

MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA

SEGUNDO CUATRIMESTRE

GRUPO "A"

COMUNICACIÓN ORAL

CONCEPTOS, PREGUNTAS & ACTIVIDADES

- UNIDAD VII
- UNIDAD VIII

ASESOR. GONZALES SALAS VÍCTOR ANTONIO

ALUMNO. BRAYAN FABIAN BARRIOS GUZMÁN

16 DE MARZO DEL 2023

Definición de conceptos

Después de estudiar el capítulo 7, escriba las siguientes definiciones:

1. Proceso de comunicación en público

Es un arte práctico, una herramienta en las organizaciones para mejorar la productividad y un medio de control social.

2. Presentación en público leída

Se redacta en un documento y el comunicador lee el texto directamente.

3. Presentación en público memorizada

Como su nombre lo dice, este discurso se redacta completo y luego se memoriza.

4. Presentación en público improvisada

Este discurso es pronunciado bajo la inspiración del momento.

5. Presentación en público extemporánea

Se prepara y estructura en todos sus detalles.

6. Credibilidad de un comunicador

Un sentimiento de confianza que otorgan los públicos al comunicador con base en sus percepciones y filtros de prejuicios.

7. Ansiedad situacional

Se presenta sólo en situaciones importantes de alto riesgo o de gran responsabilidad en las que tenemos que hablar públicamente.

8. Discurso informativo

Se presenta a un público con la idea de informarle sobre algún área del conocimiento.

9. Conferencia

Es un conocimiento que se imparte y está sujeta a preguntas explicaciones para ampliar la información.

10. Ponencia

Es una propuesta a modo de tesis sobre un tema concreto que se somete a la examinación y resolución de una asamblea, generalmente un congreso o una mesa redonda.

Preguntas para estudio

1. ¿Cuál es la diferencia que puede encontrar entre oratoria y comunicación oral en público? Justifique. *El de la persona*
2. ¿Por qué el sentir de una persona que participa en la comunicación en público es diferente del sentimiento que se genera en una conversación? ¿Qué elementos son los que determinan la diferencia? *el ambiente*
3. ¿Cuál de las características del proceso de la comunicación en público considera más importante para lograr resultados exitosos? ¿Por qué?
4. ¿Qué modificaciones ha sufrido la comunicación oral en público en los últimos 10 años? ¿Qué elementos han intervenido en modificaciones?
5. ¿Cómo puede afectarse la credibilidad de una persona en un proceso de comunicación oral en público?
6. ¿Habría usted en público sin ninguna preparación, de manera espontánea o improvisada? ¿Por qué?
7. ¿Qué formas o modalidades de comunicación en público ha presenciado usted? ¿Cuáles ha experimentado? ¿Con qué forma cree usted que el comunicador se siente más seguro ante el público? ¿Por qué?
8. ¿Cómo puede el comunicador perder el control ante el público? ¿Qué aspectos debe cuidar para tener éxito en su comunicación en público?
9. ¿Cuáles son las formas recomendables de comunicación en público para compartir conocimientos o información con un público?
10. ¿Qué cualidades debe tener un comunicador para informar adecuadamente sobre un tema? ¿Cuál es la que a usted le convendría desarrollar más? ¿Por qué?

Ejercicios

1. Escriba en este espacio una lista de aspectos positivos y aspectos negativos que usted podría tener en un proceso de comunicación en público.

