

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSE FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE EDUCACIÓN**



TESIS

**PARA OBTENER LA LICENCIATURA EN EDUCACIÓN EN LA
ESPECIALIDAD DE EDUCACION PRIMARIA Y PROBLEMAS DE
APRENDIZAJE**

**LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y SU RELACIÓN CON EL
LIDERAZGO EN ESTUDIANTES DEL SEXTO GRADO DE
PRIMARIA DE LA I.E RUBEN DARIO – SANTA MARIA**

Presentado por:

Br. ERNESTO JAVIER CHANGA CASTILLO

ASESORA:

Mg. VILMA ROSARIO CABILLAS OROPEZA

HUACHO – PERÚ

2019

**LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y SU RELACIÓN CON EL
LIDERAZGO EN ESTUDIANTES DEL SEXTO GRADO DE
PRIMARIA DE LA I.E RUBEN DARIO – SANTA MARIA**

DEDICATORIA

A mi familia, a mi mis queridos padres quienes han sido parte fundamental para superarme, ellos son quienes me dieron grandes enseñanzas y los principales protagonistas de este “sueño alcanzado”.

El Autor

AGRADECIMIENTO

Le agradecemos a Dios por habernos acompañado y guiado a lo largo de nuestra carrera, por ser nuestra fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarnos una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo de felicidad.

Le damos gracias a nuestros padres por apoyarnos en todo momento, por los valores que nos han inculcado, y por habernos dado la oportunidad de tener una excelente educación, en el transcurso de nuestra vida.

A la Universidad “José Faustino Sánchez Carrión”, porque en sus aulas, recibimos el conocimiento intelectual y humano de cada uno de los docentes de la facultad de Educación.

El autor

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado: “LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y SU RELACIÓN CON EL LIDERAZGO EN ESTUDIANTES DEL SEXTO GRADO DE PRIMARIA DE LA I.E RUBEN DARIO – SANTA MARIA”, es un trabajo de investigación para obtener la licenciatura en Educación en la especialidad de Educación Primaria y Problemas de Aprendizaje de la Facultad de Educación - UNJFSC.

La metodología que se empleó se encuentra dentro de la investigación básica es de tipo Básico, de nivel descriptivo, correlacional, no experimental y la hipótesis planteada fue: “La comunicación audiovisual se relaciona significativamente con el liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.”. Para la investigación, la población en estudio estuvo definida por 129 niños. En la investigación se determinó el uso de una muestra de 22 niños. El instrumento principal que se empleó en la investigación fue la ficha de observación que se aplicó a la primera y segunda variable. Los resultados evidencian que existe una relación entre la comunicación audiovisual y el liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.805, representando una muy buena asociación.

El autor

Palabras claves: comunicación, audio, visual, liderazgo.

ABSTRACT

The present research work entitled: "AUDIOVISUAL COMMUNICATION AND ITS RELATIONSHIP WITH LEADERSHIP IN STUDENTS OF THE SIXTH GRADE OF ELEMENTARY OF THE RUBEN IE SCHOOL - SANTA MARIA", is a research work to obtain the degree in Education in the specialty of Education Primary and Learning Problems of the Faculty of Education - UNJFSC.

The methodology that was used is within basic research is Basic type, descriptive level, correlational, not experimental and the hypothesis was: "Audiovisual communication is significantly related to leadership in sixth grade students of primary school IE Rubén Darío - Santa María. ". For the investigation, the study population was defined by 129 children. In the research, the use of a sample of 22 children was determined. The main instrument that was used in the investigation was the observation card that was applied to the first and second variables. The results show that there is a relationship between audiovisual communication and leadership in sixth grade students of the IE Rubén Darío - Santa María, due to the Spearman correlation that returns a value of 0.805, representing a very good association.

The author

Keywords: communication, audio, visual, leadership

INDICE

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
INDICE.....	vii
INDICE DE TABLAS.....	x
INDICE DE FIGURAS	xi
INTRODUCCIÓN.....	12
CAPITULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.1. Formulación de problema	14
1.1.1. Problema general	14
1.1.2. Problemas específicos.....	15
1.2. Justificación	15
1.3.1. Tecnológica	15
1.3.2. Pedagógica	16
1.3.3. Técnica	16
1.3. Limitaciones.....	16
1.4. Antecedentes	17
1.5. Objetivos.....	22

1.5.1. Objetivo general	22
1.5.2. Objetivos específicos.....	22
CAPITULO II MARCO TEÓRICO.....	24
2.1.2. Conceptualizando a los medio audiovisuales	32
2.2. Liderazgo de estudiante	39
2.3. Definición de términos básicos.....	55
CAPITULO III METODOLOGIA.....	58
3.1.1. Hipótesis general	58
3.1.2. Hipótesis específicas.....	58
3.2. Operacionalización de Variables	59
3.3. Tipo de estudio.....	60
3.4. Diseño del estudio.....	60
3.5. Población y muestra.....	60
3.5.1. Población	60
3.5.2. Muestra	61
3.6. Método de investigación.....	62
3.7. Técnicas e de recolección de datos	62
3.8. Método de análisis de datos	65
CAPITULO IV ANALISIS DE LOS RESULTADOS	66
4.1. Resultados descriptivo de las variables.....	66
4.2. Generalización entorno la hipótesis central	71

CAPITULO V DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	81
CONCLUSIONES.....	84
RECOMENDACIONES	85
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	86
MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	89

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Operacionalización de la variable X	59
Tabla 2	Operacionalización de la variable Y	59
Tabla 3	Población del estudio	61
Tabla 4	Muestra de estudio	61
Tabla 5	Comunicación audiovisual	66
Tabla 6	Exposiciones	67
Tabla 7	Audio	68
Tabla 8	Visual	69
Tabla 9	Liderazgo	70
Tabla 10	Relación entre la comunicación audiovisual y el liderazgo estudiantil	71
Tabla 11	Relación entre la comunicación audiovisual y la dimensión autoestima	73
Tabla 12	Relación entre la comunicación audiovisual y la dimensión visión	75
Tabla 13	Relación entre la comunicación audiovisual y la dimensión comunicación	77
Tabla 14	Relación entre la comunicación audiovisual y la dimensión trabajo colaborativo	79

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	Comunicación audiovisual	66
Figura 2	Exposiciones	67
Figura 3	Audio	68
Figura 4	Visual	69
Figura 5	Liderazgo	70
Figura 6	Relación entre la comunicación audiovisual y el liderazgo estudiantil	72
Figura 7	Relación entre la comunicación audiovisual y la dimensión autoestima	74
Figura 8	Relación entre la comunicación audiovisual y la dimensión visión	76
Figura 9	Relación entre la comunicación audiovisual y la dimensión comunicación	78
Figura 10	Relación entre la comunicación audiovisual y la dimensión trabajo colaborativo	80

INTRODUCCIÓN

Aquellas personas que son responsables profesionalmente utilizando la amplia gama de materiales y métodos audiovisuales han de hacer justificación para esperar encontrar en los sistemas conceptuales de los procesos de aprendizaje de preceptos, axiomas y principios útiles aplicables a su trabajo. Es el propósito de esta investigación para delinear algunos conceptos seleccionados pero fundamentales sobre el aprendizaje que deberían ser útil para mejorar la enseñanza mediante materiales audiovisuales.

Los conceptos que se presentarán se seleccionan en función de su utilidad estimada para preparar, seleccionar y utilizar audiovisuales materiales. Se evitan las controvertidas discusiones teóricas. Del mismo modo, las "fórmulas" simplificadas y las generalizaciones demasiado extendidas. Se espera que esta investigación sea útil, condensado, y guía significativa para profesores y administradores audiovisuales profesionales interesados en el problema persistente y perenne de mejorar los procesos de enseñanza y aprendizaje.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.Descripción de la realidad problemática

Como estudiante o futuro profesional es necesario aprender de comunicación y Liderazgo, solo así te convertirás en un profesional excepcional, un pensador creativo y un líder influyente en una sociedad global. Este grado combina el conocimiento práctico y teórico que necesita para tener éxito en entornos corporativos y sin fines de lucro, militares, gubernamentales, políticos u otros ámbitos. También es necesario desarrollar habilidades de investigación y escritura necesarias para diversos trabajos.

Dentro de la comunicación existe el monitoreo de comunicación de audio el cual analiza las conversaciones de audio y encuentra estructuras en las interacciones y revela los conocimientos proporcionados por los empleados a los clientes y clientes. Esta tecnología se utiliza para extraer datos importantes de inteligencia empresarial para relacionarlos con la estrategia para tomar decisiones estratégicas para la empresa. Las soluciones de monitoreo de comunicación de audio generalmente giran en torno a la función de grabación de llamadas. La grabación, el procesamiento y luego el análisis son las partes del mercado de monitoreo de comunicación de audio.

Los estudios de investigación apoyan firmemente el hecho de que el liderazgo de la escuela el impacto del director directa e indirectamente en el clima de la escuela y, a su vez, en logro estudiantil. El liderazgo de un director de escuela es un factor

determinante de la eficacia escolar, en segundo lugar solamente a la función de un estudiante, profesor de aula (Leithwood et al., 2008). D'Ávila, Leithwood, y Sammons (2008) encontraron que el liderazgo principal es la principal fuerza motriz que sustenta el aumento o efectividad y mejora sostenida. Ese liderazgo sirve de catalizador para desencadenando las capacidades potenciales que ya existen en la organización.

Más allá de la toma de decisiones, el liderazgo exitoso en todas las áreas se convierte en algo aprendido e instintivo durante un período de tiempo. Los líderes exitosos han aprendido el dominio de anticipar los patrones de negocios, encontrar oportunidades en situaciones de presión, servir a las personas que lideran y superar las dificultades.

La presente investigación se realizará en la I.E Rubén Darío – Santa María donde hemos podido evidenciar que el uso de la comunicación audiovisual de los estudiantes es muy limitada, así de la misma forma el liderazgo estudiantil, ya que solo existen líderes fuera de la escuela, sin encontrar liderazgo estudiantil académico.

1.1. Formulación de problema

1.1.1. Problema general

¿Qué relación existe entre la comunicación audiovisual y el liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María?

1.1.2. Problemas específicos

- ¿Qué relación existe entre la comunicación audiovisual y la dimensión autoestima del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María?
- ¿Qué relación existe entre la comunicación audiovisual y la dimensión visión del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María?
- ¿Qué relación existe entre la comunicación audiovisual y la dimensión comunicación efectiva del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María?
- ¿Qué relación existe entre la comunicación audiovisual y la dimensión trabajo colaborativo del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María?

1.2. Justificación

1.3.1. Tecnológica

En este sentido observamos el gran avance de la tecnología el cual e halla globalizado que las competencias se desarrollen en todos los ámbitos contando con información que fácilmente lo podemos ubicar en el mundo

virtual facilitando la labor docente la investigación para el desarrollo de la investigación.

1.3.2. Pedagógica

Se justifica pedagógicamente porque el docente presenta nuevas estrategias para conocer la relación existente entre las variables de estudio que harán que su aprendizaje sea más constructivo y significativo.

1.3.3. Técnica

Técnicamente es justificable toda vez que es totalmente aceptado porque no todas las personas interpretamos de igual manera cualquier eventualidad que se presente, y precisamente, es lo que determina el desarrollo de competencias, tal es así que podemos usar diferentes modelos de estrategias dependiendo el objetivo precisado de algún problema.

1.3. Limitaciones

En el proceso de la investigación se dieron ciertas limitaciones

a. Disponibilidad de tiempo

Toda vez que la investigación debió ser desarrollada, aplicada e interpretada por las investigadoras, quien, a su vez, tenía que desempeñar un trabajo en un horario laboral rígido, generó que la disponibilidad de tiempo sea limitada. Sin embargo,

la disposición a cumplir con la investigación hizo que se coordinaran horarios y espacios además de la ayuda de otros colegas para superar esta limitación.

b. Limitados medios económicos

La ejecución de la investigación demandó una inversión económica que, dada su característica de autofinanciada por el propios investigador, tuvo ciertas limitaciones. A pesar de ello y, considerando la necesidad de aplicarla, se pudo costear los gastos asumiendo los gastos con ahorros personales.

1.4. Antecedentes

1.4.1. Internacionales

(Burgos, 2016) en su trabajo realizo la investigación intitulada Medios Audiovisuales: una estrategia de aprendizaje del francés para los niños de preescolar del Colegio la Candelaria, planteándose como objetivo de la creación de un ambiente favorable para iniciar el aprendizaje del Francés Lengua Extranjera para los estudiantes de preescolar de I.E.D. La Candelaria, a través de la utilización en el aula de clase de medios audiovisuales. Realizando un proyecto profesional que ayudaría a la mejora de esta institución. Llegando a la conclusión que la capacitación audiovisual realizada, ofreció una oportunidad de desarrollo técnico y personal a un grupo de jóvenes pertenecientes a una población vulnerable. El uso de conocimientos de la Comunicación Social con énfasis Audiovisual fue necesario para desarrollar la metodología de la alfabetización audiovisual,

generando un espacio para aplicar los conocimientos aprendidos durante la formación profesional en función de un proyecto educativo.

(Ceballos, 2010) en su tesis: “Liderazgo en secundarias. Movimiento Estudiantil 2006” cuyo objetivo general es el de indagar si el quehacer político de las estudiantes líderes que participaron en el movimiento secundario que se gestó el 2006, constituyó un nuevo estilo de liderazgo femenino. La investigación comienza con el segundo capítulo donde se describe los rasgos generales del movimiento estudiantil, aseverando que “son las oportunidades políticas las que traducen el movimiento en potencia en movilización”⁵. Asimismo, se remarcan aspectos atípicos de su constitución y la importancia que eso le otorga al desarrollo del liderazgo femenino. Llegando a concluir que Analizar el liderazgo femenino surgido en el movimiento estudiantil se investigó primero en los factores que pudieron haber condicionado la construcción del liderazgo, para lo cual se estructuró el último eje Identificación del Liderazgo en las Estudiantes Secundarias.

(Bolívar, 2010)) en la investigación: Liderazgo Para El Aprendizaje; Liderazgo Distribuido en Venezuela ; Liderazgo y Logro Académico refiere que, el liderazgo pedagógico constituye un factor relevante en la mejora de resultados de los establecimientos educativos. A su vez, presenta un diseño metodológico de investigación para analizar, por un lado, los factores y variables ligadas al liderazgo pedagógico que ejercen un impacto sobre los aprendizajes del alumnado y, por otro, qué buenas prácticas de liderazgo, no

limitadas al equipo directivo, contribuyen decididamente a la mejora de la educación.

(Cáceres, 2007)”. Este trabajo de investigación se enmarca dentro del estudio piloto titulado: “Percepciones del Liderazgo Estudiantil en la Universidad de Granada”, iniciado en 2005 por el Grupo de Investigación A.R.E.A. (Análisis de la Realidad Educativa Andaluza) a cargo de su director, el profesor Manuel Lorenzo Delgado, perteneciente al Departamento de Didáctica y Organización Escolar de Granada. La aportación novedosa que introduce al respecto es la consideración del género como una categoría que puede influir considerablemente en el estilo de liderazgo desarrollado, el acceso a cargos de responsabilidad, esto es, que está condicionada por la “cultura organizacional” de las instituciones, reflejo de un modelo social concreto. Por otra, se lleva a cabo esta revisión histórica de la mujer desde la confluencia de diversas disciplinas científicas, como la psicología y la sociología que introducen una serie de teorías explicativas sobre la construcción del género y la división sexual del trabajo, donde la adopción de unos determinados roles diferentes para hombres y mujeres se deben a criterios más de tipo cultural que biológico. Así como se recogen algunos descriptores que vienen a definir la confluencia del género desde una perspectiva intercultural y algunos lineamientos educativos para el desarrollo de una educación de calidad.

