



E-LEARNING

Nivel 3



**Cofinanciado por
la Unión Europea**

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.

WA2: Comunicación y Marketing

3.4 Utilizar habilidades de comunicación escrita para producir documentos rutinarios y no rutinarios – Redacción de informes: Parte B

- LO3.16 Demostrar la capacidad de explicar diferentes estilos y tonos de lenguaje y situaciones en las que pueden usarse en la comunicación escrita, así como también cómo la comunicación escrita puede adaptarse para satisfacer las necesidades y características de diferentes audiencias; • LO3.17 Demostrar la

capacidad de describir la importancia de la confidencialidad.

Al comunicarse por escrito

- LO3.18 Demostrar la capacidad de identificar fuentes de información relevantes que puedan utilizarse al preparar documentos escritos y/o electrónicos.
- LO3.19 Demostrar la capacidad de utilizar formas efectivas de verificar la información escrita para verificar la precisión del contenido y la

ortografía/gramatical. • LO3.20 Demostrar la capacidad de identificar los diferentes tipos de documentos comerciales y

- LO3.21 Demostrar la capacidad de crear diferentes tipos de documentos no rutinarios.

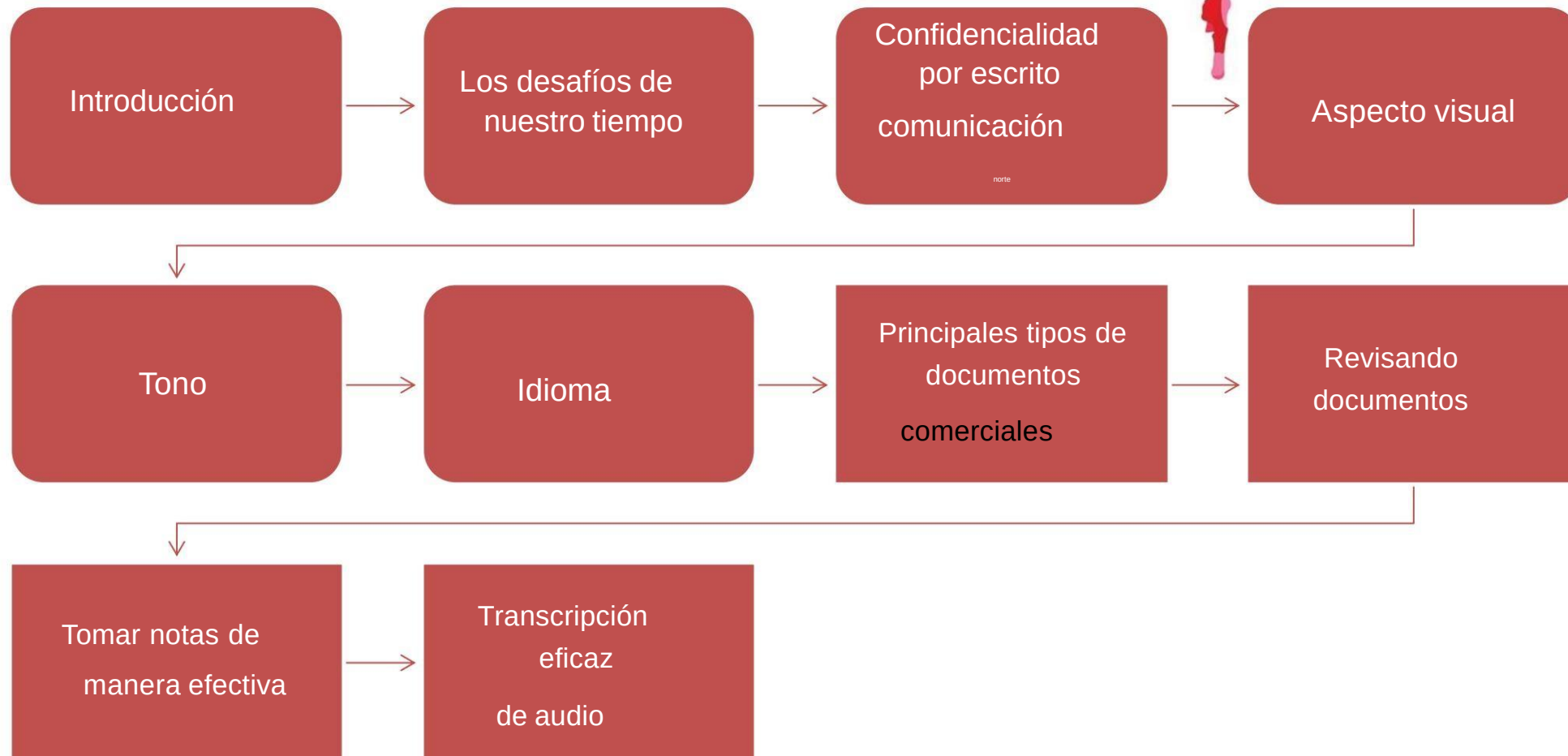
después de recibir instrucciones específicas



Agencia Ejecutiva Europea en el ámbito Educativo y

Cultura y Juventud

Mapa de ruta



Introducción: Componentes de la comunicación escrita



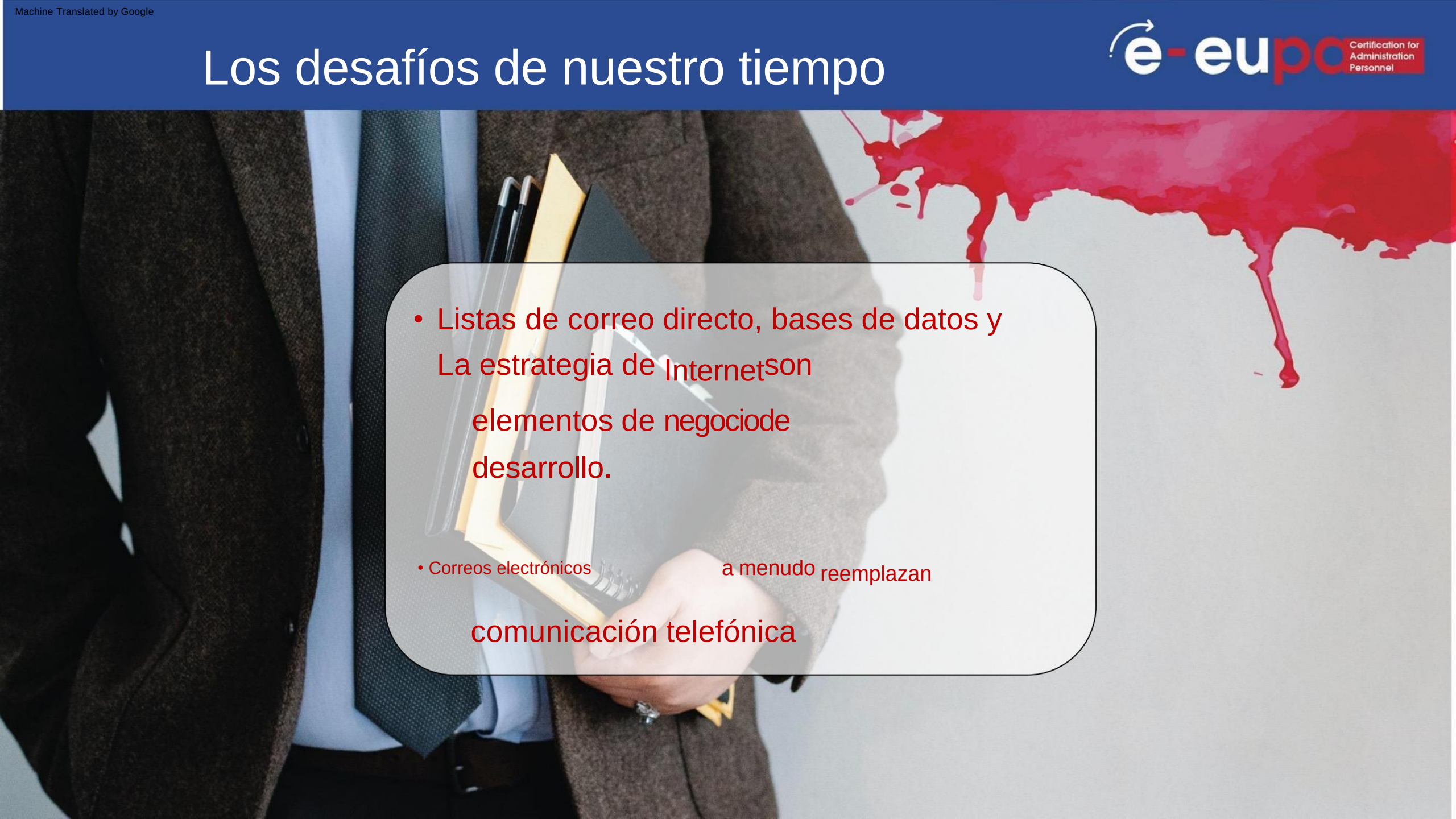
- Estilo
- Dicción
- Tono

Los desafíos de nuestro tiempo



Las decisiones críticas a menudo se basan en la comunicación escrita a través de cartas, informes y correos electrónicos.

Los desafíos de nuestro tiempo

- 
- Listas de correo directo, bases de datos y La estrategia de Internet son elementos de negocio de desarrollo.
 - Correos electrónicos a menudo reemplazan comunicación telefónica

Los desafíos de nuestro tiempo

- Lo escrito circula a una velocidad extraordinaria, por lo que Se necesita un cuidado especial para producir textos bien escritos
- A menudo hay ambigüedades que el doble del tiempo que lleva
- La brevedad, la 'claridad' de los mensajes y el enfoque correcto a menudo se sacrifican por por el bien de la velocidad.

Los desafíos de nuestro tiempo

Centro Nacional para la Evaluación de la Calidad en el Trabajo: realizó un estudio en el que pidió a los empleadores estadounidenses que identificaran las habilidades que consideraban más importantes para el desempeño laboral.

