



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

UNIVERSIDAD DEL SURESTE  
CAMPUS TAPACHULA

PASIÓN POR EDUCAR

NOMBRE DEL ALUMNO: HEBER LOPEZ GUZMAN.

LICENCIATURA: MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA

CUATRIMESTRE: SEGUNDO CUATRIMESTRE

ASIGNATURA: COMUNICACIÓN ORAL

DOCENTE: VICTOR ANTONIO GONZALES SALAS

TRABAJO: RESOLVER LAS ACTIVIDADES DE LOS CAPITULOS 7 Y  
8

FECHA: 16/03/23

### Definición de conceptos

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

1. Proceso de comunicación en público

Indicaciones para el desarrollo de los sistemas institucionales de los estudiantes en ambientes educativos para que se pueda aprender.

2. Presentación en público leída

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

3. Presentación en público memorizada

Como su nombre lo dice, este discurso se lee con fluidez y todo se memoriza.

4. Presentación en público improvisada

Este discurso es producido bajo la inspiración del momento y se realiza sin preparación, ya que el orador cuenta únicamente con habilidades y conocimientos sobre el tema.

5. Presentación en público extemporánea

Se prepara y constituye en todos sus detalles.

6. Credibilidad de un comunicador

Se puede definir como un sentimiento de confianza que otorgan los líderes al comunicador con base en percepciones y criterios de confianza.

7. Ambiente situacional

Se refiere a la conducta del orador cuando trabaja con la pluma o lee los notes o cualquier objeto que esté en sus manos; se le debe dar toda la atención y ser consciente.

8. Discursos informativos

Para establecer se debe usar los casos fundados: Placeres de sanación, información y prescripción o información.

9. Conferencia

Es una asociación verbal oral en nuestra época con la que se difunden ideas y conocimientos sobre todo en el área científico-académica.

10. Atención

Esto no se refiere exclusivamente a los ambientes científicos y académicos, la presencia de una buena conferencia debe ser vista ante todo como un discurso que pretende o favorece el conocimiento.

## CAPITULO 7

### PREGUNTAS PARA ESTUDIO

1. Oratoria es un arte del hablar con elocuencia cuya función es convencer. Comunicación en Público es un arte práctico, se aplica a las organizaciones para mejorar la productividad y un medio de control social. Una de sus principales diferencias radica en el mensaje transmitido y el público al cual va dirigido.

2. Aspectos Positivos: es de esperar tener el mensaje de manera apropiada para provocar una respuesta precisa del público. Mensaje claro y elegante, en la cual se destaque un asunto o tema. El éxito de la comunicación en público se debe al comunicador y al mensaje en conjunto.

Aspectos Negativos: nerviosismo.

Todos tenemos la capacidad para comunicarnos ante un público, pero por alguna razón no todos sufrimos a la hora de hacerlo.

Muchos no obtienen la eficacia deseada, otros se comunican solo cuando es muy necesaria.

Algunos evitan totalmente enfrentarse a una situación de comunicarse en público.

Y es diferente por que en una conversación estamos más familiarizados con quien está a nuestro alrededor, pueden ser nuestra familia, amigos, compañeros de trabajo. En cambio en la comunicación en público tenemos más responsabilidad con auditorio con respecto al tema que se aborda.

3. En el proceso de comunicación oral en público hay elementos de la identificación y nos ayudan a entenderlo:

1) El comunicador plantea y envía el mensaje con el propósito específico de provocar una respuesta precisa del público.

2) El mensaje es el momento de mayor importancia y se le llama discurso.

3) El discurso público siempre consiste en un propósito específico; ha sido preparado por el comunicador y está fuertemente ligado a su personalidad.

4. La comunicación Pública ha sido estudiada a lo largo de la historia y ha experimentado estos cambios en cuanto a los elementos que participan en el proceso comunicador-mensaje-público.

Pero en cuanto a su dinámica, sí ha sufrido transformaciones debido al impacto de las nuevas tecnologías de comunicación y la informática. En la actualidad, el término orador se cambió por el comunicador, dado el contexto de intercomunicación y la diversidad de medios de comunicación y la diversidad de medios de comunicación y la diversidad de medios de comunicación utilizados para llegar a diferentes públicos.

5. Principios de credibilidad: La credibilidad de cualquier comunicador está sujeta a la percepción de la audiencia.

Antes del discurso.

Durante el discurso.

Después del discurso.

La credibilidad del comunicador está sujeta a los prejuicios y las actitudes que el público tenga hacia la ocasión, el mensaje en sí, por su vez hacia el comunicador. La credibilidad del comunicador también está sujeta al control de su tensión o nerviosismo en el momento de la presentación.

6. Si lo realizara por que es un importante hecho personal el hecho de enfrentarse a un público exponiendo nuestros conocimientos y cultura sobre temas sobre diferentes temas.