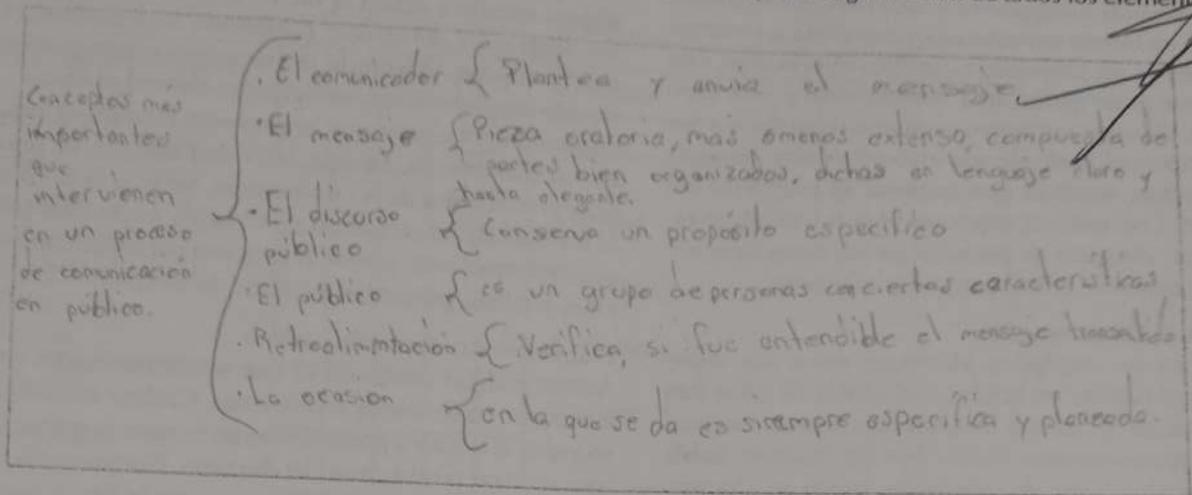
Aspectos positivos:

- * influir, persuadir, compartir
- * Compartir mis ideas a un tema a más personas cuando
- * influir en la sociedad gracias a que me oyen muchas personas y por lo tanto, me vuelvo tenencia
- * fortalecer la seguridad de nuestros temas que tomamos

Aspectos negativos:

- * No falta de atención que el público le presta
- * No contar con el suficiente tiempo para comunicar a un público mi idea u objetivo
- * Al tener medios de comunicación masivos, se pierde la claridad
- * Existe una mayor probabilidad de que surja el nerviosismo

2. Elabore un cuadro sinóptico con los conceptos más importantes que intervienen en un proceso de comunicación en público. Puede hacerlo por etapas del proceso, o bien, por la organización de todos los elementos y conceptos relacionados.



3. Escriba 10 temas actuales, que sean adecuados para presentar información ante un público en forma de conferencia.

<u>Guerra</u>	<u>Violación</u>
<u>Sexualidad</u>	<u>Desnutrición</u>
<u>Migración</u>	<u>Fraude</u>
<u>Deporte</u>	<u>Soborno</u>
<u>Basismo</u>	

4. Las instrucciones deben servir para informar de manera detallada los pasos o las etapas mediante los cuales se llega a realizar alguna actividad. Redacte las *instrucciones* para elaborar una conferencia, de acuerdo con lo estudiado en este capítulo.

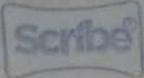
Inicio, con una introducción, donde se presentara el comunicador y se elabora una llamo de atención, luego sigue la proposición, se expone mas ampliamente del asunto, la confirmación, se comienza a analizar el tema; por último la conclusión, se sintetiza el conocimiento expuesto y ofrece un final lógico

5. Anote cinco aspectos que le podrían originar tensión, nerviosismo y ansiedad situacional al comunicarse usted con un público en una conferencia.

Falta de la organización del mensaje.
 Falta de conocimientos del tema a tratar
 No dominar el tema
 No obtener credibilidad del mensaje a tratar
 No llamar la atención
 No tener claridad

Comunicación oral Unidad 7

Preguntas



[Handwritten signature]

1^o ¿Cuál es la diferencia que puede encontrar entre oratoria y comunicación oral en público?
La diferencia sería que la oratoria utiliza a la elocuencia de la palabra y al embellecimiento del lenguaje, cuya función primordial era convencer, mientras que la comunicación oral en público se dedica más a la interacción que hay entre el orador y su auditorio, es decir, se especializa en compartir información a un grupo masivo de personas que se realiza a través de la comunicación masiva.