Empleadores: la comunicación figuraba como la segunda habilidad laboral más importante (la actitud ocupaba el primer lugar)

Empleadores: Equiparen las habilidades de comunicación con la capacidad de pensar con claridad, examinar alternativas, analizar información y tomar decisiones.

Todo lo que escribas debe dar en el blanco porque tu carrera depende de ello.

Estilo

- La forma en que se escribe algo • No el significado de lo que está escrito • El estilo incluye la dicción y el tono

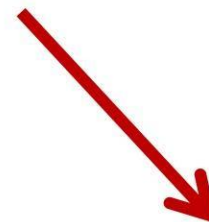
Estilo

- Presente su información de una manera apropiada tanto para la audiencia como para el propósito del escrito.
- Sea coherente: cambiar de estilo puede distraer al lector y disminuir la credibilidad del argumento del artículo.

Dicción y tono



STYLE



DICTIÓN TONO
TONO DE DICTIÓN

Dicción

- La elección de palabras •
Utilizar un vocabulario adecuado al tipo de
Asignación y audiencia
- Las palabras con casi el mismo significado pueden
tener connotaciones muy diferentes: considere las
connotaciones positivas o negativas de las palabras
elegidas.
- Nivel de formalidad

Tono

El tono o actitud general de un documento, mensaje o nota debe ser apropiado para la audiencia y el propósito.

Formas de tono:

- objetivo o subjetivo • lógico o emocional • íntimo o distante
- serio o humorístico

Herramienta metodológica I



E-EUPA_LO_3.16_M_001
El propósito del texto

Estilo de escritura informal

Estilo de escritura informal:

- Coloquial: similar a una conversación hablada.
- Puede incluir jerga, figuras retóricas, sintaxis deficiente.
- Simple : se aceptan oraciones cortas y, a veces, esenciales.
- Contracciones y abreviaturas : I'm, doesn't, couldn't, it's TV, photos.
- Empatía y emoción : el autor puede mostrar empatía.

Hacia el lector

Estilo de escritura formal

Estilo de escritura formal •

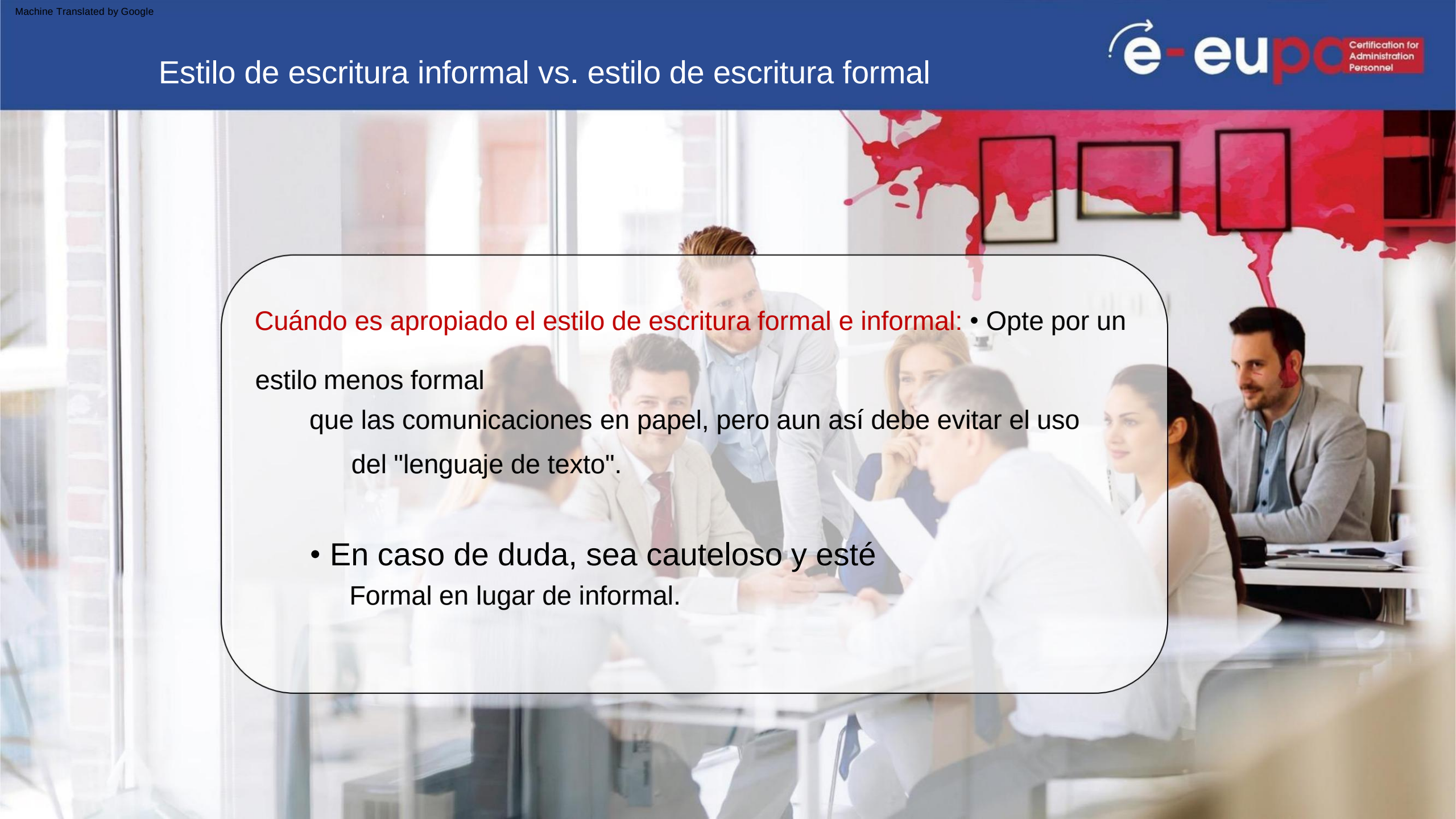
Complejo : es probable que las oraciones más largas sean más frecuentes en la escritura formal. •

Objetivo : enuncie los puntos principales con seguridad y ofrezca argumentos de apoyo. •

Palabras

completas • Tercera persona : la escritura formal no es un estilo de escritura personal.

Estilo de escritura informal vs. estilo de escritura formal

- 
- Cuándo es apropiado el estilo de escritura formal e informal:**
- Opte por un estilo menos formal que las comunicaciones en papel, pero aun así debe evitar el uso del "lenguaje de texto".
 - En caso de duda, sea cauteloso y esté Formal en lugar de informal.

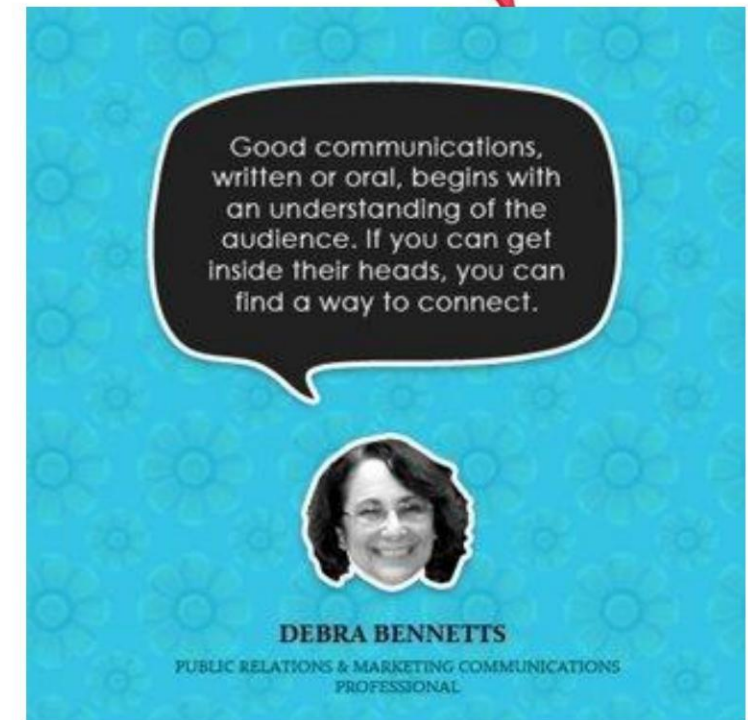
Evitar la vaguedad

VAGO	ESPECÍFICO
Antes de salir, compruebe que el ascensor se ha detenido en la planta correcta.	Antes de abandonar el ascensor, compruebe que se ha detenido en la planta correcta.
¡Atención pasajeros del vuelo 168!	¡Atención pasajeros!
Nos gustaría informarle que cuando se anuncie el embarque, será por la puerta nueve.	El embarque para el vuelo 168 se realizará por la puerta nueve. Escuche el anuncio.
Durante el asalto, los ladrones utilizaron cuchillos y dos pistolas. Posteriormente fueron encontrados en el río.	Durante el asalto, los ladrones utilizaron cuchillos y dos pistolas. Las armas fueron encontradas posteriormente en el río.
Hubo muchos visitantes en los Juegos Olímpicos. Para poder instalarlos fue necesario ampliar la red hotelera.	Para dar cabida al gran número de visitantes de los Juegos Olímpicos, fue necesario ampliar la red hotelera.
La película contiene sexo, lenguaje inapropiado y violencia, lo cual no es apropiado para niños.	La película contiene sexo, lenguaje inapropiado y violencia. No es apto para niños.