1.5.2. Nacionales

(Gonzales, 2017) en su tesis Los medios audiovisuales que utilizan los docentes de educación secundaria en la II.EE comprendidas en la provincia Región San Martín, año 2017, de diseño descriptivo cuyo propósito fue determinar cuales son los medios audiovisuales que usan los docentes de las II.EE de la Región San Martín. La investigación se llevó a cabo con los docentes en mención y fueron un total de 36. Se aplicó el cuestionario para recoger información referida a las variables y objetivos específicos de la investigación. En los últimos resultados se deducen que los docentes utilizan en su gran mayoría los medios audiovisuales como estrategia en el desarrollo de sus cursos los cuales son beneficios para la educación de los estudiantes. Por otro lado, también se añade la información recibida por los estudiantes quienes presentan una buena aceptación e interés por los materiales audiovisuales para motivar la clase y profundizar los aprendizajes.

(Guerrero, 2016) en su tesis: “Percepciones de los estudiantes sobre el liderazgo ejercido por sus representantes estudiantiles en una Escuela Pública de Alto Rendimiento de Lima”

Se eligió utilizar como técnica el grupo focal, estableciéndose como categorías de estudio: las características del líder y las características del ejercicio del liderazgo. Las características del líder comprenden como subcategorías los rasgos y habilidades del líder. En las características del ejercicio del liderazgo hemos incluido como subcategorías los niveles de participación, la toma de decisiones, el poder, la influencia, el rol del líder,

las condiciones y dificultades para el ejercicio del liderazgo. De los hallazgos se desprende que los estudiantes identifican rasgos y habilidades en sus representantes, que les permiten desempeñar su función con éxito. Además que tienen injerencia en la toma de decisiones en la escuela, constituyendo un modelo positivo y fundamentando su poder e influencia en la identificación personal de los seguidores. Se identifica además al compromiso del líder y la disponibilidad del seguidor como factores capaces de convertirse en condiciones o dificultades para el ejercicio del liderazgo.

(Fernandez & Ponce, 2014) en su tesis: “Autoestima y liderazgo en estudiantes de educación secundaria de la I.E Nuestra Señora de Cocharcas de Huancayo cuyo como objetivo nos propusimos: Determinar la relación entre la autoestima y el liderazgo en los estudiantes de la muestra. El método que se utilizó en la investigación fue el método científico y como método específico el descriptivo, con un diseño correlacional. La población estuvo constituida por las estudiantes del quinto año de la institución educativa Nuestra Señora de Cocharcas, siendo la muestra un total de ciento treinta y tres alumnas elegidas de forma criterial, los instrumentos fueron el Inventario de Autoestima de Coopersmith y el Cuestionario para valorar la capacidad de Liderazgo de Carmen Ávila de Encío, empleándose los estadígrafos de Media Aritmética, Desviación estándar Coeficiente de correlación de Pearson y la puntuación Z, llegando a la conclusión que: No existe relación entre nivel de autoestima y capacidad de liderazgo, es decir que el nivel de autoestima es

independiente de la capacidad de liderazgo en los estudiantes del quinto grado de la I.E. “Nuestra Señora de Cocharcas”, de Huancayo, no obstante en los estudiantes de condición socioeconómica media existe correlación entre autoestima y liderazgo pero esta relación es negativa.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la comunicación audiovisual y el liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

1.5.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación que existe entre la comunicación audiovisual y la dimensión autoestima del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.
- Establecer la relación que existe entre la comunicación audiovisual y la dimensión visión del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

- Establecer la relación que existe entre la comunicación audiovisual y la dimensión comunicación efectiva del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.
- Determinar la relación que existe entre la comunicación audiovisual y la dimensión trabajo colaborativo del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. La comunicación audio visual

2.1.1. La comunicación

Proceso bidireccional para llegar a un entendimiento mutuo, en el que los participantes no solo intercambian (codifica-decodifica) información, noticias, ideas y sentimientos, sino que también crean y comparten significado. En general, la comunicación es un medio para conectar personas o lugares. En los negocios, es una función clave de la administración: una organización no puede operar sin comunicación entre niveles, departamentos y empleados. Ver también comunicaciones.

”La comunicación es la transferencia de información de una persona a otra, ya sea que obtenga o no confianza. Pero la información transferida debe ser comprensible para el receptor - GG Brown.

“La comunicación es la relación sexual mediante palabras, cartas o mensajes”: Fred G. Meyer.

Ahora podemos proceder a definir la comunicación a partir de lo que hemos visto anteriormente. Definir significa dar el significado preciso y exacto de una palabra. El significado exacto de la palabra comunicar es "compartir" o "participar". Los diccionarios dicen que la comunicación es la transmisión de un mensaje o información al hablar o escribir. Otro diccionario declara que la comunicación es dar o intercambiar información, señales, mensajes por medio de conversaciones o gestos

o escritura. Otra definición más dice que la comunicación es una relación social. La comunicación es todo esto y mucho más. Una buena definición no solo debe dar el significado preciso, sino también arrojar luz sobre el alcance de la palabra / expresión.

Esta definición amplia incluye lenguaje corporal, habilidades para hablar y escribir. Esboza los objetivos de la comunicación. Destaca el escuchar como un aspecto fundamental en nuestras vidas.

La comunicación es el acto de enviar información o ideas a través del habla, imágenes, escritura o cualquier otro método similar. El modelo de comunicación tiene un remitente que envía el mensaje y el receptor que recibe el mensaje. En el medio, el discurso o las ideas deben ser lo suficientemente simples como para ser decodificados y comprendidos por el receptor. Si las ideas no se presentan correctamente, entonces la decodificación es incorrecta y el receptor no entiende.

Con base en los tipos de remitentes y receptores involucrados, podemos definir varios tipos de comunicaciones. Si tomamos un ejemplo de comunicación entre equipos, verá una mayor cantidad de comunicación formal en comparación con la informal. Por otro lado, cuando consideramos la comunicación personal y la comunicación entre el grupo de amigos personales, encontrará que este tipo de comunicación es de naturaleza más informal.

En esencia, a continuación, analizamos los distintos tipos de comunicación que se utilizan entre personas o entre equipos.

El aprendizaje visual es uno de los tres estilos de aprendizaje diferentes. Básicamente, el estilo de aprendizaje visual significa que las personas necesitan ver información para aprenderla, y este "ver" toma muchas formas de conciencia

espacial, memoria fotográfica, color / tono, brillo / contraste y otra información visual. Naturalmente, un aula es un muy buen lugar para que un aprendiz visual aprenda. Los maestros usan los gestos generales, la pizarra, las imágenes, los gráficos, los mapas y muchos otros elementos visuales para atraer al aprendiz visual al conocimiento.

Clases de comunicación.

Comunicación verbal. La comunicación verbal también se puede llamar comunicación oral. En términos muy simples, cualquier comunicación que ocurra oralmente entre personas se conoce como comunicación verbal. El objetivo de tales comunicaciones es garantizar que las personas entiendan lo que usted quiere transmitir. Debido a su naturaleza, las comunicaciones verbales son más rápidas y precisas que las comunicaciones por correo electrónico.

Comunicación no verbal.

Uno de los requisitos de recursos humanos para los nuevos miembros de una organización es que tengan buenas habilidades interpersonales. Básicamente, esto significa que los empleados deben actualizar sus habilidades no verbales.

Si estuvo en una reunión de ventas y no ha alcanzado su objetivo, ¿cómo reaccionará? ¿Serás firme y tranquilo o te asustarás y tartamudearás? Estas son habilidades no verbales importantes y su crecimiento puede depender de ellas.

Un gerente que tiene pánico y que no es bueno en la comunicación no verbal generalmente no será un favorito entre los miembros de su equipo. Esto es porque los miembros de su equipo no lo admiran. Un gerente que tartamudea,

que no está bien vestido, que tiene el lenguaje corporal equivocado o alguien que no tiene una personalidad fuerte, no reunirá un gran número de seguidores detrás de él.

Sin embargo, las personas con buenas personalidades ayudan mucho a motivar a los empleados que están debajo de ellos. Si un empleado está desmotivado, solo mantener una mano en su hombro y decir algunas palabras motivadoras es suficiente para el empleado. Tratarlos o hacer muecas al hablarles, ignorarlos completamente o imitarlos hará que el empleado se desmotive aún más.

A medida que los empleados se convierten en gerentes y los gerentes en líderes, se vuelven mejores y mejores en un tipo de comunicación no verbal. Saben que su propio comportamiento calmado en momentos de pánico es lo que mantendrá al equipo bajo control. Del mismo modo, no dejan que sus equipos se vuelvan complacientes cuando la marcha es buena.

Comunicaciones Escritas: Hay muchas formas en que se pueden utilizar las comunicaciones escritas. La cantidad de formas aumenta con la penetración de los celulares y de páginas virtuales. Una de las formas más comunes de comunicaciones escritas utilizadas hasta la fecha es el correo electrónico. Pero lentamente, se está volviendo más informal este tipo de comunicación, ya que existen aplicaciones que son gratuitas entre ellas se encuentra el Whatsapp las cuales se utilizan regularmente.

Todas las diferentes formas de comunicación escrita pueden ser formales o informales. Si hoy visitamos un tribunal, descubrirá que incluso los mensajes de Whatsapp se consideran de naturaleza legal. De hecho, ha habido tantos

casos de celebridades que se presentaron bajo el escáner debido a comunicaciones escritas en las redes sociales de manera incorrecta.

Entonces debemos decir que el ejemplo anterior es una prueba más de que la comunicación escrita debe usarse de manera segura y efectiva. De hecho, la comunicación escrita entre amigos puede ser informal, pero este tipo de comunicación entre profesionales que trabajan debe ser siempre formal para que cualquier palabra mal citada no se use mal con mala intención.

Formal e informal: Hay dos tipos de comunicación cuando se considera la formalidad de la comunicación. Uno es el tipo de comunicación formal y oficial que puede ser correos electrónicos, membretes, notas, informes y otros tipos de material escrito. Estos son considerados como evidencia documental y cierta formalidad está asociada con ellos. No puede presentar dichos documentos formales y luego denegarlos.

La comunicación informal es aquella en la que no hay nada oficial sobre la comunicación que está sucediendo. Puede ser conocido como comunicación Grapevine. No hay un canal específico de comunicación informal porque hay redes sociales, Whatsapp, SMS, que son todos vehículos de comunicación informal que pueden utilizar las personas.

Ventajas de la comunicación formal.

Cuando quiera finalizar la política y desee decidir el curso a adoptar, entonces la comunicación formal es más efectiva

La comunicación formal puede ayudar a establecer procedimientos y asegurar que se sigan los pasos.

Cualquier promesa o cualquier plan oficial deben documentarse formalmente para que pueda consultarse más adelante.

Ventajas de la comunicación informal.

La comunicación informal ayuda a la "política de puertas abiertas" y hace que las personas sean más seguras y próximas con sus ideas y creatividad.

La comunicación informal no incita al miedo en la mente de las personas

Las conversaciones informales animan a las personas a compartir sus problemas.

El problema con la comunicación formal es que no es personal y se mantiene una distancia si solo utiliza comunicaciones formales. Mientras que, por otro lado, las conversaciones informales pueden salirse de control y se puede generar una vida negativa.

Comunicación Visual: Una de las industrias que utiliza más prominentemente la comunicación visual es la industria médica. Los nuevos medicamentos que llegan al mercado deben mostrarse a los médicos y las ventajas deben explicarse. En esos momentos, los representantes médicos cargan folletos informativos que se muestran a los médicos y se entregan con los médicos.

Estos folletos informativos tienen toda la información sobre el medicamento para que los médicos puedan sentirse seguros al sugerir el medicamento a sus pacientes. De manera similar, muchas industrias diferentes están utilizando la

comunicación visual para ayudar a la interacción con sus clientes para que puedan comunicar mejor sus ideas. Los videos explicativos como concepto están aumentando y se están convirtiendo en uno de los mejores tipos de comunicación observados en los sitios web.

Dentro de la comunicación existen elementos que deben ser utilizados

- Publicidad
- Presentaciones
- Video del curriculum vitae

La comunicación en persona también la comunicación visual juega un papel importante. Considere los diagramas hechos por los maestros en las pizarras al explicar un concepto a una clase de estudiantes. O también podemos tomar el ejemplo de los gráficos hechos en powerpoints por los gerentes al hacer una presentación en powerpoint a un equipo de ejecutivos o personas mayores.

Para resumir, el tipo de comunicación más común es

En equipos

- Comunicación formal
- Comunicación verbal y comunicación no verbal.
- Comunicación escrita
- Comunicación visual

En grupo de personas

- Comunicación informal

- Comunicación verbal y no verbal.
- Comunicaciones informales escritas

Anteriormente se encontraban todos los diferentes tipos de comunicaciones utilizadas por un grupo de personas o entre el equipo.

2.1.2. Definición de comunicación escrita

La comunicación escrita implica cualquier tipo de interacción que haga uso de la palabra escrita. Es uno de los dos tipos principales de comunicación, junto con la comunicación oral / hablada. La comunicación escrita es muy común en situaciones de negocios, por lo que es importante que los propietarios y gerentes de pequeñas empresas desarrollen habilidades de comunicación escritas efectivas. Algunas de las diversas formas de comunicación escrita que se utilizan internamente para operaciones comerciales incluyen memorandos, informes, boletines, descripciones de puestos, manuales de los empleados y correo electrónico. Entre los ejemplos de vías de comunicación escritas que se suelen seguir con los clientes, proveedores y otros miembros de la comunidad empresarial, se incluyen correos electrónicos, redes sociales y tarjetas manuales.

Irónicamente, la importancia de las buenas habilidades de redacción en el mundo de los negocios se ha hecho más evidente incluso a medida que las empresas confían cada vez más en las computadoras y otras nuevas tecnologías para cumplir con sus obligaciones. De hecho, los expertos en negocios advierten que las cualidades positivas de cualquier empresa, desde la dedicación al servicio al cliente hasta la experiencia en alta tecnología, se verán debilitadas hasta cierto punto si no pueden transferir esa dedicación y conocimiento a la página impresa. "Ya sea que esté

presentando un caso de negocios o justificando un presupuesto, la calidad de su escritura puede determinar el éxito o el fracaso", escribió Paula Jacobs en InfoWorld. "La capacidad de redacción es especialmente importante en la comunicación con el cliente. Las propuestas comerciales, los informes de estado, la documentación del cliente, el soporte técnico o incluso las respuestas por correo electrónico dependen de una comunicación clara y escrita".

2.1.2. Conceptualizando a los medio audiovisuales

Según (Ariel, 2011)

La observación es sincrónico, del cual surgen espacios de afinación, siendo cada resonancia a una figura distinta a lo que percibe y se refuerza al generar un concepto entre si y determinar lo que instituye la comparación entre la percepción auditiva y sonora.

La educación avanza va re direccionando aspectos básicos que la modernidad ingresa superando barreras estáticas en el conocimiento, solo queda al docente adaptarse e innovar estrategias que sean atractivas con prácticas de contenido dinámico convirtiendo a la educación como un aliciente de superación y progreso.

Características generales de los materiales audiovisuales.

La justificación para el uso de materiales audiovisuales debe ser basada en sus características distintivas y quizás únicas y posibles aportaciones al aprendizaje. Sus ventajas y desventajas deben definirse funcionalmente y

en relación con el avance del aprendizaje. Estos deben ser probados por experimentación. Entre las ventajas y características asumidas los siguientes pueden ser listados:

1. Incrementar y mantener la atención y concentración.
2. Proporcionar concreción, realismo y "semejanza con la vida" en situaciones de estímulo calculadas para instigar el aprendizaje.
3. Explicar y aumentar el significado de conceptos abstractos para el estudiante
4. Para traer eventos remotos, remotos en espacio o tiempo, al aula para estudiantes
5. Introducir oportunidades para tipos de aprendizaje situacionales o "de campo" en contraste con la comunicación verbal y escrita de orden lineal.
6. Facilitar o avanzar los procesos de aplicación de lo aprendido el Rendimiento realista y situaciones de vida.
7. Para estimular el interés, aumentar la motivación, introducir variedad de estimulación y, en general, aumentar la "participación personal" de los estudiantes en aprendizaje.

