



**ALUMNO: RONAL JOSMAR MARTINEZ SOLANO**

**MATERIA: TOMA DE DECISIONES.**

**LIC. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TAREA: RESUMEN**

**GRADO: 8VO CUATRIMESTRE.**

**VILLAHERMOSA TABASCO, ENERO 2021.**

## **Que es la personalidad:**

Es el conjunto de dinámicas psíquicas que son características de una misma persona, es decir, a su organización mental interior, que determina el modo en que dicha persona responderá ante una situación determinada, que son más o menos estables a lo largo de la vida de un individuo y que permiten cierto grado de predictibilidad respecto a su modo de ser. Hoy en día hay tantas definiciones de personalidad ya que el ser humano nunca termina de sorprendernos día a día. Entendemos que la personalidad es una serie de rasgos mentales que permiten distinguirlo de los demás, y que además son más o menos fieles a sí mismos a lo largo del tiempo. Sin embargo, la personalidad puede cambiar, modificarse paulatinamente a partir del tiempo y de las experiencias vividas.

### **1.2 Características de la personalidad**

El concepto de personalidad hace referencia a un conjunto de rasgos de personalidad y características de una persona que determinan su comportamiento y forma de actuar ante distintas situaciones y, además, le permite diferenciarse de las otras personas. La personalidad es un patrón funcional coherente consigo mismo (aunque no exento de contradicciones), generalmente consolidado y resistente al cambio. Sin embargo, es capaz de operar de forma diferente en situaciones distintas, dado que se trata de formas psíquicas interiorizadas, que no dependen tanto del afuera.

Por otro lado, los elementos de la personalidad tienen que ver no sólo a las respuestas ante estímulos y situaciones determinadas, sino también al estilo de vida, las creencias y motivaciones, e incluso las concepciones del mundo.

El modelo de personalidad en cinco factores engloba estas características extensas, cada una de las cuales engloba a características más específicas:

- Apertura a experiencias (aspectos que incluyen curiosidad intelectual e imaginación creativa)
- Escrupulosidad (organización, productividad, responsabilidad)
- Extroversión (sociabilidad, asertividad; opuesto a la introversión)
- Amabilidad (compasión, acatamiento, confianza en otros)
- Neuroticismo (tendencias hacia la ansiedad y depresión)

Estas características, con frecuencia son consideradas como "los cinco grandes". Se cree que los individuos presentan cada una de las cinco dimensiones de la personalidad hasta cierto punto, algunas personas califican más alto en algunas características que en otras.

### **2.1 Teorías de la personalidad**

Las teorías de la personalidad son un conjunto de constructos académicos planteados en la psicología para explicar las variaciones de comportamiento

entre unos individuos y otros. Hay demasiadas teorías y la siguiente es una de ellas.

La teoría de los cuatro humores

Hipócrates, en la antigüedad, postuló la teoría de que los cuatro elementos constitutivos de la personalidad tenían que ver con la predominancia de cuatro sustancias o humores, a su vez vinculados con cada uno de los cuatro elementos de la naturaleza y cada una de las cuatro estaciones.

Esta teoría estuvo en vigencia durante siglos, prácticamente hasta el nacimiento de la medicina moderna. De acuerdo a ella habría cuatro tipologías temperamentales:

Sanguíneo. Con predominancia de la sangre, vinculado con el aire y la primavera, se le suponía amoroso, valiente, optimista, apasionado.

Colérico. Con predominancia de la bilis amarilla, vinculado con el fuego y el verano, era de mal temperamento, fácilmente irritable.

Melancólico. Con predominancia de la bilis negra, vinculado con la tierra y el otoño, se le suponía somnoliento, abatido, depresivo y contemplativo.

## **2.2 Procesos de la comunicación en toma de decisiones**

El proceso de comunicación cuenta con seis etapas que todo mercadólogo debe practicar para obtener una comunicación efectiva:

1. Identificar la audiencia objetiva
2. 2. Determinar los objetivos de la comunicación.
3. 3. Diseñar el mensaje.
4. 4. Seleccionar los canales de comunicación.
5. 5. Seleccionar al emisor del mensaje.
6. 6. Medir los resultados del proceso de comunicación.

Formas típicas de comunicación que se emplean en las organizaciones.

Dentro de las organizaciones aparecen dos tipos de comunicación, la formal que es aquella que da la propia organización como tal y la informal que es un tipo de comunicación espontánea que se da cuando un trabajador necesita ponerse en contacto con otro, pero sí que exista un canal formal.