



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: TAREA DEL SEGUNDO PARCIAL: DEFINICION DE  
CONCEPTOS.

FECHA: 22/02/23

## CAPITULO 4.- LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

1. Comunicación interpersonal: Es el proceso que ocurre entre una fuente-emisor y un receptor que están enviando y recibiendo mensajes en una transacción continua.
2. Propósito social de la comunicación interpersonal: Surge por la necesidad de comprendernos y entendernos como sociedad.
3. Propósito utilitario de la comunicación interpersonal: Cuando existe una intención de las personas para la comunicación.
4. Niveles de interacción en la comunicación interpersonal: Presenta dos niveles de interacción; La simétrica es la relación basada en la igualdad y la complementaria se basa en diferencias de los participantes.
5. Interacción complementaria: se basa en diferencias de los participantes; generalmente uno es superior a otro. Las diferencias pueden ser de cualquier índole; físicas, intelectuales, de estatus social o lingüístico, etc.
6. Interacción simétrica: Es la relación basada en la igualdad; ocurre entre personas con los mismos rangos, grupo, condición física o intelectual, estatus y otras características; los participantes se tratan como iguales, reflejando abiertamente y mutuamente sus conductas.
7. Conversación: Es una plática entre dos o más, es un diálogo que se establece de manera agradable.
8. Comunicación didáctica: Se da recíprocamente entre dos personas, como "forma básica de comunicación entre humanos". De acuerdo con la situación y el número de participantes, se considera la interacción más personal, es decir, uno a uno.

9. Desarrollo verbal de ideas: Para mejorar la parte racional de los mensajes interpersonales, es necesario prestar mayor atención al contenido de ideas en la comunicación, para hacerla efectiva.

10. Entrevista: Es una forma de conservación que se propone un fin determinado, distinto del simple placer de conservar.

## CAPITULO 5.- LA COMUNICACION ORAL ESTRATEGICA

1. Estrategias: Son estructuraciones de funciones y recursos intelectuales, afectivos o psicomotiles, que se conforman en los procesos de pensamiento que realizamos para cumplir diversos objetivos.
2. Comunicación estratégica: se realiza en público y es formalizada; se prepara y elabora antes del momento de la interacción para cumplir con la finalidad establecida.
3. Estructura de una estrategia de comunicación: Se compone de tres partes principales, interstadas por los procesos de acción, simples y complejas, que son la planeación, la organización y la interacción.
4. Forma de una estrategia de comunicación: Depende de la interacción que se lleva a cabo en el momento de la comunicación, la sea de persona a persona, de persona a grupo, de persona a público, de grupo a público, y de persona o grupo a un público a través de medios de comunicación masiva.
5. Microestrategia: Al hablar sería, por ejemplo, dirigir el contacto visual en una dirección, manejar cierto volumen de voz, hacer un movimiento con las manos, un gesto, etc.
6. Macroestrategia: sería dar una conferencia, llevar a cabo una negociación, discutir en un panel o en un debate, conducir un programa de televisión, establecer una red de comunicación virtual con varios comunicadores.

7. Forma del Proceso de comunicación: Es el tipo de intercambio que se produce entre emisor(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.

8. Análisis de receptores o Públicos: Es un 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.

9. Selección de tema: 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.

10. Planeación de la comunicación: Es una etapa de preparación que nos ayudará a enfrentar con mayor seguridad los procesos de comunicación; es adentrarnos en pensamientos y reflexiones para reconocer los propósitos, las intenciones o los fines que tenemos para comunicarnos en una situación particular y determinar con precisión el efecto que deseamos lograr en el receptor.

Heber Lopez Guzman

## CAPITULO 6

### Definición De Conceptos

1. Organización del mensaje: Debe saber organizar las ideas que contendrá el tema que haya seleccionado y elaborar los diferentes partes que componen todo el mensaje, desde el principio hasta el final, haciendo las adaptaciones necesarias del contenido de acuerdo con las características de los receptores.
2. Idea central: Es la expresión de la idea más importante del tema, pues si ésta no es precisada no podrán desarrollarse las ideas principales que componen el cuerpo del discurso, ya que tal idea (llamada tesis) servirá de eje para la elaboración del mensaje.
3. Equilibrio de ideas: Sirve para asegurar que el comunicador asigne más o menos el mismo tiempo de exposición a cada una durante la presentación.
4. Estructura de ideas:  
El primer paso de la elaboración será detectar las ideas que forman el cuerpo del discurso; ordenar las ideas principales, estableciendo entre ellas una coordinación o secuencia para estar seguros de que llevarán el contenido con claridad a los receptores.
5. Estructura de frase: La industria automotriz y la tecnología, las innovaciones en los automóviles, las innovaciones en los componentes de seguridad.
6. Estructura de oración: La industria automotriz utiliza en la fabricación de automóviles tecnología que ha traído grandes innovaciones en todas las áreas. Las innovaciones más importantes en automóviles se han dado en los sistemas de seguridad. Las innovaciones en componentes de seguridad representan beneficios para automóvil y pasajeros.

7. Paralelismo en redacción: Se refiere la utilización de formas dramáticas semejantes al redactar ideas, para demostrar y visualizar los niveles de coordinación y subordinación.

8. Formato alfanumérico de ideas: Las ideas siguen un formato alfanumérico que indica la jerarquía de ideas principales y subordinadas.

9. Secuencia en la organización de ideas: ~~Se refiere al orden en que se escriben las ideas~~ Se refiere al orden en que está escrito un texto o en el que ocurren los hechos, y las partes que lo integran.

10. Etapa de presentación del mensaje: Requiere una buena preparación, organización del mensaje, y elaboración de materiales verbales y visuales.