

• Nombre del alumno: Carlos Sarahin López López

• Docente: lic. Luz Maria Castillo Moreno

Carrera: nutrición

• Cuatrimestre: 6to

Materia: desarrollo humano

COMITÁN DE DOMINGUEZ CHIAPAS, A MAYO 2020

Definición

los diversos elementos de la información que poseemos de una persona se organizan como un todo, generando una impresión dinámica, difícil de predecir a partir de los elementos separados.

Los principios de la formación de impresiones formuladas por Asch, son:

- a] las personas se esfuerzan por formarse una impresión de otras personas, se tiende a completar la escasa información percibiendo a la persona como una unidad.
- b] las mismas cualidades podrían producir impresiones diferentes, ya que las cualidades interactúan entre sí de forma dinámica y pueden producir una nueva cualidad.
- c] Las impresiones poseen una estructura, hay cualidades centrales y otras periféricas.
- d] Cada rasgo posee la propiedad de una parte dentro de un todo. La introducción u omisión de un único rasgo alteraría la impresión global.

Líneas de investigación

- a. Los modelos de tendencia relacional, en la cual los elementos informativos se combinan con la finalidad de producir una impresión global y dependerán del contexto o totalidad.
- b] los modelos de combinación lineal, en los cuales los elementos informativos no cambian de significado sino que se combinan de alguna forma para causar una impresión unificada

Formas de combinación

- 1. Modelo de suma, en el cual la impresión se forma a partir de la suma de las características observadas.
- 2) Modelo de Promedio, en el cual la impresión final es el promedio o media aritmética de las características observadas
- 3) Modelo de Media

factores que influyen en el perceptor en relación con él mismo Primero: Las expectativas acerca de la persona con la que vamos a interactuar.

Segundo: Las motivaciones. En muchas ocasiones vemos en los demás lo que se quiere ver.

Tercero: Los objetivos y metas. Estas influyen en cómo se procesa la información recibida, y el tipo de información que se busca .

Cuarto: El estado de ánimo.

Quinto: La familiaridad y la experiencia.