



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

UDS
Mi Universidad

MATERIA:

Comunicación Oral

PROFESOR:

Víctor Antonio Gonzales Salas

TRABAJO:

Conceptos

TEMAS :

Capítulos de la Comunicación

JORGE ALFREDO PEREZ RODRIGUEZ

FECHA DE ENTREGA:

Tapachula Chiapas a 23 de febrero 2023.

Conceptos 4

1. Comunicación interpersonal

es un intercambio de información entre dos o más personas

2. Propósito social de la comunicación interpersonal

Refleja la capacidad del hombre de simbolizar lo que ve y siente de su entorno, a través de un lenguaje que propicia el acercamiento entre personas

3. Propósito utilitario de la comunicación interpersonal

es eficiente y constructivo cuando se requiere lograr algo que deje mutua satisfacción en los participantes del proceso comunicativo.30 mar 2012

4. Niveles de interacción en la comunicación interpersonal

la simétrica y la complementaria

5. Interacción complementaria

la conducta de uno de los participantes complementa la del otro (padre – hijo)

6. Interacción simétrica

se caracteriza por la igualdad,

7. Conversación

una charla es un diálogo oral, escrito, o mediante lengua de señas, entre dos o más personas que intervienen alternativamente, expresando sus ideas o afectos sin necesidad de una planificación.

8. Comunicación diádica

se establece cuando las personas que intervienen en el proceso comparten códigos, contextos y jerarquías

9. Desarrollo verbal de ideas

Se utiliza para describir los pasos o etapas de un proceso, ya sea natural o artificial.

10. Entrevista

Una conversación que se propone con un fin determinado distinto al simple hecho de conversar

Conceptos 5

1. Estrategias

plan general para lograr uno o más objetivos a largo plazo o generales en condiciones de incertidumbre.

2. Comunicación estratégica

uso intencional de la comunicación para lograr un objetivo o resultado específico

3. Estructura de una estrategia de comunicación

Es la herramienta de planificación que sistematiza e integra: los objetivos generales de comunicación de la marca o empresa, las tácticas y acciones para conseguirlos, los indicadores para medir su cumplimiento, los instrumentos y los plazos de ejecución

4. Forma de una estrategia de comunicación

es transversal a la comunicación interna, externa y debe de contemplar un manual o espacio pedagógico que le permita a las organizaciones estar claros con sus equipos de trabajo sobre sus tácticas a desarrollar, mensajes y formas de comunicar, acciones estratégicas, instrumentos etc

5. Micro estrategia

Utilizada para ilustrar una idea secundaria con algún dato concreto de la realidad que le sirva de ejemplo

6. Macro estrategia

interacciones significativas en clase entre estudiante-estudiante y estudiante-profesor

7. Forma del proceso de comunicación

emisión de señales (sonidos, gestos, señas...) con la intención de dar a conocer un mensaje

8. Análisis de receptores o público

Consiste en considerar las variables demográficas del receptor o la audiencia.

9. Selección de tema

es el punto de partida de la elaboración de la tesis y la clave sobre la cual se asienta la posibilidad de un trabajo exitoso o el riesgo de perderse en la amplitud, o falta de originalidad

10. Planeación de la comunicación

hacer llegar el mensaje correcto a la persona (o audiencia) correcta en el momento correcto a través del canal correcto para lograr un objetivo.

Conceptos 6

1. Organización del mensaje

Introducción, Idea central, Cuerpo, Conclusión.

2. Idea central

oración afirmativa que sintetiza el tema que va a tratar el autor a lo largo de un texto

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.

4. Estructura de ideas

Presentar cronológicamente la información. Hacer agrupaciones temáticas, ordenar las causas y los efectos. Establecer jerarquías para presentar las ideas de forma secuencial y lógica.

5. Estructura de frase

SUJETO + PREDICADO

6. Estructura de oración

Sujeto y predicado

7. Paralelismo en la redacción

Distribuir paralelamente las palabras, sintagmas y oraciones para conseguir el efecto rítmico-secuencial (recurrencia) en un texto.

8. Formato alfanumérico de ideas

indica la jerarquía de ideas principales y subordinadas

9. Secuencia en la organización de ideas

Orden en que está escrito un texto o en el que ocurren los hechos, y las partes que lo integran

10. Etapa de presentación del mensaje

Requiere una buena preparación, organización del mensaje, y elaboración de materiales verbales y visuales