

Comunicación oral

MATERIA:

2°B

CUATRIMESTRE:

Gonzales salas Víctor Antonio

CATEDRATICO:

Definiciones
Capítulos 7-8

TEMA:

Alondra Guadalupe Ancheyta Maldonado

INTEGRANTE:

Lic. Medicina veterinaria y zootecnista

LICENCIATURA:

Tapachula, Chiapas a 16 de Marzo del 2023



Definición de conceptos *Ancheyta.*

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

1. Proceso de comunicación en público
Contexto de intercambio que usa medios masivos de información.
2. Presentación en público leída
redacta un documento y el comunicador lee el texto o el tipo de discurso.
3. Presentación en público memorizada
el discurso que redacta completo y luego se memoriza, utilizando el método con eficacia, ya que normalmente la memorización lleva al comunicador a dar un discurso.
4. Presentación en público improvisada
Es el discurso que pronuncia bajo la inspiración del momento.
5. Presentación en público extemporánea
Esquema para fijar las ideas en su mente siguiendo un orden determinado.
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
observa la conducta del orador cuando juega con la pluma, lápiz, notas o cualquier objeto que caiga en sus manos.
8. Discurso informativo
Es aquel que se presenta a un público con la idea de informarle sobre algún área del conocimiento, pero dejándolo en libertad de que sea él que saque sus propias conclusiones o algún aprendizaje.
9. Conferencia
Es un conocimiento que se imparte y está sujeta a preguntas y explicaciones para ampliar la información que puede o no satisfacer al público.
10. Ponencia
Es una propuesta a modo de tesis, sobre un tema concreto, que se somete a la examinación y resolución de una asamblea, un congreso, mesa redonda para llegar a una conclusión.



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:

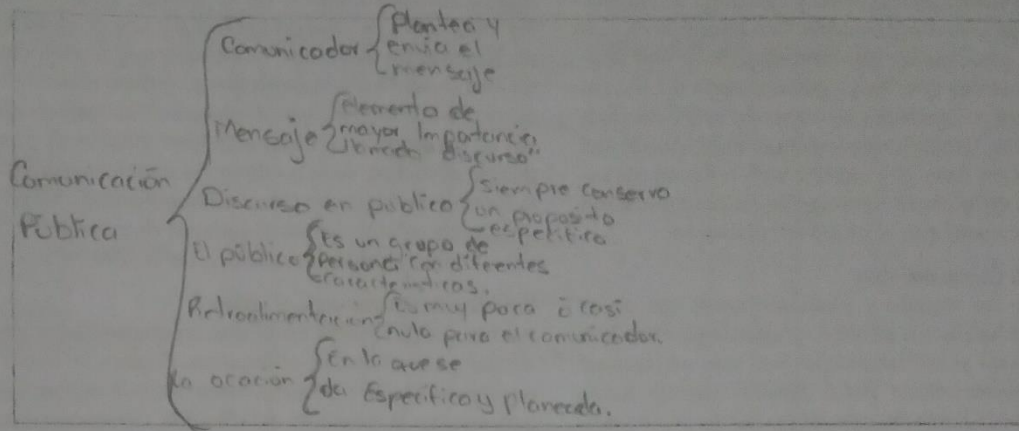
Indispensables para el desarrollo de instituciones y países.
Ayuda a expresar o difundir alguna información.
La gente se expresa en total.
Mejora la productividad.

Aspectos negativos:

Información olvidada para los oyentes.
Pérdida de concentración
Concentración



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>Trastornos alimentación</u>	<u>el bullying</u>
<u>El cambio climático</u>	<u>El cambio tecnológico.</u>
<u>Embarazo en adolescentes.</u>	<u>Experimentación animal</u>
<u>Redes sociales</u>	<u>Salud mental</u>
<u>efectos del consumo de tabaco</u>	<u>Amor propio</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.

Tener un plan de acción final
Elegir un moderador
Definir el tema a tratar
Tener bien medido el tiempo
Selección de participantes.

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

No medir correctamente el tiempo
No tener una buena preparación del tema
tener demasiadas preguntas
muchas interrupciones
por falta de enfoque



Cap. 1

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

Orador → Persona que ejerce el arte de la oratoria
Comunicación → Persona que se comunica. Contexto de intercambio que usa ^{medio de} información.

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?

al hablar al público buscas transmitir un mensaje y esperas la reacción de los oyentes, mientras que una conversación es algo que buscas sobre algún tema de interés mucha información.

