

LICENCIATURA EN ENFERMERIA 8° B

DOCENTE
JAVIER IVAN GODINES HERNANDEZ

ALUMNO:

DANIELA HERNANDEZ ABARCA

MATERIA:

PROYECCION PROFESIONAL

ACTIVIDAD:

CUADRO SINÓPTICO

FECHA:

12 DE FEBRERO DE 2021

Bibliografía:

Comitán, U. U. (2021). PROYECCIÓN PROFESIONAL. Comitán Chiapas.

UNIDAD III

ASERTIVIDAD,
CONCISIÓN, Y
COHERENCIA ENTRE
IMAGEN PERSONAL Y
PROFESIONAL

ASERTIVIDAD

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

Características de la persona asertiva.

- Es capaz de decir lo que quiere, desea y opina.
- Está satisfecho con los resultados.
- No generaliza.
- Gane o pierda conserva su propio respeto

UNIDAD III
ASERTIVIDAD,
CONCISIÓN, Y
COHERENCIA ENTRE
IMAGEN PERSONAL Y
PROFESIONAL

CONCISIÓN

Conciso, del latín concīsus, es algo que tiene concisión

Lo conciso, por lo tanto, suele asociarse al lenguaje y a la expresión

Lo conciso varía según el contexto.

**COHERENCIA
(ESENCIA
PERSONAL)**

Una persona es coherente cuando actúa de acuerdo a sus principios y a sus valores.

Una persona coherente transmite sinceridad, lo que le ayuda a establecer relaciones personales sólidas.

“Cuando uno lleva un estilo de vida, coherente con lo que piensa, dice y hace. Vives y te conduces de forma tal, que si alguien habla mal de ti, nadie le creerá y saldrán en defensa tuya. Que sean tus pensamientos, palabras y acciones las que hagan la diferencia; basado en ello, siéntete tranquilo porque tu conciencia así lo está”.

UNIDAD III
ASERTIVIDAD,
CONCISIÓN, Y
COHERENCIA ENTRE
IMAGEN PERSONAL Y
PROFESIONAL

**IMAGEN IDEAL VS.
IMAGEN
PROYECTADA**

Imagen personal

Es la guía que nos conducirá a lo que denominamos imagen profesional.

Imagen ideal

Es una proyección de lo que quieres ser y todavía no has alcanzado.

Imagen proyectada

Representa lo que eres hoy con tus imperfecciones y virtudes.

**CAMPO
PROFESIONAL E
IMAGEN**

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.