



Nombre del alumno: Liliana López López.

Nombre del profesor: Javier Iván Godínez Hernández.

Nombre del trabajo: Cuadro sinoptico.

Materia: Proyección profesional

Grado: 8vo cuatrimestre

Grupo: "A"

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a 12 de marzo de 2021.

Asertividad

Asertividad { Una forma para interactuar efectivamente en cualquier situación que permite a la persona ser directa, honesta y expresiva.

- Roca (2003) consecuencias** {
- ❖ 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.
 - ❖ Favorece las emociones positivas en uno mismo y los demás.
 - ❖ Quienes se relacionan con una persona asertiva obtienen una comunicación clara y no manipuladora, se sienten respetados y perciben que el otro se siente bien con ellos.

- Características** {
- ✓ Define sus propios intereses atendiendo a los intereses del otro.
 - ✓ Expresa sus opiniones libremente.
 - ✓ Sabe manejar situaciones difíciles
 - ✓ No permite que los demás se aprovechen.
 - ✓ Es capaz de decir lo que quiere, desea y opina.
 - ✓ Está satisfecho con los resultados.
 - ✓ No generaliza.
 - ✓ Gane o pierda conserva su propio respeto.

- Persona asertiva sabe** {
- Expresar desagrado.
 - Hacer y recibir cumplidos.
 - Rechazar peticiones.
 - Realizar peticiones.
 - Afrontar críticas.

Datos {

La asertividad es una habilidad social

Con actitud agradable, sea cual sea la opinión del tema a tratar, comunicando de manera definida y segura.

{ Sirve para comunicar -transferir un mensaje-, de manera clara, precisa y directa , sin herir los sentimientos de los demás.

Concisión

Concisión

Del latín concīsus, es algo que tiene concisión. Este término (concisión), por su parte, está vinculado a la economía de medios y a la brevedad para expresar un concepto con precisión y exactitud

Ejemplo

“El juez le pidió al acusado que fuera conciso y que se limitase a responder aquello que se le estaba preguntando”, “el escritor fue aplaudido tras un discurso conciso en el que no dejó ningún cabo suelto”, “gómez, sea más conciso con sus respuestas, por favor”.

Concepto

Se conoce como economía lingüística, aunque algunos literatos prefieren el de ahorro lingüístico. Esta noción se utiliza para referirse a aquellos textos de carácter conciso, donde se dice mucho con pocas palabras.

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

“Decálogo del buen cuentista”

Creado por horacio quiroga se encuentran expresadas las máximas de la economía lingüística. Quiroga, uno de los más grandes cuentistas de la historia, expresó que el autor no debe abusar del lector

Coherencia (esencia personal)

Concepto

Relación lógica entre dos cosas o entre las partes o elementos de algo de modo que no se produce contradicción ni oposición entre ellas.

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.
- ✓ Transmite sinceridad
- ✓ Ayuda a establecer relaciones personales sólidas porque la amistad verdadera requiere de un compromiso y de una seriedad

Persona incoherente

Lo que ocurre cuando una persona tiene poca coherencia entre hechos y palabras es que decepciona al otro porque le ha generado unas falsas expectativas.

Existen actitudes que muestran que una persona puede ser poco coherente, por ejemplo, prometer una cosa y no cumplirla.

También, decir algo que no se siente en realidad por el simple hecho de quedar bien frente al interlocutor

Imagen personal.

“Cuando uno lleva un estilo de vida,coherente con lo que piensa, dice y hace. Vives y te conduces de forma tal, que si alguien habla mal de ti, nadie le creerá y saldrán en defensa tuya. Que sean tus pensamientos, palabras y acciones las que hagan la diferencia; basado en ello, siéntete tranquilo porque tu conciencia así lo está”.

Imagen ideal vs. Imagen proyectada

Concepto

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.

Cambio de imagen

Inicia de dos partes que se consideran fundamentales
Tenemos en un primer momento la imagen interna
A su vez se subdivide en imagen espiritual e imagen intelectual.

Imagen espiritual

Todo aquel sistema de creencias, valores, principios.

Imagen intelectual

Conocimientos empíricos, académicos, políticos, sociales y culturales

La imagen idea

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”.

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”.

Lo que eres, tal y como eres tiene la capacidad de acción, cambio personal y movilización de recursos para alcanzar tus sueños.

Campo profesional e imagen

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

Definir

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

Factores para entender el plano 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.

Mapa de la percepción

Importante considerar el plano de posicionamiento personal, Al hacer referencia a un objetivo de posicionamiento, hablamos de una situación específica a futuro,