

UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS

DESARROLLO Y RELACIONES
HUMANAS

GLOSARIO

EQUIPO: 1

INTEGRANTES:

DAYRA AYELEN SALGADO MADRID
MARISOL ROMERO CAMACHO
GUILLERMO CARRERA DOMINGUEZ
CHRISTIAN ALEXANDER LOPEZ VAZQUEZ

VILLAHERMOSA, TABASCO

AGOSTO DEL 2024



ÍNDICE

1 ¿ D E Q U É S E T R A T A ?

2 ¿ C Ó M O S E H I Z O ?

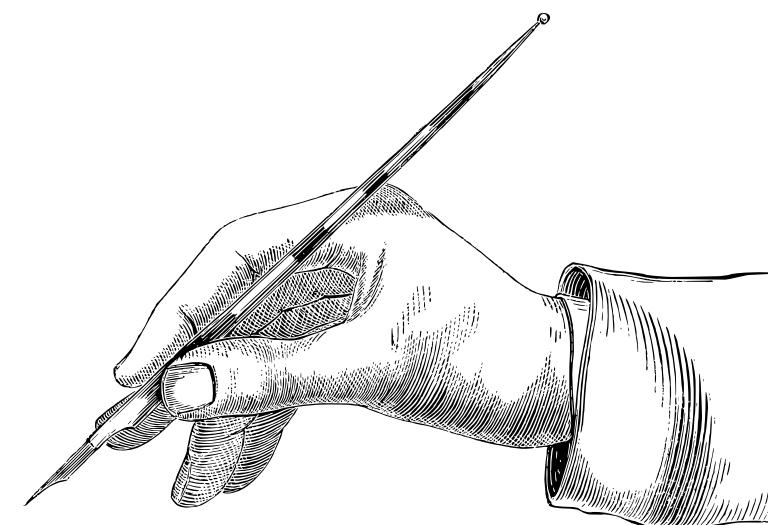
3 ¿ P A R A Q U É S I R V E ?

4 C O N C L U S I Ó N

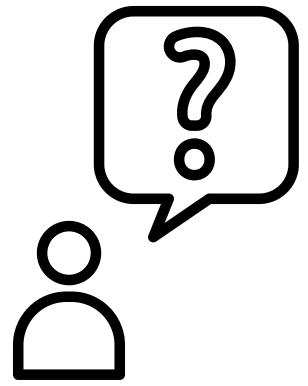
5 R E F E N C I A S

¿DE QUÉ SE TRATA?

Una investigación sobre los conceptos del desarrollo humano, enfocándonos en identificar y sintetizar conceptos que abarcan los diversos temas uniéndolo en un glosario con el propósito de facilitar la comprensión de los conceptos Ayudándonos en el aprendizaje.



¿CÓMO SE HIZO?

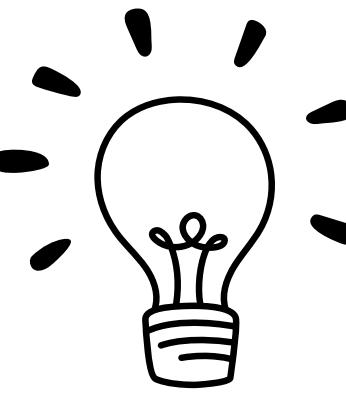


En clase se dictó los temas de investigación, y la líder del equipo distribuyó los temas equitativamente entre los 4 integrantes.

Se realizó un acta de reunión donde se establecieron fechas de entrega específicas para las definiciones que debían contener los elementos de qué, cómo y para qué. Se identificaron las actividades pendientes y cada uno de los integrantes firmó el acta. Se realizó un análisis colectivo para redactar lo más importante y así mejorar la comprensión de cada tema.

Posteriormente, nos organizamos para proporcionar retroalimentación entre todos y, finalmente, se hizo una presentación basada en la experiencia previa de los integrantes o en lo nuevo que se aprendió durante el proceso.

¿PARA QUÉ SIRVE?

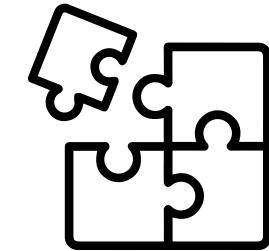


Hacer un glosario nos ayudó a entender de manera más clara y concisa conceptos clave sobre comunicación, marketing, emociones y comportamiento. Estos temas nos permitieron comprender y conectar ideas fácilmente, facilitándonos el estudio y la comprensión de temas como cultura, estilos de comunicación, inteligencia emocional, marketing, trabajo en equipo, neuromarketing y ética profesional. Esta forma es una herramienta útil para organizar y acceder rápidamente a definiciones importantes.

Esta actividad nos ayudó a entender y poder recordar los temas de manera más fácil y organizada, teniendo un concepto más claro de cada uno de los temas, donde cada uno de ellos nos deja aprendizajes.

Tener conocimiento sobre estos temas tan interesantes y importantes enriquecen nuestra capacidad para comunicarnos, aprender, trabajar y relacionarnos de manera efectiva en la vida personal y profesional.

