



Nombre del alumno: Lupita Montes de Oca Trujillo.

Nombre del profesor: Javier Iván Godínez

Nombre del trabajo: súper nota

Materia: proyección profesional

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: octavo cuatrimestre

Grupo: "C"

Comitán de Domínguez Chiapas a 11 de Febrero de 2021.

Introducción



Imagen física:

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”
- “Aunque la mona se vista de seda, mona se queda”

Son refranes producto de la sabiduría popular que hemos escuchado cientos de veces cada vez que en una reunión hablamos acerca de la imagen física.



Actualmente, con la ayuda de la semiótica, los sociólogos nos dicen que también la moda es un lenguaje de signos, un verdadero sistema de comunicación no verbal.

El estructuralista francés Roland Barthes en Las enfermedades del vestido nos habla del vestuario teatral como un tipo de escritura cuyo elemento básico es el signo.

Finalmente Alison Lurie, en su imprescindible obra El lenguaje de la moda, agrega que “si la indumentaria es una lengua debe tener un vocabulario y una gramática como el resto de las lenguas”



La imagen física como código de comunicación no verbal incluyen solamente las prendas de vestir sino también el peinado, el maquillaje y los accesorios; y, por favor, no piensen que solamente me estoy refiriendo a los accesorios femeninos como los aretes, collares, pulseras y bolsa, incluyan también el cinturón, los zapatos, el reloj, los anteojos y el portafolios masculinos, por sólo mencionar de forma general algunos de ellos

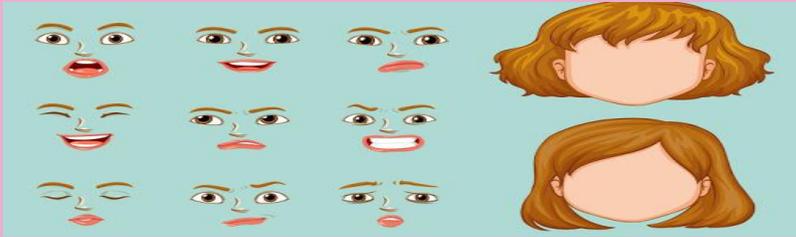


La imagen física no es solamente asunto de la indumentaria, comprende también las formas y medidas de la cara y cuerpo, los colores, patrones y texturas utilizadas en las prendas de vestir; incluye la postura al pararse y sentarse y el modo de caminar, la sonrisa y otros gestos, los ademanes, el contacto visual y la conducta táctil, aspectos que deberán estudiarse y saberse manejar correctamente para poder ser poseedores de una buena imagen personal.



Comunicación no verbal

Tomen nota de que 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 de manera inconsciente.



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. Por lo tanto, 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

Al igual que nuestras manos con sus ademanes, nuestra cara, a través de los gestos, puede decir sin hablar muchas cosas, de ahí que debemos cuidarnos de usarlos sin control. De entre todos los gestos que podemos hacer, ninguno tan favorecedor, poderoso, balsámico y recompensador como la sonrisa.

La sonrisa espontánea y natural que gana adeptos, la sonrisa limpia y transparente que inspira confianza, la sonrisa cautivadora que genera atracción



Contacto visual

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

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, este se relaciona en forma importante con las actitudes mentales básicas.

Cabeza y cuello

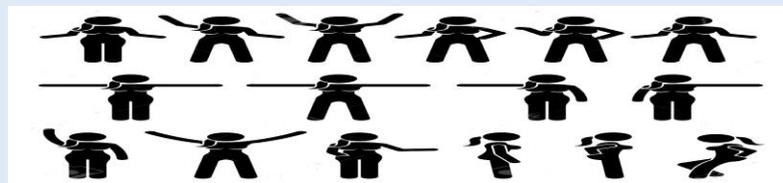
| Ubicación de la cabeza | Qué significa |
|-------------------------------|-------------------------------------|
| Se lleva hacia delante | Atención, cariño, violencia |
| Se lleva hacia atrás | Espera, duda |
| Moverla hacia el interlocutor | Atender |
| Inclinada hacia delante | Miedo, rabia, inseguridad, sumisión |
| Inclinada hacia atrás | Resistencia, duda |
| Inclinada hacia un lado | Escepticismo, incredulidad, vanidad |



Ademanos y movimientos.