2.1.3. Fortalezas de Aprendizaje audiovisuales

Los estudiantes visuales normalmente se desempeñan muy bien en un aula moderna. Después de todo, hay muchos elementos visuales en las aulas: pizarras, folletos, fotos y más. Estos estudiantes tienen muchas fortalezas que pueden

aumentar su rendimiento en la escuela. Aquí están solo algunas de las fortalezas de este tipo de aprendizaje:

Sigue instintivamente las instrucciones.

- Visualiza fácilmente objetos
- Tiene un gran sentido del equilibrio y la alineación.
- Es un excelente organizador.
- Tiene un fuerte sentido del color y está muy orientado al color.
- Puede ver el pasaje de una página en un libro en su mente
- Observa similitudes y diferencias diminutas entre objetos y personas fácilmente.
- Puede visualizar imágenes fácilmente

2.1.4 Estrategias de aprendizaje visual para estudiantes

Si eres un aprendiz visual, y puedes averiguar aquí si estás con este sencillo cuestionario de diez preguntas, puedes encontrar estas cosas útiles cuando te sientas en clase o estudias para un examen. Los aprendices visuales necesitan cosas delante de ellos para ayudarlos a consolidarse en sus cerebros, ¡así que no intente hacerlo solo cuando escuche conferencias o estudie para su próximo examen de mitad de período. Asegúrese de integrar estos consejos en su rutina de estudio:

- Código de color de sus notas, palabras de vocabulario, libro de texto
- Asegúrese de leer los diagramas, mapas y otros elementos visuales que acompañan al texto para ayudarlo a recordar
- Hacer listas de tareas en una agenda

- Estudio en soledad. Necesitas ver cosas para recordarlas y, a menudo, el ruido te distraerá.
- Tome notas durante las clases para capitalizar su estilo de aprendizaje.
- Siéntate cerca del frente para que puedas ver todo mejor.
- Usa esquemas y mapas conceptuales para organizar tus notas

2.1.5 Estrategias de aprendizaje visual para profesores

Sus estudiantes con el estilo de aprendizaje visual representan aproximadamente el 65 por ciento de su clase. Estos estudiantes son los que las clases tradicionales están diseñadas para enseñar. Prestarán atención a sus diapositivas, pizarra, Smartboard, presentaciones de PowerPoint, folletos, gráficos y tablas. Por lo general, tomarán buenas notas y parecerán estar prestando atención durante la clase. Sin embargo, si usa muchas instrucciones verbales sin indicaciones visuales, los aprendices visuales pueden confundirse, ya que prefieren tener algo por escrito para referirse.

Pruebe estas estrategias para llegar a esos estudiantes con el tipo de aprendizaje visual:

- Complemente las conferencias verbales con un folleto, un diagrama u otras imágenes
- Incorpore color a sus presentaciones, el aula y los folletos.
- Dar instrucciones y expectativas por escrito.
- Varíe su lectura en clase con tiempo de lectura en solitario para que los aprendices visuales asimilen mejor la información.

- Varíe sus métodos de instrucción (conferencias, trabajo en grupo, trabajo en solitario, pares, círculos) y tareas para que cada alumno sea desafiado
- Muestre a sus alumnos cómo completar una tarea en lugar de simplemente decirles cómo completar una tarea.
- Mostrar a los estudiantes cómo hacer fantásticas tarjetas de vocabulario
- Usa video e imágenes fijas para mejorar tus presentaciones
- Proporcionar comentarios escritos sobre las tareas

2.1.6. Transcendencia de los recursos audiovisuales

(Amaro, Morales, & Borda, 2013)

Sostiene que recursos audiovisuales es el conglomerado de herramientas oculares y auditivas que actúan como soporte del aprendizaje por cuando contribuye a la codificación de las ideas y a expresar con mayor facilidad lo que percibe. El uso y dinamismo de los recursos depende en gran medida del objetivo educacional que el docente desea lograr como producto de aprendizaje. De allí que pueden caracterizarse por su forma facilitan la presentación de una clase de manera precisa y clara. De igual modo suministra el interés por el tema tratado y establece una relación directa entre la realidad y el aprendizaje significativo que se promueve con la clase. Finalmente, es fuente de motivación, interés y entusiasmo por el aprendizaje.

2.1.7. Tipos de recursos audiovisuales

Según (Bueno, 2010) sostiene que:

El uso del televisor.

El televisor es otro recurso de aprendizaje que permite desarrollar los aprendizajes de manera distinta, aquí se presentan grabaciones pre establecidas que facilitan la reproducción y que puede tener una intencionalidad en la educación. Su uso puede estar orientado a diferentes campos del interés del emisor, sin embargo en el aprendizaje se orienta a diferentes campos de la cultura y del conocimiento ya que cumple la misma función que la película sino que su presentación es solo en diferentes tamaños y también surge como un medio de comunicación educativo.

La Película

La película siempre está basada en una obra literaria o en ciencia ficción su uso es muy relevante en la educación por cuanto es posible extraer estratos de la serie y promover los aprendizajes en el aula. Los sucesos o hechos muchas veces están centrados en hechos reales. En una película la combinación de escenas, música y audio ha sido muy relevante para el público en general, se muestra como un espacio de entretenimiento y educativo.

Diapositivas

Las diapositivas tienen diferentes formas de utilizar ya sea para la educación, trabajo, juegos entre otros, sin embargo la definición según Adame (2009) en su obra medios audiovisuales en el aula, señala que su uso puede servir para presentar diversas escenas sean estas en foto, dibujo o pintura, claro está que antes debería estar elaboradas en material impreso o elaborados de forma manual.

Radio

La radio tiene su historia, nació como un medio de comunicación que permite desarrollar y acompañar al oyente en espacios diferentes. En la educación cobró gran auge porque en sus inicios fueron medios de educación a distancia. Dependiendo el programa puede divertir, educar, informar y relajar. Para algunos es un instrumento de relación sin embargo en la educación facilita el habla a pesar de aún concebir que existan personas dentro del recurso.

Los medios audiovisuales en la Educación

Según (Barros & Barros, 2015)

en su obra los medios audiovisuales han influenciado en la educación de los niños , señalan que en la educación a través de estas estrategias se puede captar la atención de los niños, totalmente diferente del que están acostumbrados. Es el que acercar al educando a novedosas experiencias distante al

campo de acción escolar y transmitir información como parte de la educación.

Empleo de los medios audiovisuales en la enseñanza

(Adame, 2009) Señala la función educativa que desarrolla entre ellos son:

- a. Incrementa la efectividad del interés por la clase cuando el docente explica enriqueciendo los conocimientos
- b. Facilita la exposición docente siguiendo un orden en su discurso y va relacionando con otras partes sin dificultad.
- c. Las imágenes facilita la abstracción de lo que se pretende decir e incluso puede llegar el estudiante a codificar la información y a explicar lo que ha entendido con facilidad.
- d. El uso de imágenes permite ver realidades distintas de las que está acostumbrado e incluso pueden ser poco accesible a su experiencia.
- e. Facilita la modernidad de las estrategias didácticas que utiliza el docente en bien de la educación y promueve la cultura moderna.

2.2. Liderazgo de estudiante

2.2.1. Definición de liderazgo

Los buenos líderes entienden el trabajo que debe hacerse y pueden relacionarse con las personas que les ayudan a hacer el trabajo (Northouse, 2010). Uno no tiene que ser brillante para ser un líder exitoso; Sin embargo, uno tiene que entender

profundamente a otras personas, cómo sienten, sus procesos de pensamiento, y las formas más efectivas de influir en ellos. Este hecho es particularmente importante durante los períodos de inseguridad de hoy en día que generalmente prevalecen en organizaciones durante este ambiente contemporáneo de agitación socioeconómica (Darling & Heller, 2009). Collins (2001) estudió a líderes que, contra todo pronóstico, lograron liderar sus organizaciones de bueno a grande.

2.2.2. Dimensiones del liderazgo

Toda organización exitosa depende de la capacidad, el rendimiento y la energía de su gente. Asegurar que sus líderes, gerentes y supervisores clave estén equipados con el conocimiento y las habilidades adecuadas para aprovechar y enfocar su capacidad es crítico.

Leadership Dimensions se especializa en el rendimiento, la productividad y el desarrollo de su gente. Ya sea a través del desarrollo del potencial de liderazgo, la productividad, las habilidades de desempeño, la gestión de proyectos, el desarrollo de relaciones o el desarrollo de equipos, Leadership Dimensions trabaja para desarrollar personas capacitadas, comprometidas y de alto rendimiento que aporten lo mejor para crear organizaciones prósperas.

Nuestros programas altamente prácticos combinan las últimas técnicas para administrarse a usted mismo y a los demás en un lugar de trabajo en constante cambio, con enfoques y estrategias probadas que ayudan a los líderes a obtener lo mejor de su gente.

Autoestima

La autoestima se refiere al sentido general de una persona de su valor. Puede considerarse una especie de medida de lo que una persona “valora, aprueba, aprecia, premia o le gusta a sí misma” (Adler y Stewart, 2004).

Según el experto en autoestima Morris Rosenberg, la autoestima es simplemente la actitud de uno hacia uno mismo (1965). Lo describió como una "actitud favorable o desfavorable hacia el yo".

Varios factores que se cree que influyen en nuestra autoestima incluyen:

- Genética
- Personalidad
- Experiencias vitales
- Años
- Salud
- Pensamientos
- Circunstancias sociales
- Las reacciones de los demás.
- Comparando el yo con los demás

Visión

"La visión es saber quién eres, a dónde vas y qué te guiará en tu viaje".

Una descripción aspiracional de lo que a una organización le gustaría lograr o lograr en el futuro a mediano o largo plazo. Su objetivo es servir como una guía clara para elegir los cursos de acción actuales y futuros.

Comunicación Efectiva

La comunicación efectiva es, por lo tanto, una habilidad interpersonal clave y aprender cómo mejorar su comunicación tiene muchos beneficios. Sin embargo, a muchas personas les resulta difícil saber por dónde empezar. Esta página presenta las "áreas problemáticas" más comunes y sugiere dónde podría enfocar su atención.

Trabajo en Equipo

El trabajo en equipo es el proceso de trabajar de la mano con otros compañeros, respetando siempre sus puntos de vista, es aprender a repartir roles y poner en practica la responsabilidad con un solo objetivo.

Se basa en que las personas trabajen juntas en un entorno cooperativo para realizar una misma tarea con una misma finalidad.

2.2.3. Importancia del liderazgo

Las habilidades de liderazgo llevan a las organizaciones a nuevas alturas. Los líderes crean una visión y ven las cosas de manera diferente. Tienen una actitud positiva. Piensan lo que es posible; Ellos no creen que no sea posible. Ellos encuentran formas que permiten a toda la organización en el camino correcto.

Los líderes crean y comercializan nuevos productos que ayudan a otros a reducir el costo de hacer negocios. Proporcionan y se preocupan por el dinero y el tiempo que

las personas gastan en sus negocios, sitios web. Liderazgo en un negocio que ayuda a priorizar clientes potenciales y tareas según su importancia para una organización. Toman la siguiente acción que ayuda a su equipo y organización a ejecutar planes e ideas para acelerar las ventas.

Las habilidades de liderazgo son muy importantes ayudan a los empresarios a aprender de los demás. El liderazgo crea un nuevo patrón de pensamiento, en el que no solo aprenden de sus propios errores, sino que también aprenden de otros dueños de negocios, empresas y sus errores. Es porque tienen grandes habilidades de aprendizaje. Y están constantemente aprendiendo y desarrollando sus habilidades. En el cual piensan que deberían aprender de muchos errores y razones de fallas de otras compañías.

Si le dice a un líder que no podemos trabajar con usted, entonces un verdadero líder tiene la capacidad de lograr el mismo objetivo por sí solo y sin ningún equipo ni apoyo es debido a las habilidades de liderazgo.

Importancia del liderazgo en la gestión.

Para mantener al personal motivado para brindar excelentes servicios y productos al cliente, el liderazgo es importante. Cuando las organizaciones obtienen situaciones difíciles, los líderes se arriesgan y brindan oportunidades a los miembros del equipo para que sigan el camino.

Importancia del liderazgo en el lugar de trabajo.

El ambiente de trabajo de hoy está lleno de política, estrés. Y las personas son menos productivas. En tal organización, el liderazgo desempeña un gran papel, en

el que construyen la unidad y la cultura de crecimiento en un entorno laboral. Alinean al personal y al equipo para producir alta calidad en el trabajo.

El liderazgo es importante para crear un excelente ambiente de trabajo que ayude a los compañeros de trabajo a conectarse con personas mayores para compartir ideas. Eso ayuda a las empresas a crecer rápido. Las posiciones de liderazgo alientan a ser intrépidos y confiados en sus habilidades. Este valor y confianza en el lugar de trabajo inspiran a otros a desarrollar talento y explorar las capacidades máximas que tienen. Los líderes desarrollan talento y exploran las habilidades ocultas de un miembro del equipo. El liderazgo proporciona libertad y flexibilidad, y estas son cosas que son importantes en el lugar de trabajo.

Importancia de la educación de liderazgo para los estudiantes en las escuelas.

Las habilidades de liderazgo son muy útiles para que los estudiantes logren sus sueños y metas. El liderazgo nos enseña qué debemos aprender, qué debemos seguir, qué es importante en determinadas situaciones y tiempos, etc.

Por ejemplo, si un maestro hizo la pregunta a toda la clase, pero solo un estudiante responde, y él / ella no sabe si está bien o mal, pero él / ella responde, eso es liderazgo. Esa es la confianza del alumno interior. Y creo que todos tenemos que apoyar la creatividad única de cada persona. No es bueno criticar la creatividad y la singularidad de los estudiantes. Eso es liderazgo. El liderazgo proporciona a los estudiantes las habilidades para ganar el juego. Y esa mentalidad les permite jugar para ganar y nunca abandonar. Incluso algunos estudiantes se vuelven más fuertes y se desempeñan mejor después de las críticas, pero esta política no es ejecutable para todos.

¿Por qué son importantes los líderes en la sociedad?

Los líderes guían y enseñan a todos a alcanzar sus metas. Los líderes son útiles y ayudan a todos en la sociedad. Siempre están ahí en actividades de desarrollo social. No son egoístas y escuchan y se preocupan por los sentimientos de los demás. Hacen e inspiran a otros para tener éxito. Y la mayoría de ellos predicán con el ejemplo.

¿Por qué el liderazgo es importante para ti?

El liderazgo es importante para usted porque no puede depender de otros para su éxito. Si quieres tener éxito, tienes que convertirte en líder. El comando del líder inspira, trabaja duro, tiene una gran disciplina, creatividad e ideas innovadoras para implementar. Todos tenemos habilidades de liderazgo dentro de nosotros, pero no podemos ver eso y podemos sentir y no podemos tocar. En el cuerpo humano, el alma es un líder. El alma manda al cerebro a eso o esto. Es realmente importante escuchar y observar sus propias ideas y pensamientos. Y tenemos que seguir creyendo y practicando nuestras habilidades.

Ejemplo de liderazgo en la vida cotidiana.

Cuando completa su lista de tareas cada día, es un ejemplo de liderazgo.

Cuando las amas de casa, los padres o yo o usted asumen la responsabilidad de preparar alimentos para los niños que son líderes.

Cuando piensas en la contaminación del medio ambiente y piensas en reducir o limpiar la contaminación de tu área, y tomar medidas para lograrlo es liderazgo.