3. ¿Cuál de las Características del proceso de la Comunicación en público Considera más importante para lograr resultados exitosos? ¿Por qué?

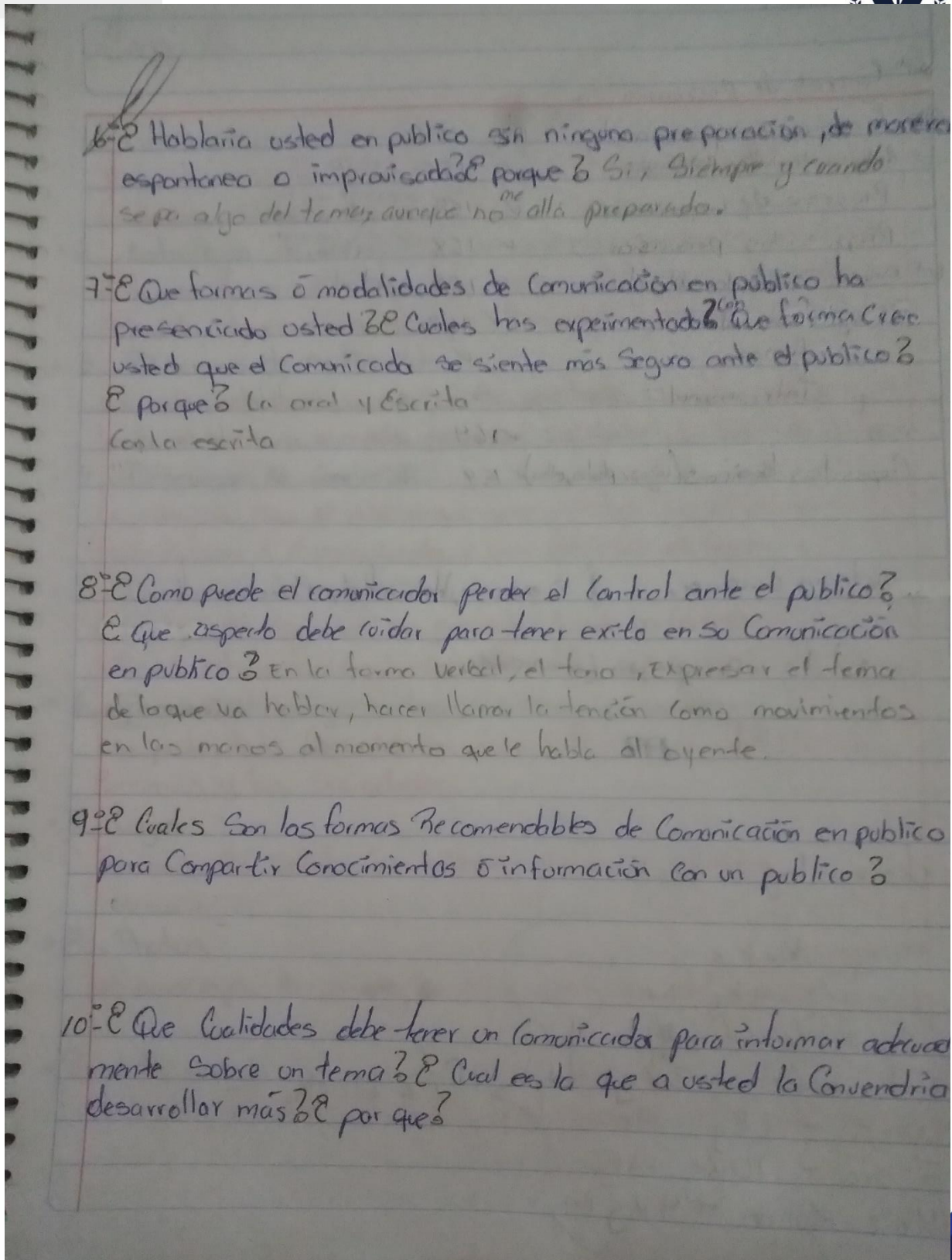
Comunicador, es el encargado de dar el mensaje el que expresa y plantea un discurso; así como captar la atención de los oyentes.

4. ¿Qué modificaciones ha sufrido la Comunicación oral en público en los últimos 10 años? ¿Qué elementos han intercambiado en modificaciones? ¿Pues de que buscaban convencer al público y ahora la tecnología ofrece un marco diferente para estudiar

- la tecnología
- el público.