Los brazos y las manos

Cuando hablamos de ademanes nos referimos en especial a los movimientos de los brazos y las manos al hablar, la facilidad o dificultad que se tiene para usar los gestos, para expresarlos libremente o refrenarlos en algún momento está relacionada directamente con la personalidad



Voz

Desde hace mucho tiempo se sabe que la "calidad" de la voz del hablante es muy importante, debido a que, a través de esta calidad, los individuos evalúan la personalidad del que habla

Cabello

En el caso de los seres humanos, desde la antigüedad, el cabello se ha considerado una expresión de belleza, poder, fuerza y energía. Pueden revelar también muchos secretos del cuerpo y de la personalidad.

Lenguaje corporal

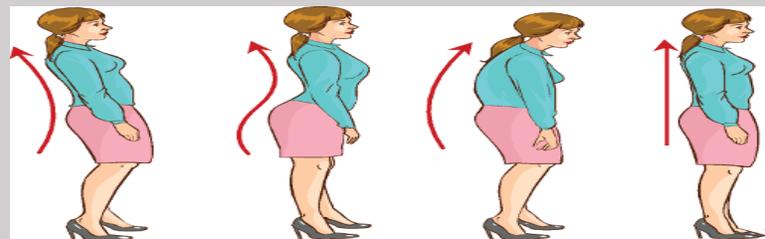
- Condiciones anatómicas previas.
- Tipo caracterológico del individuo o emociones y conductas.
- Género: masculino o femenino.
- Entorno correspondiente.
- Estrés.
- Hábitos y dolencias corporales, psíquicas y mentales, que pueden ser hereditarios o adquiridos luego del nacimiento.
- Técnica.
- Área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

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



Sentido de tacto y piel

Hace mucho tiempo ya que en nuestra cultura occidental una piel suave, limpia y sana tiene gran importancia social.

Las arrugas, la suciedad y las enfermedades de la piel han sido siempre motivo de rechazo, con la piel se relaciona todo aquello que se percibe al tocar

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 y se desdobra la actitud del texto que siempre establece un particular sentido relacional con los destinatarios.

Como escribir un discurso

- ✓ **Introducción**
Representa la ventana del mensaje en la cual debe establecer una relación positiva con el público.
- ✓ **Desarrollo**
Es el cuerpo del discurso, la parte medular del texto
- ✓ **Clímax**
Es la parte más intensa del mensaje y donde se apela a las emociones del público.
- ✓ **Conclusión**
Define el cierre discursivo

Claves

- Anclar la atención del público meta.
- Comunicar seguridad. Lo difícil no es convencer, sino estar convencido de lo que se dice.
- Organizar con tiempo los contenidos y prever los efectos del mensaje en la audiencia.
- Presentar información siempre de calidad.
- Tener un lenguaje y estilo consistente.
- No discurrir en el manejo de la información.
- No ofender al público.
- Evitar terminar con brusquedad y omitir los finales dobles.



Orden y distribución de la información

- Inductivo
- Deductivo
- Espacial
- Temporal
- Problema – solución
- Causa efecto

Los recursos tácticos del discurso

- ✚ Saludo: presentación del hablante ante el público
- ✚ Registro temático: el mensaje puede iniciarse considerando los contenidos rectores que definen el planteamiento del discurso.
- ✚ Registro circunstancial: es la situación o coyuntura en la que se presenta el discurso, la cual es representativa por asociación con el contenido del mensaje
- ✚ Registro de audiencia: es el discurso que se presenta haciendo alusión a las necesidades y expectativas del público
- ✚ Registro anecdótico: es un relato vivencial que se narra en primero o tercera persona y que alude a situaciones que tienen una relación de contenido con el mensaje que se está comunicando
- ✚ Registro textual: enunciación literal de las ideas de una persona que, por su trayectoria y competencia en ciertas áreas del conocimiento
- ✚ Registro estadístico: recurso matemático que registra la dimensión cuantitativa de los acontecimientos.