Cuando guía, ordena, inspira a otros a seguir el camino correcto para tener éxito en la carrera y los negocios, es el liderazgo.

Cuando todos dicen que esto no es posible, no podemos hacer eso, hay tantos problemas, entonces una persona o un equipo tienen una idea, vienen con una solución y eso es liderazgo. Él / ella muestra el camino o las formas de aprovechar esta oportunidad, planifican y luego crean planes y procesos ejecutables.

El liderazgo es como proporcionar su asiento a los ancianos o pasajeros de las mujeres en el autobús.

Liderazgo es cuando te haces cargo de tu éxito y fracaso y en la vida.

2.2.4. Factores que inciden en el liderazgo

Existen tendencias naturales, con las que nacemos o aprendemos a una edad temprana, que se prestan más naturalmente a las cualidades de liderazgo. Algunas de esas tendencias incluyen la extraversión, la paciencia y la apertura a nuevas ideas. El Centro de Estudios Cognitivos Aplicados, CentACS , una compañía con sede en Charlotte, ha creado un perfil de personalidad que revela cuán cómodo se siente con una amplia gama de competencias basadas en nuestra personalidad y " aclara la necesidad de una fuerza laboral con personalidad diversa para lograr efectivamente Los objetivos de cualquier organización en un mundo virtual que cambia rápidamente " .

Por qué nos comportamos como lo hacemos:

La personalidad es uno de los cinco elementos que influirán en nuestro comportamiento de liderazgo. Según la mayoría de los estudios, la personalidad no

cambia, pero el comportamiento puede cambiar. Se pueden enseñar cualidades de liderazgo y los individuos pueden establecer objetivos de comportamiento personal para comenzar a cambiar acciones contraproducentes que dificultan el éxito en cualidades de liderazgo, o nuevos hábitos, que resultan en éxito.

La situación debe determinar nuestra respuesta a los eventos y personas. Sin embargo, muchas veces los hábitos que hemos formado en el pasado son lo que surge en una situación dada. Eso es reaccionar, no responder. Los líderes entienden que es fundamental responder adecuadamente a cada situación y no dejar que nuestra reacción inicial dicte la efectividad de nuestro liderazgo.

Las necesidades individuales juegan con el comportamiento de liderazgo que exhibimos. Por ejemplo, una necesidad de poder tendería a llevar a alguien a ser más autoritario y exigente, mientras que una necesidad de ser querido por los demás fomentaría el "seguir adelante para obtener un largo".

Quizás la mayor influencia en nuestro comportamiento de liderazgo es el estilo de liderazgo de nuestro gerente. Para bien o para mal, comenzamos a emular el estilo de nuestro gerente para mantener la paz, ser promovido, ser visto como un jugador de equipo o mantener nuestro trabajo. Como líderes, debemos reconocer la influencia que tenemos sobre los demás y detenernos y pensar antes de responder.

Finalmente, **el entorno operativo** puede afectar nuestro comportamiento. Si estamos en un entorno que fomenta la toma de riesgos, es más probable que asumamos riesgos, por ejemplo. Los líderes entienden que tenemos que interpretar nuestro entorno operativo para quienes nos rodean de manera que motive, fomente

la creatividad y permita la flexibilidad apropiada, en lugar de hacerlo con rigidez e inflexibilidad.

Una vez que podamos identificar los cinco factores que influyen en el comportamiento del liderazgo en el lugar de trabajo, podemos establecer objetivos para mejorar o capitalizar nuestras fortalezas y compensar o desarrollar otras áreas que se interpongan en el camino de nuestro éxito. Una vez que reconocemos los cinco factores en nosotros mismos y en quienes nos rodean, podemos comenzar a superar nuestras diferencias y trabajar juntos para lograr un objetivo común... y de eso se trata. ¡Comuníquese con LeadAdvantage para obtener un perfil de personalidad y una evaluación de comportamiento patentada, y / o procesos de liderazgo para sus equipos de administración y personal de alto desempeño que lo llevarán a un éxito continuo! Pensar, actuar, quitar algo real.

2.2.5. Estilos de liderazgo

Seis estilos de liderazgo dominantes

Antes de que un líder pueda entender las diversas influencias en el estilo de liderazgo, es importante entender los estilos que existen. Un estilo coercitivo es un enfoque de todo o nada en el que es "a mi manera o en la autopista". Un estilo autoritario deja en claro quién es el jefe, pero tiene espacio para la flexibilidad. El estilo de afiliación quiere que el entorno laboral se sienta como una comunidad donde todos, incluido el líder, se sientan incluidos.

Los estilos democráticos de liderazgo hacen que el líder pregunte constantemente qué piensan los subordinados sobre los objetivos, los procesos y los problemas potenciales. El estilo de coaching adopta un enfoque de mentoría, ayudando

constantemente a los subordinados a probar cosas nuevas. El creador de ritmo predica con el ejemplo y suele ser el primero en la oficina y el último con los niveles más altos de producción.

La influencia de la personalidad del líder

La primera influencia en el estilo de liderazgo es la personalidad del líder. Una persona competitiva se inclina a convertirse en un pionero, tratando de mostrar al equipo que son posibles altos niveles de producción. Un líder que siente que hace su parte pagando salarios y espera que los empleados produzcan o se desplacen tiende a inclinarse más hacia un estilo de liderazgo coercitivo. Es importante evaluar los estilos de liderazgo dominantes para determinar cuándo modificar el estilo.

La influencia de la tutoría del líder

Cómo el mentor del líder podría afectar su estilo de liderazgo. Un gerente que viene a través de las filas de la compañía en un entorno de coaching con un mentor que lo llevó a reuniones o revisó las llamadas y citas para mejorar su forma de acercarse a su equipo de la misma manera. Si ese mismo gerente se cultivó en un entorno más democrático donde la gerencia buscó las opiniones del equipo, el gerente podría ver esto como la clave del éxito, ya que fue una clave para su ascenso al liderazgo.

Personalidades de los empleados y respuestas a los estilos de liderazgo

No todos responden a los estilos de liderazgo de la misma manera. Alguien que es tímido podría sentirse abrumado por un líder coercitivo o incluso pacificador. Esta persona puede preguntarse constantemente si su trabajo está en peligro o sentir que nunca podrá estar a la altura de la grandeza mostrada por el pionero.

Los líderes empresariales han comenzado a emplear pruebas de personalidad tanto para los gerentes como para los empleados para comprender mejor cómo se mezclan. De esta manera, los gerentes pueden entender cómo un empleado competitivo debe ser empujado en las comparaciones entre pares para encontrar sus niveles más altos de éxito.

Tipos de tareas que requieren diferentes estilos de liderazgo

Algunas tareas requieren un cierto tipo de estilo de liderazgo. No le conviene a un gerente asumir un estilo de liderazgo democrático si está llevando a cabo una reunión por insubordinación con un empleado. Es posible que necesite usar un estilo coercitivo dependiendo de la gravedad de la infracción.

Si bien los enfoques democráticos o afiliativos pueden funcionar para generar ideas y realizar tareas creativas, esto podría impedir que el líder establezca una visión y una dirección claras para la empresa. Esta situación se beneficiaría de un enfoque autorizado.

Los gerentes deben observar las tareas normales de la operación diaria y determinar qué estilos funcionan mejor para qué situaciones y desarrollar métodos y procesos que puedan implementarse para alterar las cualidades de liderazgo dominantes.

Si desea avanzar en su carrera hacia una capacidad de liderazgo y / o ya asumir responsabilidades de liderazgo, aquí hay 15 cosas que debe hacer automáticamente, todos los días, para ser un líder exitoso en el lugar de trabajo:

1. Hacer que otros se sientan seguros para hablar

Muchas veces los líderes intimidan a sus colegas con su título y poder cuando entran a una sala. Los líderes exitosos desvían la atención de sí mismos y animan a otros a expresar sus opiniones. Son expertos en hacer que otros se sientan seguros para hablar y compartir con confianza sus perspectivas y puntos de vista. Utilizan su presencia ejecutiva para crear un entorno accesible.

2. Tomar decisiones

Los líderes exitosos son expertos en la toma de decisiones. O bien facilitan el diálogo para capacitar a sus colegas para llegar a una conclusión estratégica o lo hacen ellos mismos. Se enfocan en "hacer que las cosas sucedan" en todo momento: actividades de toma de decisiones que sostienen el progreso. Los líderes exitosos han dominado el arte del politiquero y, por lo tanto, no pierden el tiempo en temas que interrumpen el impulso. Saben cómo tomar 30 decisiones en 30 minutos .

3. Comunicar las expectativas

Los líderes exitosos son excelentes comunicadores, y esto es especialmente cierto cuando se trata de "expectativas de desempeño". Al hacerlo, les recuerdan a los colegas los valores fundamentales y la declaración de la misión de la organización, asegurando que su visión se traduzca correctamente y que los objetivos procesables se ejecuten correctamente. .

Tenía un jefe que manejaba el equipo al recordarnos las expectativas que ella tenía del grupo. Ella facilitó que el equipo se mantuviera concentrado y en el buen camino. El protocolo que implementó, al comunicar claramente sus expectativas, aumentó el rendimiento y ayudó a identificar a aquellos en el equipo que no podían cumplir con los estándares que ella esperaba de nosotros.

4. Desafía a la gente a pensar

Los líderes más exitosos entienden la mentalidad, las capacidades y las áreas de mejora de sus colegas. Utilizan este conocimiento / visión para desafiar a sus equipos a pensar y estirarlos para alcanzar más. Estos tipos de líderes son excelentes para mantener a su gente en estado de alerta, nunca permitiéndoles sentirse cómodos y capacitándolos con las herramientas para crecer.

Si no estás pensando, no estás aprendiendo cosas nuevas. Si no estás aprendiendo, no estás creciendo, y con el tiempo se vuelve irrelevante en tu trabajo.

5. Ser responsable con los demás

Los líderes exitosos permiten que sus colegas los manejen. Esto no significa que estén permitiendo que otros los controlen, sino que se hacen responsables de garantizar que sean proactivos a las necesidades de sus colegas.

Más allá de solo asesorar y patrocinar a empleados seleccionados, ser responsable ante los demás es una señal de que su líder está más centrado en su éxito que solo en el suyo.

6. Liderar con el ejemplo

Liderar con el ejemplo parece fácil, pero pocos líderes son consistentes con este. Los líderes exitosos practican lo que predicán y son conscientes de sus acciones. Saben que todos los están observando y, por lo tanto, son increíblemente intuitivos para detectar a aquellos que observan cada uno de sus movimientos, esperando detectar un déficit de rendimiento.

7. Medir y recompensar el rendimiento

Los grandes líderes siempre tienen un fuerte "pulso" en el rendimiento del negocio y aquellas personas que son los campeones del rendimiento. No solo revisan los números y miden el rendimiento de la inversión, sino que también reconocen el

trabajo duro y los esfuerzos (sin importar el resultado). Los líderes exitosos nunca dan por sentado a los artistas consistentes y son conscientes de recompensarlos.

8. Proporcionar comentarios continuos

Los empleados quieren que sus líderes sepan que les están prestando atención y aprecian cualquier información que se les presente en el camino. Los líderes exitosos siempre brindan retroalimentación y agradecen la retroalimentación recíproca al crear relaciones confiables con sus colegas. Entienden el poder de la perspectiva y han aprendido la importancia de la retroalimentación desde el principio de su carrera, ya que les ha servido para permitir el avance en el lugar de trabajo .

9. Asignar y desplegar adecuadamente el talento

Los líderes exitosos conocen su grupo de talentos y cómo usarlo. Son expertos en activar las capacidades de sus colegas y saber cuándo implementar sus habilidades únicas dadas las circunstancias actuales.

10. Hacer preguntas, buscar consejo

Los líderes exitosos hacen preguntas y buscan consejo todo el tiempo. Desde el exterior, parecen saberlo todo; sin embargo, en el interior, tienen una profunda sed de conocimiento y están constantemente en la búsqueda de aprender cosas nuevas debido a su compromiso de hacerse mejores a través de la sabiduría de los demás. .

11. Resolver problemas; Evitar la dilación

Los líderes exitosos abordan los problemas de frente y saben cómo descubrir el corazón del asunto en cuestión. No postergan y, por lo tanto, se vuelven increíblemente competentes en la resolución de problemas; aprenden de y no evitan las circunstancias incómodas (les dan la bienvenida).

Avanzar en la vida es hacer las cosas que a la mayoría de las personas no les gusta hacer.

12. Energía positiva y actitud

Los líderes exitosos crean una cultura de trabajo positiva e inspiradora. Saben cómo establecer el tono y lograr una actitud que motive a sus colegas a actuar. Como tales, son simpáticos, respetados y fuertes. No permiten que las fallas interrumpan el impulso.

13. Sé un gran maestro

Muchos empleados en el lugar de trabajo le dirán que sus líderes han dejado de ser maestros. Los líderes exitosos nunca dejan de enseñar porque están tan motivados para aprender por sí mismos. Usan la enseñanza para mantener a sus colegas bien informados y bien informados a través de estadísticas, tendencias y otros elementos de interés periodístico.

Los líderes exitosos se toman el tiempo para guiar a sus colegas y hacer la inversión para patrocinar a aquellos que han demostrado que son capaces y están ansiosos por avanzar.

14. Invertir en relaciones

Los líderes exitosos no se enfocan en proteger su dominio, sino que lo expanden invirtiendo en relaciones mutuamente beneficiosas. Los líderes exitosos se asocian con "levantadores y otros líderes", los tipos de personas que pueden ampliar su esfera de influencia. No solo por su propio avance, sino el de los demás.

Los líderes comparten la cosecha de su éxito para ayudar a crear un impulso para quienes los rodean.

15. Disfrutar genuinamente de las responsabilidades

Los líderes exitosos aman ser líderes, no por el poder sino por el impacto significativo y útil que pueden crear. Cuando ha alcanzado un nivel superior de liderazgo, se trata de su capacidad para servir a los demás y esto no se puede lograr a menos que disfrute realmente lo que hace.

Al final, los líderes exitosos pueden mantener su éxito porque estas 15 cosas en última instancia les permiten aumentar el valor de la marca de su organización, mientras que al mismo tiempo minimizan el perfil de riesgo operativo. Sirven como los facilitadores del talento, la cultura y los resultados.

2.3. Definición de términos básicos.

- **Comunicación visual.** Las habilidades de comunicación visual se refieren a la capacidad de uno para comunicarse a través de las señales recibidas por los ojos. Cualquier comunicación no verbal que utilice el sentido de la vista es, por lo tanto, conocida como comunicación visual.

Las habilidades de comunicación visual requieren el uso de ayudas visuales que se leen o visualizan para que las ideas y la información se comuniquen. Por ejemplo, todos los tipos de ayudas visuales son gráficos, cuadros, mapas, libros, carteles, diseño de empaques, medios basados en pantalla, etc. Los gestos corporales, las expresiones faciales y el contacto visual de un individuo también pueden ayudar en la comunicación visual al transmitir un mensaje.

Por lo tanto, ya sea intencional o no, la comunicación visual se está convirtiendo en una parte importante de nuestra vida personal y profesional.