5. ¿Cómo puede efectuarse la credibilidad de una persona en un proceso de Comunicación oral en público?

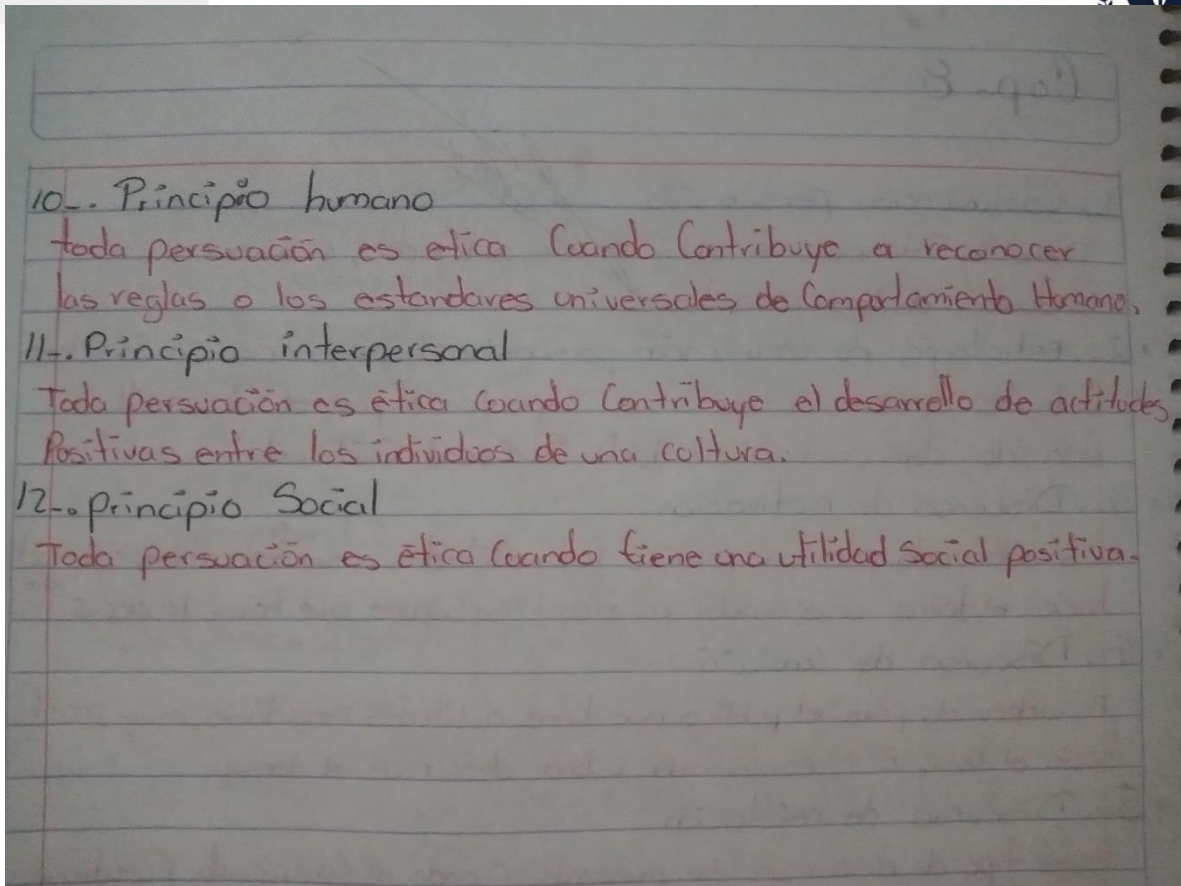
La falta de confianza de uno mismo y los prejuicios de público





Cap. 8

1. Comunicación persuasiva
Tiene la intención de influir en las actitudes, creencias o conductas de los receptores.
2. Estrategia de comunicación persuasiva
La persuasión se considera la forma de comunicación más importante para el desarrollo de la vida democrática de toda sociedad civilizada.
3. Discurso de motivación
Es adecuado para un público con actitudes muy favorables o positivas hacia el tema o el orador por el cual se supone que hará la acción ^{que se requiere}.
4. Discurso de conciliación
Es adecuado para el público que tiene actitudes negativas, muy poco favorables hacia el tema o el comunicador, o bien desconoce el tema.
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
Ese poder de la comunicación para influir en la vida de las personas y las sociedades.
7. Logos
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.