ENFOQUE EN LA AUDIENCIA

- Un ejemplo de carta a un posible cliente:
- La carta debe demostrar los beneficios de la producto/servicio al cliente y no lista sus características.
- Toda la información debe ser clara y sencilla,
Estilo con a dinámica
combinado y terminología convincente



ENFOQUE EN LA AUDIENCIA

4 tipos de
estilos de aprendizaje/
comunicación

- Visual
- Auditivo
- Kinestésico
- Auditivo Digital

ENFOQUE EN LA AUDIENCIA

Comunicadores visuales

- Aprenden viendo y memorizan mirando imágenes. • Tienen a distraerse con instrucciones verbales largas. • La apariencia es importante. • Les interesa cómo SE VE su mensaje. • “Una imagen vale más que mil palabras”.
- Escribir con elementos visuales: o incluya imágenes, videos, gráficos, etc. en lugar de informes escritos. o observe las palabras que está usando y use palabras y frases “visuales”:
Palabras: ver, mirar, ver, enfocar,
aparecer Frases: más allá de toda duda, vista aérea

ENFOQUE EN LA AUDIENCIA

Comunicadores auditivos •

Aprenden escuchando y por lo que oyen. •

Hablar con un comunicador auditivo: Elija sus palabras
con cuidado

•Lo más interesante es que su mensaje SUENE bien. •

Memorice por pasos, procedimientos y secuencias. •

La estructura en su comunicación será importante. • Con
comunicadores auditivos utilice algunas de las siguientes palabras
y frases:

Palabras: oír, escuchar, sonidos, resonar

Frases: me suena, manera de hablar, préstame tu oído, callate

ENFOQUE EN LA AUDIENCIA

Comunicadores kinestésicos

- Aprender haciendo, moviéndose, actuando y con las manos.
en la experiencia.
- A menudo nos movemos y hablamos más lentamente y con más respiración.
- Más palabras para articular lo que están tratando de decir.
- Interés en cómo se SIENTE un mensaje
- Memorizar haciendo o recorriendo algo.
- Con los comunicadores kinestésicos se utilizan algunos

de las siguientes palabras y frases:

Palabras: sentir, tocar, agarrar, Frases: apoderarse de,
captar, aprovechar, se reduce a,

De la mano

hormigón

ENFOQUE EN LA AUDIENCIA

Comunicadores digitales auditivos • A menudo exhiben características de los otros tres preferencias de comunicación. •

Más interesados en que un mensaje tenga SENTIDO. • Memorizan por pasos, procedimientos y secuencias. • El más analítico de los cuatro estilos • Con capacidad auditiva digital

Los comunicadores utilizan

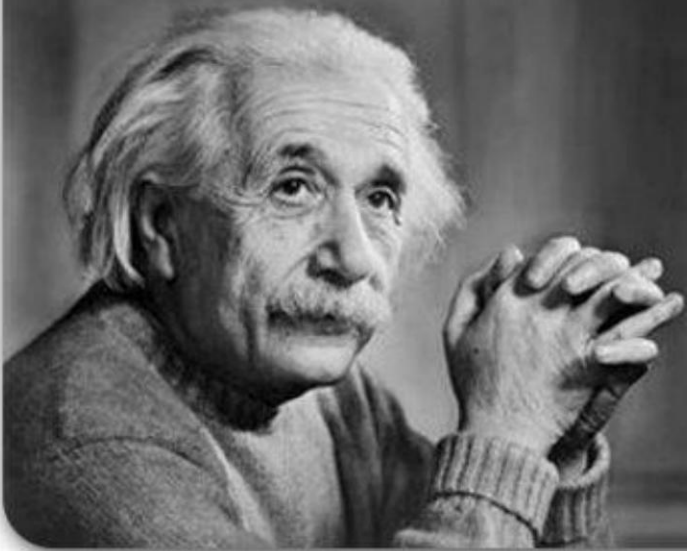
Algunas de las siguientes palabras:

Palabras: sentir, comprender, pensar, aprender, procesar, decidir, considerar, saber, cambiar o motivar.

CLARO Y SIMPLE

If you can't explain it **simply**, you
don't understand it well enough.

– Albert Einstein



LA PERSONALIDAD IMPORTA

Estilo y tono • El

estilo y el tono dan una impresión de nosotros mismos, así como de nuestra credibilidad • Damos una

idea de nuestra personalidad y de nuestra confianza en nosotros mismos.

- Una carta o

un correo electrónico escrito en un tono abrupto o inapropiado

definitivamente no inspirará a un colega o cliente a responder como

nos gustaría • Un tono convincente o colaborativo ayuda a

comprometer más al destinatario y a responder de forma positiva y útil.

Intenta ser:

- Claro •

Objetivo • Cortés

EJEMPLOS

UNHELPFUL

"We are not able to assist
you ..."

UNDERMINING

"I am not sure you can do
this job ..."

AUTHORITARIAN

"You must complete this
job now ..."

ABRUPT

"Well, if you cannot handle
the project ..."

POMPOUS

"I have worked on many
jobs like this ..."

CO-OPERATIVE

"We are willing to look at
..."

SUPPORTIVE

"I think you are doing this
job well ..."

DEMOCRATIC

"When you have time you
could ..."

PERSUASIVE

"I really think this is your
project ..."

UNASSUMING

"I will do my best on this
job ..."

Sistema 'Escríbelo para que lo LEAN'

Un proceso de seis pasos:

1. Lector y entrega del documento (incluido el canal) • ¿Quién es su lector? • ¿Quién recibirá una copia? • ¿Cuál es el mejor método de entrega? • ¿Cuál es el mejor momento de entrega?

Sistema 'Escríbelo para que lo LEAN'

2. El mensaje importante • ¿Quién?

¿Qué? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué?

¿Cómo?

- Responda específicamente las preguntas y no de manera indefinida.

- Títulos fuertes que resuman •

Ubicación estratégica de los títulos

- Tema clave:

- Colóquelo al principio (para un lector que probablemente responderá o uno neutral)
- Entre un inicio positivo y un cierre amigable (para un lector indiferente)

Sistema 'Escríbelo para que lo LEAN'

3. Borrador - Estructura

Intenta expresarte libremente.

Comience con la sección que le resulte más fácil.

Vuelva a leer el borrador del texto y asegúrese

de que: • Los títulos contengan

acciones • Uso correcto de los

párrafos • Descripción detallada de los problemas y asuntos
aspectos

críticos • Reestructure si es

necesario • El cierre incluya las acciones que deben tomarse

El lector

Sistema 'Escríbelo para que lo LEAN'

4. Atractivo visual - Impacto

- Tamaño
- Forma •
- Color •
- Diseño •
- Fuentes – color de fuente
- Imágenes - Dibujos - Gráficos • Gráficos
- Tablas - Columnas • Sangrías y
- líneas laterales • No demasiado
- 'recargado'

Sistema 'Escríbelo para que lo LEAN'

5. Tono •

Lenguaje comprensivo y sencillo , sin términos ni palabras o expresiones extravagantes • Uso de expresiones positivas • Puntuación correcta • Voz activa (comunicación directa) / Voz pasiva (diplomacia) • Limite el uso de jerga cuando sea posible - Términos neutrales (género, etc.)

!!!Lo más importante!!!

K Mantener

I Él

S Corto y

S Simple



Sistema 'Escríbelo para que lo LEAN'

6. Revisión

- Exactitud de la información, marcas, títulos, calificaciones, nombres, ...
- Todos los números y fechas

- Palabras repetidas

- Errores

tipográficos • Flujo de oraciones y párrafos • Omisiones, anexos •

Cualquier propuesta debe leerse más de una vez

Imprima el documento y léalo: haga que otra persona lea el documento

Herramienta metodológica II



E-EUPA_LO_3.16_M_002
Escríbelo para que lo lean

Confidencialidad en la comunicación escrita

- 
- A background image showing three women sitting around a white table in a bright office with large windows. They appear to be in a meeting, with one woman gesturing while speaking. A red ink splatter is visible in the upper right corner of the image.
- La protección de los datos personales de
 - Conservar la información de una persona entre usted y la persona, y no contárselo a los demás, incluidos los compañeros de trabajo, amigos, familia, etc.

Confidencialidad en la comunicación escrita

La confidencialidad es importante por varias razones:

- No proteger adecuadamente la información confidencial
Puede llevar a la pérdida de negocios/clientes.
- La información confidencial puede ser utilizada indebidamente para
actividad (por ejemplo, fraude
(compromiso ilegal o discriminación)
- Leyes que protegen la confidencialidad de cierta información
Información en el lugar de trabajo.

Confidencialidad en la comunicación escrita

- Mantener la confidencialidad:

- a) Los documentos individuales están bloqueados y asegurados.
- b) La información sobre datos personales no se comunica a personas que no necesitan conocerla.
- c) Los detalles médicos no se discuten sin su consentimiento . consentir

- Información considerada confidencial:

- a) nombre, fecha de nacimiento, edad, sexo y dirección
- b) datos de contacto actuales de la familia, tutor, etc.
- c) datos bancarios
- d) historial o registros médicos
- e) registros de servicios
- f) planes personales individuales
- g) evaluaciones o informes
- h) entrante o saliente correspondencia personal.

Confidencialidad en la comunicación escrita

A woman with blonde hair in a ponytail, wearing a white long-sleeved shirt, is sitting at a wooden desk. She is looking at a large computer monitor that displays a video conference with three participants. On the desk, there is a keyboard, a mouse, a calculator, and some papers. A large red ink splatter is visible in the upper right corner of the image.

Agregue una exención de responsabilidad a su firma de correo electrónico para mitigar el riesgo de que un correo electrónico confidencial pueda reenviarse a un destinatario externo : una exención de responsabilidad que advierta a dichos destinatarios que no son destinatarios autorizados y que deben solicitarles que eliminen el correo electrónico.

Confidencialidad en la comunicación escrita



EJEMPLO DE AVISO DE CONFIDENCIALIDAD



El contenido de este mensaje de correo electrónico y sus anexos está destinado únicamente a los destinatarios y puede contener información confidencial o privilegiada y puede estar legalmente protegido contra su divulgación. Si usted no es el destinatario previsto de este mensaje o su agente, o si este mensaje le ha sido enviado por error, por favor avise inmediatamente al remitente mediante un correo electrónico de respuesta y luego elimine este mensaje y sus anexos.



