



Nombre de alumno: Marli Paola Vázquez López

Nombre del profesor: Javier Iván Godínes

Nombre del trabajo; súper nota

Materia; proyección profesional

Grado; 8

Grupo; C

ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA ESTABLECER LA IMAGEN PERSONAL; 2.1 INTRODUCCION

	<ul style="list-style-type: none"> • Imagen física; 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. • “Como te ven te tratan”, “La primera impresión es la que cuenta”. 	<ul style="list-style-type: none"> • la imagen física ha resistido todos los embates y manipulaciones que diferentes corrientes han emprendido en contra o a favor de ella. • El resultado final es que ha soportado todas las argumentaciones posibles y quedado establecida como uno de los pilares más importantes.
	<ul style="list-style-type: none"> • 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. • Sin importar eras de tiempo, cualquier ser humano ha sido capaz de entender muchas cosas acerca de los demás con sólo ver cómo se presentan frente a él. 	<ul style="list-style-type: none"> • La imagen física como código de comunicación no verbal incluyendo solamente las prendas de vestir sino también el peinado, el maquillaje y los accesorios.
	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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.

- **Ademanos;** 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.
- los ademanes deben corresponder a la magnitud y acción de la palabra oral de manera natural, administrados con la justa medida.



- **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.
- La sonrisa espontánea y natural que gana adeptos. La sonrisa limpia y transparente que inspira confianza.

- **Contacto visual;** Establecer un buen contacto visual con las personas que interactuamos equivale a tener un sólido puente de comunicación entre dos lugares distantes.
- No hacerlo produce una sensación de desconfianza, inseguridad, disgusto por el otro y hasta falsedad.



- **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.
- Existe desde la conducta táctil profesional que no encierra ninguna emoción como la del médico, el sastre o el instructor del golf.

- hasta la conducta táctil sexual que es la máxima expresión de intimidad; pasando por las de amistad, amor o pura cortesía.

2.3 LA IMAGEN CORPORAL

	<ul style="list-style-type: none"> • 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. • Éste se relaciona en forma importante con las actitudes mentales básicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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.
	<ul style="list-style-type: none"> • Puntos del lenguaje corporal; • Condiciones anatómicas previas. • Tipo caracterológico del individuo o emociones y conductas. • Género: masculino o femenino. • Entorno correspondiente • Estrés 	<ul style="list-style-type: none"> • Hábitos y dolencias corporales, psíquicas y mentales, que pueden ser hereditarios o adquiridos luego del nacimiento. • Técnica. • Área geográfica.
	<ul style="list-style-type: none"> • Contacto visual; • Apariencia externa y física, ademanes, gestos, mímica. • Temperamento, ritmo de movimiento de avance, capacidad de reacción. • Manifestaciones emocionales. • Utilización del espacio. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. • Si el emisor de una señal es un extranjero o un desconocido cuya cultura o subcultura no conocemos bien es necesario tener mucho cuidado.

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.
- En la palabra se marca la huella de nuestra personalidad.

- **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

- Este plano incide en la forma a través de la cual se produce el razonamiento discursivo.
- Inductivo
- Deductivo
- Espacial
- Temporal
- Problema, solución
- Causa, efecto



- **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

	<ul style="list-style-type: none"> • El sector laboral está dominado en la actualidad por la tecnología y las relaciones virtuales. Por ello, cada vez más empresas demandan profesionales con una serie de competencias personales que puedan aplicar de forma transversal a su puesto de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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.
	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. • Inteligencia social; Las emociones también cuentan. La inteligencia social o emocional muestra la capacidad de conectar con los demás.
	<ul style="list-style-type: none"> • Lealtad; El bien común es lo primero. Las empresas buscan empleados comprometidos y leales con la cultura y con los objetivos de la organización. • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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

 <p>Las más buscadas por las empresas</p> <p>COMPETENCIAS PROFESIONALES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las competencias profesionales, son todas aquellas habilidades y aptitudes que tienen las personas que les permiten desarrollar un trabajo de forma exitosa. • Las competencias técnicas de una profesión son valoradas para los empleadores. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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.
	<ul style="list-style-type: none"> • 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. • Las competencias transversales son todas aquellas habilidades y aptitudes que hacen que un trabajador desarrolle de forma eficaz su trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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.
	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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



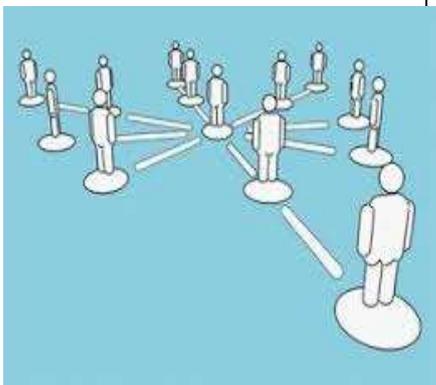
- La oralidad o imagen verbal es una de las imágenes subordinadas a la imagen personal o institucional que más peso tienen en la conformación de la percepción debido a que los estímulos que la conforman son las palabras en su forma oral o escrita.

- **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.
- **La respiración;** es la base de un buen funcionamiento orgánico y su práctica correcta mejora nuestro rendimiento físico, mental y espiritual.



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

- **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.



- **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. primero ponemos los cimientos, luego levantamos el edificio y después le ponemos los recubrimientos para finalmente proceder a su venta.

- **Convicción** Motivar la acción de una audiencia vendría a ser prácticamente imposible si careciéramos del convencimiento de lo que estamos diciendo.
- Cuando hablamos acerca de algo en lo que no creemos o que no nos gusta, nuestra actitud corporal, tono de voz y sentimiento nos delatan.

2.8 EXPRESIÓN ESCRITA

	<ul style="list-style-type: none"> • Lo primero que deberías hacer, antes de escribir un documento o un correo electrónico o cualquier mensaje online u offline, es plantearte cuál es el objetivo del mismo. • Los objetivos pueden variar sustancialmente y muchas veces eso no se tiene en cuenta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivos; • Vender • Convencer • Crear proximidad • Informar • Recomendar • Suscitar interés • Mover a la acción • Preparar la situación para mover a la acción posterior • Ganar prestigio • Evaluar, interpretar, aclarar.
	<ul style="list-style-type: none"> • Como mejorar la comunicación; • Ordenar los pensamientos e ideas. • Conocer el buen manejo del lenguaje. Para ello, leer es imprescindible. • No uses frases demasiado largas. • Humaniza tus textos, no escribas como si el otro fuera una máquina. 	<ul style="list-style-type: none"> • Evita los sustantivos. Funcionan mejor los verbos de acción. • No divagues • Sé concreto.
	<ul style="list-style-type: none"> • Cosas que no se deben tratar por escrito; • Procura no criticar a alguien por escrito; puede que acabe llegándole a la persona y no es lo mismo que te cuenten que fulanito ha dicho esto y lo otro, a verlo escrito. • No escribas sobre rumores (ni siquiera en un chat), es probable que ese escrito caiga ante los ojos equivocados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Si te enfadas, no respondas hasta varias horas después. • Evita los temas confidenciales. • Si puedes, evita escribir de precios. Si no, cuida cómo los presentas • Ojo con los anglicismos y las siglas. Su uso suena pretencioso.

<file:///C:/Users/Usu/Desktop/antologias%208tavo/proyeccion%20profesional.pdf>