

**Alumno**

**Leslie Abigail  
García López**

**2º cuatrimestre**

**Materia  
comunicación  
Oral**

**Docente**

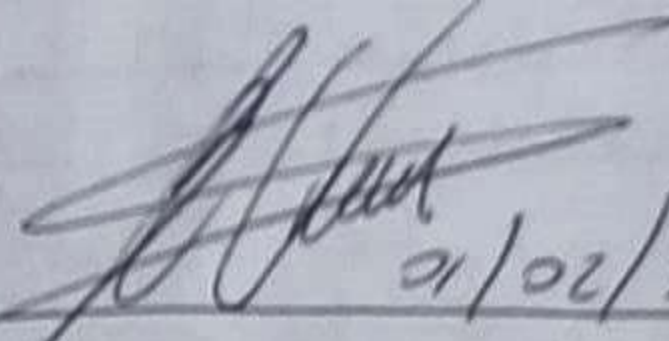
**VICTOR ANTONIO  
GONZALEZ  
SALAS**

**Fecha**

**23 febrero de  
2023**



## Definición de conceptos

  
21/02/23

Después de estudiar el capítulo 4, escriba las siguientes definiciones:

### 1. Comunicación interpersonal

Cuando una persona expresa a otra sus ideas por medio de algún lenguaje, y aquella responde de alguna forma. Proceso que ocurre entre una fuente-emisor reciben mensajes en una transacción continua.

### 2. Propósito social de la comunicación interpersonal

Propósito social: necesidad de comprendernos y entendernos como sociedad, Propósito utilitario: útil para crear un efecto intencionalmente en la comunicación interpersonal: familia, negocios tiene una meta bien definida

X

## 3. Propósito utilitario de la comunicación interpersonal

Crear un efecto intencionalmente en la comunicación interpersonal se quiere lograr algo que deje mutua satisfacción en los participantes del proceso comunicativo

## 4. Niveles de interacción en la comunicación interpersonal simétricas y complementarias

Distante: la interacción es mínima solo se demuestran conductas aprendidas, lejano: se puede entrar en contacto verbal y de esa forma conocer algo más del otro, próximo: nos conocemos más y reconocemos la influencia de uno sobre el otro,

## 5. Interacción complementaria

se basa en diferencias de los participantes: generalmente uno es superior a otro

## 6. Interacción simétrica

es la relación basada en la igualdad ocurre entre personas con los mismos rangos, grupo, condición física o intelectual

## 7. Conversación

Es una plática entre dos o más, es un diálogo que se establece de manera agradable

## 8. Comunicación diádica

se da recíprocamente entre dos personas como "forma básica de comunicación entre humanos", interacción más personal uno a uno

## 9. Desarrollo verbal de ideas

Sirve para justificar, especificar o concretar mejor las ideas, su principal función es dar cuerpo a la estructura del mensaje.

## 10. Entrevista

Es una forma de conversación que se propone un fin delimitado, distinto del simple placer de conversar.

13/02/23

Arte de dirigir las operaciones militares  
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 son "Planes o programas estructurados para llevar a cabo un determinado objetivo"

Comunicación estratégica

Se compone de tres partes principales, integradas por los procesos de acción, simples y complejos, que son la planeación, la organización y la interacción

Estructura de una estrategia de comunicación

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 persona o grupo a un público a través de medios de comunicación masiva  
forma de una estrategia de comunicación

Funcionan en niveles de acciones sencillas, simples en la que usamos conocimientos, técnicas y habilidades muy específicas

micro estrategia

operan 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.

macro estrategia

Es el tipo de intercambio que se produce entre emisor(es) y receptor(es), del cual resultan experiencias y efectos diferentes, dependiendo del número de participantes que intervienen, del medio o los medios que se utilizan para el envío de los mensajes, de los mensajes que se expresan (verbal y no verbalmente), del lugar en donde se encuentran y del ambiente que se genera con la interacción. Tenemos formas de comunicación dual, en grupo, en público y masiva.

### Forma del Proceso de comunicación

Proceso de aproximación o acercamiento mediante la búsqueda de datos o información, con dos objetivos 1 asegurar el entendimiento del mensaje y 2. lograr mayor empatía y credibilidad al ser escuchados

### Análisis de receptores o público

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 1 la información adquirida y 2 la información inmediata

### Selección de tema

Es una etapa de preparación en la que el comunicador efectúa acciones antes de exponer el mensaje oralmente como identificar las intenciones o los propósitos de la comunicación, seleccionar el tema y reconocer el lugar, el tiempo y la ocasión para su realización.

### Planeación de la comunicación

## Idea Central:

Se dirige específicamente a reconocer el tema seleccionado, sacar la idea central como punto de partida para desarrollar el tema que vamos a expresar.

## Organización del mensaje

Organizar las ideas que contendrá el tema que haya seleccionado y elaborar las diferentes partes que componen todo mensaje, desde principio hasta el final.

(Preparación, elaboración, presentación)

## Equilibrio de ideas

Deben reflejar un equilibrio, cantidad de información, sirve para asegurar que el comunicados asigne más o menos el mismo tiempo de exposición a cada una durante la presentación.

## Estructura de ideas

Se forman de acuerdo con la manera en que el comunicador redacta las ideas para darles un orden.

## Estructura de frase

Se utiliza para ordenar las ideas principales, pero también es posible incluir las subordinadas, si así lo desea el comunicador, para visualizar los puntos de desarrollo de cada una.

## Estructura de oración

Las ideas se escriben con oraciones, las cuales, para ser completas, necesitan un sujeto, un verbo y un complemento.

## Paralelismo en la redacción

Se refiere a la utilización de formas gramaticales semejantes al redactar las ideas, para demostrar y visualizar los niveles de coordinación y subordinación.

## Formato alfanumérico de ideas

Indica la jerarquía de ideas principales y subordinadas. Las ideas pertenecientes al mismo nivel serán ideas coordinadas, lo cual indicará que pertenecen a la misma jerarquía.

## Secuencia en la organización de ideas

Ordenar las ideas para verificar que entre ellas exista un seguimiento, un orden o secuencia (tiempo, espacio, problema y solución, causa y efecto, división del tema, general a específica y específica a general).

## Etapa de presentación del mensaje

Tomar decisiones para utilizar de cierta manera los tres componentes del mensaje (código, lenguaje, el contenido o ideas y el tratamiento o estilo de comunicar).