



**Nombre del alumno: Ramos Pérez
Nancy Natividad**

**Nombre del profesor: Lic. Likza Hally
Roblero Muñoz**

**Nombre del trabajo: ensayo de la
unidad 1 y 2 de la antología de
Proyección Profesional.**

PASIÓN POR EDUCAR

Materia: Proyección Profesional

Grado: 8°

Grupo: B, sábado

Frontera Comalapa, Chiapas a 23 de enero del 2021.

Componentes de la imagen.

Físico: la forma de caminar y la postura son factores claves para una buena presencia física. Con la forma de caminar transmitimos diversos mensajes positivos y negativos sobre nuestra personalidad. Por ejemplo, cuando la cabeza, la espina dorsal y la pelvis se encuentran en un eje adecuado forman una correcta alineación que da realce a la forma correcta de caminar. La postura que adopta cada persona ya sea que este sentada o parada es un código de comunicación, y gracias a ella sabemos reconocer si somos del agrado o no de los demás y si el tema de conversación les interesa o les fastidia.

Imagen personal: es un proceso físico-psicológico iniciado por la percepción y aunado a la comprensión y el desciframiento se convierte en una imagen mental que puede ser de tipo fotográfica, imaginaria o en una tercera que, gracias al proceso físico-psicológico, el juicio de valor y la coherencia puede modificar la conducta de un individuo dando como resultado la forma en que los demás nos perciben es decir el tercer tipo de imagen mental genera la imagen personal.

Buena imagen: es el resultado de una adecuada vestimenta, higiene, seguridad, liderazgo, identidad y compromiso, los cuales también son factores que proyectan una imagen integral. La imagen y la actitud con claves en la proyección de la personalidad de cada persona y con ello suma o resta credibilidad a su persona, y se respalda con sus logros académicos. Es necesario tener contacto visual, presentar una sonrisa y cuidar de cada expresión al momento de saludar debido que es nuestra tarjeta de presentación.

Personalidad de éxito: uno de los principales principios del éxito es la organización. Cada persona tiene su propio estilo que lo diferencia de los demás y rige la manera de ser y actuar.

Juntas de trabajo: estas estimulan la eficacia en la toma de decisiones debido a que permite el intercambio de información y facilita la organización de la empresa, por lo que desde un principio deben estar bien definidos los objetivos y deben ser concisos. Existen juntas informales debido a que la información es transversal y formales en la que la información fluye de forma vertical.

Buena postura: implica mantener una posición dinámica o estática correcta, lo cual está íntimamente relacionado con la posición de la columna vertebral. Mantener una adecuada posición no solo es parte de la imagen personal también es fundamental en el ámbito de la salud.

Culto al vestir: estilo natural, tradicional y elegante (gracia, nobleza y sencillez y se asocia con las personas que tienen buen gusto y distinción al vestir). La persona que sabe aplicar

bien la elegancia provoca admiración y respeto además de que se le vea como una persona de autoridad por lo cual generan prestigio.

Autoestima: es la percepción que cada uno tiene de sí mismo, le permite al individuo darse amor sin jactarse y le da un valorar adecuado a los talentos, habilidades y cualidades corporales y mentales que posee, además de que acepta sus limitaciones/debilidades y no se centra en sus errores, de tal manera que puede mostrarse aprecio auténtico, aceptación, afecto y atención, sin olvidarse de los demás. Los “automensajes-yo” son voces interiores dirigidas a nosotros mismos, tienen la finalidad de generar y reforzar emociones y actitudes propias que intervienen en la autoaceptación.