2^o ¿Por qué el sentir de una persona que participa en la comunicación en público es diferente del sentimiento que se genera en una conversación? La variabilidad y la distancia.
Por que en la comunicación en público se tiende a haber cierta multitud de persona a lo cual produce un nerviosismo, además de ser menos propensos a no tener la credibilidad del público, mientras que en un conversación es más fácil obtener una retroalimentación a lo que conlleva a tener mayor seguridad, firmeza y confianza.
¿Qué elementos son los que determinan la diferencia?
La docuencia, la ocasión en donde se imparte el mensaje, las estructuras que se emplearon para comunicar, las interacción complementaria y simétrica que interviniera en el mensaje.

3.º ¿Cuál de las características del proceso de la comunicación en público considera más importante para lograr resultados exitosos?
El Mensaje y la credibilidad ¿Por qué?

Para que se pueda dar la comunicación es necesario un mensaje en el cual se denota que será claro, entendible y tener conocimiento con respeto a la información que quiera dar el comunicado, donde gracias a la credibilidad podemos saber si el mensaje cumplió con su objetivo.

4.º ¿Qué modificaciones ha sufrido la comunicación oral en público en los últimos 10 años?

El orador ha cambiado a comunicador.
En las formas de transmitir la información.
En el ambiente en el que ocurre la comunicación.
Los materiales que utiliza el hombre para transmitir la información. ¿Qué elementos han intervenido en modificaciones?

Los aparatos comunicativos.
Las actualizaciones que surge en la cultura.
El entorno educativo que tiene el público.

5.º ¿Cómo puede afectarse la credibilidad de una persona en un proceso de comunicación oral en público?
La falta de confianza, de información, probación, tenacidad y aburrimiento.

6° ¿Hablaria usted en público sin ninguna preparación, de manera espontánea o improvisada? No. ¿Por qué?
Por que me sentiria inseguro cada a que no pueda ser claro en los mensajes quiera impartir. No podria causar credibilidad en mis mensajes

7° ¿Qué formas o modalidades de comunicaciones en público ha presenciado usted? la comunicación oral en público por ejemplo en las noticias

8° ¿Cuáles ha experimentado? Los informes, las instrucciones y las demostraciones

9° ¿Cuáles son las formas recomendables de comunicación en público para compartir conocimientos o informaciones con un público?

Puede ser leído, Memorizado, improvisada y extemporáneo

10° ¿Qué cualidades debe tener un comunicador para informar adecuadamente sobre un tema? Elocuencia, claridad, seguridad, firmeza en decir las cosas, tener labia, retórica y tener credibilidad

10° ¿Cuál es la que a usted le convendría desarrollar más?
Obtener credibilidad en mis mensajes ¿Por qué?
Captar la atención del público y por lo tanto
obtener el resultado esperado.

8° ¿Cómo puede el comunicador perder el control ante
el público? Por la falta de credibilidad que
obtiene el mensaje del comunicador ¿Qué
aspectos debe cuidar para tener éxito en su comuni-
cación en público? La tencio

Preguntas

1º ¿Qué es la persuasión?

Es un intento consciente de un individuo de cambiar las actitudes, creencias o conductas de otro individuo.

¿Para qué sirve? Sirve para tratar de convencer, influir en cambiar las ideas, actitudes o comportamiento.

¿Cuáles son sus principales funciones?

Motivar, convencer y refutar al oyente para que realice una acción determinada.

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

1. Establecer el propósito persuasivo

2. Analizar las actitudes del público

3. Considerar la ética de la persuasión

3º ¿Qué función desempeña la persuasión en los cambios sociales?

Motivar, convencer y refutar, facilitar el crecimiento de los otros o destruirlos.

¿Cómo interviene en la evolución de las sociedades el uso de la persuasión?

En el proceso de comunicación consciente, ya que podemos realizar que una gran masa individual realizan un pensamiento del persuasor.

4º ¿En qué forma se relacionan los propósitos persuasivos con el análisis del público y la estrategia persuasiva? en el de influir utilizando la convicción y la motivación

5º ¿Recuerda alguna experiencia donde se haya comunicado persuasivamente? Si. ¿Cómo fue? Bien
¿Tuvo éxito? Si. ¿Qué elementos o factores intervinieron en el resultado? El ambiente en el que estaba, contaba con material didáctico, además los receptores ya contaban con información del tema en curso.

