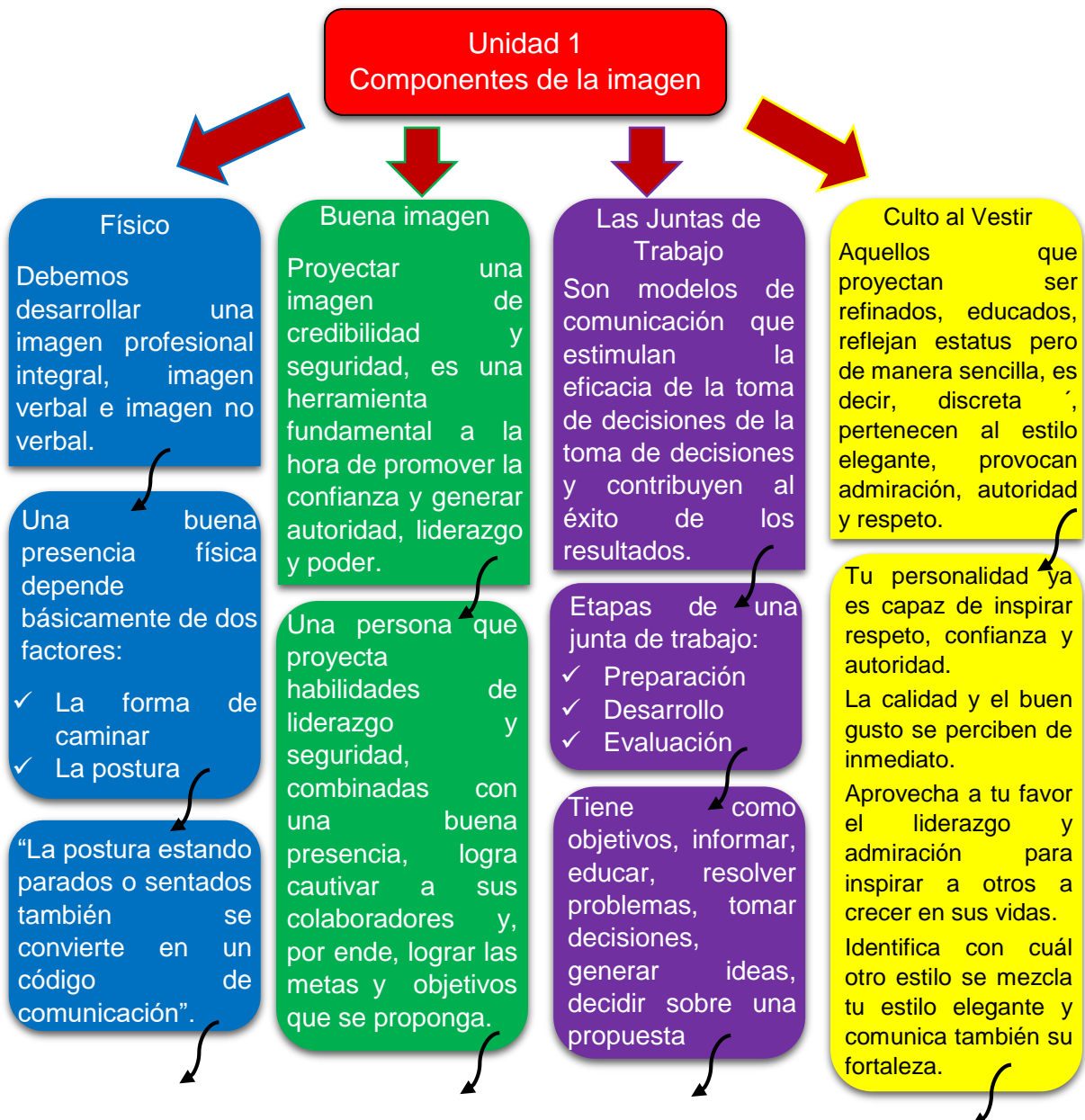


Mapa Conceptual Unidad I y II

**Miguel Ángel López Bolom
San Cristóbal de Las Casas, Chiapas
13/03/2021-----13 de marzo de 2021**



¿Qué es la imagen personal?

Conjunto de creencias y asociaciones que perciben los distintos públicos con relación a hechos comunicativos directos o indirectos que se relacionan ya sea con una persona, producto, servicio, empresa o institución.

3 tipos de imágenes mentales:

- ✓ Memoria visual o fotográfica.
- ✓ Capacidad de imaginar
- ✓ Aquellas que una vez conformadas mediante el proceso físico-psicológico, pueden producir efectos en la conducta de los individuos.