Creo que valdría la pena si es espontánea o improvisada lo que viene en la exposición con todas aquellas de tal forma que todo surja de la mejor manera, tratando de anticipar los eventos que conllevan en relación al éxito de la misma.

7. Yo personalmente he asistido a conferencias sobre diferentes temas, también he ido a talleres y a discursos, lo creo que para el comunicador una de las cosas más importantes es ver la reacción del público, si el público está distraído o no está poniendo atención creo que eso hace que el comunicador se sienta inseguro.

8. Considera la estructura que consiste en una introducción, una proposición o una tesis, la confirmación y una conclusión. Tiene por objeto el lenguaje de entente para ser una expresión clara, concreta, coherente, con conocimiento y convicción. Una vez terminada la conferencia, el orador puede abordar recibiendo preguntas y aceptando críticas de opositores en el tema. Cuando más se conoce el comunicador para demostrar sus habilidades, y más afondo de sus propios errores y aciertos, mayores serán las posibilidades de que su próxima conferencia constituya un éxito. En cualquier acto de comunicación en público es fácil encontrar forma de perder el control por diversos factores como lo son los presentados, el ambiente en el cual se desarrolla, el mismo público (ad. ultos o niños), los oradores, etc. Para esto es estar seguros que pueden ocurrir y ser importante preparar la salida o solución a los mismos sin que el público se de cuenta.

9. Los informes: son recursos que se valen con frecuencia científicos, investigadores, considerados especiales y administradores. Las instituciones: van encomendadas a dividir los esfuerzos de un grupo de determinado para alcanzar una meta y objetivo. Las demostraciones: se refieren a eventos comunicativos en donde se demuestra el funcionamiento de una máquina, de una cámara, la elaboración de algún platillo, etc. Lecturas: son completamente que se usan en las exposiciones informativas para llevar al público textos profesionales que aborden el discurso oral, como sucede en seminarios, radios, televisión, reuniones políticas y de clubes, etc.

10. Conocimiento Profundo del tema: se refiere a la responsabilidad que tiene el comunicador de conocer profundamente su tema y dominarlo. Claridad: significa que debe haber pensamiento claro, conceptos bien diferenciados. Exposición limpia, es decir, con sintaxis correcta y vocabulario que evite de materias. Coherencia: es la cualidad de saber enlazar las palabras que sean absolutamente precisas para expresar lo que queremos. La coherencia: se deriva del enlace correcto de todas las palabras que utilizamos. La convicción de ideas: en una conferencia o ponencia no es leer público de palabras frías sacadas de hojas y hojas con palabras sin contenido y para alcanzar el máximo éxito ante un determinado público es importante que los ideas se lleven a cabo, estar con la responsabilidad de utilizarlas y poner en práctica.

### Preguntas para estudio

1. ¿Cuál es la diferencia que puede encontrar entre oratoria y comunicación oral en público? Justifique.
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?
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. ¿Hablaría 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? ¿Como comunicador? ¿Como receptor? ¿Con qué forma cree usted que el comunicador se siente más seguro al hablar? ¿Por qué?
8. ¿Cómo puede el comunicador prepararse ante el público? ¿Qué aspectos del proceso de comunicación en público debe tener en cuenta para tener éxito en su comunicación en público?
9. ¿Cuáles son las formas recomendadas de comunicación en público para compartir ideas 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? ¿Por qué?

### Ejercicios

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

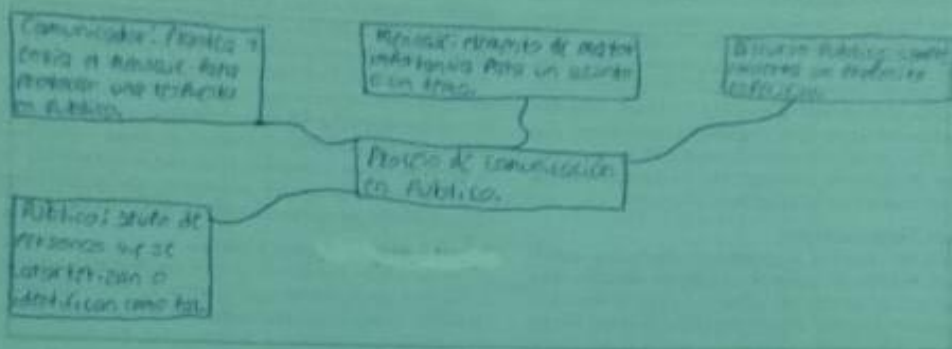
Aspectos positivos:

Ser tranquilos  
Beneficio económico  
Popularidad

Aspectos negativos:

No escuchar a las personas  
Tomar en cuenta las opiniones  
No ser pacífico

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>Covid</u>	<u>Justicia de los mundos físicos por parte de niños</u>
<u>Eutanasia</u>	<u>Justicia y seguridad</u>
<u>Abejo</u>	<u>Turismo</u>
<u>Ansiedad</u>	<u>Redes sociales e internet general</u>
<u>Calentamiento global</u>	<u>Proximo mundial de fútbol</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.