- **Desarrollo del lenguaje oral.** El lenguaje oral es la habilidad que proporciona a los niños caminos para el pensamiento. Sin un lenguaje oral estructurado, pensar y leer puede ser difícil. Los estudiantes que no están expuestos a experiencias orales ricas necesitarán una instrucción más explícita en el lenguaje para ayudarles a alcanzar el éxito junto con sus compañeros más verbales. En los años preescolares, el vocabulario se corresponde directamente con el éxito en la comprensión de lectura en los años de escuela primaria superior. Para el jardín de infantes, un niño debe poder volver a contar los eventos de una historia. Un niño de primer grado debe poder discutir cómo, por qué y qué pasa si comparte un texto de no ficción. Para el tercer grado, los niños con vocabularios restringidos han mostrado una disminución en la comprensión en los últimos años de la escuela primaria. Los maestros y los padres pueden incorporar más vocabularios expresivos durante todas las actividades diarias.
- **Grabar:** establecer por escrito: presentar pruebas escritas de depositar una copia oficial auténtica del registro de una escritura.
- **Expresión:** modo de expresarse. // palabra o locución. // conjuntos de términos algebraicos que representa una cantidad. // manifestar de alguna manera lo que uno quiere dar a entender.
- **Pictogramas.** Los primeros pictogramas fueron hallazgos arqueológicos en la antigua Mesopotamia, Creta, Egipto, y China, con esto se logró establecer la referencia que tenían los símbolos y los sonidos de la lengua, en relación

con los fonemas y no fonemas. Además, las investigaciones usaron la grafémica para entender, la variedad de tamaño, estilo, configuración y dirección de los símbolos que los pueblos manejaban al escribir. (Suárez, 2012)

- **Tartamudez.** La tartamudez, también llamada tartamudez o trastorno de la fluidez de inicio en la infancia, es un trastorno del habla que involucra problemas frecuentes y significativos con la fluidez normal y el flujo del habla. Las personas que tartamudean saben lo que quieren decir, pero tienen dificultades para decirlo. Por ejemplo, pueden repetir o prolongar una palabra, una sílaba o un sonido de consonante o vocal. O pueden hacer una pausa durante el habla porque han alcanzado una palabra o sonido problemático.

El tartamudeo es común entre los niños pequeños como una parte normal de aprender a hablar. Los niños pequeños pueden tartamudear cuando sus habilidades de habla y lenguaje no están lo suficientemente desarrolladas para mantenerse al día con lo que quieren decir. La mayoría de los niños superan este tartamudeo del desarrollo.

CAPITULO III

METODOLOGIA

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

La comunicación audiovisual se relaciona significativamente con el liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

3.1.2. Hipótesis específicas

- La comunicación audiovisual se relaciona significativamente con la dimensión autoestima del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

- La comunicación audiovisual se relaciona significativamente con la dimensión visión del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

- La comunicación audiovisual se relaciona significativamente con la dimensión comunicación efectiva del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

- La comunicación audiovisual se relaciona significativamente con la dimensión trabajo colaborativo del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

3.2. Operacionalización de Variables

Tabla 1

Operacionalización de la variable X

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Categorías	Intervalos
Exposiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de recursos técnicos 	4	Deficiente	4 -7
			Aceptable	8 -11
			Eficiente	12 -16
Audio	<ul style="list-style-type: none"> • Atención 	4	Deficiente	4 -7
			Aceptable	8 -11
			Eficiente	12 -16
Visual	<ul style="list-style-type: none"> • Apreciación • Interés por el uso de los medios. • Valor formativo • Estimulación en el aprendizaje 	4	Deficiente	4 -7
			Aceptable	8 -11
			Eficiente	12 -16
Comunicación audiovisual		12	Deficiente	12 -23
			Aceptable	24 -35
			Eficiente	36 -48

Tabla 2

Operacionalización de la variable Y

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Categorías	Intervalos
Autoestima	<ul style="list-style-type: none"> • Aceptarse tal y como se es. 	3	Deficiente	3 -5
			Aceptable	6 -8
			Eficiente	9 -12

Visión	• Crea su futuro	3	Deficiente	3 -5
			Aceptable	6 -8
			Eficiente	9 -12
Comunicación efectiva	• Es escuchado y así mismo sabe escuchar	3	Deficiente	3 -5
			Aceptable	6 -8
			Eficiente	9 -12
Trabajo en equipo	• Delega funciones y a la vez se pone de acuerdo para trabajar en conjunto	3	Deficiente	3 -5
			Aceptable	6 -8
			Eficiente	9 -12
Liderazgo			Deficiente	12 -23
			Aceptable	24 -35
			Eficiente	36 -48

3.3. Tipo de estudio

De tipo **correlacional** por cuanto podremos saber si existe relación entre las variables de estudio.

3.4. Diseño del estudio

Por lo cual la presente investigación pertenece al Diseño **Transeccional** o conocido como **diseño Transversal** (No experimental).

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

Conformada por 129 estudiantes de secundaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

Tabla 3

Población del estudio

Aula	Cantidad
Primero	23
Segundo	22
Tercero	21
Cuarto	20
Quinto	21
Sexto	22
Total	129

Fuente: I.E Rubén Darío – Santa María.

3.5.2. Muestra

Conforman una suma total de 22 estudiantes

Tabla 4

Muestra de estudio

Aula	Cantidad
Sexto	22
Total	22

Fuente: I.E Rubén Darío – Santa María.

3.6. Método de investigación

El método deductivo fue utilizado en nuestra investigación, basándose en cada capítulo,

3.7 Técnicas e de recolección de datos

Instrumentos utilizados

- ✓ observación y
- ✓ Ficha de observación

Se utilizò para la variable comunicación audiovisual:

Para medir la variable Liderazgo estudiantil, se consideró la siguiente escala de

Likert:

Siempre	(4)
Casi siempre	(3)
A veces	(2)
Nunca	(1)

Para la medicion de la variable Liderazgo se tomò en cuenta

Siempre	(4)
Casi siempre	(3)
A veces	(2)
Nunca	(1)

Ficha Técnica N° 1

Nombre Original :	Cuestionario para la variable Comunicación audiovisual
Autor:	Ernesto Javier Changa Castillo
Procedencia:	Huacho - Perú, 2018
Objetivo:	Determinar la relación que existe entre la comunicación audiovisual y el liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.
Administración:	Individual y colectiva
Duración:	Aproximadamente de 25 a 30 minutos
Edad:	Estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.
Estructura:	La escala de apreciación consta de 12 ítems y cada ítem está estructurado con cuatro categorías de respuestas, como: Siempre (4), Casi siempre (3), A veces (2) y nunca (1) La variable Comunicación audiovisual está formada por 3 dimensiones: exposiciones, audio y visual.

Ficha Técnica 02:

Nombre Original : Cuestionario para la variable
Liderazgo estudiantil

Autor: Ernesto Javier Changa Castillo

Procedencia: Huacho - Perú, 2018

Objetivo: Determinar la relación que existe entre
la comunicación audiovisual y el
liderazgo en estudiantes del sexto
grado de primaria de la I.E Rubén
Darío – Santa María.

Administración: Individual y colectiva

Duración: Aproximadamente de 25 a 30 minutos

Edad: Estudiantes del sexto grado de
primaria de la I.E Rubén Darío – Santa
María..

Estructura:

La escala de apreciación consta de 12 ítems y cada ítem está estructurado con cuatro categorías de respuestas, como: Siempre (4), Casi siempre (3), A veces (2) y nunca (1) La variable Liderazgo está formada por 4 dimensiones: Autoestima que consta de 4 ítems, Visión que consta de 3 ítems, Comunicación afectiva que consta de 3 ítems y trabajo en equipo que consta de 3 ítems.

3.7. Método de análisis de datos

a. Descriptiva

Recopilaremos, analizaremos e interpretaremos los datos obtenidos de los instrumentos aplicados a la población correspondiente.

Así mismo se procedió a la realización de tablas y cuadros estadísticos, teniendo como herramienta principal el programa del SPSS para el vaciado de datos obtenidos mediante la aplicación del instrumento.

Inferencial

- Se sometió a prueba todas las hipótesis planteadas dentro de la investigación.

Se hallará el **Coefficiente de correlación de Spearman**, ρ (ro) con la cual podremos obtener el resultado sobre la relación de las variables.

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

CAPITULO IV
ANALISIS DE LOS RESULTADOS

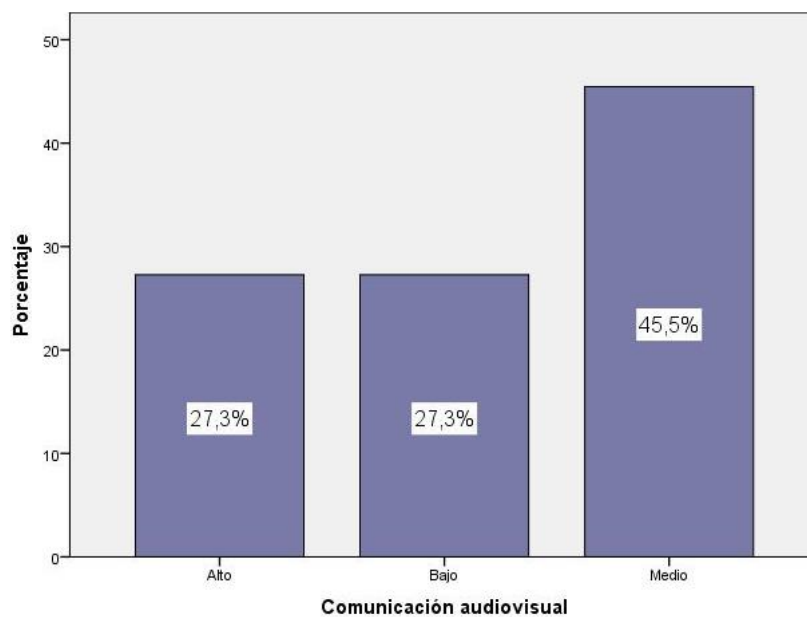
4.1. Resultados descriptivo de las variables

TABLA 5

Comunicación audiovisual					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	6	27,3	27,3	27,3
	Bajo	6	27,3	27,3	54,5
	Medio	10	45,5	45,5	100,0
Total		22	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E
Rubén Darío – Santa María.

Figura 1



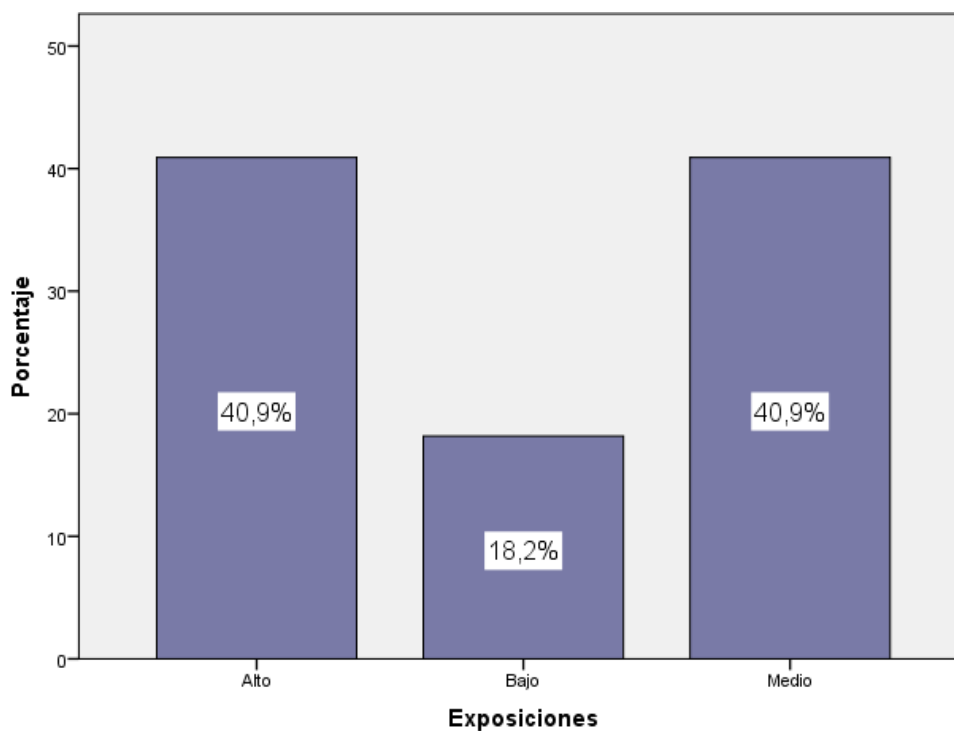
De la fig.1, un 45,5% de estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María alcanzaron un nivel medio en la variable comunicación audiovisual, un 27,3% consiguieron un nivel alto y un 27,3% obtuvieron un nivel bajo.

TABLA 6

Exposiciones					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	9	40,9	40,9	40,9
	Bajo	4	18,2	18,2	59,1
	Medio	9	40,9	40,9	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María..

Figura 2



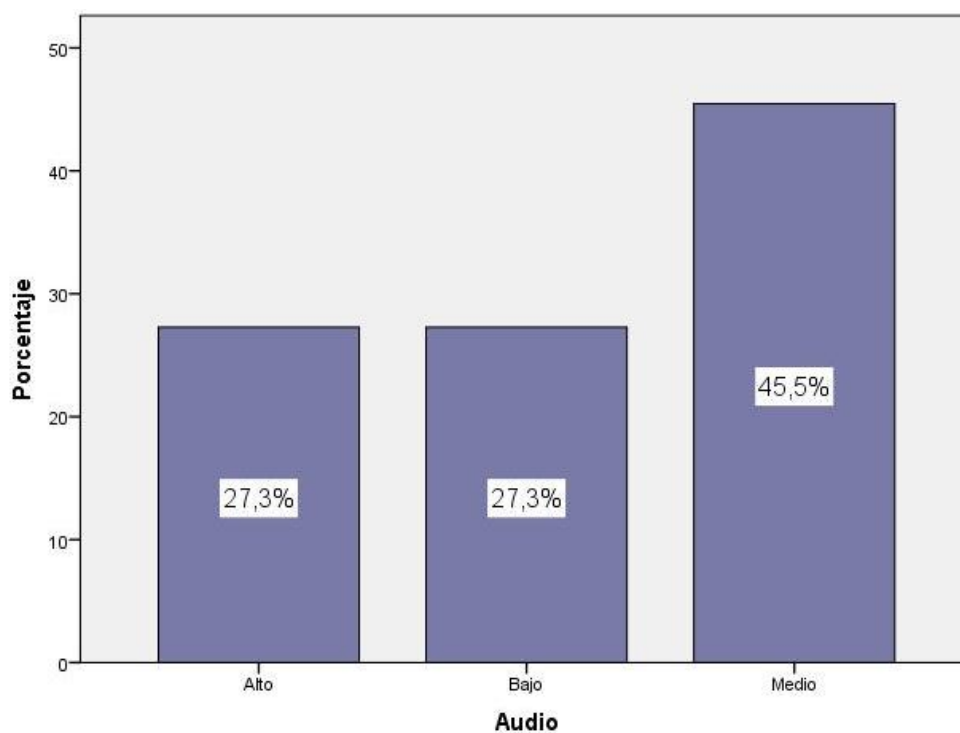
De la fig.2, un 40,9% de estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María alcanzaron un nivel medio en la dimensión exposiciones de la comunicación audiovisual, un 40,9% consiguieron un nivel alto y un 18,2% obtuvieron un nivel bajo.

TABLA 7

Audio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	6	27,3	27,3	27,3
	Bajo	6	27,3	27,3	54,5
	Medio	10	45,5	45,5	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María..

