



UDS

**MEDICINA VETERINARIA Y
ZOOTECNIA**

**MATERIA:
COMUNICACION ORAL**

**CATEDRÁTICO:
VICTOR ANTONIO GONZÁLEZ
SALAS**

**PROYECTO:
PREGUNTAS CAPÍTULO**

**ALUMNA:
ALONDRA CABRERA CRUZ**

**GRADO Y GRUPO:
2-B**



6- ¿Qué es la retroalimentación?
Indica un método de control de sistema, reintroducen.

- ¿A que se refiere el concepto de ruido y cuántos tipos de ruidos pueden haber en el proceso de comunicación?
El ruido es toda la interferencia que perjudica el intercambio de mensaje. Ruido físico, semántico, fisiológico, cultural.

7- ¿Es importante considerar el contexto para tener un proceso de comunicación efectiva?

Si, porque organiza y da sentido al mensaje.

8- ¿Recuerdas alguna experiencia comunicativa en la que haya tenido éxito? ¿Que elementos del proceso comunicativo consideras que causaron éxito?
Si, el contexto fue claro.

9- ¿Qué problemas en nuestra sociedad se podran solucionar por medio de la comunicación oral?
Muchos problemas, discusiones.

10- ¿Cuál diferencias entre la comunicación oral y escrita le parecen más importante considerar para tratar de mejorar y desarrollar las habilidades para hablar?
La comunicación oral es un intercambio de información que se realiza a partir de palabras habladas y la comunicación escrita intercambio de información que se realiza a través de palabras escritas.

Organización del mensaje: El comunicador necesita cumplir con cuatro características básicas: Tener secuencia lógica, contar con un formato.

Idea Central: Es una oración afirmativa que sintetiza el tema que va a tratar el autor a lo largo del texto.

o **Equilibrio de Ideas:** Sirve para asegurar que el comunicador asigne más o menos el mismo tiempo de exposición a cada una durante la presentación.

Estructura de Ideas: Método por el cual, primero, reflexionamos, y, luego, estructuramos nuestros textos.

Estructura de oración: La oración está formada por un sujeto y un predicado.

Estructura de la frase: la estructura natural de una frase es sujeto + verbo + objeto.

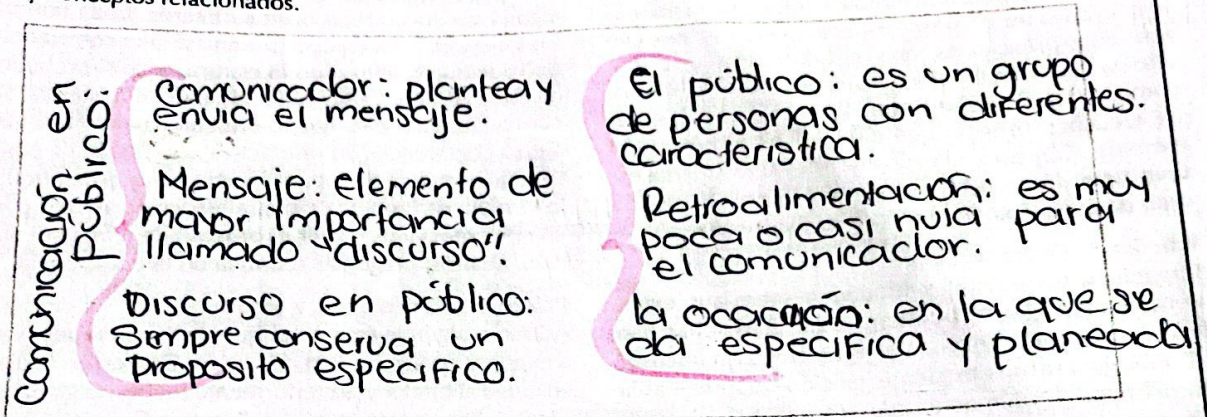
o **Paralelismo en la redacción:** Se trata de distribuir paralelamente las palabras, sintagmas y oraciones para conseguir el efecto rítmico en un texto.

Formato Alfanumérico de Ideas: Indica la jerarquía de ideas principales y subordinadas.

Secuencia en la organización de Ideas: objetivo, la audiencia, la idea central y la organización. documentación la selección de ideas.

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

- 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.



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

<u>Transformas alimenticios.</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>

- 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.

Definir objetivos.

Seleccionar los participantes.

Declarar claro los objetivos.

empezar a tiempo y finalizar a tiempo.

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

Temor a ser observado

temor a ser avergonzado

a la crítica

al rechazo

a cometer errores.

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 democráticos.
- ayuda a expresar o difundir alguna información.
- la gente se expresa en total totalidad.
- mejora la productividad.
- brinda placer y estabilidad a las experiencias humanas.

Aspectos negativos:

- sudoración excesiva.
- tensión muscular.
- pérdida de concentración.

