



LICENCIATURA EN MEDICINA
VETERINARIA Y ZOOTECNIA
2• CUATRIMESTRE

Capitulo 7 y Capitulo 8

**Asignatura: Comunicación
Oral**

**Alumno: Keren Cecilia Mendez
Moreno**

Preguntas para estudio.

27/Feb/2023

1. ¿Cuál es la diferencia que puede encontrar entre oratoria y comunicación oral en público?

Oratoria es el arte de la elocuencia cuya información es convencer.

2. ¿Porque el sentir de una persona que participa en la comunicación en público es diferente del sentimiento que se genera en una conversación? ¿Que elementos son los que determinan la diferencia? Aspectos positivos plantear y enviar el mensaje de manera apropiada para provocar una respuesta precisa del público.

3. ¿Cuales de las características del proceso de la comunicación en público considera mas importante para lograr resultados exitosos? ¿Porque? En el proceso de comunicación oral en público hay elementos que lo identifican y nos ayudan a entenderlo.

4. ¿Que modificaciones ha sufrido la comunicación oral en público en los últimos 10 años? ¿Que elementos han intervenido en modificaciones? Que ahora es mas complejo.

5. Como puede afectarse la credibilidad de una persona en un proceso de comunicación oral en público? La credibilidad de cualquier comunicador esta sujeta a la percepción.

6. ¿Hablaria usted en publico sin ninguna preparación, de manera espontanea o improvisada? ¿Por qué?

Depende, si conozco un poco sobre el tema si

7. Que formas o modalidades de comunicacion en publico ha presenciado usted? ¿Cuales ha experimentado? ¿Con que forma cree usted que el comunicador se siente más seguro ante el publico? ¿Por qué?

8. ¿Como puede el comunicador perder el control ante el publico? ¿Que aspectos debe cuidar para tener éxito en su comunicacion en publico? Considerar la estructura que consiste en una introducción, una proposición o una tesis.

9. ¿Cuales son las formas recomendables de comunicacion en publico para compartir conocimientos o informacion con un publico? Los informes: Son recursos que se valen con frecuencia científicos, investigadores, comisionados especiales y administradores.

10. ¿Que cualidades debe tener un comunicador para informar adecuadamente sobre un tema? ¿Cual es la que usted le aconsejaria desarrollar más? ¿Por que? Conocimiento profundo del tema.

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. ¿Habría usted en público sin ninguna preparación, de manera espontánea o improvisada? ¿Por qué?

mentado? ¿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.

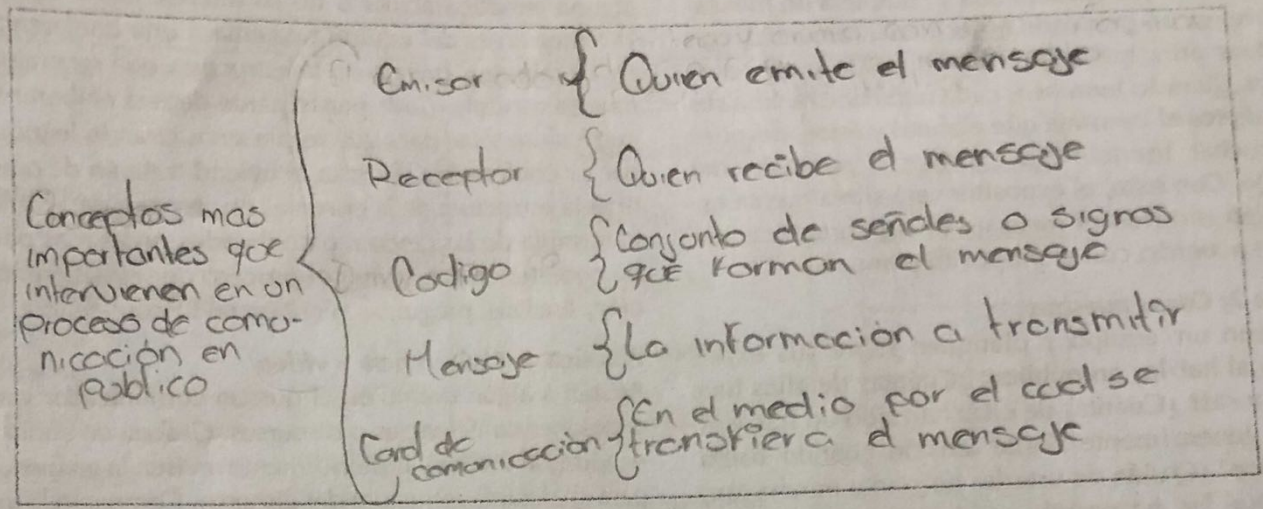
Aspectos positivos:

Plantear y enviar el mensaje de manera apropiada para provocar una respuesta precisa del público.

Aspectos negativos:

Nerviosismo: Todos tenemos la capacidad para comunicarnos ante un público pero por alguna razón no todos queremos o logramos hacerlo.