CONCLUSIÓN



En este trabajo se aprendió conceptos clave de diversos temas. Nos permitió no solo conocer el significado teórico de cada término, sino también comprender cómo se aplican en situaciones prácticas, tanto a nivel personal como profesional. Asimismo, se aprendió la importancia de analizar cada tema desde diferentes perspectivas, lo que ayudó a comprender mejor cada concepto.

También se aprendió a trabajar en equipo de manera efectiva, compartiendo conocimientos para lograr el resultado final. Esta experiencia de colaboración fomenta habilidades de organización y comunicación, indispensables en cualquier entorno profesional y personal.

Otra enseñanza importante fue el entendimiento de cómo los conceptos están conectados. Nos dimos cuenta de que términos como inteligencia emocional, estilos de comunicación y neuromarketing no son independientes, sino que forman parte de un conjunto que influye directamente en la toma de decisiones y el comportamiento humano.

REFERENCIAS

Álvarez, M. (2019). La comunicación asertiva: Clave para el éxito personal y profesional.
Editorial SÍNTESIS.

Álvarez, C. J., & Márquez, C. (2019). Las funciones ejecutivas en el desarrollo infantil:
Concepto, evaluación e intervención.

Bajo, M. T., & Gómez, J. (2020). Funciones ejecutivas: Un enfoque teórico y práctico.
Psicología y Salud, 30(1), 25-34

Bravin, C. (5 de abril de 2023). pulsion digital. Obtenido de Evolución: del marketing 1.0 al marketing 5.0:
<https://www.pulsiondigital.com/blog/evolucion-del-marketing-1-0-al-marketing-5-0/>

Costal, T. (s.f.). La Sociología: Una introducción a la Sociología I. Obtenido de
https://canal.uned.es/uploads/material/Video/50287/sociolog_a6_transcripc_n.pdf

Dagrón, A. G. (junio de 2002). The Communication Initiative Network. Obtenido de El Iceberg de la Comunicación: la Experiencia Escondida:
<https://www.communit.com/content/el-iceberg-de-la-comunicaci%C3%B3n-la-experiencia-escondida>

(Estrada, 2024) Estrada, G. (febrero de 2024). *Evolución del formato APA*.
<https://www.timetoast.com/timelines/evolucion-del-formato-apa>

(Empresa, 2019) Empresa, Á. D. (21 de Marzo de 2019). ¿Por qué es importante aplicar el sistema APA en los trabajos académicos? <http://blog.pucp.edu.pe/blog/derechoyempresa/2019/03/21/por-que-es-importante-aplicar-el-sistema-apa-en-los-trabajos-academicos/>

Faster capital. (20 de junio de 2024). <https://fastercapital.com/es/contenido/La-importancia-de-valorar-tus-tradiciones.html>

Forma infancia . (14 de mayo de 2021). <https://formainfancia.com/importancia-familia-desarrollo-ninos/>

Gumucio, A. (s.f.). El iceberg de la comunicación: la experiencia escondida (Ponencia del Congreso Internacional de Promoción y Comunicación en Salud. Medellín, Colombia, 4-6 de Diciembre 2002). infoamerica.

institutolatinoame. (14 de octubre de 2021). Instituto latinoamericano de estudios de posgrado . <https://www.ilep.mx/post/desarrollo-humano>

Jara, J. (2016). Storytelling: la escritura creativa como herramienta de marketing. Editorial UOC.

Martínez, P. (2022). La importancia del storytelling en el marketing moderno. Marketing Digital.

<https://www.marketingdigital.com/storytelling-importancia>.

Morales, A., & Ochoa, L. (2019). Neuromarketing: la conexión entre la neurociencia y el marketing. Revista de Ciencias Sociales, 25(1), 45-60.

La Metáfora del Iceberg en la Comunicación y Resolución de Conflictos. (s.f.). Obtenido de La Metáfora del Iceberg en la Comunicación y Resolución de Conflictos:

<https://iyalimediacion.org/explorando-las-profundidades-del-conflicto>

Liliana Julia Gómez, L. J. (2023). Evolución del marketing.pdf. Obtenido de Evolución del marketing.pdf:

<https://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/handle/123456789/6553/Evoluci%C3%B3n%20del%20marketing.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Pérez, R. (2018). Comunicación efectiva: Técnicas para mejorar tus habilidades comunicativas. Ediciones Díaz de Santos.

Referencias bibliograficas para la evaluacion de habilidades gerenciales. (s.f.). Obtenido de

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/344484/Referencias_Habilidades_Gerenciales.pdf

Rodríguez, A. (2019). Storytelling: la ciencia de contar historias en la era digital. Editorial Planeta.

Sánchez, C. (11 de Diciembre de 2019). Actualizaciones en la 7ma (séptima) edición de las Normas APA.

<https://normas-apa.org/introduccion/actualizaciones-en-la-7ma-septima-edicion-de-las-normas-apa/>

Sarmiento, A., & Pineda, J. (2015). Neuromarketing: el nuevo marketing que entiende al consumidor. Ediciones Paraninfo.

Scala learning . (4 de agosto de 2023). <https://scalalearning.com/estilos-de-aprendizaje/>

(s.f.). Obtenido de Conoce las ventajas y la importancia del trabajo en equipo:

https://sence.gob.cl/sites/default/files/trabajo_en_equipo_-_infografia_carta.pdf