



Nombre de la alumna:

Eligia Mabel Maldonado Domínguez

Nombre del profesor:

Javier Iván Godínez

Materia:

Proyección profesional

Nombre del trabajo:

Súper Nota

Grado y Grupo:

8tavo cuatrimestre "C"

PASIÓN POR EDUCAR

ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA ESTABLECER LA IMAGEN PERSONAL

2.1.- INTRODUCCIÓN

Imagen física

“Como te ven te tratan”, “La primera impresión es la que cuenta”.



Podemos definir la imagen física como la percepción que se tiene de una persona por parte de sus grupos objetivo como consecuencia de su apariencia o de su lenguaje corporal.

la imagen física ha resistido todos los embates y manipulaciones que diferentes corrientes han emprendido en contra o a favor de ella.

La imagen física como código de comunicación no verbal incluyendo solamente las prendas de vestir sino también el peinado, el maquillaje y los accesorios.



Desde que el hombre hizo su aparición sobre la faz de la tierra ha existido en él la preocupación por la forma como se mostrará ante los ojos de los demás.



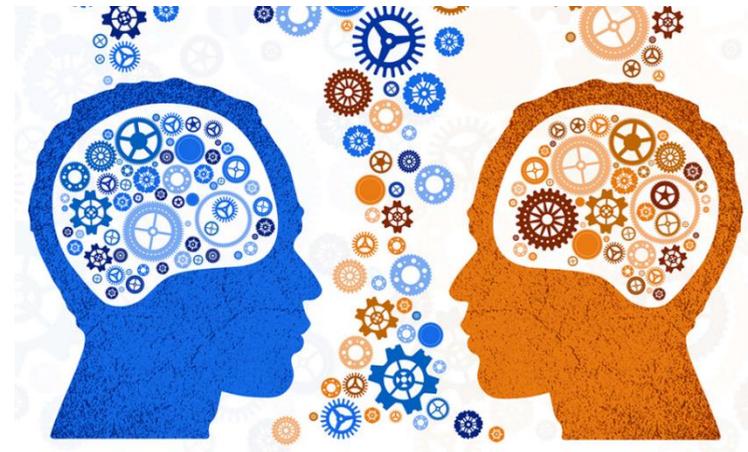
Llevando el concepto más lejos aún, la imagen física no es solamente asunto de la indumentaria, comprende también las formas y medidas de la cara y cuerpo, los colores, patrones y texturas utilizadas en las prendas de vestir.



incluye la postura al pararse y sentarse y el modo de caminar, la sonrisa y otros gestos, los ademanes, el contacto visual y la conducta táctil, aspectos que deberán estudiarse y saberse manejar correctamente para poder ser poseedores de una buena imagen personal.

2.2.- LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

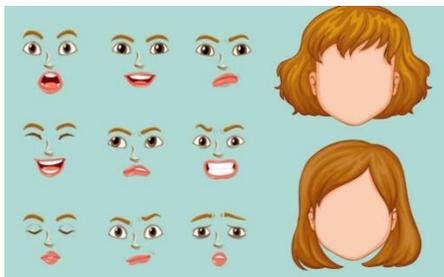
Aprender los códigos de comunicación no verbal que mandamos a través de nuestro cuerpo no sólo nos sirve para ganar seguridad en nosotros mismos, sino para decodificar los mensajes positivos y negativos que los demás no están enviando.



Ademanes; Los ademanes son la palabra en movimiento. Si en una presentación pública éstos faltan, el resultado será la falta de ánimo, y si sobran, entonces eso detonará falta de control sobre sí mismo.



Gestos; Nuestra cara, como ninguna otra parte de nuestro cuerpo, puede controlar, complementar o sustituir las palabras. Yendo todavía más lejos, puede llegar a contradecir lo que con palabras estamos diciendo.



Contacto visual; Establecer un buen contacto visual con las personas que interactuamos equivale a tener un sólido puente de comunicación entre dos lugares distantes.