Si usted no es el destinatario previsto, se le notifica por la presente que cualquier uso, difusión, copia o almacenamiento de este mensaje o sus anexos está estrictamente prohibido.



Herramienta metodológica III



E-EUPA_LO_3.17_M_001
Confía en mí: Un ejercicio de
confidencialidad

Usando la fuente correcta

Capta inmediatamente la atención del lector.

Utilice textos visualmente atractivos y fuentes apropiados para la producción a través de uso de diferentes fuentes

Recuerda ¡la simplicidad lo es todo!

Tipos de fuentes

Fuentes SERIF

Las líneas serif son pequeñas líneas que rematan los trazos de letras individuales y guían la mirada a lo largo de la línea.

Generalmente se utiliza en el cuerpo de un texto.

por ejemplo **Times New Roman**

Tipos de fuentes

Fuentes SANS SERIF

Fuentes de aspecto moderno.

Mayúsculas y negrita: un mosaico con impacto

por ejemplo Arial

Tipos de fuentes

SUBTÍTULOS SIN SERIFS

Se utiliza para proporcionar un contraste distintivo.

p.ej **Verdana**

Tipos de fuentes

FUENTES DE GUIONES

- Cartas que parecen escritas a mano pero son antiguas.
 - Ideal para textos personalizados como membretes e invitaciones.
- Si se utilizan como apertura de una propuesta comercial, Puede aportar un toque de elegancia.

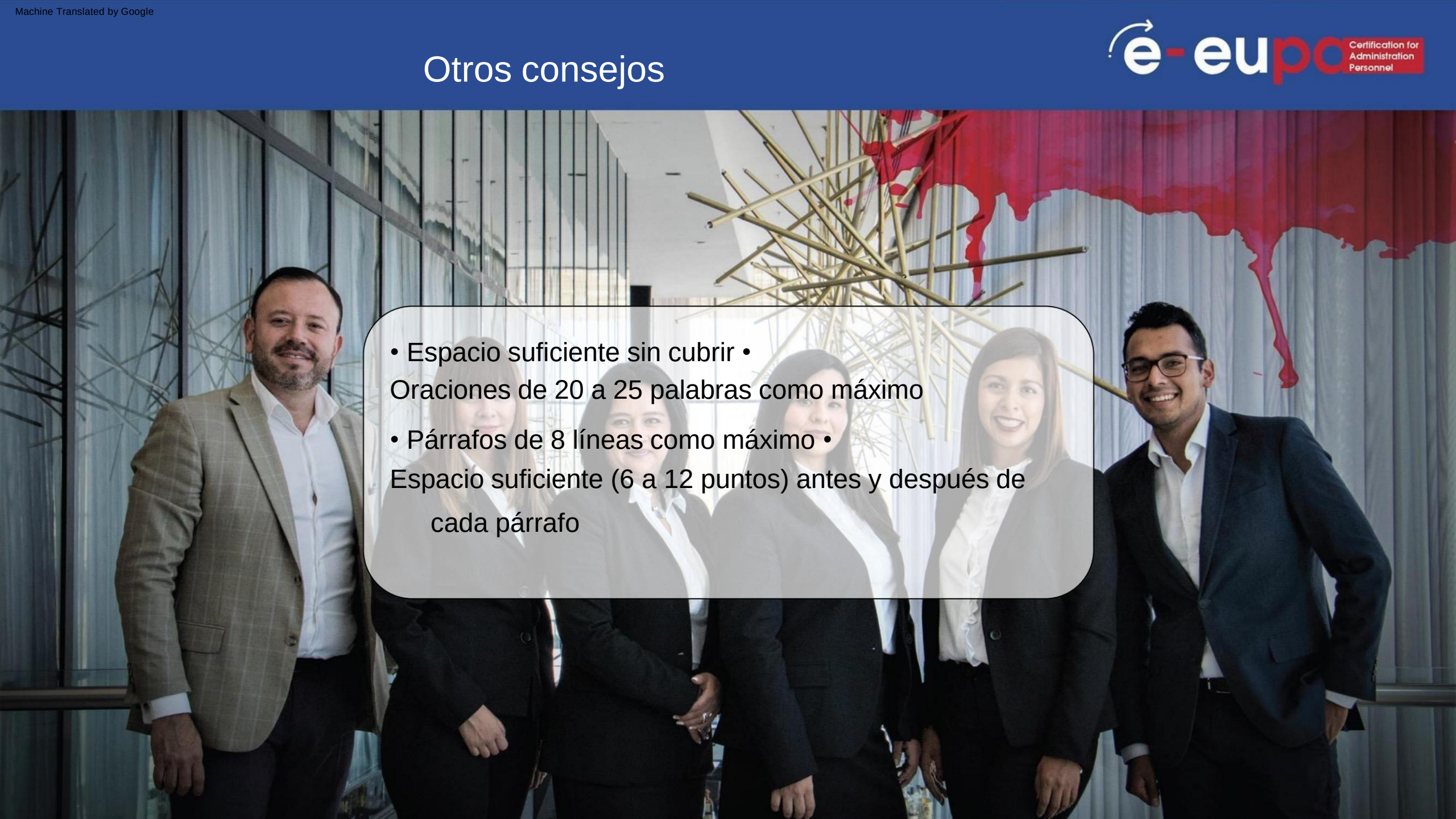
por ejemplo, *Monotype Italic*

Tamaños de fuente

¡El tamaño de fuente apropiado para cada documento o sección!

Generalmente: 11 o 12 para el cuerpo principal (dependiendo de la fuente)

Otros consejos

- 
- Espacio suficiente sin cubrir •
Oraciones de 20 a 25 palabras como máximo
 - Párrafos de 8 líneas como máximo •
Espacio suficiente (6 a 12 puntos) antes y después de
cada párrafo

Agregar imágenes

Dale vida a tus textos y aumenta legibilidad:
úsalos con precaución.

Utilice el color de forma consistente

Deben utilizarse en sus formas más simples.

Asegúrese de que las imágenes y los gráficos atraigan al lector y no le impidan comprender.



Disposición

CONFUSO



MEJOR

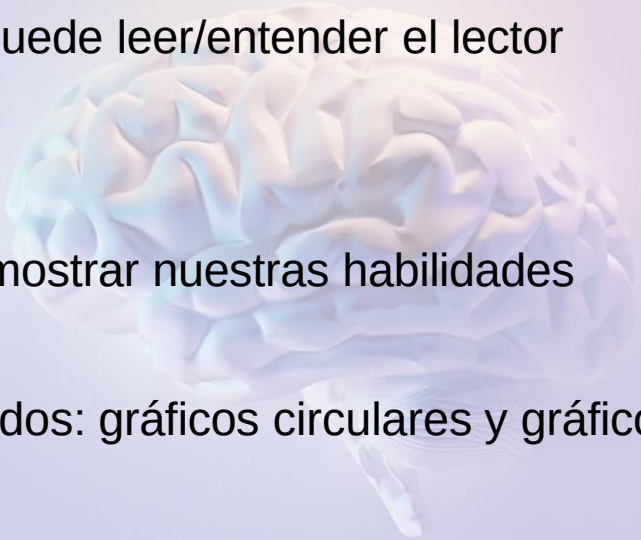


Gráficos y diagramas

Saber qué tipos de diagramas puede leer/entender el lector

No es una oportunidad para demostrar nuestras habilidades

Tipos de diagramas más conocidos: gráficos circulares y gráficos de barras.



Tono: KISS

¡BESO! ¡Que sea breve y simple!

Algunas personas al escribir textos dejan claro a los lectores que lo único que les importa es demostrar cuánto saben.

Esto es evidente en textos que contienen elementos oscuros, confusos o innecesarios.

El resultado final de toda esta información redundante es molestar o incluso irritar al lector.

Foro de discusión sobre modelos KISS

¿Cómo aplicarías KISS en los siguientes casos:

COMPRA/CONTRATACIÓN DE SERVICIOS?

Hemos analizado exhaustivamente estos puntos y hemos encontrado, al final de nuestras investigaciones, que los procedimientos adoptados en relación con la compra o contratación de servicios se ajustan a los requisitos legislativos vigentes.

¡Se positivo!

Enfoque POSITIVO:

Un texto que resalta los aspectos positivos de la información que quieres transmitir, deja una impresión más fuerte en los destinatarios.

Atención a evitar cualquier forma de discriminación.

¡Se positivo!

Enfoque POSITIVO: Un

texto en tono positivo es mejor recibido por sus
destinatarios.

p.ej.,

'Recuerde' en lugar de 'no olvide' 'el camión debe estar

cargado con un no-

Carga fría' en lugar de 'el camión no debe cargarse
con una carga fría'

¡Tono, tono, tono!

Los textos escritos son oficiales y rígidos.

Algunas reglas

- básicas: • Evitar expresiones lacónicas o impersonales .
- Presentar las malas noticias de forma objetiva.
- No creerse infalible.

Voz pasiva/activa

Voz activa: comunicación más inmediata y efectiva

Voz pasiva: se utiliza cuando queremos mostrar amabilidad y evitar sonar agresivos.

Ejemplos

Pasivo - Las cuentas fueron aprobadas por el auditor.

Activo - El auditor aprobó las cuentas.

Pasiva - Jones fue arrestado por la policía.

Activo – La policía arrestó a Jones.

Pasivo - La próxima semana se realizará una reunión de directores.

Activo - Los directores se reunirán la próxima semana.

O Los directores se reunirán la próxima semana.

Diplomacia en el uso de la voz pasiva

USO DE LA VOZ PASIVA

Tono agresivo

La clínica no puede decirle su resultado porque no ha pagado la factura del mes pasado.