Figura 3



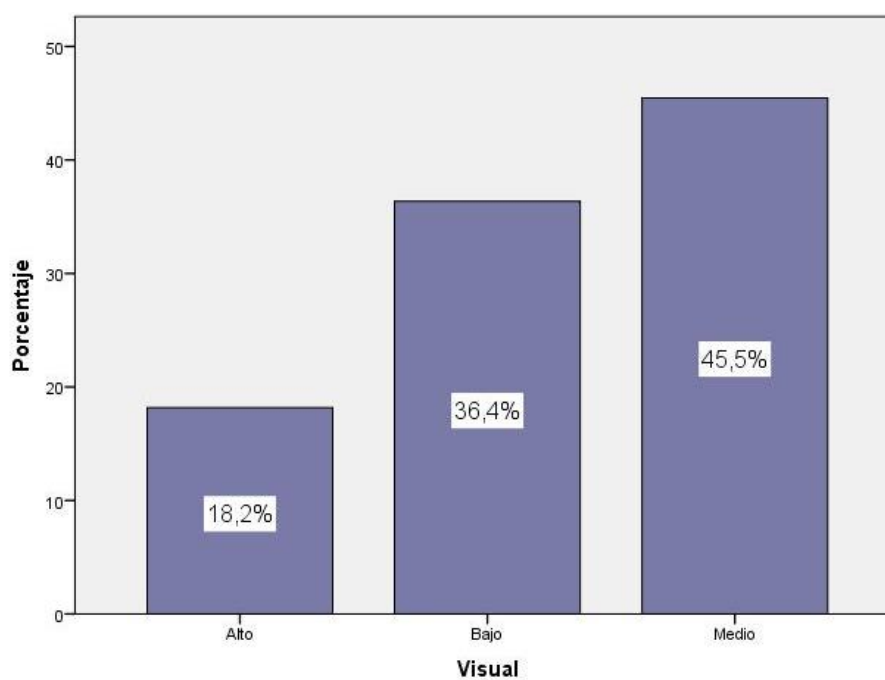
De la fig.3, un 45,5% de estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María alcanzaron un nivel medio en la dimensión audio de la comunicación audiovisual, un 27,3% consiguieron un nivel alto y un 27,3% obtuvieron un nivel bajo.

TABLA 8

Visual					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	4	18,2	18,2	18,2
	Bajo	8	36,4	36,4	54,5
	Medio	10	45,5	45,5	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

Figura 4



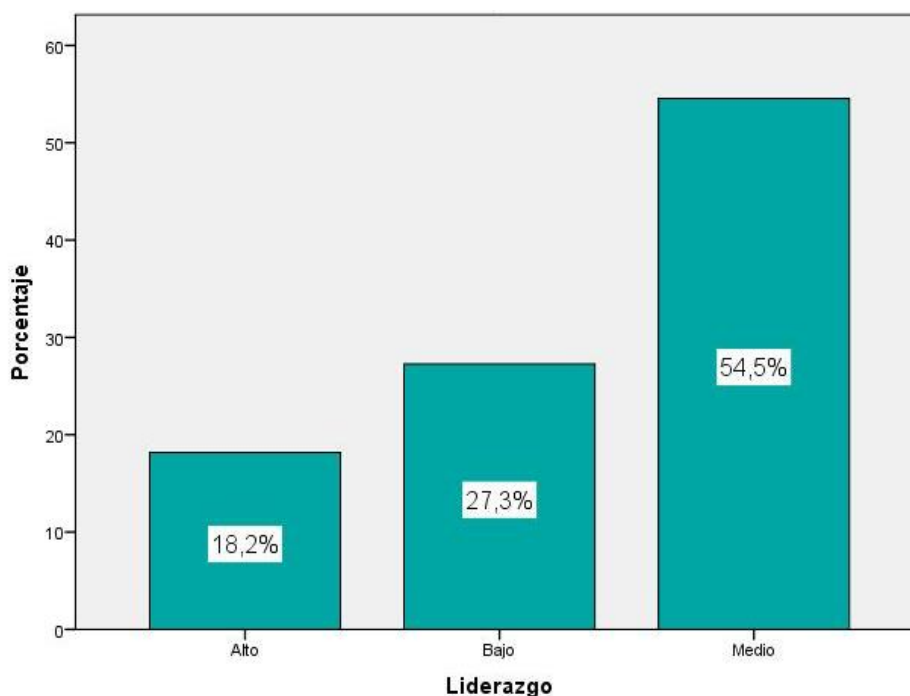
De la fig.4, un 45,5% de estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María alcanzaron un nivel medio en la dimensión visual de la comunicación audiovisual, un 36,4% consiguieron un nivel bajo y un 18,2% obtuvieron un nivel alto.

TABLA 9

Liderazgo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	4	18,2	18,2	18,2
	Bajo	6	27,3	27,3	45,5
	Medio	12	54,5	54,5	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

Figura 5



De la fig.5, un 54,5% de estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María alcanzaron un nivel medio en la variable liderazgo, un 27,3% consiguieron un nivel bajo y un 18,2% obtuvieron un nivel alto.

4.2. Generalización entorno la hipótesis central

Hipótesis general

Hipótesis Alternativa **H_a**: La comunicación audiovisual se relaciona significativamente con el liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

Hipótesis nula **H₀**: La comunicación audiovisual no se relaciona significativamente con el liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

Tabla 10

Relación entre la comunicación audiovisual y el liderazgo estudiantil

Correlaciones				
			Comunicación audiovisual	Liderazgo
Rho de Spearman	Comunicación audiovisual	Coeficiente de correlación	1,000	,805**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	22	22
	Liderazgo	Coeficiente de correlación	,805**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	22	22

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

La siguiente tabla N° 10 la hipótesis alternativa será aceptada mientras que la nula será rechazada de acuerdo al resultado obtenido por el coeficiente de correlación de $r = 0.805$, con una $p = 0.000$ ($p < .05$) por tanto debemos decir que ambas variables de estudio tienen relación, así mismo se aprecia una magnitud de correlación muy buena.

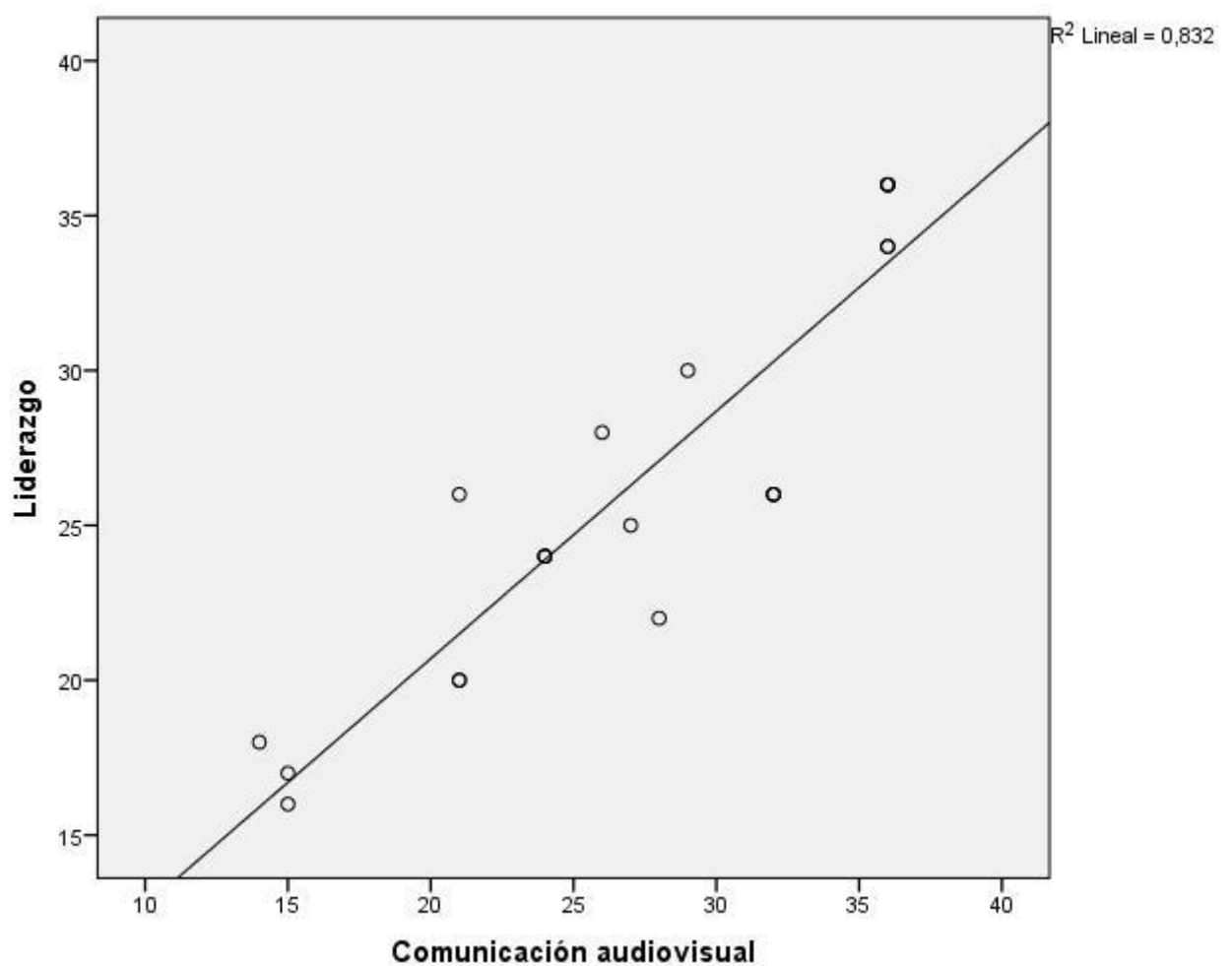


Figura 6. La comunicación audiovisual y el liderazgo estudiantil

Hipótesis específica 1

Hipótesis Alternativa **H_a**: La comunicación audiovisual se relaciona significativamente con la dimensión autoestima del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

Hipótesis nula **H₀**: La comunicación audiovisual no se relaciona significativamente con la dimensión autoestima del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

Tabla 11

Relación entre la comunicación audiovisual y la dimensión autoestima

Correlaciones				
			Comunicación audiovisual	Autoestima
Rho de Spearman	Comunicación audiovisual	Coefficiente de correlación	1,000	,852**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	22	22
	Autoestima	Coefficiente de correlación	,852**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	22	22

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 11 se puede observar que de acuerdo al resultado del coeficiente de correlación de $r = 0.852$, con una $p = 0.000$ ($p < .05$) la hipótesis alternativa debe ser aceptada mientras que la hipótesis nula es rechazada. Por tanto debemos decir que las variables tienen relación, por otro lado es importante decir que la correlación existente se encuentra en una magnitud muy buena.

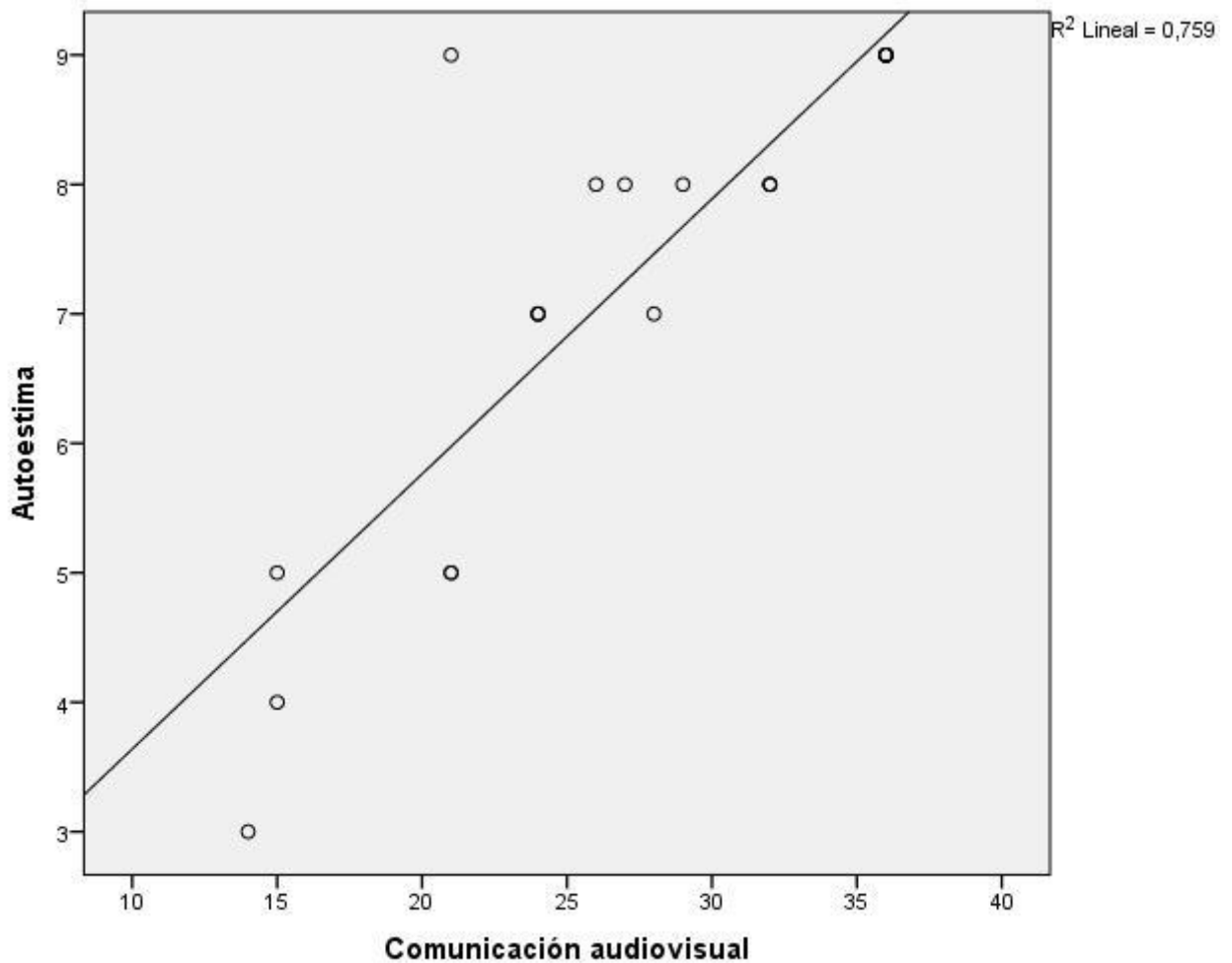


Figura 7. La comunicación audiovisual y la dimensión autoestima

Hipótesis específica 2

Hipótesis Alternativa **H_a**: La comunicación audiovisual se relaciona significativamente con la dimensión visión del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

Hipótesis nula **H₀**: La comunicación audiovisual no se relaciona significativamente con la dimensión visión del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

Tabla 12*Relación entre la comunicación audiovisual y la dimensión visión*

Correlaciones				
			Comunicación n audiovisual	Visión
Rho de Spearman	Comunicación audiovisual	Coeficiente de correlación	1,000	,782**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	22	22
	Visión	Coeficiente de correlación	,782**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	22	22

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En la siguiente tabla N° 12 de acuerdo al coeficiente de correlación de $r=0.782$, con una $p=0.000(p<.05)$ con el cual podemos decir que la hipótesis alternativa deberá ser aceptada mientras que la hipótesis nula deber ser rechazada, por tanto llegamos a la conclusión que las variables tiene relación, así mismo es necesario resaltar que existe una magnitud buena en la correlación.