Definición de conceptos

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

1. Proceso de comunicación en público
Herramienta en las organizaciones para mejorar la productividad.
en el proceso está: El comunicador, mensaje, discurso en público, público.
2. Presentación en público leída
Se redacta en un documento y el comunicador lee
el texto directamente, habilidad de leer con eficacia.
3. Presentación en público memorizada
Primero se redacta completo y luego se memoriza
pocas personas usan este método con eficacia.
4. Presentación en público improvisada
es pronunciado bajo la inspiración del momento, no
se requiere preparación, el orador confía en sus habilidades.
5. Presentación en público extemporánea
Se prepara y estructura en todos sus detalles, se organizan
los materiales y se redacta en un bosquejo.
6. Credibilidad de un comunicador
Un sentimiento de confianza que otorga el público al
comunicador con base en sus percepciones y prejuicios.
7. Ansiedad situacional
es una sensación muy común entre quienes ejecutan
una acción peligrosa o importante.
8. Discurso informativo
Se presenta a un público con la idea de informarle, sobre
algun área de conocimiento pero con sus conclusiones.
9. Conferencia
Queda comprendida dentro de la comunicación individual
en público. su estructura es: Introducción, proposición, confirmación,
y conclusión.
10. Ponencia
debe aceptarse, ante todo, como un discurso que promueve
o favorece el conocimiento. Se presenta ante el público
que ocurre a congresos para adquirir conocimientos.

70 Temas para conferencia

- Transtornos Alimenticios.
- Cambio climático.
- Embarazo en adolescentes
- Redes sociales.
- Efectos del consumo de tabaco.
- bullying
- Cambio tecnológico.
- Salud mental.
- Amor propio.

Capítulo 8

¿Qué es la persuasión? ¿para que sirve? ¿Cuáles son sus principales características?

Es el intento consciente de un individuo de cambiar las actitudes, creencias o conductas de otro individuo o un grupo de individuos. por medio de la transmisión del mensaje.

¿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 la persuasión en la evolución de las sociedades?

Motivar mover a la acción, convencer, formar, cambiar y reforzar, refutar, negar, desaprobación, rechazar.

Conviene precisar que la persuasión.

¿En qué forma se relacionan los propósitos persuasivos en el análisis del público y la estrategia persuasiva?

Siendo el propósito de un discurso persuasivo influir utilizando la convicción y la motivación hacer un análisis de actitudes.

¿Recuerda alguna experiencia donde se haya comunicado persuasivamente? ¿Qué elementos o factores intervinieron en el resultado?

Sí, en la escuela, fue exitoso el resultado.



= Comunicación persuasiva:

Comunicación en la que una persona o un grupo trata de influir sobre otros para cambiar ideas.

= Estrategia de comunicación persuasiva:

Forma de comunicación más importante para el desarrollo de la vida democrática de toda sociedad civilizada.

= Discurso de motivación:

Se usa cuando el comunicador quiere que su público actúe en forma determinada.

= Discurso de convicción:

Adecuado para el público que tiene negativos, muy poco favorables hacia el tema.

= Discurso de refutación:

El comunicador cuestiona, critica o rechaza los argumentos del orador que propone un cambio.

= persuasión:

La persuasión se considera la forma de comunicar más importante para el desarrollo.

= Logos:

Razonamiento sólido con evidencia segura o pruebas.

= pathos:

Las emociones, la psicología y las actitudes del oyente.

= Ethos:

La buena voluntad, el juicio y el carácter ético del comunicador.

= principio humano:

Toda persuasión es ética cuando contribuye a reconocer las reglas o los estándares universales.

= principio Interpersonal:

Ayuda a distinguir las actitudes y los comportamientos que la gente desarrolla en una situación.

= principio social:

La comunicación puede orientarse con efectos positivos o negativos.

¿En qué situaciones es indispensable o necesario usar la comunicación persuasiva?

Es muy importante la capacidad de influir, así como de provocar cambios en la vida de las personas y de las sociedades.

¿Cuáles son los tipos de discurso persuasivos que puede practicar un comunicador?

discurso de motivación, discurso de convicción, el discurso de refutación.

¿Para qué sirve el discurso de motivación? ¿Para qué tipo de público es adecuado, según sus actitudes?

Su propósito de persuadir para motivar a la acción. Un público muy favorable o positivas hacia el tema o el orador.

¿Cuáles son las partes que constituyen el discurso de motivación? ¿En qué consiste la secuencia motivadora?

El formulador formula su propósito de persuadir. Esta acción puede estar dirigida al interior del individuo hacia su sentimiento. Hacia la acción interna y externa.

¿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?

La oratoria sirve a la verdad y a la moral haciéndolas más persuasivas.

Sus principios son: social positivo, principio humano, principio interpersonal.

La principal diferencia entre la comunicación persuasiva interpersonal y la agrupal persuasiva es la cantidad de personas involucradas.
Informar a la audiencia para un apoyo y persuadir a una audiencia para unirse y apoyar.

Situaciones donde se usa la persuasión:

- Educar a un cliente más a fondo sobre los múltiples beneficios de un producto.
- Negociar un aumento salarial o tiempo de vacaciones.
- Negociar terminas de un contrato.
- para votar por algo o alguien.
- Diseño de un programa.