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.

- Crisis económica
- Contaminación ambiental
- Elecciones del futuro gob.
- Educación
- Bullying
- Justicia y Seguridad
- Turismo
- Redes sociales
- Feminidad
- Migración

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 la exposición
- Llegar enfermos, desconcentrados, con problemas
- Atrazo del tiempo en el inicio de la misma
- Muchas o demasiadas preguntas en medio de la conferencia

DEFINICIONES

1. Comunicación persuasiva:

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

2. Estrategia de comunicación persuasiva:

Consiste en mover gradualmente las actitudes del público de una posición a otra.

3. Discurso de motivación:

Adecuado para un público con actitudes muy favorables o positivas hacia el tema o el orador.

4. Discurso de convicción

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

5. Discurso de refutación:

Se presenta cuando un comunicador cuestiona, critica o rechaza los argumentos del orador que propone un cambio.

6. Persuación:

Es aplicar una fuerza de atracción por medios psicológicos.

7. Logos

El razonamiento sólido con evidencia, segura, o pruebas.

8. Phatos:

Las emociones, la psicología y 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.

11. Principio interpersonal:

Cuando contribuye al desarrollo de actitudes positivas entre los individuos de una cultura.

12. Principio social:

Toda persuasión es ética cuando tiene una utilidad social.

PREGUNTAS PARA ESTUDIO

~~¿Qué es la persuasión?~~ ¿Para que sirve? ¿Cuáles son sus principales funciones? Es un intento consciente de un individuo de cambiar las actitudes, creencias o conductas de otro individuo.

¿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.

¿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 ~~o la persuasión~~.

¿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, ayuda al comunicador seleccionar con más precisión el propósito.

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

¿En que situaciones es indispensable o necesario usar la comunicación persuasiva?
Ideas, decisión y convencimiento.

¿Cuáles son los tipos de discurso de discursos persuasivos que puede proferir un comunicador?
El discurso de motivación, el discurso de convicción y el discurso de refutación

¿Para que sirve el discurso de motivación? ¿Para que tipo de publico es adecuada, según sus actitudes?
Para persuadir para motivar a la acción, actitudes muy favorables o positivas hacia el tema o el orador.

¿Cuáles son las partes que constituyen el discurso de motivación? ¿En que consiste la secuencia motivadora?
El proposito específico de motivar, el motivo o necesidad para hacerlo, la forma de satisfacer la necesidad mediante una acción específica.

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

La oratoria sirve a la verdad y tambien a la moral haciendolas mas persuasivas y propagandolas.

Ejercicios

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

Se aprende a interactuar por medio de ambas. Comunicación: Capacidad de influir, así como de provocar cambios en la vida de las personas y de las sociedades. Logramos conducirnos y presentarnos a otros de diversas maneras. Persuasión: Influye en los demás por medio de símbolos verbales y de conductas no verbales. Es una comunicación consciente.

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 la energía eléctrica.- Conservación de la flora y fauna.- Campañas de limpieza en la ciudad.- Actividades deportivas para entretenimiento y desarrollo personal.- Donaciones para casa-hogar (ancianos, huérfanos, 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 una zona natural.- Cambio de señalización (nuevos cruces) de calles.- Nuevos horarios de atención al público en hospitales.- Reordenamiento de ventas y puestos del mercado municipal (sacarlo de la ciudad

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

Endeudamiento del país.

Oportunidades laborales personas tercera edad.

Desarrollo Turístico y ventajas. Próximo Mundial de Fútbol. Patrimonio Cultural y

Municipal. Adolescentes: vicios y enfermedades. Seguridad pública y

resultados. Cambio climático: Consecuencias

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.

ATENCIÓN: Una primera campaña publicitaria de pocos segundos en la Tv (10seg), donde aparecerá en silueta la imagen de los poofers, color de fondo de la pantalla blanco, y el poofers negro... Además incluirlos en la web, redes sociales y foros. 2. **NECESIDAD:** En la segunda campaña (una semana después) se expone al televidente (adolescentes y jóvenes) el significado de los mismos, sus inicios y "propósitos". Explicando lo más cool, genial. Estar con los poofers, es estar en la nueva era, un concepto que debe ser visto como innovador. Que la imagen de estos gorditos, estén en todo lugar! (calcomanías, peluches, posters, etc). 3. **SATISFACCIÓN:** Los poofers, harán un entretenimiento y cada persona se puede sentir identificada con cada personaje, teniendo en cuenta, que son muy populares y poco a poco se irán actualizando y agregando más!. Se puede regalar un peluche poofers para cualquier ocasión... 4. **VISUALIZACIÓN:** Luego que las personas adquieran a los mismos en su primera versión, se invita a seguir pendientes de las nuevas mejoras (3D) y personajes, para motivar a que se coleccionen todos. 5. **ACCIÓN:** Para medir el impacto que han tenido desde su publicación, nos basamos en los resultados de la web y las redes sociales