Competencias personales

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.

Estas competencias aportan éxito y un importante valor añadido a la organización, y las compañías lo saben.



Aprendizaje

Consiste en ampliar los conocimientos más allá de un área de trabajo concreta y en actualizarse de manera continua respecto a las nuevas metodologías, procesos o técnicas relacionadas con tu profesión



Creatividad

Abre la mente, imagina y sueña. Relacionada con la innovación, la creatividad consiste en tener la capacidad de generar ideas, perspectivas y soluciones diferentes para crear nuevos productos o servicios, mejorar ámbitos ya existentes, desarrollar nuevas metodologías o modelos de negocio, etc

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. Implica también ser capaz de responder a los resultados, sean estos positivos o negativos, y de admitir los posibles errores.



Inteligencia social

Las emociones también cuentan; la inteligencia social o emocional muestra la capacidad de conectar con los demás. Las organizaciones valoran a aquellos profesionales que son capaces de expresar y gestionar sus emociones y de captar las de aquellos que los rodean con el fin de adaptar sus palabras, tono y acciones

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 y de aportar soluciones de forma ágil y eficaz, la iniciativa, la pro actividad y la flexibilidad son habilidades relacionadas con esta competencia que ayudan a reforzarla

Colaboración

Creas un espíritu de equipo, aunque seas muy bueno en lo tuyo, has de ser capaz de trabajar en equipo, de compartir, de colaborar y de ayudar a otros de manera coordinada con el fin de conseguir unos objetivos comunes



Gestión de la información

Haz más con menos, la sociedad actual está sobrecargada de datos, información y conocimiento.

Por ello, para las empresas es importante la capacidad de recopilar, filtrar y clasificar la información con el fin de discernir la que es relevante de la que no lo es.

Comunicación

Construye relaciones eficaces y honestas. Una persona competente en materia de comunicación es capaz de transmitir información de forma fluida, clara y veraz, tanto de forma oral como escrita; es alguien que expresa sus pensamientos, sentimientos, hechos y opiniones adaptándose a los diferentes contextos y que también sabe escuchar de forma activa y empática.

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; la motivación está muy relacionada con el entusiasmo y con mantener una actitud positiva en el trabajo.



Competencias profesionales

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, pero cada vez se valoran más todas aquellas competencias transversales que te ayudan a diferenciarte de los demás y te hacen más apto para un tipo de trabajo.

Tipos de competencias

- **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
- **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.
- **Competencias transversales**
Son todas aquellas habilidades y aptitudes que hacen que un trabajador desarrolle de forma eficaz su trabajo.

Autonomía:

Capacidad de realizar una tarea de forma independiente, ejecutándola de principio a fin, sin necesidad de recibir ninguna ayuda o apoyo.

Esta capacidad de trabajar de forma autónoma no quiere decir, no obstante, que en ciertas etapas o tareas concretas el profesional no pueda ser asesorado.

Relación interpersonal:

Disposición y habilidad para comunicarse con los otros con el trato adecuado, atención y simpatía.



Competencias transversales más valoradas

Hay una serie de competencias transversales que se asocian a las conductas y actitudes de las personas.

Estas competencias son transversales porque afectan a muchos sectores de actividad, a muchos lugares de trabajo y, lo que es más relevante, están muy en sincronía con las nuevas necesidades y las nuevas situaciones laborales



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.



Capacidad de trabajar en equipo:

Disposición y habilidad para colaborar de manera coordinada en la tarea realizada conjuntamente por un equipo de personas para conseguir un objetivo propuesto.



Analiza tu perfil para conocer a fondo cuáles son tus características personales y tus competencias que te diferencian de los demás y te ayudarán a conseguir una mejor marca personal.