---



---



---



---



---

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

- No preparar bien el tema o información
- Atraso de tiempo en el inicio de la misma
- Si es vital la conferencia, la falta por cualquier motivo de uno de ser interesantes.
- Medios o demasiados presentos en medio de la conferencia por parte del público
- El uso excesivo de concentrados con problemas es decir no enfocarse a lo que se va.

## CAPITULO 8

### Definición de conceptos

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. A toda sociedad civilizada, le conviene a las personas que la conforman, el medio más adecuado - el lenguaje - para expresar opiniones y juicios de valor sobre las diversas situaciones que conforman la vida diaria.
3. Discursos de motivación: Es adecuado para un público con actitudes muy favorables o positivas hacia el tema o el orador, por lo cual se supone que hará la acción que se recomienda.
4. Discurso de convicción: Es un discurso adecuado para el público que tiene actitudes negativas, muy poco favorables hacia el tema o el comunicador, o bien, desconfía el tema.
5. Discurso de refutación: Este discurso se plantea cuando un comunicador cuestiona, critica o rechaza los argumentos del orador que propone un cambio, por que este cambio no presente suficientes ventajas o beneficios como para dejar lo que se tiene.
6. Persuasión: sabemos que la comunicación es la que una persona o un grupo tratan de influir sobre otras para cambiar ideas, actitudes o comportamientos, a través de diversos medios, se llama persuasión.
7. Logos: El razonamiento sólido con evidencia segura o pruebas.
8. Pathos: Las emociones, la psicología y las actitudes del oyente.
9. Ethos: La buena voluntad, el juicio y el carácter ético del comunicador.



10. Principio humano: Toda persuasión es ética cuando contribuye a reconocer las reglas o los estándares universales del comportamiento humano. Nos ayuda a identificar si el propósito persuasivo cumple las metas del ser humano en un sentido moral, intelectual o psíquico: la libertad de pensar, expresión, asociación, cooperación.

11. Principio interpersonal: Este criterio nos ayuda a distinguir las actitudes y comportamientos que se desarrollan en una situación o cultura determinadas.

12. Principio social: Destaca que la comunicación puede orientarse a un efecto positivo o negativo para los individuos, grupos o países.

capítulo 2 56/10

## 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? ¿Fue exitosa? ¿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.  
 Se refiere a interactuar por medio de palabras.  
 Comunicación: capacidad de influir, así como de provocar cambios en la vida de las y de las sociedades.  
 Persuasión: influye en los demás por medio de símbolos verbales y de conductas no verbales.
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.  
 - Ahorro de energía eléctrica.  
 - Conservación de la flora y fauna.  
 - Campañas de limpieza en la ciudad.  
 - Actividades deportivas para entretenimiento y desarrollo personal.  
 - Campañas para casa-bonita (ganar mejor fama, etc.).
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.  
 - Captación de más impuestos por parte de las autoridades.  
 - Realización de un parque turístico en zona natural.  
 - Cambios de señalización (nuevas rutas) de calles.  
 - Nuevas formas de atención al público en hospitales.  
 - Redireccionamiento de ventas y fuentas del Mercado Municipal (Sacaría de la ciudad).

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:

Ubicación de más túneles en zonas escolares y hospitales, incluidos aquellos de las principales calles transitadas. Con esto motivar a los conductores y principalmente a los conductores a reducir la velocidad de sus automotores y bajar el número de atropellos y accidentes viales.

Principio ético:

Principio social. Los conductores en general, deben hacer a un lado la e. transición y practicar el respeto en el manejo y estar conscientes que los túneles servirán a la población e inclusive a ellos mismos. Su conducta favorecerá a todo el sector.

Situación 2:

Combros de asfalto de calles de la ciudad, una ciudad sería significativa que sus habitantes también lo son y viven en condiciones malas, P.M. - zonas de salud, produciendo que se cree el futuro en la zona. La autoestima de los ciudadanos aumentaría positivamente al haber un tipo de iniciativa de esta magnitud.

Principio ético:

Principio interpersonal. Motivar a las personas sin importar estatus social, sobre la importancia total y necesidad de vivir en un lugar limpio, ordenado y seguro para todos debe ser una prioridad. Empezando por nuestra misma casa y finalizar fuera de ella, la limpieza.

Situación 3:

Plantación de árboles frutales. Darán una gran visibilidad, comida y frescura a toda la comunidad. Los niños aprenderán sobre el ciclo de nuestra naturaleza y la participación por sí mismos.

Principio ético:

Principio humano. La comida, el aire, la naturaleza es para todos vital e ineludible. Por ello, esta plantación servirá y ayudará para tener un mejor porvenir, futuro con alegría. Manejando la salud y el estado de ánimo de cada persona, es una iniciativa para beneficio común sin importar quién sea.