6º ¿En qué situaciones es indispensable o necesario usar la comunicación persuasiva? Al momento de negociar ya que ahí se tendrá que convencer a la otra parte de que acepte los términos que nosotros queremos con el fin de obtener ganancias.

7º ¿Cuáles son los tipos de discursos persuasivos que puede practicar un comunicador?
Discurso de convicción, motivación y refutación

8º ¿Para qué sirve el discurso de motivación?
Sirve para motivar al oyente para que actúe en una forma determinada

¿Para qué tipo de público es adecuado, según sus actitudes? Para un público con actitudes muy favorables o positivas hacia el tema o el orador.

9° ¿Cuáles son las partes que constituyen el discurso de motivación?

1° La selección del tema, 2° la preparación del mensaje y el conocimiento del comunicador, 3° la voz y el estilo del comunicador, 4° La comunicación no verbal, 5° La creatividad y originalidad en la presentación del tema.

¿En qué consiste la secuencia motivadora?

Lograr convencer al oyente con una intensidad cuyo grado determinará si se motiva o no para realizar la acción recomendada por el comunicador.

10° ¿Por qué la ética se tiene que considerar al usar la persuasión? Por que toda comunicación o discurso deben tener bases morales, ya que la moralidad nace de los valores de los pueblos y de su cultura. ¿Con qué principios éticos se puede juzgar la influencia de la comunicación persuasiva? Social, humanas y interpersonales

Preguntas para estudio

1. ¿Qué es la persuasión? ¿Para qué sirve? ¿Cuáles son sus principales funciones?
2. ¿Cuáles son las tres consideraciones que debemos seguir en la estrategia persuasiva?
3. ¿Qué función desempeña la persuasión en los cambios sociales? ¿Cómo interviene en la evolución de las sociedades el uso de la persuasión?
4. ¿En qué forma se relacionan los propósitos persuasivos con el análisis del público y la estrategia persuasiva?
5. ¿Recuerda alguna experiencia donde se haya comunicado persuasivamente? ¿Cómo fue? ¿Tuvo éxito? ¿Qué elementos o factores intervinieron en el resultado?
6. ¿En qué situaciones es indispensable o necesario usar la comunicación persuasiva? Justifique.
7. ¿Cuáles son los tipos de discursos persuasivos que puede practicar un comunicador?
8. ¿Para qué sirve el discurso de motivación? ¿Para qué tipo de público es adecuado, según sus actitudes?
9. ¿Cuáles son las partes que constituyen el discurso de motivación? ¿En qué consiste la secuencia motivadora?
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?

Ejercicios

1. Escriba las diferencias que existen en la definición del concepto comunicación y la definición del concepto persuasión.

No se puede negar que alguien en su comunicación influya en otros sin proponérselo, ya sea porque agrade o conmueva de algún modo, pero la persuasión, en su concepción más básica, implica utilizar intencionalmente recursos, habilidades, técnicas, actitudes, etcétera, con la finalidad de influir en otros.

2. Elabore una lista de cinco situaciones donde se necesitaría el uso de la persuasión para motivar a la gente a que realice una acción *deseable, buena o positiva*.

No desperdiciar el agua potable.

No corregir o educar de una manera violenta.

hacer conciencia sobre el uso de los anticonceptivos.

utilizar los medios de sanidad para evitar contraer el covid.

Que los niños traten de tener mas convivencias sociales de forma física.

3. Elabore una lista de cinco situaciones en las que se necesitaría el uso de la persuasión para convencer de alguna idea a la gente.

Cuando la policía trata de arrestar a un criminal.

Cuando los abogados se involucran en las decisiones legales.

El gobierno al utilizar las noticias.

la publicidad ya que trata de hacer que consuman lo que proponen.

El profesor al momento de dar una tarea.

