



TSU TI / TSU Lengua Inglesa
Asignatura: Expresión Oral y Escrita II
Docente: Mtra. Angela Hernández Ríos
Quinto cuatrimestre

11.2 Cuadro de doble entrada “Técnicas de persuasión en una presentación oral”

Nombre de las (los) estudiantes:	Fruebel Yael Navarro Valerdi Jhonatan Osvaldo Olivar Soto
Grupo:	5to B DSM
Forma de trabajo:	Equipos de 3 o 4 personas (a libre elección de los estudiantes)
Fecha de entrega:	Lunes 27 de marzo de 2023, antes de las 12 de la noche
Forma de entrega:	Vía SAV (cada uno de los miembros del equipo sube el archivo)
Formato de entrega	Realizar el llenado de este documento y guardar como archivo PDF, nombre del archivo: 11.2.CuadroDobleEntrada_TécnicasPersuasión_InicialesNombres (no considerar los apellidos)
Valor:	1 punto
Documentos de apoyo:	R. Japón, B. (s.f.). <i>Tema 6: Influencia, persuasión y cambio de actitudes</i> [Archivo PDF]. Sistema de Aprendizaje Virtual. Recuperado el 17 de marzo de 2023 de http://sav.utim.edu.mx/

Instrucciones: realicen la lectura del documento que se encuentra indicado en la sección de “Documentos de apoyo” y que se encuentra anexo junto con el presente documento en la tarea designada y con la información del tema realicen el llenado del cuadro de doble entrada que se adjunta abajo con base en las inducciones que aparecen entre paréntesis dentro de la tabla. Evitar copiar y pegar información, hay que parafrasear. Posteriormente, contesten las preguntas de reflexión que se encuentran debajo de la tabla (**estas preguntas se contestarán de manera individual, por lo que se les solicita, coloquen su nombre en cada respuesta para poder identificarla**). **Importante:** este tema ya fue explicado por uno de los equipos, sin embargo, existe la posibilidad de que se encuentre incompleto, en ese caso, consulta el documento antes mencionado para realizar la actividad.



Principios psicológicos de persuasión e influencia

Principios de persuasión	Definición propia (construir una definición propia de cada técnica con base en la lectura)	Tácticas (enlistar y explicar con palabras propias las tácticas de influencia que conforman a cada técnica)	Ejemplos de la vida cotidiana (proveer y detallar un ejemplo de cada táctica)	Ejemplos del ámbito profesional (proveer un ejemplo de cada táctica dentro de una presentación oral)
Compromiso/ coherencia	<p>Compromiso: Cuando un individuo dice realizar algo y lo cumple</p> <p>Coherencia: Esta es una cualidad donde el ser humano debe de ser muy lógico debe de actuar conforme a lo que dice.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Táctica del pie de puerta (foot-in-the-door technique) Tener un compromiso inicial pequeño para que si se lo piden de nuevo algo similar no se oponga. • Táctica de la bola baja (low ball technique) Cuando un individuo se deja llevar por información falsa o incompleta pero él no lo sabe y realiza lo pedido aunque no sea totalmente cierto 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando te intentan vender un producto y te dan una prueba gratis inicial del producto ya sientes un compromiso con la persona y te sientes con la obligación de comprar el producto • Cuando te dicen en la escuela que hagas trabajo y a te puedes retirar entonces vas haces el trabajo y sale peor porque te dilatas hasta más que si hubieras hecho tu trabajo original. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estas trabajando y te mandan a algo que no te corresponde puede ser lo más mínimo y te acostumbras entonces te pueden ir aumentado ese trabajo extra aunque no lo tienes que realizar. • Cuando el jefe manda a alguien a hacer un trabajo y él te dice que el jefe le dijo que lo hicieras tú y terminas haciendo trabajo que no te corresponde. • Cuando el jefe te pide que te quedas un poco más de



		<ul style="list-style-type: none"> • Táctica de incluso un penny helps technique) Se utilizan los valores para que un individuo acceda algo mas fácil 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando alguien te pide dinero y te habla de cómo con tu ayuda él podría comer 	<p>tu hora de salida y te dice que en un poco de tiempo puedes hacer muchas cosas</p>
Reciprocidad	<p>Reciprocidad: Es cuando un individuo recibe algo porque con anterioridad él lo hizo igualmente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Táctica de esto no es todo (that's-not-all technique) Alguien regala algo para que después se le haga fácil pedirle a la misma persona algo. • Táctica del portazo en la cara (door-in-the-face technique) Solicitar algo muy grande o casi imposible para después hacer una petición más pequeña y a quien se lo haces acceda mas fácil 	<ul style="list-style-type: none"> • Si tengo una tarea que no entiendo, pero antes a mi compañero yo le pase una tarea que si entendí, le pido que me pase la tarea que yo no entiendo. • Cuando pides un permiso en un horario muy alto, para luego reducirlo y el cual querías al principio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando tienes mucho trabajo y una persona se acerca a ofrecer su ayuda pero después el te va a pedir que le ayudes. • Cuando alguien te dice que le ayudes con un trabajo que es muy grande y tu le dices que le ayudas per con un trabajo más pequeño y el obtiene lo que quiso al principio que le ayudaras
Validación social	<p>Validación Social: Es la conducta que tomamos cuando</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lo que hace la mayoría 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando la nariz nos sangra todos la 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando en un empleo muchos empiezan a llegar