1. ¿Qué es la persuasión? ¿Para que sirve? ¿Cuáles son sus principales funciones? Es poder influir, intervenir en las cosas personales de los demás.
2. ¿Cuáles son las tres consideraciones que debemos seguir en la estrategia persuasiva?
 - Establecer el proceso persuasivo
 - Analizar las actitudes del público
 - Considerar la ética de la persuasión.
3. ¿Qué función desempeña la persuasión en los cambios sociales? ¿Cómo interviene en la evolución de las sociedades el uso de persuasión? Es para influir sobre actitudes, creencias, opiniones, percepciones o conductas de las personas o los grupos.
4. ¿Recuerdo alguna experiencia donde se haya comunicado persuasivamente? ¿Cómo fue? ¿Tuviste éxito? ¿Qué elementos o factores intervinieron en el resultado? Sí, por una promoción de producto; el persuasor y el producto.
5. ¿En qué forma se relacionan los propósitos persuasivos con el análisis del público y la estrategia persuasiva? Permitiendo dar opiniones ante alternativas y dejando en libertad al receptor de seleccionar conscientemente entre alternativas.
6. ¿En qué situaciones es indispensable o necesario usar la comunicación persuasiva para ofrecer algún producto, porque así al receptor le puede interesar.
7. ¿Cuáles son los tipos de discursos persuasivos que puede practicar un comunicador?



- Motivar → mover a la acción
- Convencer → Formar, Cambiar, Reforzar
- refutar → Negar, desaprobar, Rechazar.

8. ¿Para qué sirve el discurso de motivación? ¿para que tipo de público es adecuado, según sus actitudes?
Es para formar, Desarrollar en la comunicación de la vida dramática en la sociedad.

9. ¿Cuáles son las partes que constituyen el discurso de Motivación?
¿En qué consiste la secuencia motivadora? = Intencionalidad

- Dirección
- Posición

10. ¿Por qué la ética se tiene que considerar al usar la persuasión?
¿Con que principios éticos se puede juzgar la influencia de la comunicación persuasiva?
Por que invocan quienes ven en la moral y la verdad los fines de la oratoria sin la necesidad de persuadir.

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.
comunicación capacidad de influir, así como provocar cambios en la vida de las personas 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*.
declaraciones

