



Nombre de alumnos: Esmeralda Aguilar
Avendaño

Nombre del profesor: Javier Iván Godínez

Nombre del trabajo: cuadro sinóptico

Materia: Proyección profesional

Grado: 8° cuatrimestre

Grupo: "C"

3.1 Asertividad

Se define asertividad como 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.

Las consecuencias de adoptar una conducta asertiva son las siguientes:

- 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

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 asertividad es una habilidad social, y sirve para comunicar -transferir un mensaje-, de manera clara, precisa y directa, sin herir los sentimientos de los demás.

Ser asertivo/a es una de las cualidades más importantes de saber transmitir personal y profesionalmente en los distintos ambientes profesionales: trabajar en grupo, establecer lazos interpersonales y comunicar en distintos tipos de audiencia. Toda habilidad requiere conocimientos, práctica y aptitud.

3.2 Concisión

conciso, por lo tanto, suele asociarse al lenguaje y a 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.

Si una persona le pregunta a otra qué hora es, una respuesta concisa sería: "Son las cinco y media". En cambio, si el sujeto responde: "Cuando usted comenzó con su pregunta eran las 17 horas, 31 minutos y 4 segundos, pero en este momento ya son las 17 horas, 31 minutos y 15 segundos", estaremos ante una respuesta poco concisa.

De acuerdo a la teoría del ahorro lingüístico, todo enunciado debe intentar ofrecer la mayor cantidad de información utilizando la menor cantidad de palabras posible, sustentándose en lo que se encuentra presente en el contexto, lo que ayudaría a alcanzar un significado pleno del mensaje.

Todo cuento debe ser el producto de un trabajo detallado, y debe, por tanto, ser una novela depurada de ripios. Así, Quiroga manifestaba la importancia de ser conciso a la hora de escribir un cuento.

3.3 Coherencia (esencia personal)

Las personas pueden mostrar que son coherentes en sus actitudes o todo lo contrario. Una persona es coherente cuando actúa de acuerdo a sus principios y a sus valores. Cuando una persona dice una cosa, pero hace la contraria, entonces, muestra una contradicción entre hechos y palabras que genera sensación de poca coherencia ética frente al interlocutor.

Las personas coherentes son firmes en sus principios y valores. Principios que actúan como normas del obrar recto porque la ética personal ayuda a diferenciar entre el bien y el mal.

Existe otra actitud que produce poca coherencia en la comunicación interpersonal: la mentira. La mentira es una actitud que refleja falta de respeto hacia el otro y también, hacia uno mismo.

La coherencia entre pensamiento, sentimiento y acción muestra un grado de madurez profundo en una persona. Una madurez que es fruto del autoconocimiento, del valor de la experiencia y del crecimiento interior que surge de los años.

"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".

Ser coherente es un gran trabajo, porque implica un autoconocimiento de uno mismo y esto es algo que realizamos constantemente.

3.4 Imagen ideal vs. Imagen proyectada

Podemos definir la imagen personal y profesional como todo aquel proceso de cambio físico-psicológico, que aplicamos en nosotros de manera individual con el objetivo de mostrar a los demás lo que somos en fondo y forma, misma que nos ayudará a generar opiniones favorables cada día más exigente era de la globalización.

El contenido de la imagen espiritual es fundamentalmente, todo aquel sistema de creencias, valores, principios, creencias, y todo lo que se lleva a cabo en busca de la verdad de las cosas, etc.

La imagen personal es la guía que nos conducirá a lo que denominamos imagen profesional, y es aquí en donde cobra mayor importancia, el buen manejo de la comunicación.

Todos los seres humanos tenemos una personalidad y una identidad de acuerdo a esa identidad. Realizamos el esfuerzo de presentar una imagen que es la imagen ideal, formada por recursos y habilidades que hemos incorporado a lo largo de nuestra vida.

Por eso decimos que la imagen personal es el reflejo de la personalidad y de las cualidades adquiridas por cada uno de nosotros

Para potenciar su imagen personal debe mantener una coherencia entre los cuatro canales de información que se utilizan al transmitir cualquier mensaje. Cuatro instrumentos que deben apoyarse entre sí: su apariencia exterior, la indumentaria, los gestos y la voz, el tono y su modulación.

La Imagen Ideal Es una proyección de lo que quieres ser y todavía no has alcanzado. También es posible que hayas "creado" una imagen ideal de la nada y la hayas inventado para evadirte de heridas emocionales sin resolver.

La Imagen proyectada Representa lo que eres hoy con tus imperfecciones y virtudes. Puedes lucir espléndido o quizá algún aspecto positivo o negativo esté tapado por la Imagen Ideal que te impide mostrarte auténtico. Está vinculada al presente, al aquí y al ahora y es la fuente como su propio nombre indica para "hacerte realidad". Lo que eres, tal y como eres tiene la capacidad de acción, cambio personal y movilización de recursos para alcanzar tus sueños.

Podemos definir la imagen profesional como 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.

Percepción: genera referentes de interpretación indispensables 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.

¿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? Aquí obtendremos información muy valiosa. Hacer una auditoría de imagen es de gran importancia, pues 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 requerida para alcanzar la meta deseada.

Estos tres factores que intervienen en la percepción de las relaciones profesionales deben dimensionarse de manera integral