



**LICENCIATURA EN ADMINISTRACION
DE EMPRESAS**

**ASIGNATURA: PROYECCION
PROFECIONAL**

**TAREA: INVESTIGACION TIPO
ENSAYO**

**ALUMNO: RONAL JOSMAR MARTINEZ
SOLANO**

VILLAHERMOSA, TABASCO, ABRIL DEL 2021

INTRODUCCION

La imagen es uno de los factores de mayor peso de la actitud final hacia un producto y a veces, la imagen por si sola configura la actitud. En otros casos es un componente de la configuración de la actitud final. En algunos productos, donde las diferencias con sus competidores no son apreciables a simple vista por el consumidor, la imagen es casi el único factor que influye en la toma de una actitud. En el caso de empresas, la imagen desempeña un papel muy importante, ya que las mismas son juzgadas por la imagen, porque el contacto con ellas es solo a través de los productos. Algo similar ocurre con los personajes notorios que no se conocen personalmente. Todos tienen opiniones formadas sobre políticos, artistas, deportistas y cualquier otra persona que haya trascendido el ámbito cotidiano sin haber tratado jamás con ella. Sin embargo, se emiten juicios de valor sobre aspectos personales de ellos expresando solamente la imagen que tienen de los mismos.

DESARROLLO

Imagen Personal

La imagen personal: es nuestra carta de presentación. Refleja la manera en que queremos relacionarnos con el mundo y con los demás. Decimos más con el cuerpo que con las palabras y somos más sinceros. Es decir, es un estilo de vida, una forma de ser y actuar y cada persona tiene la suya. La Presencia Personal es el contacto interno que tienes en todo momento con tu Ser. Dependiendo qué tan bien te llevas contigo mismo, qué tanto afecto sientes por ti, cómo te hablas en lo interno, será el reflejo de tu Presencia Personal. El cuidado de tu imagen personal, una de las claves para el éxito.

Nuestra imagen personal es uno de los puntos más importantes a tener en cuenta al relacionarnos con los demás. Una imagen personal descuidada revela a una persona con poco aprecio por si mismo.

Es muy importante cuidar la imagen personal porque es lo primero que los demás ven y, aún sin pronunciar palabra, se transmite datos y se proyecta una personalidad a través de la imagen que ofrecemos al exterior. Esta comienza a formarse a partir de los aspectos físicos, se fortalece con todo aquello que se deja ver y se consolida con lo que se percibe e interpreta de cada una de las actuaciones de las personas. La imagen que a diario se construye, es un reflejo de cómo se perciben los demás y puede o no ajustarse a lo que realmente somos y a lo que hemos querido que los demás crean y piensen

Buena Imagen

Tener una buena imagen se vincula al objetivo que tú tengas. Es decir, hay que entender cuál es tu objetivo, qué quieres transmitir y qué es lo que ya transmites. A partir de estos puntos ya se puede empezar a construir una imagen.

El saludo

Sean físicas o verbales, las formas de saludar son una de las primeras muestras elementales de cortesía que ofrecemos cuando ingresamos a un lugar, cuando conocemos a alguien, o nos encontramos con un amigo. El saludo es un gesto de la vida cotidiana y profesional, una señal de respeto y consideración hacia los demás, y la oportunidad para agradar a nuestros clientes, colaboradores o compañeros.

Juntas de trabajo

Las reuniones de trabajo son una pieza clave del complicado engranaje de una empresa u organización. Así como un elemento esencial de la comunicación interna. Son, por tanto, la principal herramienta de las que disponemos para organizar.

Las reuniones de trabajo tienen múltiples finalidades como la elaboración de planes, el diseño de las estrategias empresariales, la evaluación de las acciones e incluso de la gestión de los recursos. Las reuniones de trabajo son una actividad necesaria que se desarrolla diariamente en el seno de una empresa. Conocer los tipos y las funcionalidades de las reuniones de trabajo nos ayudarán a mejorar.