campañas de limpieza

actividades deportivas reciclaje

conservación del ambiente

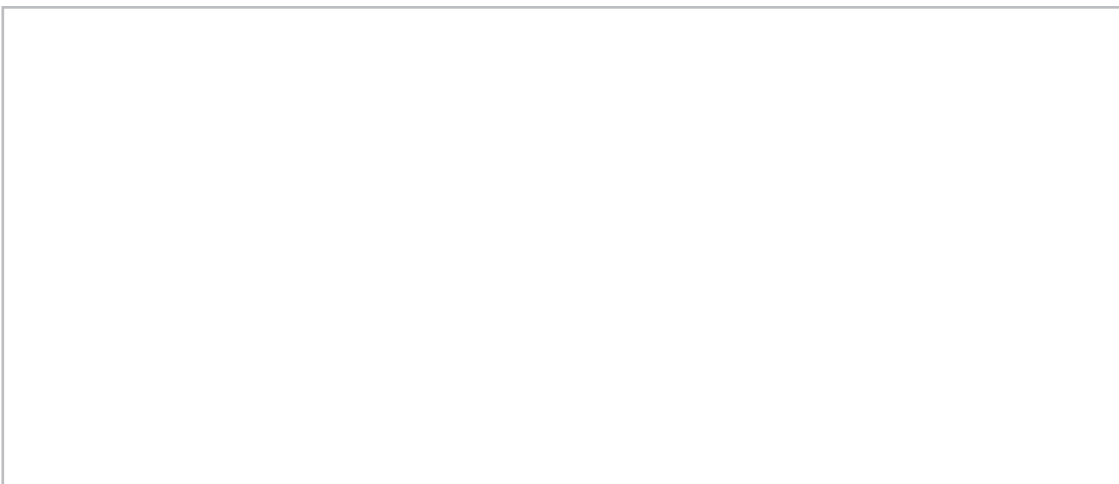
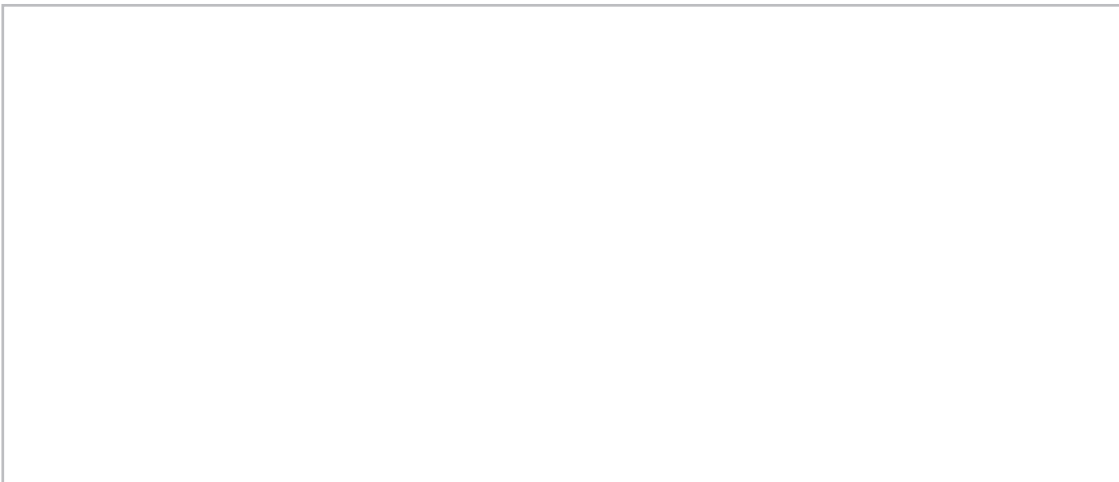
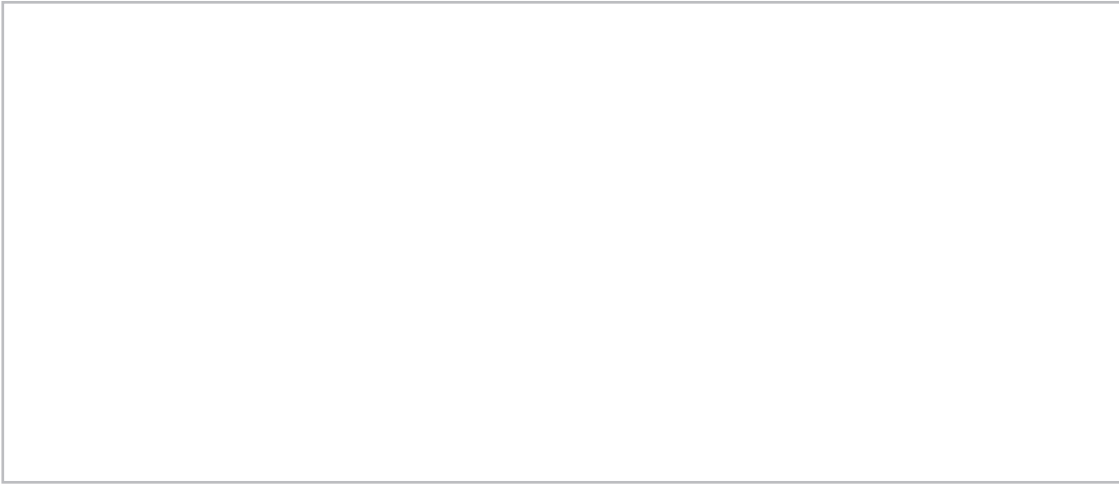
3. Elabore una lista de cinco situaciones en las que se necesitaría el uso de la persuasión para convencer de alguna idea a la gente.

campañas políticas

captación de más impuestos

construcciones llamativas en zonas naturales.

4. Realice los tres esquemas que representen la dirección, la posición y la intensidad de sus actitudes respecto a un tema, situación o evento. En seguida, relacione esos esquemas con un propósito persuasivo que podría cumplir, de acuerdo con sus actitudes, y escríbalo.



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

NO

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.

NO

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.

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:

planeación de árboles estos darán visibilidad, frescura y simbra de oxígeno a toda la comunidad.

Principio ético:

principio humano es un beneficio común sin importar quien sea.

Situación 2:

campanas de limpieza de lugares contaminados.

Principio ético:

principio intrapersonal motiva a todas las personas sin portar los estatus.

Situación 3:

ubicación de más hospitales y albergues, con esto se motiva a las personad a ser más empáticas y solidarios.

Principio ético:

principio social ayudara a todos sin importar a quien sea.
