

**Nombre de alumno: Daniela Morales
Arias**

**Nombre del profesor: Beatriz Adriana
Méndez González**

**Nombre del trabajo: Asertividad,
concisión y coherencia entre imagen
personal y profesional.**

Materia: Proyección Profesional

Grado: 8° cuatrimestre

Grupo: U

ASERTIVIDAD, CONCISIÓN Y COHERENCIA ENTRE IMAGEN PERSONAL Y PROFESIONAL.

Asertividad

Se define asertividad como la 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.

Las consecuencias de adoptar una conducta asertiva son las siguientes:

- Facilita la comunicación y minimiza la posibilidad de que los demás malinterpreten nuestros mensajes.
- Ayuda a mantener relaciones interpersonales más satisfactorias.
- Aumenta las posibilidades de conseguir lo que deseamos.
- Incrementa las satisfacciones y reduce las molestias y conflictos producidos por la convivencia.
- Mejora la autoestima.

La asertividad es una habilidad social, y sirve para comunicar -transferir un mensaje-, de manera clara, precisa y directa, sin herir los sentimientos de los demás. Además de mejorar las relaciones humanas con una actitud agradable, sea cual sea la opinión del tema a tratar, comunicando de manera definida y segura. Todo persona o profesional tiene un estilo de comunicación, hay que conocerlo para poderse relacionar y comunicar con coherencia sin perder identidad.

Concisión

Conciso, del latín concīsus, es algo que tiene concisión. Lo conciso, por lo tanto, suele asociarse al lenguaje y a la expresión. No existe una cantidad determinada de

palabras pronunciadas para hacer referencia a la concisión, ya que ciertas explicaciones requieren de un mayor desarrollo.

Es posible asociar lo conciso a lo imprescindible para generar sentido. Todo lo superfluo o accesorio, por lo tanto, escapa de la concisión.

De acuerdo a la teoría del ahorro lingüístico, todo enunciado debe intentar ofrecer la mayor cantidad de información utilizando la menor cantidad de palabras posible, sustentándose en lo que se encuentra presente en el contexto, lo que ayudaría a alcanzar un significado pleno del mensaje.

Coherencia (esencia personal)

Las personas pueden mostrar que son coherentes en sus actitudes o, todo lo contrario. Una persona es coherente cuando actúa de acuerdo a sus principios y a sus valores. Cuando una persona dice una cosa, pero hace la contraria, entonces, muestra una contradicción entre hechos y palabras que genera sensación de poca coherencia ética frente al interlocutor.

Las personas coherentes son firmes en sus principios y valores. Principios que actúan como normas del obrar recto porque la ética personal ayuda a diferenciar entre el bien y el mal.

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 coherencia entre pensamiento, sentimiento y acción muestra un grado de madurez profundo en una persona.

Imagen ideal vs. Imagen proyectada

Podemos definir 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.

Un cambio de imagen inicia de dos partes que se consideran fundamentales, y en este sentido, tenemos en un primer momento la imagen interna; que a su vez se subdivide en imagen espiritual e imagen intelectual.

El contenido de la imagen espiritual es fundamentalmente, todo aquel sistema de creencias, valores, principios, creencias, y todo lo que se lleva a cabo en busca de la verdad de las cosas, etc.

la imagen intelectual, son todos aquellos conocimientos empíricos, académicos, políticos, sociales y culturales; en fin, el gran cúmulo de conocimientos que hemos adquirido en el transcurso de nuestra vida diaria los cuales nos permiten desenvolvemos con mayor seguridad en nuestro quehacer cotidiano.

La imagen personal es la guía que nos conducirá a lo que denominamos imagen profesional, y es aquí en donde cobra mayor importancia, el buen manejo de la comunicación. la imagen personal es el reflejo de la personalidad y de las cualidades adquiridas por cada uno de nosotros.

La Imagen Ideal

Es una proyección de lo que quieres ser y todavía no has alcanzado. Está vinculada a la montaña de deseos y sueños que hay en tu corazón y también a “lo que debes ser”.

Con el paso del tiempo se convierte en una voz interna que te observa y cuando no se cumple lo esperado te avisa de si ejecutas los estándares previstos o no a través de tu guía o tu crítico interno.

Tu imagen externa obtiene un reconocimiento y genera una fantasía de realización personal. De ahí a que la Imagen Ideal pueda llevarte a crear un Estilo que te limite.

La Imagen proyectada

Representa lo que eres hoy con tus imperfecciones y virtudes. Puedes lucir espléndido o quizá algún aspecto positivo o negativo esté tapado por la Imagen Ideal que te impide mostrarte auténtico. Está vinculada al presente, al aquí y al ahora y es la fuente como su propio nombre indica para “hacerte realidad”.

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.

Reconocerla crea en ti fortaleza, singularidad, transparencia y aumenta la autoestima cuando la respetas y valoras lo que eres.

Campo profesional e imagen

En el campo de la imagen pública, 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.

percepción que se tiene de una persona o una institución por parte de sus grupos objetivo como consecuencia del desempeño de su actividad profesional.

- 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.