	estamos con otras personas semejantes a nosotros	<p>Cunado mucha gente hace algo en común aunque no sea correcto o normal se puede llegar decir que es lógico o correcto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lista de personas semejantes <p>Cuando algunos individuos hacen las mismas cosas y sin bastante es más fácil persuadir a otros para que igual lo hagan</p>	<p>levantamos y la tapamos y eso no está bien porque puedes ahogarte con tu sangre.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si una petición tiene muchas firmas y te piden que tú lo hagas aceptas más rápido porque vez que son muchos. 	<p>tarde y como tu observas que los les dicen nada tu haces lo mismo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuando empiezan a recolectar firmas para solicitar un aumento para todos y te dicen que la mayoría ya firmó accedes más rápido a firmar
Escases	Escases: Cuando existe algo que no puedo tener es más mi necesidad por adquirirlo y a eso le doy más valor.	<ul style="list-style-type: none"> • Táctica de lanzar series limitadas de productos <p>Cuando se hacen menos ejemplares de algo son más adquiridos por lo limitados que son.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Táctica de plazos limitados de tiempo de compra 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando sacan solo 3 autos en todo el mundo hace que desees un por ser especial. • Cuando sacan tenis solo por 1 mes te hace quererlos. • Como cuando te ofrecen un producto muy reconocido y te dicen es el 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando anuncian una vacante de trabajo pero dicen que solo aceptaran a uno aunque no sea cierto solo para que los participantes den todo por querer el trabajo • Cuando abren una convocatoria para participar en un sorteo



		<p>Que productos se vendan o se ofrezcan por cierto tiempo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Convencer de que el producto escasea y puede llevárselo otro <p>Que algo se lo pueda llevarlo otra persona genera más interés en ese algo</p>	<p>último entonces como viste que es reconocido tú lo compras.</p>	<p>para ganarte una vacaciones con todo pagado pero solo se abre una vez al año y solo puedes anotarte en una semana</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuando ofrecen una opción de ascender y dicen que todos pueden participar para aplicar el examen
Simpatía	<p>Simpatía: Provocar o generar en otros individuos una emoción positiva.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Atractivo físico <p>Utilizar a alguien atractivo ya que esto genera una cierta confianza por lo que simboliza.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Semejanza <p>Que alguien mas tenga similitudes con nosotros</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cooperar <p>Familiarizar o tener contacto con otra persona</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En los comerciales donde utilizan actores. • Cuando alguien ocupa algún producto casero para curarse de la tos, entonces tú haces lo mismo porque también tienes tos. • Cuando para convencer a alguien que un producto es bueno lo prueba 	<ul style="list-style-type: none"> • Las empresas buscan personas con un buen atractivo físico para promocionar sus productos • Cuando el jefe te dice muchos halagos intentado convencerte que te quedes más tiempo trabajando.



		<p>generando un sentimiento positivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Halagos Llenar a otra persona con halagos, palabras que le suban el ego. 	<p>alguien que supuestamente no tiene relación con el producto te genera una simpatía.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuando en el mercado te elogian para que les compres 	
Autoridad	Autoridad: La obediencia a una autoridad	<ul style="list-style-type: none"> • Poder coercitivo Se basa en el poder de realizar castigos • poder de experto Por su experiencia en algún campo donde él sea experto • Títulos Por el grado de estudio que tiene • Artículos de lujo Posiciones social o poder con el dinero 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando los policías estatales te levantan una multa, por ser policías pero los únicos que pueden son los de tránsito. • Cuando te ofrecen un medicamento en la TV y solo porque lo presenta un doctor lo compras 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando llegas tarde al trabajo y el jefe te descuenta de tu sueldo. • Cuando una persona que ya tiene más tiempo en la empresa te empieza a enseñar como trabajar para que te adaptes. • Cuando una persona con más grados de estudio te dice que estas mal o te enseña cómo hacerlo.

Preguntas:



1. ¿Se te ocurren ejemplos de actividades en el ámbito profesional que requieran efectuar una presentación oral?, ¿Cuáles? Descríbelas.

Fruebel: Presentar un proyecto a alguna empresa, para que la empresa lo compre o lo implemente

Jhonatan: Presentar una idea de proyecto a la empresa en la que trabajas para que lo autorice.

2. ¿De qué manera crees que los principios de persuasión -al ser utilizados- puedan influir en cuanto a los resultados obtenidos en una presentación oral?

Fruebel: Pueden ayudar a que la presentación sea más creíble o más audiencia y sea apoyada

Jhonatan: Cuando presentas tu proyecto y utilizas los principios de persuasión obtienes más ofertas para comprar tu proyecto.

3. ¿Cuáles de los 6 principios de persuasión ya has utilizado tú al realizar una presentación oral? Explica.

Fruebel: Reciprocidad, pasando un trabajo y después pidiendo uno distinto

Jhonatan: Halagos, le empiezo hablar bonito a mi mamá para que después me dé permiso salir.

Criterios de evaluación (lista de cotejo):

Criterio	Descripción	Porcentaje
Calidad del contenido	El contenido colocado en el cuadro de doble entrada corresponde con los puntos solicitados e integra información adicional relevante. La información colocada es verídica, correcta y corresponde con las fuentes de consulta solicitadas. Se evita copiar y pegar información, en su lugar se parafrasea. Se observa que hubo un análisis personal y autocrítica para contestar los apartados de las preguntas de reflexión.	60%
Estructura del documento	Se respetan las instrucciones proporcionadas y el trabajo cumple con las condiciones de formato y forma de entrega solicitadas.	10%



TSU TI / TSU Lengua Inglesa
Asignatura: Expresión Oral y Escrita II
Docente: Mtra. Angela Hernández Rios
Quinto cuatrimestre

Ortografía y redacción	El documento no tiene faltas ortográficas y respeta las normas básicas de redacción en las oraciones, las cuales son claras, concisas y coherentes; evita los tecnicismos, las palabras complejas y/o lenguaje vulgar en sus expresiones.	20%
Entrega puntual y forma de trabajo	El documento se subió dentro de los márgenes de tiempo establecidos. El trabajo se realizó en equipos de 3 o 4 personas.	10%