Este es el presupuesto de la reparación de la ventana que rompió tu hijo el jueves pasado

Vamos a despedir a tres trabajadores mañana.

El auditor que realizó la inspección detectó actividad fraudulenta en las cuentas de la empresa.

Tono menos agresivo

No se puede proporcionar su resultado porque hay un pago pendiente.

Aquí está el presupuesto de la reparación de la ventana que se rompió el jueves pasado.

Tres trabajadores serán despedidos mañana.

El auditor ha detectado actividad fraudulenta en las cuentas de la empresa.



Evitar la discriminación

Evitar un estilo discriminatorio en el lenguaje escrito, ya que puede:

- Hacer que algunas

- personas sean “invisibles”
- Centrarse en discapacidades físicas o mentales, en lugar de otros aspectos y características humanas positivas

- Describir a las personas mediante términos estereotipados.
- Tener un carácter intolerable en relación con la posición social y las necesidades de las personas.
- que
- Utilizar términos son considerado negativo, abusivo o humillante para ciertas categorías de personas.

Principales tipos de documentos comerciales

- Notas
- Minutos
- Cartas comerciales
- Presentaciones comerciales •
- Discursos •
- Correos electrónicos •
- Instrucciones y procedimientos •
- Comunicados de prensa

Herramienta metodológica IV



E-EUPA_LO_3.20_M_001
Documentos apropiados

Notas

Documentos internos de información, divulgación de información, anuncios de políticas, asignaciones, anuncio de resultados, informes.

Formularios específicos para cada caso en muchas empresas.

La mayoría de los memorandos tienen al menos cuatro elementos clave:

Fecha:

A:

De:

Tema:

Memos: cuándo utilizarlos

Adecuado para transferir información a grupos grandes.

Para: este campo puede rellenarse con una persona o un grupo de personas.

De: p. ej. Departamento de

Ventas Tema: Es particularmente importante porque le da al lector una idea de lo que está sucediendo, pero también por qué ayuda con el proceso de archivo.

Un memorándum debe ser breve, cortés y bien documentado.

Memos: cómo hacerlos

Estructura del memorándum

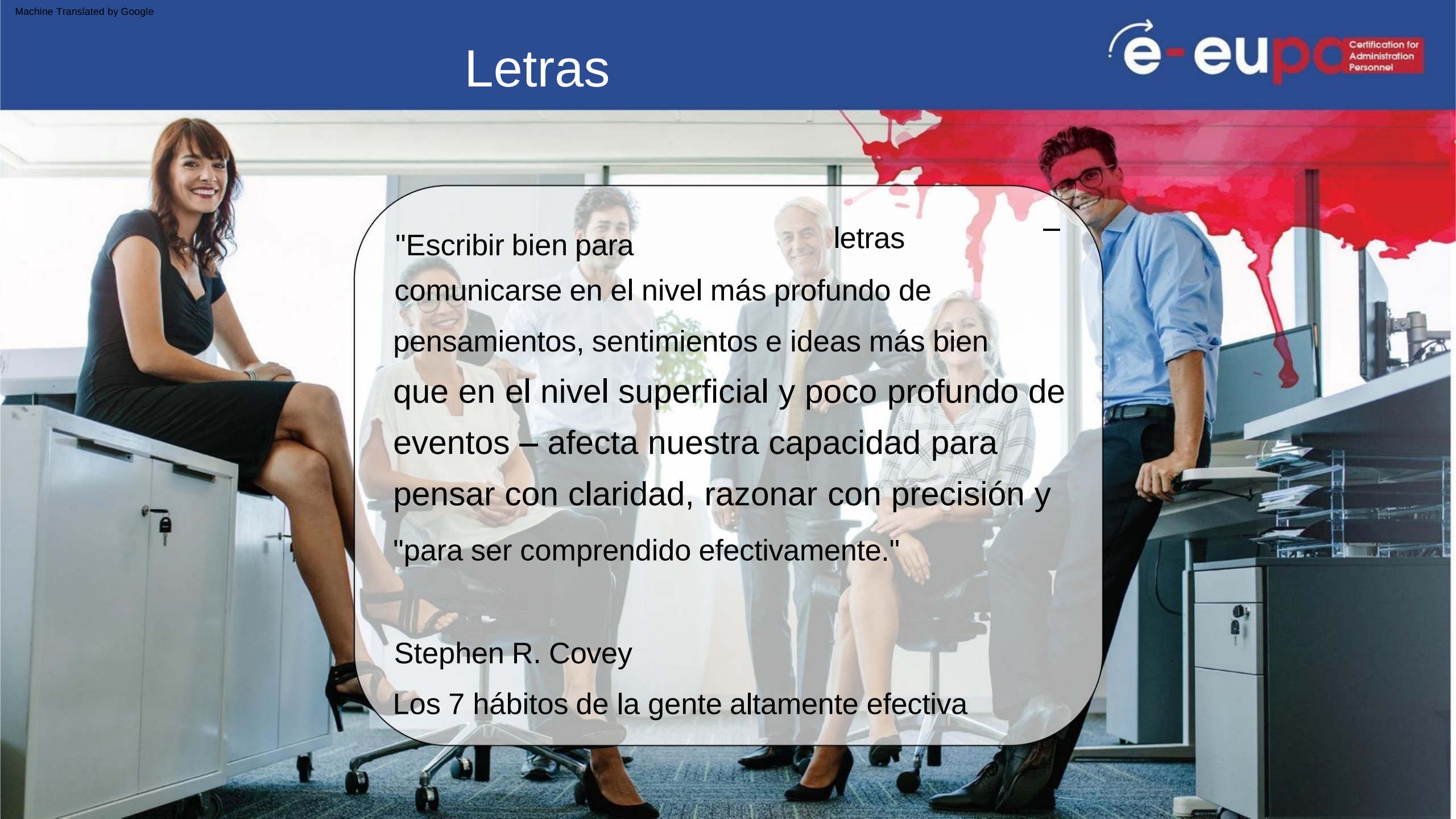
- La idea central está en primer plano y a continuación se presenta información complementaria de apoyo.
- Al final: Una solicitud para tomar acción
- La solicitud podrá realizarse al inicio.
- Ni apertura ni cierre (por ejemplo, tasación)
- Generalmente sin firma.

Herramienta metodológica V



E-EUPA_LO_3.21_M_001
Analizar y mejorar una nota

Letras

A modern office environment with large windows. In the foreground, a woman in a black dress sits on a grey metal cabinet, smiling. In the background, a group of five people (three men and two women) are standing and smiling. A large, stylized red ink splatter is visible on the right side of the image.

—
letras
"Escribir bien para
comunicarse en el nivel más profundo de
pensamientos, sentimientos e ideas más bien
que en el nivel superficial y poco profundo de
eventos — afecta nuestra capacidad para
pensar con claridad, razonar con precisión y
"para ser comprendido efectivamente."

Stephen R. Covey

Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva

Importancia de las letras

La base de la comunicación dentro de
un organización pero también
entre organizaciones.

Una carta bien escrita y bien estructurada da
El que La impresión
es que su organización sabe lo que hace.
y lo hace bien.

Participación significativa en la imagen pública de
La organización.

Propósito de las cartas

- Gracias •
- Comentario
- Confirmar información •
- Resumir un tema • Presentar
- una queja • Anunciar
- algo

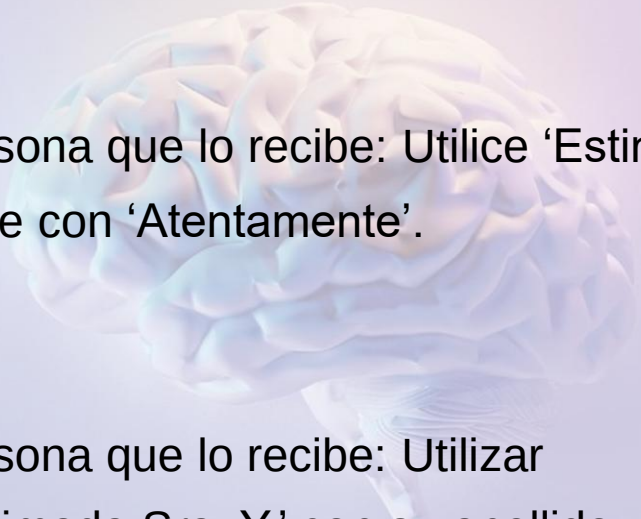
La carta transmite cierta información e insta al lector a tomar acción.

Dirigiéndose a su lector

Escritura correcta del nombre y cargo del destinatario.

Sin conocer a la persona que lo recibe: Utilice 'Estimado señor/señora' y cierre con 'Atentamente'.

Sin conocer a la persona que lo recibe: Utilizar 'Estimado Sr. X / Estimada Sra. Y.' con su apellido y cerrar con 'Atentamente'.



Creación y uso de plantillas

Utilice plantillas para que su carta sea más legible.

Alinee su nombre/nombre de la organización y la dirección en el lado derecho de la carta.

Alinea toda la información restante en el lado izquierdo de la carta, comenzando con la fecha y luego indicando el nombre y la dirección del destinatario. Coloca el tema en la siguiente línea.

No dejes sangría en los párrafos. Deja una línea en blanco entre ellos.

Creación y uso de plantillas

Zedcom

Calle Lincoln número 16

Londres

23/11/2023

Señor Brown

Sempack Co.

Calle de la Ley 11.

Londres

Tema: Reunión internacional de coleccionistas de sellos

Estimado señor Brown:

En los próximos días, el Sr. Chang les informará las fechas exactas en las que se llevará a cabo la reunión, así como el lugar de la misma. Preparen el material promocional lo antes posible.

Atentamente,

Jorge Negro

Departamento de Relaciones Públicas

Algunos consejos

Organiza tu carta

Tres reglas básicas y generales:

1. Vaya directo al grano.
 2. Repetir la información. 3.
- Claras solicitudes y motivo del envío, y asegurar que el lector sepa qué hacer.

