

Comunicación oral

MATERIA:

2°B

CUATRIMESTRE:

Gonzales salas Víctor Antonio

CATEDRATICO:

Definiciones el
Capítulos 7-8

TEMA:

Cruz Roblero Rolando De Jesús

INTEGRANTE:

Lic. Medicina veterinaria y zootecnista

LICENCIATURA:

Tapachula, Chiapas a 16 de Marzo del 2023

Definición de conceptos

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

1. Proceso de comunicación en público
contexto de intercambio que usa los medios masivos de informacion.
2. Presentación en público leída
redacta u 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 afijación.
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 presenta a un p0ublico con la idea de informarle sobre alguna área del conocimiento.
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.

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. ¿Habría 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? ¿Cuáles ha experimentado? ¿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:

indispensable para el desarrollo de instituciones y países
la gente se expresa o difunde alguna información..

Aspectos negativos:

informaciones ofensivas para los oyentes
perdida de 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.

comunicador:	plantea y envía el mensaje.
mensaje:	elementos de mayor importancia llamado discurso
discurso:	siempre conserva un proposito
comunicación pública:	el publico; es un grupo de persona con diferentes características.
retroalimentación:	es muy poca o nula para el comunicador.
la ocacion:	es el que da especifico y planeación.

3. Escriba 10 temas actuales, que sean adecuados para presentar información ante un público en forma de conferencia.

embarazos en adolescentes
el cambio climático.

salud mental
redes sociales

efectos del consumo del tabaco.

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
definir el tema de trabajo

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
tener emaciadas preguntas

muchas interrupciones.

Definición de conceptos

Después de estudiar el capítulo 8, escriba las siguientes definiciones:

1. Comunicación persuasiva

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

2. Estrategia de comunicación persuasiva

la forma de comunicación más importante para el desarrollo e 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.

4. Discurso de convicción

es adecuada para el público que tiene actitudes negativas muy poco favorable hacia el tema o rechaza los argumentos del orador que propone un cambio.

5. Discurso de refutación

este tipo de discurso se presenta cuando un comunicador cuestiona, critica o rechaza los argumentos del orador que propone cambio.

6. Persuasión

es poder de la comunicación para influir en la vida de las personas y las sociedades.

7. *Logos*

razonamiento solido con evidencia segura o pruebas.

8. *Phatos*

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.

11. Principio interpersonal

toda persuasión es ética cuando contribuye el desarrollo de actitudes positivas entre los individuos de una cultura.

12. Principio social

toda persuasión es ética cuando tiene una utilidad social positiva.

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.