Se deben considerar:

- ✓ Reglas para causar una buena impresión
- ✓ Colores según las estaciones
- ✓ Personalidad de éxito

El saludo

Junto con el contacto visual y la sonrisa, son nuestra mejor tarjeta de presentación. Conservar la mano limpia y libre de sudor, extender ampliamente la mano derecha con el pulgar hacia arriba y el resto de los dedos juntos, deslizar la mano dentro de la del otro hasta que se produzca el contacto completo, apretar firmemente, pero sin lastimar, sacudiendo la mano del otro no más de un par de veces.

Saludos a evitar:

Pescado muerto, de manera débil y aguada. Truenahuesos, que se puede traducir como un intento de intimidación. Princesa, ofreciendo solamente la punta de los dedos. Sándwich, tomar y sostener durante un tiempo con las dos manos la mano del otro. Bomba de agua, no suelta la mano del otro y la sacude varias veces.

Juntas informales: el proceso de interacción es transversal y la información fluye sin definir un centro de autoridad.

Juntas formales: el centro de autoridad define los puntos de la agenda y atribuye orden de participación.

Buena postura

Es cómo se mantiene o sostiene su cuerpo. La postura dinámica se refiere a cómo se sostiene al moverse. La postura estática se refiere a cómo se mantiene cuando no está en movimiento.

La clave para lograr una buena postura es la posición de la columna vertebral. La columna vertebral tiene tres curvas naturales: en el cuello, en la parte media y baja de la espalda; la postura correcta debería mantener estas curvas, pero no aumentarlas. Su cabeza debe mantenerse erguida sobre sus hombros y sus hombros deben alinearse con sus caderas.

Autoestima

Hablamos del amor que una persona tiene por sí misma o de la afirmación de ese ser humano falible, único, valiosísimo, que merece respeto y consideración por sí mismo, pero siempre reconociendo la existencia de los demás.

Existen 4 AES de la autoestima; Aprecio: Ser auténtico de uno mismo como ser humano. Aceptación: Ser tolerantes de nuestras limitaciones, debilidades, errores y fracasos. Afecto: La actitud positivamente amistosa, comprensiva y cariñosa hacia uno mismo. Atención: los cuidados detallados de las necesidades reales, tanto físicos como psíquicos, intelectuales y espirituales.

Dimensiones de la autoestima, dimensión física: sentirse atractivo físicamente. Dimensión afectiva: ser aceptado y querido por los demás. Dimensión social: sentirse capaz de enfrentar con éxito situaciones sociales y el sentimiento de pertenecer a un grupo. Dimensión académica: es la autopercepción de su capacidad, ser un profesional que conoce su campo de acción. Dimensión ética: sentirse una persona buena y confiable, segura de su integridad personal y capaz de cuestionar y cambiar críticamente sus ideas.

Unidad 2

Acciones Estratégicas para Establecer la Imagen Personal

La imagen física podemos verla como la percepción que se tiene de una persona por parte de sus grupos objetivos como consecuencia de su apariencia o de su lenguaje corporal.

La imagen física es vista como el código de comunicación no verbal incluyendo las prendas de vestir así también el peinado, el maquillaje y los accesorios.

La imagen física no es solamente asunto de la vestimenta, esta comprende también las formas y medidas de la cara y cuerpo, los colores, patrones y texturas utilizadas en las prendas de vestir; incluye la postura al pararse y sentarse y el modo de caminar, la sonrisa y otros gestos.

La Imagen Corporal
El lenguaje corporal humano se inicia con la formación del feto dentro del seno materno. Está estrechamente relacionado con los estilos institucionales y personales, con las reglas de demostración y con las emociones y las conductas.

Para definir el lenguaje corporal, tenemos que considerar los siguientes puntos:

- ✓ Condiciones anatómicas previas.
- ✓ Tipo caracterológico del individuo o emociones y conductas.
- ✓ Género: masculino o femenino.
- ✓ Entorno correspondiente.
- ✓ Estrés.
- ✓ Hábitos y dolencias corporales, psíquicas y mentales.
- ✓ Técnica.
- ✓ Área geográfica.

El lenguaje corporal está relacionado directamente con la tradición, la geografía, la cultura, la herencia de los pueblos, el género, particularidades de nacimiento, la evolución, la religión y las características anatómicas.

Competencias Personales
Estas competencias aportan éxito y un importante valor añadido a la organización, y las compañías lo saben.