Algunos consejos más

Taboos

As per our conversation

Attached herewith please find

Awaiting your reply, I remain,

Enclosed herewith please find

I am forwarding herewith

In accordance with your wishes

Please don't hesitate to call me

Pet your request

Pursuant to our conversation

Pursuant to your request

We are in receipt of

Use

As we discussed

I'm attaching

Sincerely,

I'm enclosing

I'm sending

As you requested

Please call me

As you requested

As we discussed

As you requested

We have received

Presentaciones de negocios

'Conozca' a su audiencia

¿Quiénes son? ¿Qué saben sobre el tema?

¿Qué deben aprender sobre el tema? ¿Cuáles son sus expectativas?

¿Cuáles son mis expectativas?

Encontrar un punto común en una audiencia heterogénea

Estructura •

Comience con una breve introducción a la idea básica • Resuelva los problemas de la audiencia con sugerencias. • Respalde sus sugerencias. • Responda preguntas u objeciones

Discursos

Preparando discursos

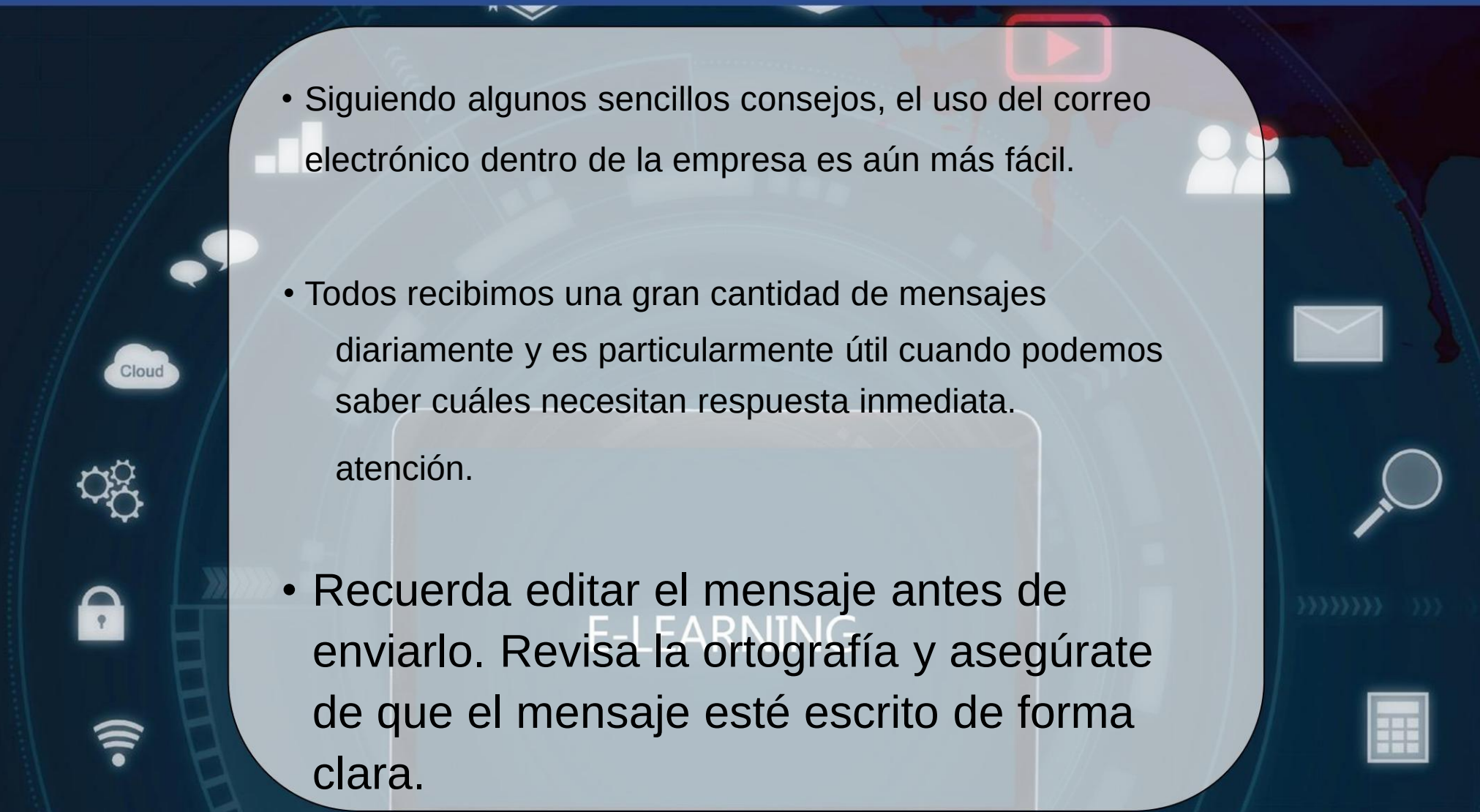
1. ¿Cuál es el tema?
2. ¿Cuál es mi mensaje?
3. ¿Cuál es mi propósito?
4. ¿Qué hay en esto para mí? (WIIFM - ¡para ti!)

Discursos

o Introducción y epílogo memorables o Impresiona
al principio y al final: o Escribe como
hablas

Otros

- consejos • Escribe oraciones
cortas • Usa frases fuertes y de gran impacto •
Concéntrate en palabras
específicas • Indica los puntos en los que necesitas
hacer una pausa • Lee tu discurso mientras lo escribes

- 
- Siguiendo algunos sencillos consejos, el uso del correo electrónico dentro de la empresa es aún más fácil.
 - Todos recibimos una gran cantidad de mensajes diariamente y es particularmente útil cuando podemos saber cuáles necesitan respuesta inmediata. atención.
 - Recuerda editar el mensaje antes de enviarlo. Revisa la ortografía y asegúrate de que el mensaje esté escrito de forma clara.

Creando un correo electrónico

- Ajustar el estilo de la
mensaje dependiendo del destinatario y

El sujeto.

- Limitar el número de destinatarios
- Brindar respuestas inmediatas a sus
correos electrónicos entrantes
- Si tiene intención de enviar una gran cantidad de
información, adjuntar un archivo

¡Sea breve y claro!

Campo ASUNTO •

SIEMPRE incluya un asunto

Escriba un informativo • y

Asunto convincente.

- Las palabras deben seleccionarse correctamente, ya que a menudo es el asunto del mensaje lo que determina cuándo y si el mensaje será leído. • Al responder a un mensaje, cambie el asunto si es necesario. El asunto debe corresponderse con el contenido del mensaje.

Elija correctamente los destinatarios

Utilice los campos 'cc' y 'cco' con prudencia

Al responder a un mensaje, utilice el botón 'Responder' y
'Responder a todos'

Usando 'cc' en tus correos electrónicos:

No utilices a personas o asociados que ocupen un puesto alto para intimidar o impresionar a alguien. No ayudes a nadie; por el contrario, ese jefe se sentirá preocupado y posiblemente expuesto.

Correos electrónicos y cartas: cómo terminarlos

Cartas formales:

- Si tiene alguna otra pregunta, no dude en ponerse en contacto conmigo.
 - Espero su respuesta con interés.
- Esperamos construir una sólida relación comercial en el futuro.
- Espero nuestra reunión el 7 de octubre.
- Gracias por su atención extremadamente útil a este asunto.
- Gracias nuevamente por su atención, consideración y tiempo.
- Gracias nuevamente por compartir su experiencia en este asunto.
- Esperamos que nuestra colaboración sea un éxito.

Correos electrónicos y cartas: cómo terminarlos

Cartas informales:

- No puedo esperar a saber de ti.
- Espero volver a verte.
- Nos vemos pronto.
- Cuéntame cuáles son tus planes.
- Espero tener noticias tuyas pronto.
- Envíale todo mi cariño a...
- Dale mis saludos a...
- ¡Espero que te vaya bien!
- Con cariño (Con todo mi amor, o Con amor y besos).

Correos electrónicos y cartas: cómo terminarlos

Firmar una carta:

-

Saludos,

- Atentamente (o Atentamente),

- Espero que esto ayude, •Esperando,

- Saludos,

E-LEARNING

- Respetuosamente,

- Atentamente, •Gracias (o Gracias nuevamente), •Afectuosamente, •Con anticipación

Instrucciones y procedimientos

Trate de comprender cómo sus lectores utilizarán las instrucciones / procedimientos.

Si es necesario, 'Materiales necesarios: ...' destacar:
¡Enfatizar las advertencias!

Organizar la información en Problemas - secciones – capítulos – subtítulos - ...

Instrucciones y procedimientos

Incluir suficiente información

Sea absolutamente preciso con: arriba,
abajo, derecha, izquierda

Utilice indicaciones en el sentido (o encimera-)
de las agujas del reloj para describir **a**

rotaciones: p. ej. girar el interruptor 45
grados en el sentido de las agujas del reloj (información clara)

Instrucciones y procedimientos

¡Comprobar, comprobar, volver a comprobar y comprobar otra vez!

Pídale a un “principiante” que aplique las instrucciones.

Pídale a un posible usuario que pruebe las instrucciones.

Pídale a una persona con conocimientos que evalúe las instrucciones.

Pruebe las instrucciones en condiciones reales, si es posible.