Conducta táctil; Es el uso del tacto como medio de comunicación. Es la permisibilidad de tocar y ser tocado dentro de las reglas de etiqueta cultural propias.

2.3.-LA IMAGEN CORPORAL



El lenguaje corporal humano se inicia con la formación del feto dentro del seno materno. Ya en la infancia, antes de hablar, los niños desarrollan un lenguaje corporal.

El lenguaje corporal también está estrechamente relacionado con los estilos institucionales y personales, con las reglas de demostración y con las emociones y las conductas.

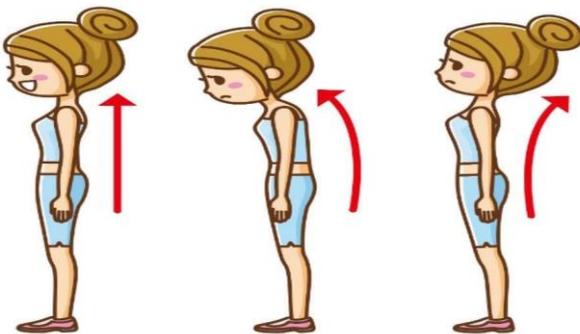
Puntos del lenguaje corporal

- Condiciones anatómicas previas.
- Tipo caracterológico del individuo o emociones y conductas.
- Género: masculino o femenino.
- Entorno correspondiente
- Estrés
- Hábitos y dolencias corporales, psíquicas y mentales, que pueden ser hereditarios o adquiridos luego del nacimiento.
- Técnica.
- Área geográfica.



Contacto visual;

- Apariencia externa y física, ademanes, gestos, mímica.
- Temperamento, ritmo de movimiento de avance, capacidad de reacción.
- Manifestaciones emocionales.
- Utilización del espacio.



Postura o cinestesia;

Las posturas corporales emiten señales claras y señales dobles. Podemos decodificar las señales claras en la medida que conozcamos mejor al emisor.

2.4.- DISCURSO

El discurso es el lugar donde se construye el hablante y se ejercita la lengua para significar el mapa enunciativo de las relaciones humanas.



Como escribir un discurso;

- El discurso en su estructura presenta tres áreas constitutivas que definen su totalidad como mensaje.
- Introducción
- Desarrollo
- Clímax
- Conclusión



Orden y distribución de la información;

En la construcción del mensaje, una vez que consideramos cada uno de las fases que estructuran el discurso, es necesario considerar la dimensión lógica que establece el orden y distribución de la información.



Recursos tácticos del discurso;

- Saludo
- Registro temático
- Registro circunstancial
- Registro de audiencia
- Registro anecdótico
- Registro textual
- Registro estadístico
- Registro especializado
- Registro metafórico
- Registro comparativo
- Registro de casos
- Registro audaz
- Registro semántico
- Registro humorístico
- Registro interrogativo
- Registro histórico

2.5.- COMPETENCIAS PERSONALES

El sector laboral está dominado en la actualidad por la tecnología y las relaciones virtuales.



Adaptabilidad; Afronta los cambios. Las empresas valoran cada vez más la flexibilidad de sus empleados a la hora de hacer frente a cambios o imprevistos

Aprendizaje; Nunca se sabe lo suficiente. La voluntad de aprendizaje continuo es una competencia muy valorada por las organizaciones.

Colaboración; Crea un espíritu de equipo. Aunque seas muy bueno en lo tuyo, has de ser capaz de trabajar en equipo.

Comunicación; Construye relaciones eficaces y honestas. Una persona competente en materia de comunicación es capaz de transmitir información de forma fluida, clara y veraz.



Creatividad; Abre la mente, imagina y sueña. • Gestión de la información Haz más con menos. La sociedad actual está sobrecargada de datos, información y conocimiento.

Lealtad; El bien común es lo primero. Las empresas buscan empleados comprometidos y leales con la cultura y con los objetivos de la organización.



