

Concepto	Definición/Descripción	Importancia
Comunicación Verbal	Es la transmisión de información a través del uso de palabras, ya sean habladas o escritas.	Permite transmitir ideas de manera clara, precisa y efectiva. Es la base de la interacción cotidiana y profesional.
Identificación de Audiencias	Implica conocer las características, intereses, conocimientos y necesidades del público al que se va a comunicar.	Permite adaptar el mensaje para que sea relevante y comprensible para los receptores, mejorando la efectividad del mensaje.
Adaptación del Discurso	Consiste en modificar el tono, el lenguaje y el contenido del discurso según las características del público.	Asegura que el mensaje sea entendido y bien recibido. La adaptación aumenta la persuasión y la conexión con la audiencia.
Comunicación Intrapersonal	Es el proceso de reflexión interna, el diálogo consigo mismo. Es la base de la autocomunicación.	Ayuda en la toma de decisiones, en el autoconocimiento y en la gestión de emociones. Es esencial para desarrollar habilidades comunicativas efectivas.
Comunicación Grupal	Ocurre entre tres o más personas que interactúan con un propósito común, como en equipos de trabajo o grupos de discusión.	Permite el intercambio de ideas y la colaboración. Es esencial en ambientes laborales y educativos.
Comunicación Masiva	Implica la transmisión de mensajes a un público amplio a través de medios como televisión, radio, internet, etc.	Permite la difusión de información a gran escala, afectando a grandes audiencias, y es clave en campañas publicitarias y en la formación de opiniones públicas.
Definición del Público Objetivo	Especificación de las características del grupo al que se quiere llegar con un mensaje o producto, como edad, género, intereses, nivel educativo, etc.	Es crucial para diseñar estrategias de comunicación que se alineen con las necesidades y preferencias de ese grupo, aumentando la efectividad del mensaje.
Tipologías del Discurso	Los discursos pueden clasificarse en diferentes tipos según su propósito: informativo, persuasivo, expresivo, etc.	Permite estructurar el mensaje adecuadamente para lograr los objetivos de comunicación, como informar, convencer o motivar a la audiencia.