

Nombre del alumno: **Diego Quiñones García**

Nombre del profesor: **Lae. Víctor Antonio Gonzales Salas**

Nombre del trabajo: **Asertividad, concisión y coherencia entre imagen personal y profesional /
Cuadro sinóptico**

Materia: **Proyección profesional**

Cuatrimestre: **8°**



ASERTIVIDAD, CONCISIÓN Y COHERENCIA ENTRE IMAGEN PERSONAL Y PROFESIONAL

ASERTIVIDAD

Es 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

Una persona asertiva

- Define sus propios intereses atendiendo a los intereses del otro.
- Expresa sus opiniones libremente.
- Sabe manejar situaciones difíciles diciendo la palabra oportuna, de manera oportuna y en el momento oportuno.
- 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

Beneficios de ser asertivo

- 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.

CONCISIÓN

Conciso, del latín concĭsus, 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 se suele asociarse al lenguaje y a la expresión

Ejemplo de algo conciso

Si una persona le pregunta a otra qué hora es, una respuesta concisa sería: "Son las cinco y media". En cambio, si el sujeto responde: "Cuando usted comenzó con su pregunta eran las 17 horas, 31 minutos y 4 segundos, pero en este momento ya son las 17 horas, 31 minutos y 15 segundos", estaremos ante una respuesta poco concisa.

Lo conciso en las letras

Existe un concepto que 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

COHERENCIA

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. 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.

Una persona coherente

- 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.
- Transmiten 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
- Tienen tranquilidad interior porque son honestas consigo mismas, es decir, son fieles a su pensamiento. Las personas coherentes tienen que hacer frente a contradicciones internas, ideas irracionales y pereza en su día a día, es decir, son tan humanas como el común de los mortales.

Punto clave

Ser coherente es un gran trabajo, porque implica un autoconocimiento de uno mismo y esto es algo que realizamos constantemente. Autoanalizarnos, realizar un FODA personal y atrevernos a identificar nuestras debilidades y trabajar en ellas, pero aún más difícil es saber cuáles son nuestras fortalezas y poder replicarlas en todos los ámbitos de nuestras vidas (la profesional, social y personal)

IMAGEN IDEAL VS IMAGEN PROYECTADA

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, misma que nos ayudará a generar opiniones favorables cada día más exigente era de la globalización.

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, puesto que en muchas de las ocasiones no logramos alcanzar las metas personales que tenemos planeadas desde hace mucho tiempo, todo por caer en el pecado de no ponernos a desarrollar en nosotros las habilidades de comunicación que todo individuo debe poseer

Características

Todos los seres humanos tenemos una personalidad y una identidad de acuerdo a esa identidad, la imagen personal es el reflejo de la personalidad y de las cualidades adquiridas por cada uno de nosotros, entender que el Estilo tiene más que ver en como modulas al hablar, como te presentas en una conferencia, el ser educado, premisas para este primer encuentro

Formas de identificar la identidad

Mediante diversos elementos y actitudes como; **el peinado, la vestimenta, los accesorios, la postura, los modos, etc.**

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".

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"

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

Imagen pública

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 indispensable 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

Formas de trabajar el mapa de la percepción

1. **¿Cómo necesito/quiero que me perciban los demás?** Aquí, es importante identificar los diferentes públicos con los cuales interactuamos, es decir, saber cómo son, qué relación tenemos con ellos, y sobre todo, qué relación nos interesa tener con ellos.
2. **¿Cómo me perciben actualmente?** Aquí obtendremos información muy valiosa
3. **¿Qué acciones debemos realizar para lograr nuestro objetivo?** Si ya sabemos qué queremos o necesitamos y también conocemos la opinión actual, hace falta definir las acciones requeridas para alcanzar la meta deseada.