Buena postura

Una buena postura es más que pararse derecho para verse mejor. Es una parte importante de su salud a largo plazo. El mantener su cuerpo en la posición correcta, ya sea que esté en movimiento o quieto, puede ayudarle a evitar dolores, lesiones y otros problemas de salud.

Culto al vestir

Culto fue creado para los hombres que se preocupan por el buen vestir. Hombres detallistas y que apuestan por lo diferente. Hombres que se atreven a romper estigmas, indiferentes frente al 'qué dirán'. Cuando haces algo que realmente te gusta, se nota y se refleja en cada uno de los resultados. Culto es fruto de eso mismo, de la pasión que nos mueve, que queremos proyectar, buscando hacer un cambio en nuestro país, con respecto al concepto de moda y sobre todo en los hombres. sin embargo, un elemento puramente funcional si no que desde el desarrollo de sociedades más complejas la misma se ha relacionado con la

necesidad de marcar diferencias, modas, tendencias, jerarquías, status o incluso simples gustos personales de cada individuo en el conjunto de la sociedad.

La Comunicación NO VERBAL

La comunicación no verbal es un proceso de comunicación mediante el cual se transmite un mensaje por medio de gestos, signos o indicios. es decir, sin palabras, al contrario que la comunicación verbal. Gestos, lenguaje corporal, postura, expresión facial, contacto visual.

La comunicación no verbal desarrolla varias funciones en el proceso de socialización:

- ✚ Define nuestra identidad.
- ✚ Demuestra el grado o la capacidad que tenemos de relacionarnos.
- ✚ Ayuda a acotar y a comprender los mensajes sin necesidad de utilizar el lenguaje.
- ✚ Transmite emociones y sentimientos.
- ✚ Influye en los demás y en nosotros mismos.

Canales que utiliza:

- ✚ Expresiones faciales: son el termómetro más claro que muestra qué tipo emociones sentimos y donde focalizamos nuestra atención al comunicarnos. El rostro es capaz de comunicar, sin palabras, alegría, sorpresa, tristeza, miedo, ira, asco y desprecio. En este estudio
- ✚ Gestos: son uno de los canales de comunicación no verbal con mayor componente cultural. Hay que saber diferenciar los gestos ilustradores, que son los que acompañan el discurso verbal, de los gestos emblemáticos, que tienen sentido por si solos, y los gestos reguladores o de afecto, que nos ayudan a dirigir la interacción o a transmitir sentimientos.
- ✚ Posturas: la exposición y la orientación de nuestro torso demuestran el grado de interés y de apertura hacia los demás. Además, las posturas indican el estado emocional y, al mismo tiempo, influyen en el estado de ánimo.
- ✚ Apariencia: nos informa de la edad, el sexo, el origen, la cultura, la condición socioeconómica, etc., de una persona. Es de los canales que más influyen en la comunicación no verbal.

La imagen corporal

Es la percepción, el conocimiento y el sentir de cada persona respecto a su propio cuerpo. La imagen corporal es la representación del cuerpo que cada persona construye en su mente y la vivencia que tiene del propio cuerpo.

La imagen corporal: Tipos cara

la cara es el espejo del alma, y sin duda es una de las partes más expresivas y comunicativas de nuestra anatomía.

Es una de las partes del cuerpo con la que nos sentimos más identificados, y una de las primeras que acude a nuestra mente cuando pensamos en otra persona. De hecho, es considerada tan importante que a lo largo de la historia se han desarrollado diferentes tipos de estudio que han pretendido (entre otros múltiples objetivos) buscar maneras de embellecerla con éxito para resultar más atractivos.

En este sentido a menudo recurrimos a diferentes técnicas con el fin de acentuar nuestros rasgos más atractivos y disimular lo que consideramos imperfecciones. El peinado, la barba, el maquillaje, pendientes/piercings.