Unidad 8

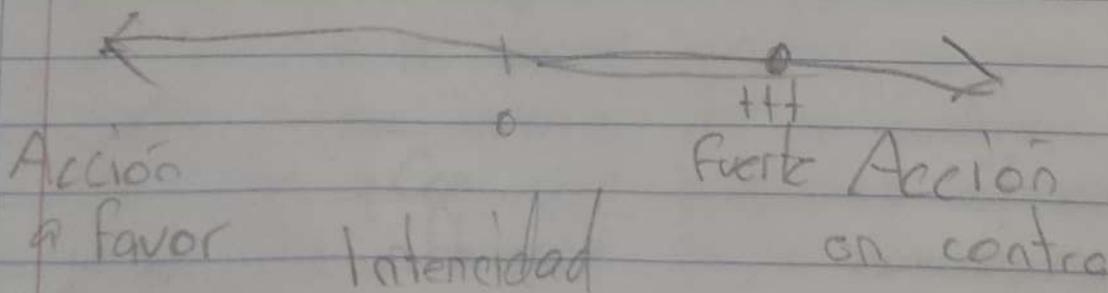
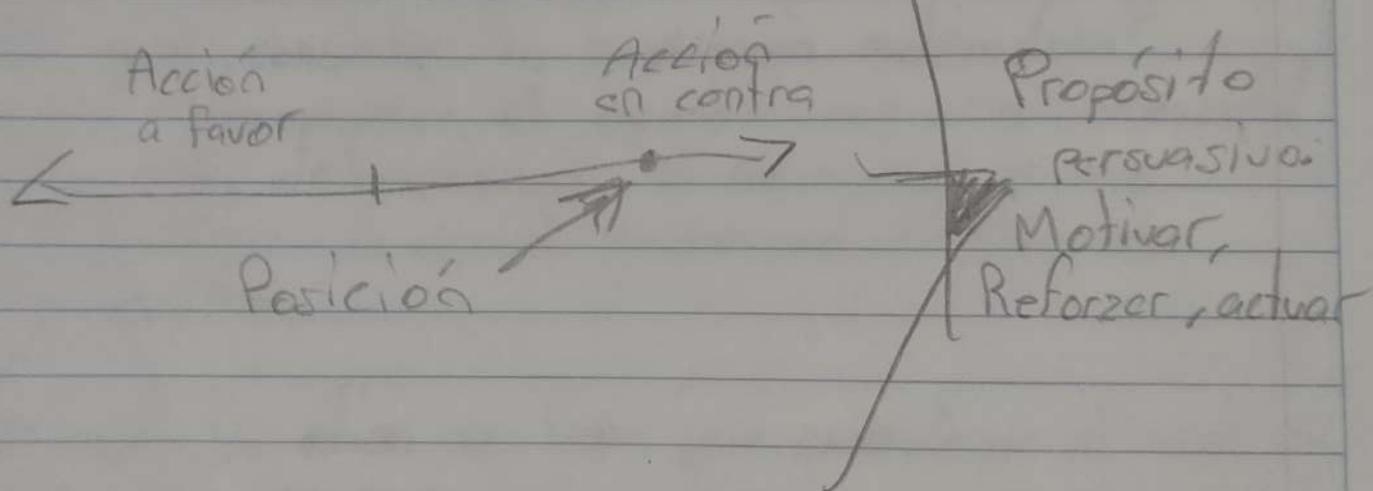
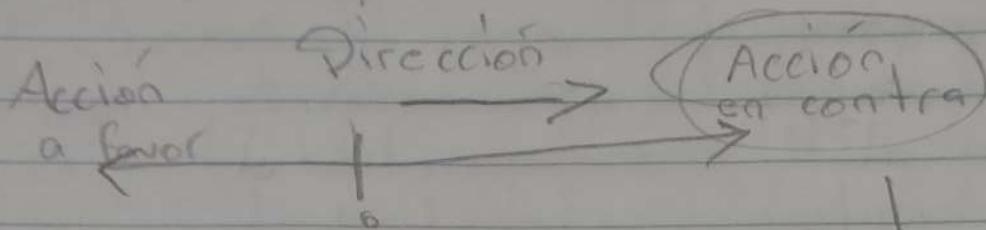
Ejercicios

D M A

Scribe

4º Realizar 3 esquemas donde representes la direccionalidad, la posición y la intensidad de sus actitudes en un tema.

