y refutar.

2. ¿Cuáles son las tres consideraciones que debemos seguir en la estrategia persuasiva?

Establecer el propósito persuasivo. Analizar las actitudes del público. Considerar la ética de la persuasión.

3. ¿Qué función desempeña la persuasión en los cambios sociales? ¿Cómo interviene en

la evolución de las sociedades el uso de la persuasión?

La comunicación y la persuasión se relacionan porque por medio de las dos aprendemos a interactuar. Con la persuasión actuamos de manera consciente para modificar el pensamiento y la conducta de otras personas. Todo cambio social de esta manera se ve totalmente influenciado por la persuasión

4. ¿En qué forma se relacionan los propósitos persuasivos con el análisis del público y la estrategia persuasiva?

Investigar las actitudes del público, para usar la persuasión, ayudará al comunicador a seleccionar con más precisión el propósito persuasivo adecuado para generar su discurso persuasivo. Para analizar las actitudes de las personas se debe aprender a reconocerlas: examinar sus atributos o propiedades, dimensiones, opiniones, creencias y valores. Se relacionan y forman entre ambas, la manera en cómo llegará el mensaje y el tipo de respuesta deseada de parte de todo el auditorio presente.

5. ¿Recuerda alguna experiencia donde se haya comunicado persuasivamente? ¿Cómo fue? ¿Tuvo éxito? ¿Qué elementos o factores intervinieron en el resultado?

Sí, pasaron un par de días y comencé a juntarme con algunos compañeros de manera natural se fue dando la confianza y cercanía de manera positiva, creo que mi motivo para conversar fue exclusivamente para preguntarle para estudiar. Pero después nos hicimos amigos y con el tiempo

7. ¿Cuáles son los tipos de discursos persuasivos que puede practicar un comunicador?

El discurso de motivación. El discurso de convicción. El discurso de refutación.

8. ¿Para qué sirve el discurso de motivación? ¿Para qué tipo de público es adecuado, según sus actitudes?

El discurso de motivación se usa cuando el comunicador quiere que su público actúe en forma determinada, sabiendo previamente que éste se encuentra con una actitud favorable hacia la acción que recomienda

9. ¿Cuáles son las partes que constituyen el discurso de motivación? ¿En qué consiste la secuencia motivadora?

Captar la atención (atención), Demostrar la necesidad (necesidad), Describir el problema (visualización), Satisfacer la necesidad (presentar las soluciones y visualizar los resultados) (visualización), Solicitar la acción o aprobación (acción). Secuencia motivadora: Elaborar el discurso, que adquirirá una estructura (semejante a la del discurso informativo) con base en esos tres pasos principales que conformarán el cuerpo del discurso, a ellos añadirá una introducción y una conclusión, de modo que la organización final del discurso constará de cinco partes coordinadas en una secuencia que motivará al público a realizarla acción propuesta por el comunicador. Se define también según la secuencia de ideas, ya que se deriva del análisis del proceso de pensamiento del comunicador. Elaboración del discurso de motivación: El propósito específico de motivar, Motivo o necesidad para hacerlo, La forma de satisfacer la necesidad mediante una acción específica

10. ¿Por qué la ética se tiene que considerar al usar la persuasión? ¿Con qué principios éticos se puede juzgar la influencia de la comunicación persuasiva?

La ética en la persuasión: Como medio, la oratoria sirve a la verdad y también a la moral, haciéndolas más persuasivas y propagándolas; pero la oratoria es neutra al valor actitudes positivas entre los individuos de una cultura.