Hay siete tipos de rostro, es posible encontrar distintas maneras de clasificar los tipos de rostro. Sin embargo, sin duda alguna la más habitual es la que utiliza la forma como criterio. George Westmore fue uno de los pioneros en realizar este tipo de clasificación, teniendo en cuenta las proporciones existentes entre anchura y altura de la cara tanto en general como en relación entre puntos clave como el mentón y la mandíbula, los pómulos y la frente.

- ✚ Rostro redondo
- ✚ Rostro ovalado
- ✚ Rostro cuadrado
- ✚ Rostro rectangular alargado
- ✚ Rostro hexagonal, diamante, rombo
- ✚ Rostro triangular
- ✚ Rostro triangulo invertido, corazón

Discurso

Es la acción que ejecuta una persona cuando habla ante un público y emite un mensaje previamente preparado. Este tipo de discurso busca orientar respecto a un tema y es desarrollado de manera tal que capte el interés del público.

En los actos políticos, económicos o académicos se suelen efectuar discursos y muchos se apoyan en recursos informáticos como presentaciones de diapositivas, vídeos o imágenes.

La palabra discurso también suele relacionarse con la palabra relato, en referencia al contenido cultural e ideológico que profesa una persona o grupo.

Competencias Personales

Cada vez más empresas demandan profesionales con una serie de competencias personales que puedan aplicar de forma transversal a su puesto de trabajo, las llamadas Soft Skills. Estas competencias aportan éxito y un importante valor añadido a la organización, y las compañías.

Competencias Profesionales

cada vez más empresas demandan profesionales con una serie de competencias personales que puedan aplicar de forma transversal a su puesto de trabajo, las llamadas Soft Skills. Estas competencias aportan éxito y un importante valor añadido a la organización, y las compañías.

Oralidad

La oralidad es el modo de comunicación verbal a través de sonidos producidos por la voz humana y percibidos por medio del oído. Es el primer modo de comunicación complejo utilizado en las sociedades humanas antes de la escritura, la cual no necesariamente nace en todas las culturas primitivas. La oralidad es una forma comunicativa que va desde el grito de un recién nacido hasta el diálogo generado entre amigos.

Existen dos clases de oralidad:

La primaria, que se refiere a las culturas que sólo la poseen a ella para comunicarse y que permite una activación de la memoria. Las culturas orales tienen un conjunto de conocimientos, hábitos, tradiciones, representaciones, simbolismos y significaciones que permiten descubrirlas.

La oralidad secundaria es la que manejan culturas avanzadas que poseen escritura. Ésta se ha convertido en soporte de la memoria.

En la oralidad, la relación emisor-texto-receptor es directa y están presentes estrategias de carácter suprasegmental. El texto oral se percibe a partir de sonidos que operan como instancias concretas de un sistema de unidades abstractas, los fonemas

Expresión Escrita

la expresión escrita en una segunda lengua tiene como principal objetivo el entrenamiento del alumno en las destrezas necesarias para que sea capaz de producir distintos tipos de textos escritos comparables a los propios de una persona culta que escribe en su lengua materna.

El desarrollo de una buena expresión escrita requiere habilidades distintas de las necesarias para la expresión oral. El lenguaje utilizado en la expresión escrita es normalmente más formal y apenas se utilizan las frases cortas e incompletas tan frecuentes en la producción oral. En el medio escrito, el escritor tiene más tiempo para pensar lo que va a escribir y puede hacer varios borradores antes de llegar a su versión final si así lo desea. El discurso oral tiene un destinatario inmediato que suele estar presente; con la expresión escrita el escritor suele tener su destinatario en mente.

CONCLUSION

La Imagen es el conjunto de creencias y asociaciones que poseen los públicos que reciben comunicaciones directas o indirectas de personas, productos servicios, marcas, empresas o instituciones. La imagen es una representación mental y virtual. Es una toma de posición emotiva. Puede haber casos en que una razón lógica y material haya articulado una imagen positiva o negativa, pero esta razón se transforma en todos los casos en creencias y asociaciones; y la imagen configurada es siempre un hecho emocional.