



Universidad Del Sureste

Lic. Administración y estrategias de negocio

Proyección Profesional

Alumno: Jonathan Galindo Alfaro

“Cuadro U. III ”

Docente: Javier Iván Godines

12 de Marzo del 2021 Comitán de Domínguez, Chiapas.

Unidad III



Asertividad

Habilidad personal y social; expresión de sentimientos, pensamientos y opiniones de forma correcta y directa

Persona asertiva.

- *Define sus propios intereses aún teniendo presentes el de otros.
*Libre expresión.
- *Manejo de problemas difíciles de manera oportuna.
* no permite que los demás se aprovechen.
- *Capacidad de siempre decir lo que quiere, desea y opina.
- *Está satisfecho de si mismo gane o pierda.

3.2 Concisión

Brevedad, exactitud y precisión a la hora de expresar un concepto

Características técnicas

Decir mucho con pocas palabras, menor cantidad de palabras y una mayor cantidad de información siendo su finalidad el alcanzar un significado pleno del mensaje

Ahorro lingüístico, hacer mucho con poco.

3.3 Coherencia

Actuar bajo tus propios principios y valores, siempre siendo firmes en los mismos sin contradecirse, así demostrando una buena conducta a cual debe mantenerse en todo momento y en toda la vida

Lo contradictorio y las mentiras es éticamente poco coherente.

Decepciones a causa de falsas expectativas. La coherencia es un trabajo difícil por lo que se requiere autoconocimiento continuo.

3.4 Imagen ideal vs imagen proyectada

Cambio Físico-Psicológico aplicado de manera individual con la finalidad de exhibir lo que somos ante los demás

I. Ideal

Proyección de lo que quieres ser y aun no has logrado, deseos y sueños que persisten

I. proyectada

Representa lo que eres en la actualidad, vinculada al presente, al aquí, al ahora.

3.5 Campo profesional e imagen

Imagen profesional permite evaluar la calidad simbólica de los vínculos que establece la persona con los públicos internos, externos o comerciales.

Factores de la I. pública

Percepción: genera referentes de interpretación indispensables y entender el propósito comunicativo.
Grupos objetivo diferentes y específicos: representa la segmentación de los destinatarios que se perfilan por necesidades y expectativas dif. Diferentes situaciones y contextos según grupos objetivo: informa del mapa situacional en el que interactúan tanto el emisor institucional como el receptor objetivo.