



## Mi Universidad

NOMBRE DEL ALUMNO: JAIME ALEJANDRO CRUZ ALFARO

NOMBRE DEL MAESTRO: ALDO IRECTA NEJERA

MATERIA: COMPUTO

TEMA: que son las cartas modelos y que es el proceso de combinación de correspondencia.

CARRERA: MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA

FECHA DE ELABORACION: 27/10/2024

# cartas modelos y proceso de combinación de correspondencia

## CARTAS MODELO QUE SON

Las cartas modelo son documentos que sirven como guía para redactar diferentes tipos de cartas, ya sean formales o informales. Estas cartas suelen tener un formato específico y contienen ejemplos de cómo organizar el contenido, el tono adecuado y el tipo de información que se debe incluir.



## PARA QUE SIRVE

Pueden utilizarse para diversas finalidades, como cartas de presentación, solicitudes de empleo, cartas de recomendación o cartas de agradecimiento. Al seguir un modelo, es más fácil asegurarse de que la carta sea clara y efectiva en su propósito.

## PARA QUE SIRVE

Se utiliza comúnmente en la creación de cartas, etiquetas, sobres y otros documentos donde se necesita personalizar información para diferentes destinatarios.

## QUE ES EL PROCESO DE COMBINACIÓN DE CORRESPONDENCIA

Esta se utiliza para la creación de documentos personalizados a partir de una plantilla y una fuente de datos.

## PASOS

Preparación de plantilla: En este paso lo que se realiza un documento base como una carta que influye información personalizada.

## FUENTE DE DATOS

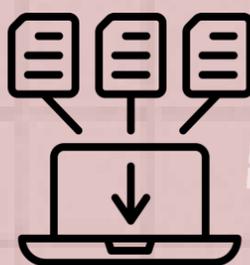
Se elabora una lista de destinatarios en un formato adecuado, como una hoja de cálculo o una base de datos.

## COMBINACIÓN

Se utiliza una herramienta de software (como Microsoft Word, Google Docs o similar) para combinar la plantilla con la fuente de datos.

## GENERACIÓN DE DOCUMENTOS

Finalmente, se generan documentos individuales para cada destinatario, que pueden ser impresos o enviados por correo electrónico.



Rodríguez, A. (2018). Comunicación efectiva: Cartas y correspondencia en el ámbito profesional. Editorial Comunicación.

ernández, L. (2021). El uso de la combinación de correspondencia en la comunicación empresarial. Revista de Marketing y Comunicación, 10(2), 30-45.

<https://doi.org/10.1234/rmc.2021.002>