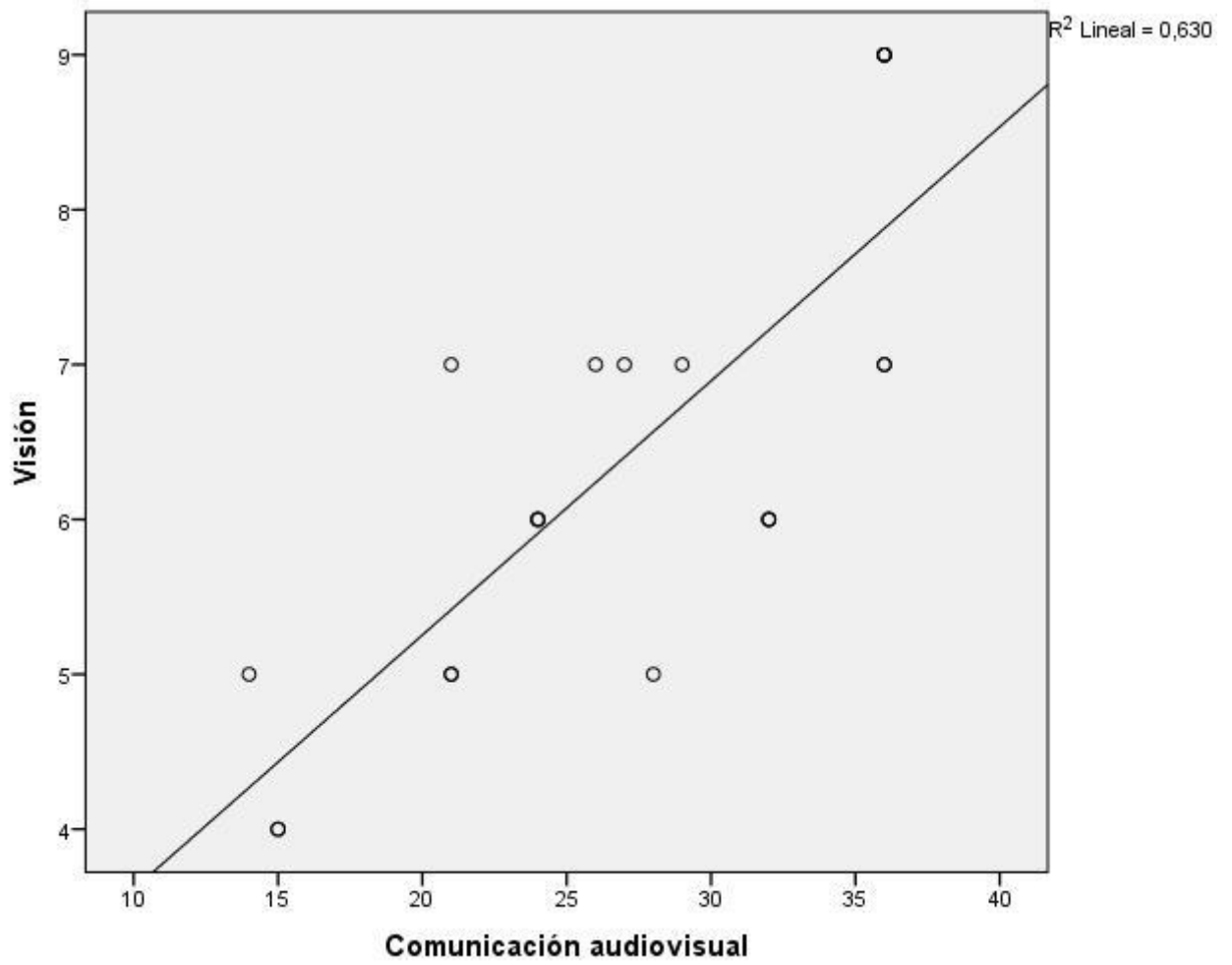


Figura 8. La comunicación audiovisual y la dimensión visión

Hipótesis específica 3

Hipótesis Alternativa **H_a**: La comunicación audiovisual se relaciona significativamente con la dimensión comunicación efectiva del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

Hipótesis nula **H₀**: La comunicación audiovisual no se relaciona significativamente con la dimensión comunicación efectiva del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

Tabla 13

Relación entre la comunicación audiovisual y la dimensión comunicación

Correlaciones				
			Comunicación audiovisual	Comunicación efectiva
Rho de Spearman	Comunicación audiovisual	Coefficiente de correlación	1,000	,877**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	22	22
	Comunicación efectiva	Coefficiente de correlación	,877**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	22	22

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

La tabla N°13 indica de acuerdo al resultado coeficiente de correlación de $r=0.877$, con una $p=0.000(p<.05)$ que la hipótesis alternativa debe ser aceptada mientras que la hipótesis nula debe ser rechazada, por lo que podemos decir que ambas variables tienen relación, a la vez la correlación existente tiene una magnitud **muy buena**.

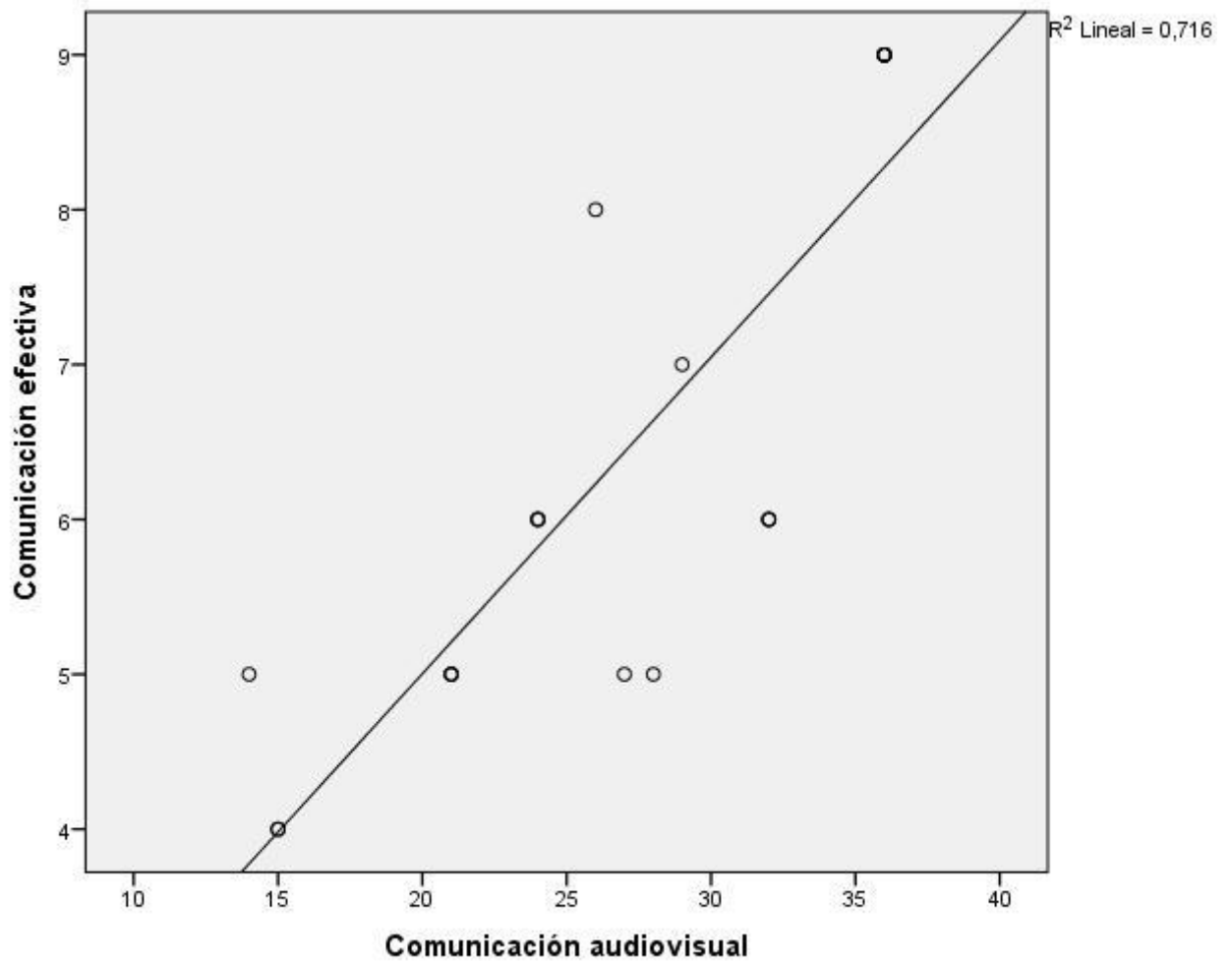


Figura 9. La comunicación audiovisual y la dimensión comunicación.

Hipótesis específica 4

Hipótesis Alternativa **H_a**: La comunicación audiovisual se relaciona significativamente con la dimensión trabajo colaborativo del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

Hipótesis nula **H₀**: La comunicación audiovisual no se relaciona significativamente con la dimensión trabajo colaborativo del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.

Tabla 14

Relación entre la comunicación audiovisual y la dimensión trabajo colaborativo

Correlaciones			Comunicación audiovisual	Trabajo colaborativo
Rho de Spearman	Comunicación audiovisual	Coefficiente de correlación	1,000	,931**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	22	22
	Trabajo colaborativo	Coefficiente de correlación	,931**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	22	22

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

La tabla N°13 indica que de acuerdo al coeficiente de correlación de $r=0.931$, con una $p=0.000(p<.05)$ se acepta la hipótesis alternativa mientras que la hipótesis nula será rechazada. En cuento a esto podemos decir que existe una relación entre las variables. Así mismo se observa una magnitud de correlación **muy buena**.

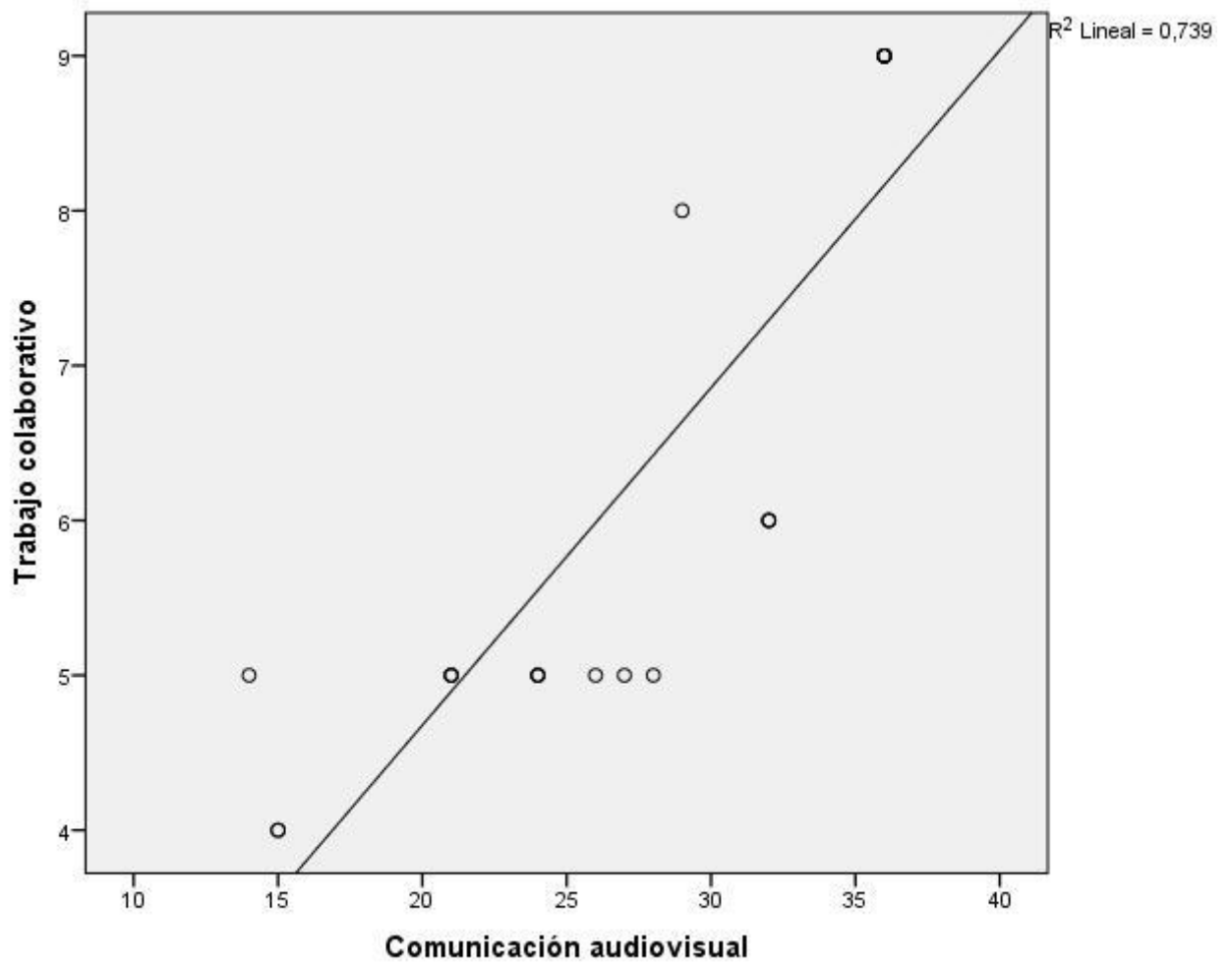


Figura 10. La comunicación audiovisual y la dimensión trabajo colaborativo.

CAPITULO V

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

DISCUSIÓN

Convivimos diariamente con los medios audiovisuales, en la mayoría de las casas hay computadoras, televisiones, dispositivos móviles, etc., que se utilizan como herramientas de búsqueda de información, pero la mayoría de las personas ¿se plantean si son tan seguras como se cree? Muchas veces se fía al 100% de sus contenidos. La realidad es que hoy en día se utilizan éstos medios sin preguntarse si son armas de doble filo, confiándose de que lo que se ve en la TV o se encuentra en Internet es verdadero, cuando en realidad podría ser algo erróneo.

Cuando se intenta transmitir un mensaje o una idea, generalmente es más fácil y más efectivo hacerlo cara a cara que en papel o por correo electrónico. Esto se debe a que la comunicación escrita o de audio por sí sola tiene ciertas limitaciones que podrían confundir su mensaje o dar lugar a un malentendido. La comunicación audiovisual rompe las barreras tradicionales de la comunicación escrita para asegurar que su audiencia entienda el mensaje fácilmente, lo que se traduce en una mejor discusión y colaboración en negocios, educación y aplicaciones personales.

Ya sea que se trate de un gerente de oficina o un líder de proyecto, todos los buenos líderes requieren una cantidad de habilidades blandas para ayudarles a interactuar positivamente con los empleados o miembros del equipo. Los líderes efectivos tienen la capacidad de comunicarse bien, motivar a su equipo, manejar y delegar

responsabilidades, escuchar los comentarios y tener la flexibilidad para resolver problemas en un lugar de trabajo en constante cambio.

Después de los análisis realizados se puede evidenciar que existe una relación entre la comunicación audiovisual y el liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.805, representando una muy buena asociación. Similares resultados encontramos en los trabajos de (Burgos, 2016) en su trabajo Medios Audiovisuales: una estrategia de aprendizaje del francés para los niños de preescolar del Colegio la Candelaria, tuvo como objetivo Crear un ambiente favorable para iniciar el aprendizaje del Francés Lengua Extranjera para los estudiantes de preescolar de I.E.D. Llegando a concluir que la capacitación audiovisual realizada, ofreció una oportunidad de desarrollo técnico y personal a un grupo de jóvenes pertenecientes a una población vulnerable. El uso de conocimientos de la Comunicación Social con énfasis Audiovisual fue necesario para desarrollar la metodología de la alfabetización audiovisual, generando un espacio para aplicar los conocimientos aprendidos durante la formación profesional en función de un proyecto educativo.

En su trabajo (Ceballos, 2010) en su tesis: “Liderazgo en secundarias. Movimiento Estudiantil 2006” cuyo objetivo general es el de indagar si el quehacer político de las estudiantes líderes que participaron en el movimiento secundario que se gestó el 2006, constituyó un nuevo estilo de liderazgo femenino. La investigación comienza con el segundo capítulo donde se describe los rasgos generales del movimiento estudiantil, aseverando que “son las oportunidades políticas las que traducen el movimiento en potencia en movilización”⁵. Asimismo, se remarcan aspectos atípicos de su constitución y la importancia que eso le otorga al desarrollo del liderazgo femenino. Llegando a

concluir que Analizar el liderazgo femenino surgido en el movimiento estudiantil se investigó primero en los factores que pudieron haber condicionado la construcción del liderazgo, para lo cual se estructuró el último eje Identificación del Liderazgo en las Estudiantes Secundarias.