Situación: Que los jóvenes de corta tengan conocimientos con relación de temas que no les corresponden.



5. Escriba diez temas actuales que sean adecuados para presentar información ante un público, en forma de conferencia.

La guerra actual de rusia, El mal manejo de la información de la sexualidad, La consecuencias que puede causar la migración, El monopolio del deporte, La violencia que surge del racismo, La violencia hacia la mujer, la falta de recursos en los estados menos desarrollados, La existencia de empresas fantasma, La corrupción de las autoridades

6. Invente un comercial, como los que se ven en la televisión, utilizando las cinco partes de la secuencia motivadora, para promover un producto o servicio, y lograr su venta. Numere y escriba el nombre de cada etapa y luego indique qué personajes se verían y qué acciones harían en cada una de las etapas, para que el comercial realmente fuera motivador.

1. Atención

Estas cansado de siempre gastar mucho dinero en limpiadores ?

2. Necesidad

Ya has probado de mucho productos de limpieza pero no logrado avar el más rentador

3. Satisfacción o solución

Compra este producto

4. Visualización

Te ahorraras dinero ya que es muy eficiente

5. Acción

Ve ahora mismo a comprarlo

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 para cada idea principal y subordinada, así como para las partes de la secuencia motivadora.

Tema: Cuida mas tu vida

Porpósito general: persuadir (motivar a la acción)

1. Atención

¿Vives solo?, ¿crres que no afectara a nadie tus decisienoes?

2. Necesidad

vas a hacer una carga para tus padres.

asiste co especialistas para que te puead desahogar

3. Satisfacción o solución

Tner jovits.

Buscar a una pareja

4. Visualización

tendras más tranquilidad

5. Acción

te invito a asistir a una terapia

8. Ejemplifique tres situaciones en las que trataría de persuadir para motivar. En seguida anote y explique con cuál de los principios éticos se podría juzgar cada una de esas situaciones.

Situación 1:

cuando asisto al colegio, en el momento de conversar del tema que no corresponde a ver, por que el profesor no convence de estudiar y aprender el tema que estamos llevando gracias a que nos hace reflexionar.

Principio ético:

el principio personal, por que nos hace mejorar y superarnos a nosotros mismos

Situación 2:

Cuando realizamos campañas de vacunacion, dado a que nos motiva a ayudar y hacer conciencia a las personas del cuidado de sus mascotas

Principio ético:

social

Situación 3:

Cuando dialogo con mi hermana respecto a su vocabulario y costumbre que tiene, ya que no son correctas desde el punto de vista ético

Principio ético:

el tipo de principio que se empleo en esa situación es el interpersonal dado a que se esta motivando culturalmente

Unidad 8

Conceptos

D 16 M 03 A 2023

Scribe

1° Comunicación persuasiva

Tiene la intención de influir en las actitudes, creencias o conductas de los receptores.

2° Estrategia de comunicación persuasiva

Se considera la forma de comunicación más importante para el desarrollo de la vida democrática de toda sociedad civilizada.

3° Discurso de motivación

Es precisamente aquel que va a satisfacer alguna necesidad en particular de algún grupo o público.

4° Discurso de convicción

Es un discurso adecuado para el público que tiene actitudes negativas, muy poco favorables hacia el tema o el comunicador.

5° Discurso de refutación

Este tipo de discurso se presenta cuando un comunicador cuestiona, critica o rechaza los argumentos del orador que propone un cambio.

6° Persuasión

La creación de un estado de identificación entre una fuente y un receptor que resulta de la utilización de símbolos.

7º Logos

El razonamiento sólido con evidencia segura o pruebas

8º Pathos.

Las emociones, la psicología y las actitudes del oyente.

9º Ethos

La buena voluntad, el juicio y el carácter ético del comunicador

10º Principio humano

Toda persuasión es ética cuando contribuye a reconocer las reglas o los estándares universales del comportamiento humano.

11º Principio social positivo

Toda persuasión es ética cuando tiene una utilidad social positiva.

12º Principio interpersonal

Toda persuasión es ética cuando contribuye al desarrollo de actitudes positivas entre los individuos de una cultura.