



**Nombre del profesor:**

Beatriz Adriana Méndez González

**Nombre del trabajo:**

Mapa Conceptual

**Nombre de alumno:**

Eliset López Álvarez



**PASIÓN POR EDUCAR**

**Materia:**

Proyección Profesional

**Grado: 8vo cuatrimestre**

**Grupo: A**

Pichucalco; Chiapas 02 de marzo del 2021

# ASERTIVIDAD, CONCISIÓN, Y COHERENCIA ENTRE IMAGEN PERSONAL Y PROFESIONAL

**Asertividad:** Habilidad personal que nos permite expresar sentimientos, opiniones y pensamientos, en el momento oportuno, de la forma adecuada y sin negar ni desconsiderar los derechos de los demás.

**Coherencia:** Una persona coherente transmite sinceridad, lo que le ayuda a establecer relaciones personales sólidas porque la amistad verdadera requiere de un compromiso y de una seriedad en la palabra.

**La imagen ideal:** Es una proyección de lo que quieres ser y todavía no has alcanzado. Se manifiesta en actitudes, vestimenta, modales, comunicación que, en el fondo, no alcanzan su objetivo de satisfacción personal. Conlleva esfuerzo y el estilo proyectado necesita estar estudiado.

**Campo profesional e imagen:** Una de las imágenes subordinadas que intervienen en la regulación del comportamiento de las personas cuya conducta define el significado de las diferentes relaciones institucionales, es la imagen profesional; ésta permite evaluar la calidad simbólica de los vínculos que establece la persona con los públicos internos, externos o comerciales.

**Concisión:** Está vinculado a la economía de medios y a la brevedad para expresar un concepto con precisión y exactitud.

**Imagen ideal vs imagen proyectada:** la imagen personal y profesional como todo aquel proceso de cambio físico-psicológico, que aplicamos en nosotros de manera individual con el objetivo de mostrar a los demás lo que somos en fondo y forma, misma que nos ayudará a generar opiniones favorables cada día más exigente era de la globalización.

**La imagen proyectada:** Representa lo que eres hoy con tus imperfecciones y virtudes. Hacerla visible para ti, separar lo que eres de lo que quieres ser y reconocer fielmente tus posibilidades, aporta realismo y provoca que tus objetivos sean más alcanzables que lejanos.

**Percepción:** genera referentes de interpretación indispensables para significar las relaciones y entender el propósito comunicativo. Grupos objetivo diferentes y específicos: representa la segmentación de los destinatarios que se perfilan por necesidades y expectativas diferentes y a los cuales se les ofrece el servicio profesional. Diferentes situaciones y contextos según grupos objetivo: informa del mapa situacional en el que interactúan tanto el emisor institucional como el receptor objetivo.