



**Nombre del alumno: Fabiola
Verenice Gómez Alvarez**

Nombre del profesor: Iván Godínez

**Nombre del trabajo: cuadro
sinóptico**

Materia: Proyección profesional

Grado: 8°

Grupo: "B"

Se define asertividad como 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

Es decir, nos referimos a una forma para interactuar efectivamente en cualquier situación que permite a la persona ser directa, honesta y expresiva

Consecuencias de adoptar una conducta asertiva son

- Facilita la comunicación y minimiza que los demás malinterprete los mensajes
- Ayuda a mantener relaciones interpersonales más satisfactorias
- Aumenta las posibilidades de conseguir lo deseado
- Incrementa las satisfacciones y reduce las molestias y conflictos que se producen al convivir
- 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

Características de la 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.

La persona asertiva sabe

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

Asertividad

Asertividad

Asertividad

Habilidad social, y sirve para comunicar - transferir un mensaje-, de manera clara, precisa y directa, sin herir los sentimientos de los demás

Mejora las relaciones humanas con una actitud agradable, sea cual sea la opinión del tema a tratar, comunicando de manera definida y segura

Clave para poder mantener una conversación coherente y resolutive a distintos niveles: presentaciones, negociaciones, meetings, etc

En un mundo laboral cambiante y comunicación directa, ser asertivo/a se ha convertido en una necesidad para la mayoría de profesionales

Para ser asertivo/a

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

Ser asertivo/a es una de las cualidades más importantes de saber transmitir personal y profesionalmente en los distintos ambientes profesionales

Imagen personal & Comunicación

Con frecuencia observa la dificultad de adaptar un mensaje según el público objetivo, muchas de las comunicaciones diarias por parte de muchos profesionales, son transmitidas con pasividad o agresividad. Reflejando una imagen dura, insegura, incoherente, distante o fría

La comunicación de la imagen, es la herramienta a dominar para reflejar una actitud asertiva, a través de las cualidades oportunas según el objetivo

Concisión

Conciso

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

Suele asociarse al lenguaje y a la expresión

No existe una cantidad determinada de palabras pronunciadas para hacer referencia a la concisión, ya que ciertas explicaciones requieren de un mayor desarrollo

Ejemplo

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

Letras

En el ámbito de 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

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

Todo cuento debe ser el producto de un trabajo detallado, y debe, por tanto, ser una novela depurada de ripios

Ejemplo

De ahorro lingüístico, y que figura en el libro Guinness de los récords, es una palabra de origen yagán: «mamihlapinatapai»

Coherencia

Persona

- Pueden mostrar que son coherentes en sus actitudes o, todo lo contrario
- 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

Poca coherencia

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

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, 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
- 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

Coherencia

Entre pensamiento, sentimiento y acción muestra un grado de madurez profundo en una persona

Una madurez que es fruto del autoconocimiento, del valor de la experiencia y del crecimiento interior que surge de los años

Comunicación

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

Imagen ideal vs. Imagen proyectada

Imagen personal y profesional

Se define 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

Cambio de imagen

Inicia de dos partes que se consideran fundamentales, y en este sentido, tenemos en un primer momento la imagen interna; que a su vez se subdivide en imagen espiritual e imagen intelectual

- Imagen espiritual es fundamentalmente, todo aquel sistema de creencias, valores, principios, creencias, y todo lo que se lleva a cabo en busca de la verdad de las cosas
- Son todos aquellos conocimientos empíricos, académicos, políticos, sociales y culturales

Imagen

Debe existir coherencia, pues de no ser así, se corre el riesgo de parecer actor de pacotilla, lo que nos llevaría de manera inmediata a perder toda credibilidad al momento de enviar cualquier mensaje

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

Todos los seres humanos tenemos una personalidad y una identidad de acuerdo a esa identidad

Es el reflejo de la personalidad y de las cualidades adquiridas por cada uno de nosotros

Es más fácil cambiar lo que te pones que el modo de pensar, tu juicio de valores probablemente era muy distintos a los que ahora tenéis, sin embargo, uno debe saber que un determinado modo de pensar puede proyectar una imagen más positiva de sí misma, y eso modifica la actitud

Imagen ideal vs. Imagen proyectada

Imagen personal

Debe mantener una coherencia entre los cuatro canales de información que se utilizan al transmitir cualquier mensaje

Cuatro instrumentos que deben apoyarse entre sí: su apariencia exterior, la indumentaria, los gestos y la voz, el tono y su modulación

La 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”

Tendencia a proyectarla en la apariencia, vestuario y en los demás. Se manifiesta en actitudes, vestimenta, modales, comunicación que, en el fondo, no alcanzan su objetivo de satisfacción personal

Tiene origen en tu pasado, en la educación que has recibido, las expectativas de ti mismo sin cumplir, bien tuyas o de otras personas importantes para ti

Es como si se hubiera registrado en un diario todo aquello que “deberías ser”; comenzó escribiendo tu familia y luego tú

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”

Si a tu Imagen proyectada le habla tu guía interno, todo lo que venga por delante será más fácil, entusiasmante y posible

Si le habla el crítico, tenderás a tapparla y se hará más pequeña y poco valorada

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

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

Imagen pública

Al presentar la definición del concepto, nos conviene reconocer la existencia de diferentes factores que permiten entender de mejor manera el plano profesional de la imagen pública

- Percepción
- Grupos objetivo diferentes específicos
- Diferentes situaciones, contextos según grupos objetivos

Es importante considerar el plano de posicionamiento personal, pues incide en la significación de las relaciones profesionales que se establecen con los distintos públicos

Al hacer referencia a un objetivo de posicionamiento, hablamos de una situación específica a futuro, que se puede trabajar

Mapa de la percepción

Se trabaja de esta manera:

➤ ¿Cómo necesito/quiero que me perciban los demás?

Aquí, es importante identificar los diferentes públicos con los cuales interactuamos

➤ ¿Cómo me perciben actualmente?

Aquí obtendremos información muy valiosa. Hacer una auditoría de imagen es de gran importancia, pues nos permite conocer a detalle la opinión que los demás tienen de nosotros

➤ ¿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 requerida para alcanzar la meta deseada

Bibliografía

UDS Antología proyección profesional . (s.f.). Obtenido de

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/6dcee7f366ab8e4b787ee725f2668ba9.pdf>