Inteligencia social ; Las emociones también cuentan. La inteligencia social o emocional muestra la capacidad de conectar con los demás.

Motivación; Cada día es un regalo. La motivación es la capacidad de sentirse estimulado por una actividad tanto para iniciarla como para proseguir con ella hasta su total ejecución.



Responsabilidad; Tus éxitos y fracasos son tuyos. La responsabilidad es la capacidad para asumir el control de tus actividades y supervisar un proyecto de principio a fin, gestionando cada parte del proceso.

2.6.- COMPETENCIAS PROFESIONALES

Las competencias profesionales, son todas aquellas habilidades y aptitudes que tienen las personas que les permiten desarrollar un trabajo de forma exitosa.



Tipos de competencias;

- Competencias de base.
- Competencias técnicas.
- Competencias transversales
- Las competencias de base son aquellas que permiten el acceso a una formación o a un trabajo, son los conocimientos básicos que permiten poder acceder a un trabajo.

Las competencias técnicas hacen referencia a las competencias adquiridas después de haber realizado una formación específica y son específicas de un puesto de trabajo en concreto.



Capacidad de resolución de problemas: disposición y habilidad para enfrentarse y dar respuesta a una situación determinada mediante la organización y/o aplicación de una estrategia o secuencia operativa.

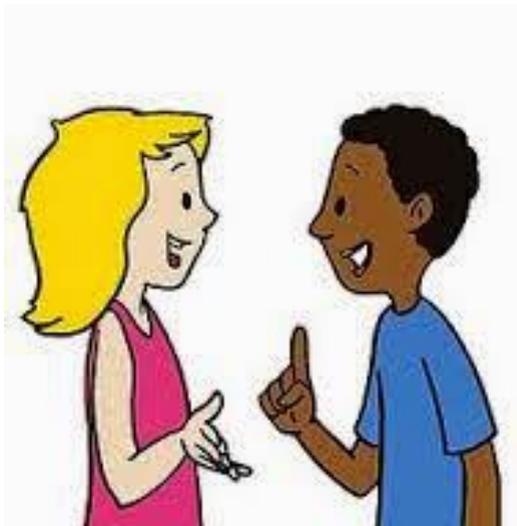
Capacidad de organización del trabajo: disposición y habilidad para crear las condiciones adecuadas de utilización de los recursos humanos o materiales existentes para desarrollar las tareas con el máximo de eficacia y eficiencia.



Responsabilidad en el trabajo: disposición para implicarse en el trabajo, considerándola la expresión de la competencia profesional y personal y cuidando de que el funcionamiento de los recursos humanos y materiales sea el adecuado.

2.7.- ORALIDAD

La oralidad o imagen verbal es una de las imágenes subordinadas a la imagen personal o institucional que más peso tienen en la conformación de la percepción debido a que los estímulos que la conforman son las palabras en su forma oral o escrita.



El manejo de la ansiedad

Para poder manejar las sensaciones desagradables de la ansiedad, tal vez les sea útil saber que corresponden a un proceso físico - químico natural del que es prácticamente imposible escapar.

Conocimiento

La clave maestra para que casi siempre puedan hablar acerca de algo es sólo referirse a lo que saben, lo que sienten, lo que piensan o lo que han vivido.



Sencillez

Para lograr la sencillez es necesario que adecuemos nuestro mensaje al lenguaje que nuestro público requiere.



Orden; El orden es un requisito indispensable que se debe cumplir para facilitarle a la audiencia el seguimiento de nuestras ideas y se cumple si procuramos seguir un esquema de estructura similar al de una construcción.

Convicción

Motivar la acción de una audiencia vendría a ser prácticamente imposible si careciéramos del convencimiento de lo que estamos diciendo.

Brevedad; Cuando estamos frente a un expositor que habla de manera precisa y no toma más del tiempo necesario para darnos a conocer su mensaje, siempre pensaremos que es mejor que el que se tomó el doble de tiempo.

Referencias

UDS. (2021). Antología de Proyección Profesional.