Por lo tanto, el consumo de los medios audiovisuales ha crecido en una gran cantidad durante los últimos años. Al crecer este consumo, también creció la influencia de estos medios en la sociedad, sobre todo en los niños, quienes están en pleno desarrollo y son más vulnerables, por lo que se recomienda que miren televisión controladamente, y, si es posible, no más de dos horas diarias, ya que el exceso de tiempo frente a la televisión o en Internet podría generarles obesidad.

.

.

CONCLUSIONES

- **Primera:** Existe una relación entre la comunicación audiovisual y el liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.805, representando una **muy buena** asociación.
- **Segunda:** Existe una relación entre la comunicación audiovisual y la dimensión autoestima del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.852, representando una **muy buena** asociación.
- **Tercera:** Existe una relación entre la comunicación audiovisual y la dimensión visión del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María. La correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.782, representando una **buena** asociación.
- **Cuarta:** Existe una relación entre la comunicación audiovisual y la dimensión comunicación efectiva del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María, porque la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.877, representando una **muy buena** asociación.
- **Quinta:** Existe una relación entre la comunicación audiovisual y la dimensión trabajo colaborativo del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén

Darío – Santa María, porque la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.931, representando una **muy buena** asociación.

RECOMENDACIONES

- **Primera:** Realizar talleres junto con los docentes y estudiantes acerca de terminologías técnicas referidas a la comunicación audiovisual que complementen los conocimientos adquiridos en las horas de clases.
- **Segundo:** Motivar a los estudiantes el uso y estudio de la comunicación audiovisual ya que de esta manera adquirirán un gran liderazgo, para luego ser aplicados en el desarrollo de sus actividades de manera que brinden mensajes visuales de calidad a la sociedad.
- **Tercero:** A los docentes y estudiantes se les recomienda que el material didáctico sea utilizado de la mejor manera, para obtener éxito en el desenvolvimiento de los niños en temas de comunicación audiovisual.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Amaro, C., Morales, V., & Borda, M. (2013). *Los Recursos Audiovisuales Y Su Relación Con El Aprendizaje Del Idioma Inglés En Los Estudiantes Del Centro De Idiomas San Marcos, San Juan De Lurigancho, 2013*. Lima: UNE La Cantuta.
- Ariel, C. (2011). *Nociones de Cibercultura y Periodismo*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=aFY3AwAAQBAJ&lpg=PP1&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>.
- Barros, C., & Barros, R. (2015). *Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis*. Guayaquil. Ecuador: Revista Universidad y Sociedad. Vol. 7 N°3.
- Bolívar. (2010). *Liderazgo Para El Aprendizaje; Liderazgo Distribuido en Venezuela*. Caracas: Universidad de Venezuela.
- Burgos, W. (2016). *Medios Audiovisuales: una estrategia de aprendizaje del francés para los niños de preescolar del Colegio la Candelaria*. Bogotá. Colombia: Universidad Libre. Facultad Ciencias de la Educación.
- Ceballos, P. (2010). *Liderazgo en secundarias. Movimiento Estudiantil 2006*. Santiago. Chile: Universidad de Chile.
- Flórez, J. (2011). *La otra cara de la comunicación audiovisual: una herramienta de inclusión social*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Galindo, J. (2012). *Comunicación, ciencia e Historia*. España.
- Goleman, D. (2002). *La inteligencia emocional*. Nueva York: Editorial Bantam.

Gonzales, M. (2017). *Los medios audiovisuales que utilizan los docentes de educación secundaria en la I.IEE comprendidas en la provincia Región San Martín, año 2017*. Chimbote: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

Horn, A. (2013). *Liderazgo escolar en Chile y su influencia en los resultados de Aprendizaje*. Madrid. España: Universidad Autónoma de Madrid.

Pelayo, N., & Cabrera, A. (2012). *El Lenguaje y la Comunicación*. Caracas: CEC S.A.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y SU RELACIÓN CON EL LIDERAZGO EN ESTUDIANTES DEL SEXTO GRADO DE PRIMARIA DE LA I.E

RUBEN DARIO – SANTA MARIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES					
<p><u>Problema general</u></p> <p>¿Qué relación existe entre la comunicación audiovisual y el liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María?</p> <p><u>Problema específicos</u></p> <p>¿Qué relación existe entre la comunicación audiovisual y la dimensión autoestima del liderazgo en estudiantes del</p>	<p><u>Objetivo general</u></p> <p>Determinar la relación que existe entre la comunicación audiovisual y el liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.</p> <p><u>Objetivos específicos</u></p> <p>Determinar la relación que existe entre la comunicación audiovisual y la dimensión autoestima del liderazgo en</p>	<p><u>Hipótesis general</u></p> <p>La comunicación audiovisual se relaciona significativamente con el liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.</p> <p><u>Hipótesis específicas</u></p> <p>La comunicación audiovisual se relaciona significativamente con la dimensión autoestima del liderazgo en estudiantes del</p>	VARIABLE INDEPENDIENTE (X):					
			La comunicación audiovisual					
			DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	INDICES		
			Exposiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de recursos técnicos 	4	Nunca Algunas veces Casi siempre Siempre		
			Audio	<ul style="list-style-type: none"> • Atención 	4			
			Visual	<ul style="list-style-type: none"> • Apreciación • Interés por el uso de los medios. • Valor formativo • Estimulación en el aprendizaje 	4			
TOTAL		12						
VARIABLE DEPENDIENTE (Y):								
Liderazgo estudiantil								

			DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	INDICES
sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María?	estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.	sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.	Autoestima	• Se acepta y valora así mismo participando con iniciativa en actividades del aula	4	Nunca Algunas veces Casi siempre Siempre
			La comunicación audiovisual se relaciona significativamente con la dimensión visión del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.	Visión	• Se propone metas a mediano y largo plazo que lo lleven a su objetivo	
¿Qué relación existe entre la comunicación audiovisual y la dimensión visión del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María?	Establecer la relación que existe entre la comunicación audiovisual y la dimensión visión del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.	La comunicación audiovisual se relaciona significativamente con la dimensión comunicación efectiva del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.	Comunicación efectiva	• Comunica, escucha y respeta las opiniones emitidas por sus compañeros	3	
¿Qué relación existe entre la comunicación audiovisual y la dimensión comunicación efectiva del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María?	Establecer la relación que existe entre la comunicación audiovisual y la dimensión comunicación efectiva del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.	La comunicación audiovisual se relaciona significativamente con la dimensión comunicación efectiva del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.	Trabajo colaborativo	• Delega funciones durante las actividades grupales en el aula	3	
		La comunicación audiovisual se relaciona significativamente	TOTAL		12	

<p>¿Qué relación existe entre la comunicación audiovisual y la dimensión trabajo colaborativo del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María?</p>	<p>Determinar la relación que existe entre la comunicación audiovisual y la dimensión trabajo colaborativo del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.</p>	<p>con la dimensión trabajo colaborativo del liderazgo en estudiantes del sexto grado de primaria de la I.E Rubén Darío – Santa María.</p>			
---	--	--	--	--	--

MATRIZ DE DATOS

N	Comunicación audiovisual														V1	Liderazgo														V2												
	Exposiciones						Audio				Visual					ST1	Autoestima				Visión			Comunicación efectiva				Trabajo colaborativo			ST2											
	1	2	3	4	S1	D1	1	2	3	4	S2	D2	1	2			3	4	S3	D3	1	2	3	S4	D4	1	2	3	S5			D5	1	2	3	S6	D6	1	2	3	S7	D7
1	3	3	3	3	12	Alto	2	3	3	3	11	Medio	2	2	2	3	9	Medio	32	Medio	3	3	2	8	Medio	2	2	2	6	Medio	2	2	2	6	Medio	2	2	2	6	Medio	26	Medio
2	2	2	2	1	7	Bajo	2	2	2	2	8	Medio	2	1	1	2	6	Bajo	21	Bajo	2	2	1	5	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	1	2	5	Bajo	20	Bajo
3	1	1	1	1	4	Bajo	1	2	1	1	5	Bajo	3	1	1	1	6	Bajo	15	Bajo	2	1	1	4	Bajo	1	1	2	4	Bajo	2	1	1	4	Bajo	1	2	1	4	Bajo	16	Bajo
4	3	2	2	2	9	Medio	2	3	2	2	9	Medio	2	2	2	2	8	Medio	26	Medio	3	2	3	8	Medio	2	3	2	7	Medio	3	3	2	8	Medio	1	2	2	5	Bajo	28	Medio
5	3	2	2	3	10	Medio	2	3	3	3	11	Medio	2	1	3	2	8	Medio	29	Medio	3	2	3	8	Medio	2	3	2	7	Medio	2	3	2	7	Medio	2	3	3	8	Medio	30	Medio
6	2	2	2	1	7	Bajo	2	2	2	2	8	Medio	2	1	1	2	6	Bajo	21	Bajo	2	2	1	5	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	1	2	5	Bajo	20	Bajo
7	3	3	3	3	12	Alto	2	3	3	3	11	Medio	2	2	2	3	9	Medio	32	Medio	3	3	2	8	Medio	2	2	2	6	Medio	2	2	2	6	Medio	2	2	2	6	Medio	26	Medio
8	3	3	3	3	12	Alto	3	3	3	3	12	Alto	3	3	3	3	12	Alto	36	Alto	3	3	3	9	Alto	3	2	2	7	Medio	3	3	3	9	Alto	3	3	3	9	Alto	34	Medio
9	3	3	3	3	12	Alto	3	3	3	3	12	Alto	3	3	3	3	12	Alto	36	Alto	3	3	3	9	Alto	3	3	3	9	Alto	3	3	3	9	Alto	3	3	3	9	Alto	36	Alto
10	3	2	2	2	9	Medio	2	3	1	1	7	Bajo	2	2	2	2	8	Medio	24	Medio	3	2	2	7	Medio	2	2	2	6	Medio	3	1	2	6	Medio	1	2	2	5	Bajo	24	Medio
11	2	2	2	1	7	Bajo	2	2	2	2	8	Medio	2	1	1	2	6	Bajo	21	Bajo	3	3	3	9	Alto	2	3	2	7	Medio	2	1	2	5	Bajo	2	1	2	5	Bajo	26	Medio
12	3	3	3	3	12	Alto	3	3	3	3	12	Alto	3	3	3	3	12	Alto	36	Alto	3	3	3	9	Alto	3	3	3	9	Alto	3	3	3	9	Alto	3	3	3	9	Alto	36	Alto
13	3	2	2	3	10	Medio	2	3	3	3	11	Medio	2	1	1	2	6	Bajo	27	Medio	3	2	3	8	Medio	2	3	2	7	Medio	2	1	2	5	Bajo	2	1	2	5	Bajo	25	Medio
14	3	2	2	2	9	Medio	2	3	1	1	7	Bajo	2	2	2	2	8	Medio	24	Medio	3	2	2	7	Medio	2	2	2	6	Medio	3	1	2	6	Medio	1	2	2	5	Bajo	24	Medio
15	3	3	3	3	12	Alto	2	3	3	3	11	Medio	2	2	2	3	9	Medio	32	Medio	3	3	2	8	Medio	2	2	2	6	Medio	2	2	2	6	Medio	2	2	2	6	Medio	26	Medio
16	1	1	1	1	4	Bajo	1	2	1	1	5	Bajo	3	1	1	1	6	Bajo	15	Bajo	2	1	2	5	Bajo	1	1	2	4	Bajo	2	1	1	4	Bajo	1	2	1	4	Bajo	17	Bajo
17	2	3	3	2	10	Medio	2	3	3	3	11	Medio	2	2	2	1	7	Bajo	28	Medio	2	3	2	7	Medio	2	2	1	5	Bajo	2	2	1	5	Bajo	2	2	1	5	Bajo	22	Bajo
18	3	3	3	3	12	Alto	3	3	3	3	12	Alto	3	3	3	3	12	Alto	36	Alto	3	3	3	9	Alto	3	3	3	9	Alto	3	3	3	9	Alto	3	3	3	9	Alto	36	Alto
19	3	3	3	3	12	Alto	3	3	3	3	12	Alto	3	3	3	3	12	Alto	36	Alto	3	3	3	9	Alto	3	3	3	9	Alto	3	3	3	9	Alto	3	3	3	9	Alto	36	Alto
20	3	2	2	2	9	Medio	2	3	1	1	7	Bajo	2	2	2	2	8	Medio	24	Medio	3	2	2	7	Medio	2	2	2	6	Medio	3	1	2	6	Medio	1	2	2	5	Bajo	24	Medio
21	1	1	1	1	4	Bajo	2	1	1	1	5	Bajo	2	1	1	1	5	Bajo	14	Bajo	1	1	1	3	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	1	2	5	Bajo	18	Bajo
22	3	3	3	3	12	Alto	3	3	3	3	12	Alto	3	3	3	3	12	Alto	36	Alto	3	3	3	9	Alto	3	2	2	7	Medio	3	3	3	9	Alto	3	3	3	9	Alto	34	Medio



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

FACULTAD DE EDUCACION

COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Estimado estudiante: El presente cuestionario tiene el propósito de recopilar información para el desarrollo de un proyecto de investigación a nivel escolar. La encuesta es totalmente anónima y su procesamiento será reservado.

Siempre	Casi Siempre	A veces	Nunca
4	3	2	1

Exposiciones		4	3	2	1
1.	Utiliza las diapositivas para presentar sus trabajos				
2.	Usa películas para exponer temas de la clase				
3.	Los medios audiovisuales estimulan el aprendizaje				
4.	Los medios audiovisuales captan la atención de los educandos en las clases del área				
Audio		4	3	2	1

5.	Utiliza medios audiovisuales como recursos didácticos				
6.	Utiliza medios audiovisuales como estrategias metodológica				
7.	Usa grabadora, radio para tus clases del área				
8.	Usan las redes sociales para comunicarse				
Visual		4	3	2	1
9.	Los recursos visuales promueven un mejor aprendizaje				
10.	Proyecta en clase programas educativos				
11.	Utiliza el Internet para visualizar software interactivo				
12.	El estudiante se siente motivado por el uso de recursos visuales.				



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

FACULTAD DE EDUCACION

LIDERAZGO ESTUDIANTIL

Estimado estudiante: El presente cuestionario tiene el propósito de recopilar información para el desarrollo de un proyecto de investigación a nivel escolar. La encuesta es totalmente anónima y su procesamiento será reservado.

Siempre	Casi Siempre	A veces	Nunca
4	3	2	1

Autoestima		4	3	2	1
1.	Ante un reto exigente ¿tratas de dar lo mejor de ti?				
2.	Te sientes bien con tu apariencia física				
3.	Aceptas las críticas para mejorar tu condición de líder				
4.	Las decisiones que tú brindas influyen en los demás				
Visión		4	3	2	1
5.	Cuando tienes dificultades para realizar tu proyecto u objetivo ¿lo sigues practicando hasta lograrlo?				
6.	Cuando empiezas una tarea generalmente piensas que te saldrá excelente				

7.	Cuándo te planteas un reto nuevo piensas que lo vas a poder realizar				
Comunicación efectiva		4	3	2	1
8.	Crees que tu locuacidad te ayuda a interactuar con los demás				
9.	Cuándo participas en cualquier debate expreso tus puntos de vista con facilidad.				
10.	En las actividades escolares siempre das tu punto de vista sobre su realización				
Trabajo en equipo		4	3	2	1
11.	Cuándo trabajas en grupo buscas que todos los integrantes participen y escuchas sus ideas				
12.	Cuándo participas en una actividad competitiva respetas las normas o reglas de la actividad				
13.	Cuándo participas en una actividad competitiva respetas las normas o reglas de la actividad				

JURADO EVALUADOR

.....
Dr. Raymundo Javier Hjar Guzmán
Presidente

.....
Mg. Felicia Antonia Guerrero Hurtado
Secretario

.....
Mg. Felipa Hinner Hilem Apolinario Rivera
Vocal

.....
Mg. Vilma Rosario Cabillas Oropeza
Asesor