Nombre de alumno: Aranza Fernández Monjaras

Nombre del profesor: Javier Iván Godínez

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico "III UNIDAD, ACERTIVIDAD, CONCISIÓN Y COHERENCIA ENTRE IMAGEN PERSONAL Y PROFESIONAL"

Materia: Proyección Profesional

Grado: 8°

Grupo: "C"

Comitán de Domínguez Chiapas a 11 de abril de 2021

UNIDAD III "ACERTIVIDAD, CONCISIÓN Y COHERENCIA ENTRE IMAGEN PERSONAL Y PROFESIONAL"

ASERTIVIDAD

- **ES**
  - Habilidad personal que permite expresar:
    - -Sentimientos
    - -Opiniones
    - -Pensamientos
      - En el momento oportuno, de forma adecuada y sin dañar a los demás
        - Ser honesto, directo y expresivo
          - Es la clave para mantener una conversación de nivel:
            - -Presentaciones
            - -Negociaciones
            - -Meetings
              - Es imprescindible
                - -Autocontrol
                - -Confianza
                - -Integridad
                - -Adaptabilidad
- **CONSECUENCIAS DE ADOPTAR CONDUCTA ASERTIVA**
  - SEGÚN ROCA (2003)
    - -Facilita la comunicación y disminuye posibilidad de malos entendidos
    - -Mantiene relaciones interpersonales más satisfactorias
    - -Favorece emociones positivas en uno mismo y los demás
      - -Incrementa satisfacciones
      - -Reduce molestias y conflictos por convivencia
      - -Mejora el autoestima
      - -Aumenta las posobilidades de ontener lo que se desea
- **CARACTERÍSTICAS**
  - -Define sus intereses y de los demás
  - -Libertad de expresión con respeto
  - -Sabe actuar en situaciones difíciles
  - -No deja que se aprovechen de él
    - -Capaz de decidir lo que quiere, desea y opina
    - -Satisfecho con los resultados
    - -No generaliza
- **UNA PERSONA ASERTIVA SABE:**
  - -Hacer y recibir cumplidos
  - -Rechazar peticiones
  - -Realizar peticiones
  - -Expresar desagrado
  - -Afrontar críticas

CONCISIÓN

- SE USA
  - Para expresarse con precisión y exactitud
    - Se asocia al alenguaje y a la expresión
      - SEGÚN LA
        - Teoría del ahorro linguístico
          - Todo enunciado debe intentar ofrecer la mayor cantidad de información con la menor cantidad de palabras posibles
            - HORACIO QUIROGA EXPRESA:
              - "El autor no debe abusar del lector"

COHERENCIA (ESCENCIA PERSONAL)

- Una persona es coherente cuando actúa de acuerdo a sus principios y valores
  - Ejemplos de falta de coherencia
    - -Mentiras
      - Se muestra falta de respeto a uno mismo y a los dem{as
    - -Prometer algo y no cumplirlo
    - -Decir algo sin sentilo y solo por quedar bien con los demás
      - Las personas coherentes son firmes a sus principios y valores
        - Una persona coherente transmite sinceridad
          - Lo que ayuda a establecer relaciones personales sólidas
- Las personas coherentes consigo mismas tienen tranquilidad interior
  - Son fieles a sus pensamientos, son honestas consigo mismas
    - Hacen frente a:
      - -Contradicciones internas
      - -Ideas irracionales
      - -Pereza en su día a día
        - Debe existir coherencia entre quienes somos y como nos mostramos

IMAGEN IDEAL VS IMAGEN PROYECTADA

- IMAGEN PERSONALY PROFESIONAL
  - Proceso de cambio físico-psicólogico que aplicamos en nosotros mismos
    - OBJETIVO
      - Mostrar a los demás lo que somos en fonfo y forma
        - AYUDARÁ
          - Generar opiniones favorables
- IMAGEN
  - INTERNA
    - INTELECTUAL
      - Sistema de:
        - -Creencias -Princicpios
        - -Valores
    - ESPIRITUAL
      - Conocimientos:
        - -Emíricos -Académicos
        - -Políticos -Sociales
        - -Culrales
  - PERSONAL
    - Guía que conduce a la imagen profesional
      - Es el reflejo de la personalidad y cualidades adquiridas por cada uno de nosotros
    - Para potenciarla se debe mantener
      - Coherencia entre canales de información
        - -Apariencia exterior -Voz
        - -Indumentaria -Tono
        - -Gestos -Modulación
- IMAGEN IDEAL
  - Proyección de lo que se quiere ser y todavía no se ha alcanzado
    - ORIGEN
      - -Pasado
      - -Educación recibida
      - -Expectativas de uno mismo sin cumplir
        - La imagen externa obtiene un reconocimiento y genera una fantasía de realización personal
          - FORMADA
            - -Recursos
            - -Habilidades
              - Identificar nuestra identidad se manifiesta mediante:
                - -Peinado
                - -Vestimenta
                - -Accesorios
                - -Postura
- IMAGEN PROYECTADA
  - Representa lo que se es en ese momento con virtudes e imperfecciones
    - Vinculado al presente, el aquí y el ahora
      - Avisa la distancia que hay de donde se está a donde se quiere llegar
        - Hace visible lo que se es y lo que se pretende ser y reconocer fielmente las posibilidades
          - Aporta realismo y provoca que los objetivos sean más alcanzables que lejanos
- ¿CÓMO ACERCAR LA IMAGEN REAL A LA IDEAL?
  - -Es más facil cambiar lo que se pone a lo que se piensa
  - -La imagen proyectada no es mala
  - -Conseguir que nos vista la guía interna más que la critica
  - -Escribir lo que se quisiera fuera distinto
  - -Negociar consigo mismo
  - -Ser flexible a resultados negativos
  - -Dibujar la imagen real e ideal con un espacio en medio
    - -¿cómo es?
    - -¿qué fortalezas tiene?
    - -¿cómo ha llegado hasta ahí?
    - -¿cúales son los siguientes pasos?
  - -Experimentar el diseño de la nueva imagen real

CAMPO PROFESIONAL E IMAGEN

- IMAGEN PROFESIONAL
  - Imagen subordinada que intervine en la regulación del comportamiento de las personas
    - Cuya conducta define el significado de las diferentes relaciones institucionales
      - Permite evaluar la calidad simbólica de los vínculos que establece la persona con públicos:
        - -Internos
        - -Externos
        - -Comerciales
          - Es la percepción que setiene de una persona o institución por parte de sus grupos
            - Como consecuencia del desempeño de su actividad profesional
- FACTORES QUE PERMITEN ENTENDER Y DIFERENCIAR EL PLANO PROFESIONAL DE LA IMAGEN PUBLICA
  - PERCEPCIÓN
    - Genera referentes de interpretación indispensables para significar las relaciones y entender el propósito comunicativo
  - GRUPOS, BJETIVO DIFERENTE Y ESPECÍFICOS
    - Representa la segmentación de los destinatarios que s eperfilan por necesidades y expectativas diferentes y a los cuales se le sofrece el servicio profesional
  - DIFERENTES SITUACIONES Y CONTEXTOS SEGÚN GRUPOS, OBJETIVOS
    - Informa del mapa situacional en el que interactuan tanto el emisor institucional como el receptor objetivo
- OBJETIVOS DE POSICIONAMIENTO
  - -¿Cómo necesito o quiero que me perciban los demas?
  - -¿Cómo me perciben actualmente?
  - -¿Qué acciones debemos realizar para lograr neustro objetivo?