Adaptabilidad: afronta los cambios.
Aprendizaje: nunca se sabe lo suficiente.
Colaboración: crea un espíritu de equipo.
Comunicación: construye relaciones eficaces y honestas.
Creatividad: abre la mente, imagina y sueña.
Gestión de la información: haz más con menos.
Inteligencia social: las emociones también cuentan.
Lealtad: el bien común es lo primero.
Motivación: cada día es un regalo.
Responsabilidad: tus éxitos y fracasos son tuyos.

Oralidad
Es una de las imágenes subordinadas a la imagen personal o institucional que más peso tienen en la conformación de la percepción debido a que los estímulos que la conforman son las palabras en su forma oral o escrita.

Requisitos que debe cumplir todo mensaje:
Sencillez: es necesario que adecuemos nuestro mensaje al lenguaje que nuestro público requiere.

Conocimiento: referirse a lo que saben, lo que sienten, lo que piensan o lo que ha vivido.
Brevedad: En comunicación lo menos es más.
Orden: es un requisito indispensable que se debe cumplir para facilitarle a la audiencia el seguimiento de nuestras ideas y se cumple si procuramos seguir un esquema de estructura similar al de una construcción.
Convicción: motivar la acción de una audiencia vendría a ser prácticamente imposible si careciéramos del convencimiento de lo que estamos diciendo.

Los códigos de **comunicación no verbal** que mandamos a través de nuestro cuerpo no sólo nos sirven para ganar seguridad en nosotros mismos, sino para decodificar los mensajes positivos y negativos que los demás no están enviando de manera inconsciente.

Ademanos: son la palabra en movimiento, la falta de ellos tiene como resultado la falta de ánimo. **Gestos:** nuestra cara, a través de los gestos puede decir sin hablar muchas cosas, la sonrisa es el principal código de comunicación no verbal para transmitir confianza y hacer sentir seguridad. **Contacto visual:** establecer un buen contacto visual con las personas que interactuamos equivale a tener un sólido puente de comunicación entre dos lugares distantes, significa vencer el miedo de conocer y dejar que nos conozcan. **Conducta táctil:** es la permisibilidad de tocar y ser tocado dentro de las reglas de etiqueta cultural propias.

La clave en la utilización de estos códigos estará en la naturalidad y soltura con la que nos desenvolvamos frente a los demás.

El discurso es el lugar donde se construye el hablante y se ejercita la lengua para significar el mapa enunciativo de las relaciones humanas.

Estructura del discurso:

- ✓ **Introducción:** representa la ventana del mensaje en la cual debe establecer una relación positiva con el público.
- ✓ **Desarrollo:** aquí se desarrollan las ideas planteadas en la introducción y generalmente se expone la dimensión racional del mensaje.
- ✓ **Clímax:** es la parte más intensa del mensaje y donde se apela a las emociones del público.
- ✓ **Conclusión:** es importante que la conclusión sea contundente, pues representa el último anclaje del mensaje.

Escribir un discurso requiere de una metodología, una estructura y el uso de recursos tácticos. Añada la brevedad, pues para hacer un discurso inmortal no necesita hacerlo eterno.

Competencias Profesionales

Son todas aquellas habilidades y aptitudes que tienen las personas que les permiten desarrollar un trabajo de forma exitosa.

Existen 3 tipos principales de competencias:

Las competencias de base son aquellas que permiten el acceso a una formación o a un trabajo, son los conocimientos básicos que permiten poder acceder a un trabajo.

Las competencias técnicas hacen referencia a las competencias adquiridas después de haber realizado una formación específica y son específicas de un puesto de trabajo en concreto.

Las competencias transversales son todas aquellas habilidades y aptitudes que hacen que un trabajador desarrolle de forma eficaz su trabajo.

Expresión Escrita

Lo que escribimos permanece y dice mucho de nosotros: si nos expresamos mal, si no ponemos intención en nuestras palabras, no sólo podemos dar lugar a malentendidos sino incluso ocasionar graves consecuencias para nuestras empresas y también para nuestra imagen personal y profesional.

Lo primero que deberías hacer, antes de escribir un documento o un correo electrónico o cualquier mensaje online u offline, es plantearte cuál es el objetivo del mismo.

Al redactar escribe correctamente, respetando las reglas básicas de gramática y ortografía; utiliza frases cortas siguiendo preferentemente la estructura: Sujeto – Verbo – Predicado; en lo posible, evita el uso de subordinadas; escribe párrafos cortos; cuando sea posible utiliza el indicativo; evita al máximo el uso del subjuntivo y el condicional; jerarquiza la información, o sea, pon orden y haz hincapié en lo más importante; utiliza un lenguaje positivo.

Bibliografía:

UDS (2021), Libro Proyección Profesional, San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, México, UDS.