Notas de prensa

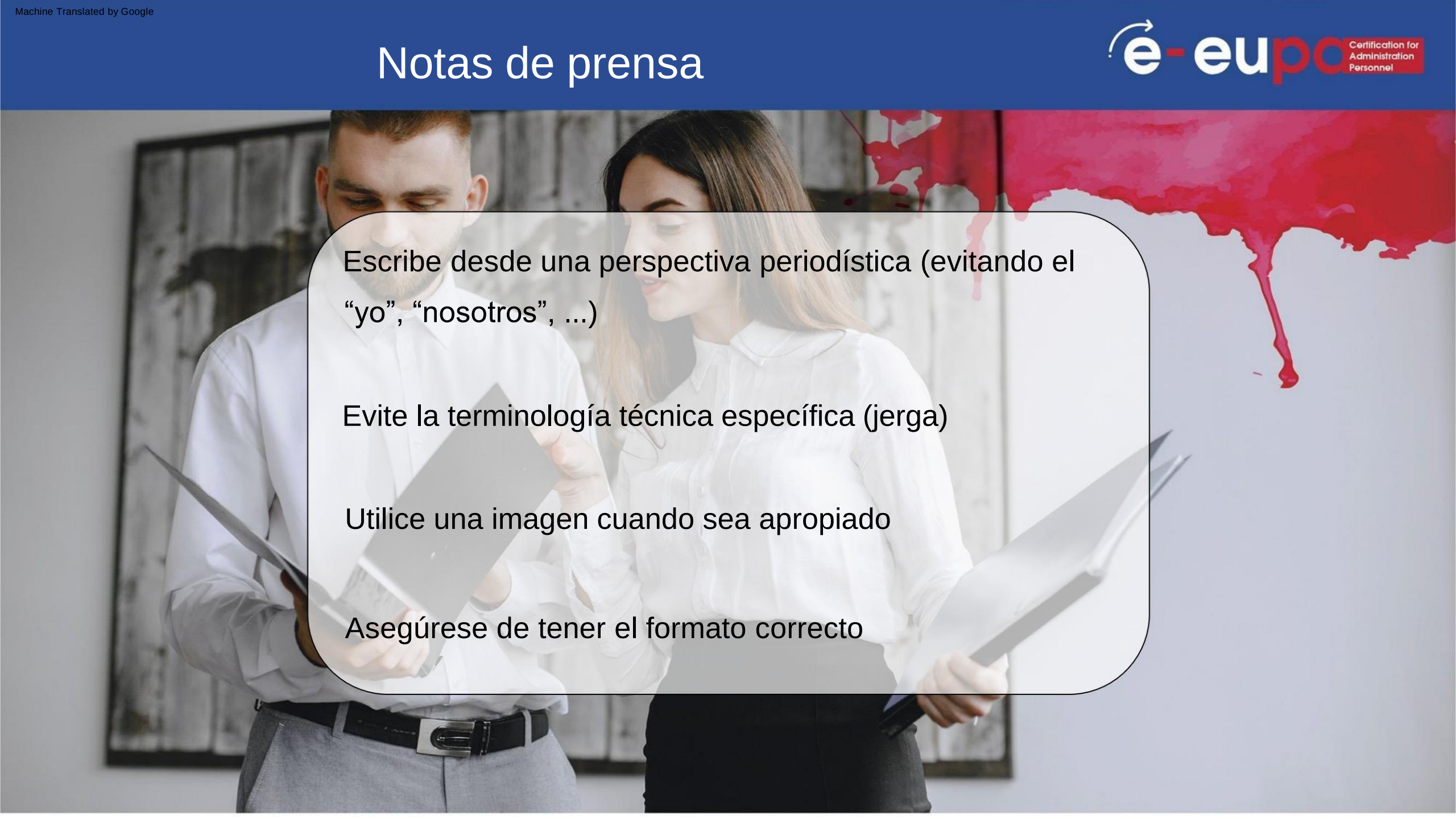


Escriba un comunicado de prensa que sea de interés para sus lectores.

Deje SU EGO fuera del comunicado de prensa

Evite palabras spam en el título (impreso o electrónico)

Notas de prensa



Escribe desde una perspectiva periodística (evitando el “yo”, “nosotros”, ...)

Evite la terminología técnica específica (jerga)

Utilice una imagen cuando sea apropiado

Asegúrese de tener el formato correcto

Fuentes de información

Bibliotecas (en línea o físicas)

Archivos (digitales o físicos)

Internet

Bibliografías

Colegas



Búsqueda de información: operadores booleanos

Los operadores booleanos conectan palabras de búsqueda para limitar o ampliar un conjunto de resultados en bases de datos y motores de búsqueda.

Los tres operadores booleanos básicos: AND, OR y NOT.

¿Por qué utilizar operadores booleanos? • Para

centrar una búsqueda • Para conectar varias piezas de información

Operadores booleanos: AND

Utilice AND en una búsqueda para:

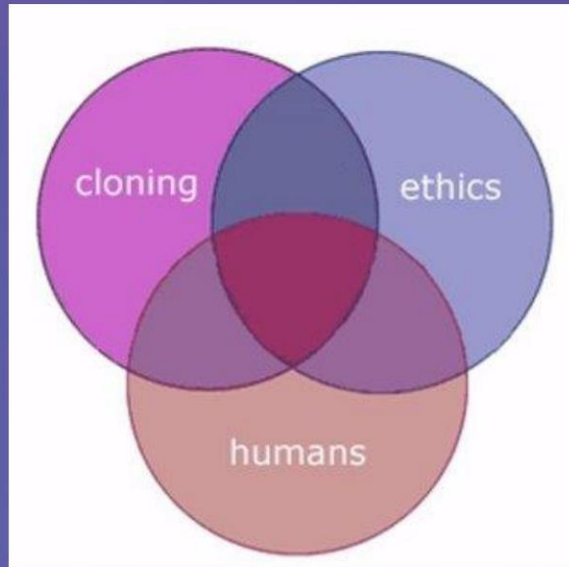
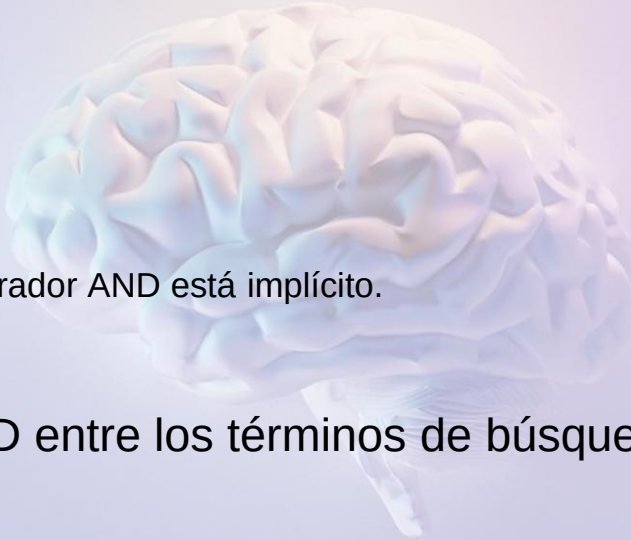
- resultados limitados
- indicar a la base de datos que TODOS los términos de búsqueda deben estar presentes en los registros resultantes

Ejemplo: negocios Y escritura Y apropiado

En muchas bases de datos, pero no en todas, el operador AND está implícito.

Google coloca automáticamente un AND entre los términos de búsqueda.

Aunque todos los términos de búsqueda estén incluidos en los resultados, es posible que no estén conectados entre sí de la forma deseada.

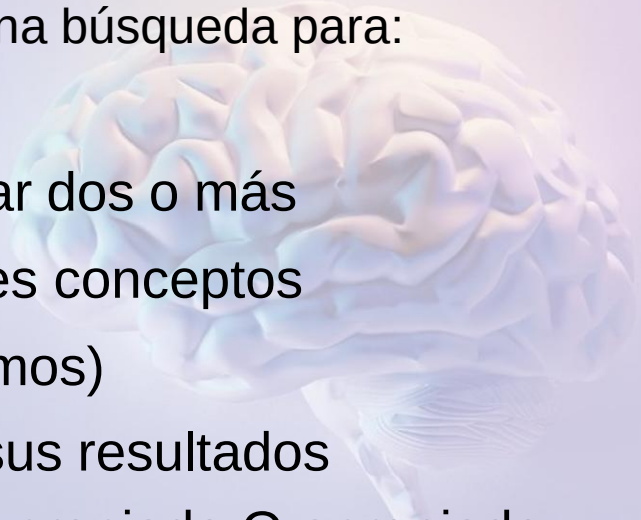


Operadores booleanos: OR

Utilice OR en una búsqueda para:

- conectar dos o más similares conceptos (sinónimos)
- ampliar sus resultados

Ejemplo: apropiado O apropiado
O correcto



Operadores booleanos: NOT

Utilice NOT en una búsqueda

para: • excluir palabras de su
búsqueda • limitar su búsqueda

Ejemplo: apropiado NO correcto

Asegurarse de que sus documentos sean fiables

ELEGIR LAS FUENTES ADECUADAS PARA APOYAR SU DOCUMENTOS:

- Fuente confiable: Aquella que ha demostrado, a lo largo del tiempo, proporcionar información precisa, válida y útil.
- Fuente no confiable: No probada, o ha proporcionado información en el pasado que luego resultó ser inexacta, inválida y/o no útil.

Asegurarse de que sus documentos sean fiables

OK, PERO ¿CÓMO PUEDO SABERLO?

1. ¿Quién fue el autor (escritor) de la pieza?

- Busque el enlace “Acerca de” o “Más sobre el autor” en la parte superior, inferior o lateral de una página web.
- Si no se proporciona información sobre el autor o autores de la pieza, desconfíe.

Asegurarse de que sus documentos sean fiables

OK, PERO ¿CÓMO PUEDO SABERLO?

- ¿El autor proporciona sus credenciales? Experiencia en el tema, educación, experiencia • Intente buscar al autor en Google: o ¿Qué tipos de sitios web están asociados con el nombre de su autor?
- o ¿Está afiliado a alguna institución educativa? o ¿Aparecen sitios comerciales? o ¿Los sitios web asociados con el autor le brindan alguna pista sobre los sesgos particulares que pueda tener el autor?

Asegurarse de que sus documentos sean fiables

OK, PERO ¿CÓMO PUEDO SABERLO?

2. ¿Quién es el público objetivo?