Oralidad

Es frecuente observar cómo hasta el más “pintado” de los hombres de negocios se tambalea cuando tiene que realizar una presentación en público y se enfrenta a la posibilidad de hacer el ridículo ante una audiencia que lo tiene catalogado como un hombre capaz

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.

Resulta que ante cualquier situación de emergencia, nuestro cuerpo genera una droga natural que se llama adrenalina, cuyo efecto es el de hacernos más capaces para enfrentar el peligro.



La sonrisa

Con respecto a la sonrisa sabemos que ésta produce un efecto en dos direcciones: hacia fuera y hacia dentro. Recordemos que sonreír es el principal código de comunicación no verbal para transmitir confianza, por lo que si abordamos a nuestra audiencia sonriendo no solamente no percibirán nuestra ansiedad sino que lo interpretarán como que estamos gozando el momento con gran seguridad y alegría. Internamente, el solo hecho de sonreír hará que cambie nuestra actitud hacia otra mucha más relajada y positiva.



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.



La respiración

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

La respiración profunda, también conocida como diafragmática, se logra al enviar más aire hacia la base de los pulmones y músculo llamado diafragma se mueve por necesidad.

Requisitos que debe cumplir todo mensaje

- **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 ha vivido
- **Brevidad**
Cuando estamos frente a un expositor que habla de manera precisa y no toma más del tiempo necesario para darnos a conocer su mensaje
- **Orden**
El orden es un requisito indispensable que se debe cumplir para facilitarle a la audiencia el seguimiento de nuestras ideas
- **Convicción**
Motivar la acción de una audiencia vendría a ser prácticamente imposible si careciéramos del convencimiento de lo que estamos diciendo.

Expresión escrita

Como sabes, a diferencia de lo que decimos hablando, lo que escribimos permanece y dice mucho de nosotros:

Si nos expresamos mal, si no ponemos intención en nuestras palabras, no sólo podemos dar lugar a malentendidos sino incluso ocasionar graves consecuencias para nuestras empresas y también para nuestra imagen personal y profesional.

Redacción

- ✓ Escribe correctamente, respetando las reglas básicas de gramática y ortografía.
- ✓ Utiliza frases cortas siguiendo preferentemente la estructura: Sujeto – Verbo – Predicado.
- ✓ En lo posible, evita el uso de subordinadas.
- ✓ Escribe párrafos cortos.
- ✓ Cuando sea posible utiliza el indicativo.
- ✓ Evita al máximo el uso del subjuntivo y el condicional.
- ✓ Jerarquiza la información, o sea, pon orden y haz hincapié en lo más importante.
- ✓ Utiliza un lenguaje positivo.



- Ordenar los pensamientos e ideas.
- Conocer el buen manejo del lenguaje.
- Aplicar algunas normas sencillas que evitan caer en los errores más comunes:
 - No abuses de jergas o tecnicismos. Procura no escribir como un burócrata oficial, ni utilizar palabras que tu interlocutor pueda no entender.
 - No uses frases demasiado largas.
 - Humaniza tus textos. Ponte mentalmente su retrato delante y piensa en la otra persona.
 - Evita los sustantivos.
 - No divagues.

Bibliografía

UDS. (enero/abril de 2021). *plataformaeducativauds.com*.
Obtenido de *plataformaeducativauds.com*:
file:///C:/Users/LUPITA/Desktop/antologia%20de%20proyeccion%20profesional.pdf

Una buena formación en comunicación escrita se puede conseguir:

- Que te sientas cómodo con la escritura y, por tanto, tardes menos en hacer las cosas.
- Que comprendas mejor los textos que lees y saques ideas y conclusiones.
- Que seas capaz de convencer y de conseguir lo que necesitas con tus documentos o tus escritos.
- Que mejores tu imagen personal y profesional.
- Que incrementes tus resultados.

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

Objetivos del escrito

- 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
- Recoger ideas
- Denunciar
- Decidir
- Divertir
- Conmover
- Enseñar
- Enfadar