La autoestima empieza a desarrollarse desde el nacimiento, aunque a lo largo de la trayectoria del ser humano intervienen tres fases: afirmación recibida, afirmación propia y la afirmación compartida. La afirmación recibida ocurre cuando el individuo es apreciado, aceptado y reconocido desinteresadamente por las demás personas, pero a lo largo del tiempo la afirmación debe hacer independiente, cada persona debe tomar conciencia de sus capacidades y limitaciones para poder tener una adecuada afirmación propia, la persona que tiene una buena autoestima genera y fortalece la autoestima de las personas que la rodean, al apreciar, aceptar y atender a otros, los fortalecemos y nos fortalecemos a nosotros mismos, de esta manera generamos la afirmación compartida.

Dimensiones de la autoestima:

- ❖ Dimensión física; consta de la satisfacción propia con el cuerpo lo que hace que nos interese en el autocuidado y apariencia de nuestro cuerpo tanto de forma interior como exterior.
- ❖ Dimensión afectiva; es la aceptación de las características positivas y negativas de nuestra personalidad, lo que nos permite relacionarnos de forma positiva con los demás.
- ❖ Dimensión social; determinada por la capacidad de establecer relaciones sociales adecuadas.
- ❖ Dimensión académica; conocimientos, estrategias que le permiten desempeñarse en su campo de acción.
- ❖ Dimensión ética; la integridad de cada persona permite que sea confiable, esta persona es capaz de cambiar su conducta e incluso sus principios sin perjudicar a los demás.

La persona que tiene una elevada autoestima se reconoce por ser independiente, espontánea, comprometida, tolerante ante las frustraciones, asume responsabilidades y tiende

a ser un buen líder. A diferencia de las personas con baja autoestima que se caracterizan por ser apáticas, con complejos de inferioridad/superioridad, inseguras y débiles de carácter.

La autoestima se fomenta por la autopercepción y de la percepción que los demás tienen de nosotros mismos y nos permite ser asertivos: es decir podemos expresar nuestros sentimientos y pensamientos de forma clara y con respeto al interlocutor, la persona asertiva no es agresiva ni pasiva.

Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

La imagen física es resultado de la apariencia física (indumentaria, peinado, accesorios y el cuerpo en general) y el lenguaje corporal, por ello se convierte en uno de los pilares de los códigos de la comunicación no verbal. Al observar detenidamente a una persona podemos conocerla y entender cosas de ella, es importante mencionar que la transmisión de información es reciproca y después de decodificarla podremos aceptar o rechazar lo que percibimos.

La comunicación no verbal, es un método que nos permite decodificar los mensajes positivos/negativos que las demás personas nos envían de forma inconsciente, es como dialogar sin decir ni una palabra por lo que consta de diversas herramientas, entre las que figuran: ademanes que son signos que complementan las palabras y consiste en utilizar las manos y los brazos para confirmar lo que nuestras palabras dicen, nuestra cara también nos permite expresarnos mediante los gestos y gracias a ellos podemos complementar, contradecir o sustituir las palabras, es en este aspecto en el que la sonrisa cobra verdadera importancia porque gracias a ella podremos generar credibilidad, otra de las herramientas de la comunicación no verbal es el contacto visual con el cual conocemos y permitimos que los demás nos conozcan para generar un puente de confianza y tenemos la conducta táctil, la cual es un medio de comunicación.

La imagen corporal.

Es la expresión del lenguaje corporal procedente de las emociones, la cultura, características anatómicas y el entorno en que cada persona se desarrolla, las prendas que la persona utilice envían signos de personalidad, cultura, religión y preferencias sexuales.

La postura corporal emite señales; por ejemplo, con las piernas y los pies podemos comunicar imposición, seguridad, educación, tensión o concentración, según sea su posición. La boca también comunica detalles de cada individuo; a través de los dientes podemos identificar si esa persona se preocupa por su higiene y por el tono de la voz, así como la velocidad de esta podremos saber si quien habla está seguro de lo que dice o no.

Distancia corporal, distancia física o proxémica; cada ser humano reacciona de forma diferente al entrar en contacto con otras personas, por lo que la proxémica establece ciertas distancias: distancia íntima, distancia personal, distancia social y distancia pública.

