



**Nombre del alumno: Merari Alejandra
García Ruiz**

**Nombre del profesor: JAVIER IVAN
GODINES HERNANDEZ**

**Nombre del trabajo: cuadro sinóptico-
unidad 3**

Materia: PROYECCIÓN PROFESIONAL

Grado: 8° cuatrimestre

Grupo: "B"

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a marzo de 2021

Unidad III Asertividad, concisión, y coherencia entre imagen personal y profesional

3.1. Asertividad

¿Qué es?

Habilidad personal que nos permite expresar sentimientos, opiniones y pensamientos, en el momento oportuno, de forma adecuada y sin negar ni desconsiderar los derechos de los demás

Forma para interactuar efectivamente en cualquier situación que permite a la persona ser directa, honesta y expresiva

Roca (2003)

Consecuencias de adoptar una conducta asertiva

- Facilita la comunicación y minimiza posibilidad de que los demás malinterpreten nuestros mensajes
- Ayuda a mantener relaciones interpersonales satisfactorias • Aumenta posibilidades de conseguir lo que deseamos
- Incrementa las satisfacciones y reduce molestias y conflictos producidos por la convivencia
- Mejora la autoestima • Favorece emociones positivas en uno mismo y los demás • Comunicación clara y no manipuladora, se sienten respetados y perciben que el otro se siente bien con ellos

Características de la persona asertiva

- Define sus intereses propios atendiendo los intereses del otro
- Expresa 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.

La persona asertiva sabe

- Hacer y recibir cumplidos
- Rechazar peticiones
- Realizar peticiones
- Expresar desagrado
- Afrontar críticas

Para ser asertivo

Es esencial conocer el propio estilo de comunicación y ser consciente de los propios estados emocionales internos, recursos e intuiciones. Imprescindible autocontrol, confianza, integridad y adaptabilidad

Imagen personal y comunicación

La comunicación de la imagen es la herramienta a dominar para reflejar una actitud asertiva

3.2. Concisión

Está vinculado a:

La economía de medios y a la brevedad para expresar un concepto con precisión y exactitud

Se asocia al lenguaje y a la expresión

Es posible asociar lo conciso a lo imprescindible para generar sentido

Economía lingüística o ahorro lingüístico

Se usa para referirse a los textos de carácter conciso, donde se dice mucho con pocas palabras

De acuerdo a la teoría del ahorro lingüístico- todo enunciado debe intentar ofrecer la mayor cantidad de información utilizando la menor cantidad de palabras posible

3.3. Coherencia (esencia personal)

Una persona es coherente cuando actúa de acuerdo a sus principios y a sus valores

Una persona coherente transmite sinceridad

Esto ayuda a establecer relaciones personales sólidas

Nadie puede transmitir coherencia ante el otro si no tiene coherencia ante sí mismo

En la medida en que no conocemos, sabemos quiénes somos y que es lo que queremos y transmitimos mayor autenticidad ante los demás

La coherencia entre pensamiento, sentimiento y acción muestra un grado de madurez profundo en una persona

La coherencia también es necesaria en un discurso o en una explicación de forma que exista una lógica en el discurso que debe estar bien razonado y elaborado

En todos los ámbitos, ya sea social, privado o profesional, es importante la coherencia pues somos la misma persona que se desenvuelve

Se trata que nuestro discurso, lo que hacemos y lo que sentimos/pensamos vayan en armonía, más allá de si es correcto o no, porque incluso podríamos estar equivocados, pero defendiendo con el corazón y de manera consecuente y coherente nuestros ideales.

Es el ruido y mensajes distorsionados lo que debemos evitar porque dañan nuestra marca personal

3.4. Imagen ideal vs. Imagen proyectada

Imagen personal y profesional

La podemos definir 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

Lo que nos ayuda a:

Generar opiniones favorables cada día más exigente era de la globalización

Imagen personal

Cobra especial importancia al momento de establecer contacto con las personas que rodean nuestro entorno, ya que son ellos los que contribuyen a generar una auto percepción favorable o desfavorable respecto a lo que somos

Cambio de imagen

Imagen interna

Imagen espiritual

Todo aquel sistema de creencias, valores, principios, creencias, y todo lo que se lleva a cabo en busca de la verdad de las cosas, etc

imagen intelectual

Son todos aquellos conocimientos empíricos, académicos, políticos, sociales y culturales; en fin, el gran cúmulo de conocimientos que hemos adquirido en el transcurso de nuestra vida diaria los cuales nos permite desenvolvernos con mayor seguridad en nuestro quehacer cotidiano

Cuatro preguntas que resultan fundamentales
: ¿Qué cambio quiero realizar?, ¿para qué?, ¿con qué objetivo? y ¿con qué efectos?

La imagen personal es la guía que nos conducirá a lo que denominamos imagen profesional

Cobra mayor importancia, el buen manejo de la comunicación

La imagen personal es el reflejo de la personalidad y de las cualidades adquiridas por cada uno de nosotros

Para potenciar la imagen personal se debe mantener coherencia entre los cuatro canales de información que se utilizan al transmitir cualquier mensaje:

Apariencia exterior, la indumentaria, los gestos y la voz, el tono y su modulación

Una persona que cuida su imagen se siente más segura y confiada en lo que ofrece y transmitiendo una fuerza

La imagen ideal: Es una proyección de lo que se quiere ser y todavía no se ha alcanzado

La imagen proyectada: Representa lo que somos hoy con nuestras imperfecciones y virtudes Esta vinculada al presente, al aquí y al ahora y es la fuente como su propio nombre lo dice para "hacernos realidad"

3.5. Campo profesional e imagen

Imagen publica

Imagen profesional

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

Permite evaluar la calidad simbólica de los vínculos que establece la persona con los públicos internos, externos o comerciales.

Factores que permiten entender de mejor manera el plano profesional de la imagen pública

- Percepción
- Grupos objetivo diferentes y específicos
- Diferentes situaciones y contextos según grupos objetivo

En un contexto profesional

Objetivo personal se enmarca en un ambiente laboral

La convivencia nos exige un comportamiento que promueva la cordialidad y las buenas relaciones para vivir en armonía con quienes nos rodean

Este comportamiento se integra por conceptos como:

Interacción, manejo del espacio y distancia con otros, concepción del tiempo, el papel que desempeñamos y nuestro lugar en las estructuras sociales y organizacionales, el manejo y control en situaciones y contextos específicos, asó como nuestro desempeño ante el escrutinio de los medios y la opinión pública en general.

Percepción

Es importante considerar el plano de posicionamiento personal

Hablamos de una situación específica a futuro

- ¿Cómo necesito/quiero que me perciban los demás? • ¿Cómo me perciben actualmente? • ¿Qué acciones debemos realizar para lograr nuestro objetivo?

La calidad de las percepciones personales es central para calificar la eficiencia de las relaciones personales

Las organizaciones que aprenden a comunicarse aprenden a ser competitivas.

En este plano, la imagen profesional constituye: el pensamiento estratégico que contribuye a generar ambientes de eficiencia y seguridad en el mapa de comportamiento y significación con los distintos público

Bibliografía

(s.f.). Plataforma educativa UDS. Recuperado el 04 de marzo de 2021, de Plataforma educativa UDS:
<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LEN/1438b2d2c5afebbf116ecb1c79f02062-LC-LEN805.pdf>