



**NOMBRE DE ALUMNO: REY NOEL SANTIAGO HERNÁNDEZ**

**NOMBRE DEL PROFESOR: JAVIER IVÁN GODÍNES HERNÁNDEZ**

**NOMBRE DEL TRABAJO: CUADRO SINÓPTICO “UNIDAD 3”**

**MATERIA: PROYECCIÓN PROFESIONAL**

**GRADO: 8VO CUATRIMESTRE GRUPO: “A”**

# ASERTIVIDAD

## Definición

Es 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 acuerdo con Roca (2003) Las consecuencias de adoptar una conducta asertiva

- Facilita la comunicación y minimiza la posibilidad de que los demás malinterpreten nuestros mensajes.
- Ayuda a mantener relaciones interpersonales más satisfactorias.
- Aumenta las posibilidades de conseguir lo que deseamos.

- Incrementa las satisfacciones y reduce las molestias y conflictos producidos por la convivencia.
- 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, se sienten respetados y perciben que el otro se siente bien con ellos.

## 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.

# CONCISIÓN

## Definición

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.

## Ejemplo

“El juez le pidió al acusado que fuera conciso y que se limitase a responder aquello que se le estaba preguntando”, “El escritor fue aplaudido tras un discurso conciso en el que no dejó ningún cabo suelto”, “Gómez, sea más conciso con sus respuestas, por favor”.

## Lenguaje y 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. Por otra parte, lo conciso varía según el contexto.

# COHERENCIA

## Características

- Las personas coherentes son firmes en sus principios y valores.
- Una persona coherente 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.
- Las personas que son coherentes consigo mismas tienen tranquilidad interior porque son honestas consigo mismas, es decir, son fieles a su pensamiento.

## Poca coherencia

La mentira es una actitud que refleja falta de respeto hacia el otro y también, hacia uno mismo.  
Nadie puede transmitir una coherencia ante el otro si no tiene coherencia ante sí mismo.

## ¿Qué hacer?

Hay que saber ser y estar ante las diferentes situaciones que se nos presentan y los entornos que enfrentamos, siendo igualmente coherente con quienes somos, con nuestra propia personalidad y estilo.

## Importancia

Independientemente del ámbito en el que nos desenvolvamos, ya sea profesional, social o el privado; pues la misma debe ser coherente en todos éstos, ya que no somos individuos diferentes, ni podemos “divorciar” quiénes somos. Somos el mismo individuo que se desenvuelve y desarrolla en cada uno de estos ámbitos.

# IMAGEN IDEAL VS. IMAGEN PROYECTADA

## Imagen ideal

### QUE ES LA IMAGEN IDEAL:

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.

**¿Y cómo se formó?** 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.

Cuando no tienes referentes y anhelas el éxito personal tiendes a buscarla fuera copiando comportamientos que consideras exitosos para ser reconocido, la apariencia y la forma de vestir.

**¿Cómo afecta?** Cuanto menos tenga que ver contigo esa imagen es más fácil sentir frustración. ¿Por qué? Porque te sienta mal ser algo que no eres, baja tu autoestima o incluso causa agresividad.

## Imagen proyectada

**QUE ES LA IMAGEN PROYECTADA:** representa lo que hoy es una persona, la forma de comunicarse, comportarse, convivir con las demás personas. Lo que eres, tal y como eres tiene la capacidad de acción, cambio personal y movilización de recursos para alcanzar tus sueños.

Está vinculada al presente, al aquí y al ahora y es la fuente como su propio nombre indica para “hacerte realidad”.

**Importancia:** Hacerla visible para ti, separar lo que eres de lo que quieres ser y reconocer fielmente tus posibilidades, aporta realismo y provoca que tus objetivos sean más alcanzables que lejanos.

La Imagen proyectada no es mala: Revisa que no haya mucha distancia entre lo que deseas y necesitas para vivir la vida de forma más armónica es una opción muy saludable y motivante.

## CAMPO PROFESIONAL E IMAGEN

### Imagen profesional

Es la percepción que se tiene de una persona o una institución por parte de sus grupos objetivo como consecuencia del desempeño de su actividad profesional. Ésta permite evaluar la calidad simbólica de los vínculos que establece la persona con los públicos internos, externos o comerciales.

### Factores profesionales de la imagen pública

- **Percepción:** genera referentes de interpretación indispensable para significar las relaciones y entender el propósito comunicativo.
- **Grupos objetivo diferentes y específicos:** representa la segmentación de los destinatarios que se perfilan por necesidades y expectativas diferentes y a los cuales se les ofrece el servicio profesional.
- **Diferentes situaciones y contextos según grupos objetivo:** informa del mapa situacional en el que interactúan tanto el emisor institucional como el receptor objetivo.

### Plano de posicionamiento

- ✓ ¿Cómo necesito/quiero que me perciban los demás? Aquí, es importante identificar los diferentes públicos con los cuales interactuamos, es decir, saber cómo son, qué relación tenemos con ellos, y sobre todo, qué relación nos interesa tener con ellos.
- ✓ ¿Cómo me perciben actualmente? Nos permite conocer a detalle la opinión que los demás tienen de nosotros, para lo cual es necesario desarrollar sistemas de investigación cuantitativos –cuestionarios, encuestas- o cualitativos –observación, entrevistas, sesiones de grupo, técnicas proyectivas, etc.- que nos presenten un mapa de percepción de nuestros destinatarios.
- ✓ ¿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 requeridas para alcanzar la meta deseada.

Bibliografía: antología de proyección profesional