- ¿Académicos o público en general?
- ¿Para qué grupo de edad está escrito?
- Es Estaba dirigido a personas de un
 - ¿Área geográfica particular?
 - Estaba dirigido a los miembros de una
 - ¿Es una profesión en particular o con un objetivo específico?
 - ¿capacitación?

Asegurarse de que sus documentos sean fiables

OK, PERO ¿CÓMO PUEDO SABERLO?

¿Cuál es la calidad de la información proporcionada?

¿Cuando se publicó por primera vez?

En caso de ser un sitio web, ¿se actualiza periódicamente?

Asegurarse de que sus documentos sean fiables

OK, PERO ¿CÓMO PUEDO SABERLO?

3. Verifique las fechas.

- Se aceptarán diferentes fechas de publicación según el tipo de información que esté buscando.
- ¿El autor cita fuentes?

Asegurarse de que sus documentos sean fiables

OK, PERO ¿CÓMO PUEDO SABERLO?

4. ¿Cómo cuadra todo esto?

- Compara lo que has reunido sobre la pieza con
Sus necesidades de información
- ¿Esta pieza tiene un ajuste adecuado?

La información

proporcionar

Herramienta metodológica VI



E-EUPA_LO_3.18_M_001
Encuentra fuentes confiables

Revisando documentos

- ¡SIEMPRE REVISAR ANTES DE ENVIAR!!!
ALWAYS REVIEW BEFORE SENDING!!!

ESPECIALMENTE:

- Exactitud de la información •
Nombres de las organizaciones
- Títulos
- Nombres



Revisando documentos

ESPECIALMENTE:



- Verifique todos los números y fechas • Limite el uso de palabras repetidas • Corrija el texto • Errores tipográficos •

Gramática



- Sintaxis •

Flujo de oraciones y párrafos



ESPECIALMENTE:



- Sucesión para de conceptos completar la historia • Inclusión de anexos, anexos • Impresión del documento y lectura del mismo • Que otra persona entregue el documento leer



E-LEARNING

Herramienta metodológica VII



E-EUPA_LO_3.19_M_001
Revisando documentos

Tomar notas de manera efectiva

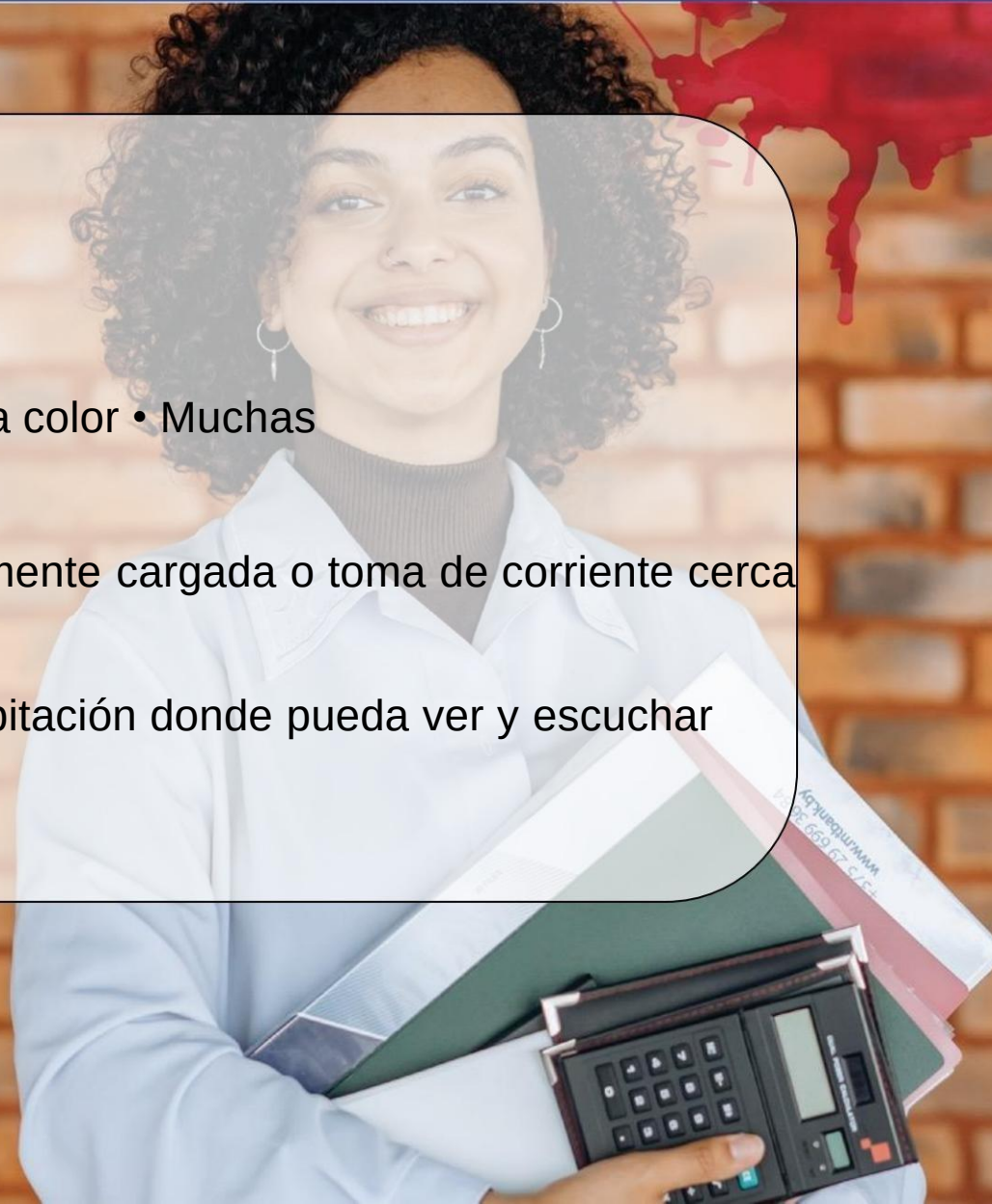
ESTAR LISTO:

Materiales para tomar notas:

- Papel y bolígrafos, dos de cada color • Muchas páginas en blanco •

Computadora portátil completamente cargada o toma de corriente cerca

Colóquese en un área de la habitación donde pueda ver y escuchar efectivamente al orador.



Tomar notas de manera efectiva

ESTAR LISTO:

- Antes de una reunión, asegúrese de revisar sus notas de la última vez. • Esto lo pondrá completamente al día y listo para Continúa donde lo dejaste.

"Si no te preparas, te estás preparando para fracasar".
"By failing to prepare, you are preparing to fail".

Tomar notas de manera efectiva

SEA UN OYENTE ACTIVO

- No escriba cada palabra.
- Comprenda el tema.
- Trate de absorber la información que está escuchando.

Tomar notas de manera efectiva

TOMA NOTAS A MANO

- Deberías intentar tomar notas.
a mano siempre que sea posible.
- Un estudio realizado por la  en
Universidad de Princeton ha demostrado
que los que toman notas en realidad
retener información mejor
Cuando toman notas a mano.

Tomar notas de manera efectiva

HACER LAS CUESTIONES

- Pídele aclaraciones al orador. •
- Si algo te resulta confuso ahora, te resultará el doble de confuso más adelante.

Tomar notas de manera efectiva

ENFOQUE EN PALABRAS Y CONCEPTOS CLAVE

- Concéntrese únicamente en anotar palabras y conceptos clave.
- Identifique la información más relevante.
- Escriba palabras o frases clave individuales que son más relevantes para el tema en cuestión
- Elimine todas las palabras de relleno y los detalles secundarios
- Piense en lo que desea conservar.
- Priorice cualquier información "nueva".

Tomar notas de manera efectiva

- Desarrolle su propio sistema de escritura abreviada: puede ayudarlo a escribir de manera más eficiente y evitar quedarse atrás.
- Intente escribir cosas como "wd" en lugar de "would", "cd" en lugar de "would".
- para could y "w/" para with.
- Escribe un signo más para la palabra "and".
- Intenta abreviar las palabras largas que aparecen una y otra vez.
- Asegúrate de poder descifrar tu propia taquigrafía más adelante.

Transcripción eficaz de audio

La transcripción requiere:

- Poder escribir a máquina •
- Poder escribir rápidamente • Tener la tecnología necesaria

ASEGÚRESE DE: •

Utilizar un teclado adecuado con patas • Su silla está ajustada de modo que pueda sentarse derecho, mirando ligeramente hacia abajo a la pantalla, con los antebrazos ligeramente inclinados hacia las manos y las manos arqueadas sobre las teclas • Sus pies están apoyados en el suelo con curvas cómodas

rodillas

EJEMPLO

parentheses surrounding a period (.) indicates a pause of less than one second

numerals within parentheses indicate longer pauses

square parentheses [] contain relevant contextual information

italicized parentheses [] contain a non verbal utterance

the symbol [between lines of dialogue indicates overlapping speech

underlining indicates emphasis

= indicates that an utterance is contiguous with previous(or following) utterance

a colon : indicates elongation of preceding sound

Preguntas de repaso

Pregunta 1:

¿Puede enumerar 5 aspectos que son importantes en la comunicación escrita?

Pregunta 2:

¿Puede enumerar los diferentes tipos de estilos de aprendizaje y comunicación?

Pregunta 3:

¿Puede explicar los pasos del sistema “Escríbalos para que lo lean”?

Puntos clave

Punto clave 1

escrita suele circular antes de ser perfeccionada, por lo que se necesita un cuidado especial para producir textos bien escritos.

Punto clave 3 •

Asegúrese de que sus documentos comerciales sean confiables y hayan sido revisados

Punto clave 2 4

- tipos de estilos de aprendizaje/comunicación
- Visual •
 - Auditivo •
 - Kinestésico
 - Auditivo Digital

¡BIEN HECHO!



Has completado la Unidad 3.4 - Parte B



**Cofinanciado por
la Unión Europea**

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.