Otro aspecto fundamental en la imagen corporal es el olfato y condiciona el comportamiento humano, así como la relación con los demás debido a la sensibilidad a los olores corporales como el sudor o la halitosis.

El sentido del tacto no se queda atrás y es que mantener una piel limpia y sana es muy importante para la sociedad y esta rechaza las arrugas y la suciedad en la piel.

Discurso.

El discurso es el acto de hablar para expresar un mensaje, consta de una introducción que tiene el objetivo de captar la atención del público, en el desarrollo se presenta toda la información de forma clara, en el clímax se recurren a las emociones del público y la conclusión sirve para estimular a la reflexión del público y en su caso a la acción.

Una forma de distribuir la información es hacerlo a través del razonamiento inductivo que consiste en ordenar la información de lo particular a lo general, o de forma deductiva en la que la información se estructura de lo universal a lo particular. Aunque existen otros métodos: espacial, temporal, problema-solución y causa-efecto.

Los recursos tácticos del discurso: saludo, registro temático, registro circunstancial, registro de audiencia (expectativas del público), registro anecdótico, registro textual, registro estadístico, registro especializado, registro humorístico, registro metafórico y otros varios que contribuyen a fortalecer el mensaje.

Competencias personales.

Son características que permiten al humano ser competitivo y le ayudan a lograr éxito profesional, dentro de las principales características tenemos la adaptabilidad que nos permite afrontar de manera adecuada los cambios inesperados, la voluntad de aprendizaje continuo es detonante en la vida de muchos profesionistas debido a que le permite ser más competitivo, la colaboración o trabajo en equipo permite lograr de forma eficiente los objetivos de la empresa o institución y esto se logra mediante la comunicación asertiva, la creatividad y la gestión de información, en la actualidad la inteligencia social es fundamental para construir relaciones sociales con las demás personas, en ellas intervienen factores como la lealtad, la motivación y la responsabilidad.

Competencias profesionales.

Habilidades y aptitudes que le permiten al ser humano lograr éxito en su trabajo. Podemos clasificar tres tipos de competencias profesionales según el modelo isfol1: competencias de base, técnicas y transversales. La primera consiste en los conocimientos básicos que permiten acceder a un trabajo. Las competencias técnicas son las habilidades adquiridas por una formación específica y tenemos las competencias transversales que permiten realizar de forma adecuada el trabajo como lo es el trabajo en equipo, la iniciativa, la inteligencia emocional, resolución de problemas, autonomía, entre otras.

Oralidad.

También conocida como imagen verbal tiene un gran impacto en la forma en que los demás perciben al orador, requiere de preparación y disciplina para lograr un gran impacto en los demás. Es necesario aprender a controlar la ansiedad porque esta hace que nuestro cuerpo libere adrenalina, sustancia que provoca efectos secundarios positivos y negativos, entre ellos, valentía, sudoración excesiva o movimientos corporales incontrolables, cuando se habla en público esta sustancia nos puede producir efectos secundarios, pero podemos controlarlos mediante la respiración y la sonrisa; cuando se utiliza el 100% de la capacidad pulmonar la respiración mejora la respuesta mental y la capacidad de concentración, y la sonrisa al abordar al público mostrara seguridad, alegría y nos relajara.

Hablar en público eficientemente requiere de atraer la atención del público mediante la sencillez en el lenguaje, para eso es necesario adaptarse al contexto y al público al que se dirige, cuando se habla de lo que se conoce es más fácil hacer una mejor presentación y utilizar mejor el tiempo, además de que se podrá ordenar de forma correcta la información para hacerla clara al público y mostrarles convicción.

Expresión escrita.

Es una forma de comunicación que permanece, debe ser fácil de comprender y debe hacer que el lector se convenza de lo que lee. Debido a que permanece el tiempo es muy importante plantearse objetivos, respetar las reglas gramaticales y ortográficas, mantener un lenguaje positivo, ser concretos y no divulgar rumores.