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

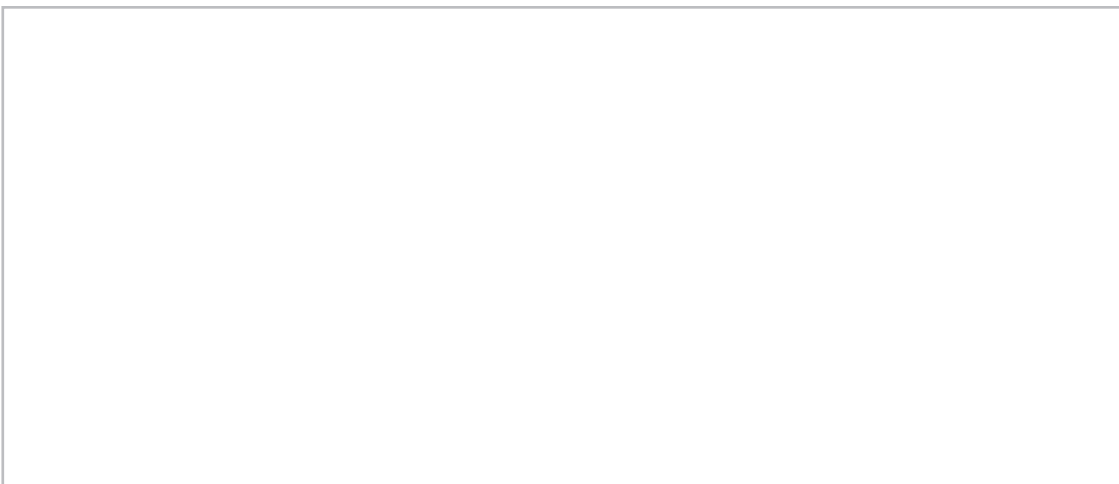
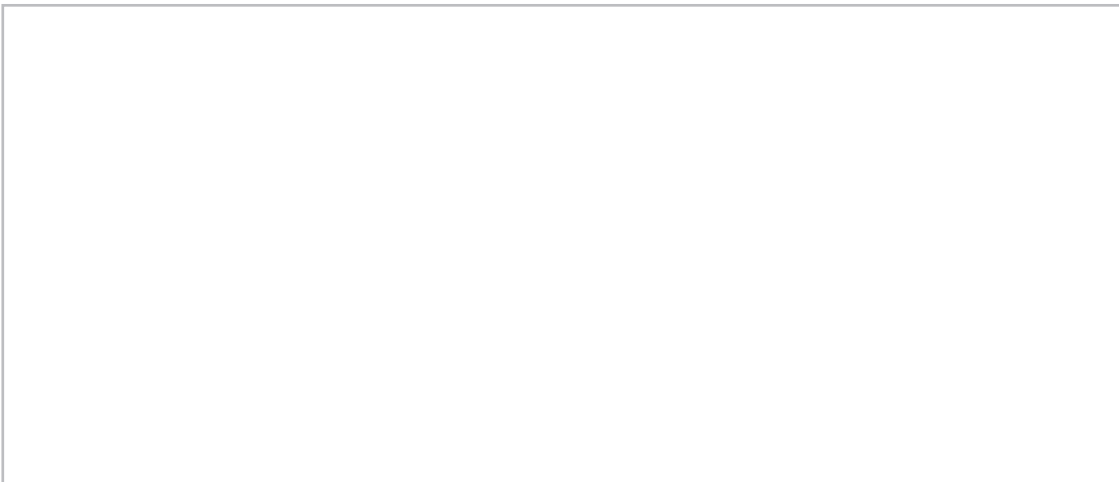
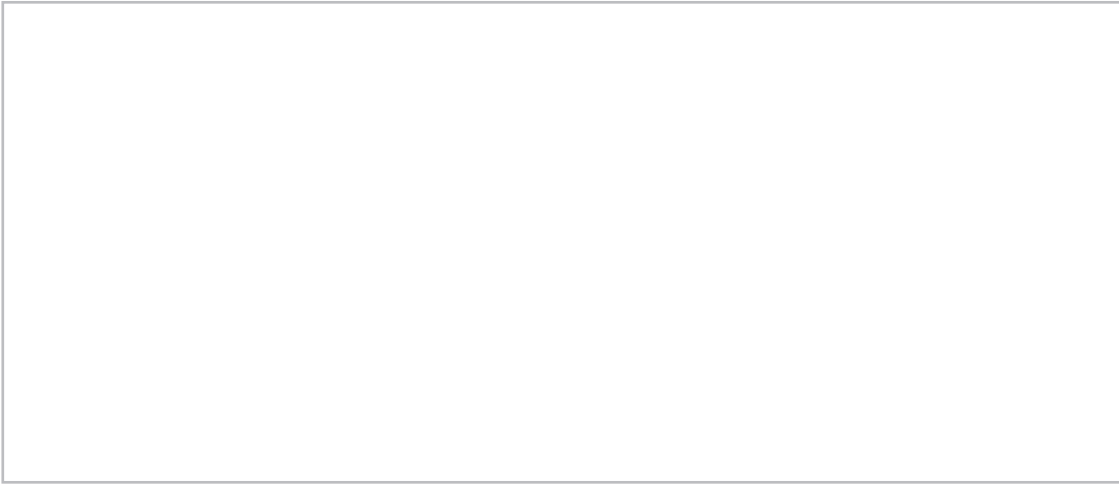
3. Elabore una lista de cinco situaciones en las que se necesitaría el uso de la persuasión para convencer de alguna idea a la gente.
declaraciones

campañas de limpieza

actividades deportivas reciclaje

conservación del ambiente

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.



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:

una ciudad sucia significa que los habitantes lo son.

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.
