



PROYECCION PROFECIONAL.

8vo. CUATRIMESTRE.

LIC. ADMINISTRACION Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS.

MAESTRO: JAVIER IVAN GODINES.

ALUMNA: VANESSA GUADALUPE SANCHEZPIMENTEL.

Introducción

La imagen física como la percepción que se tiene de una persona por parte de sus grupos objetivo como consecuencia de su apariencia o de su lenguaje corporal. “Como te ven te tratan”, “La primera impresión es la que cuenta”.

La imagen física como código de comunicación no verbal incluye no solamente las prendas de vestir sino también el peinado, el maquillaje y los accesorios.



La comunicación no verbal

Los códigos de comunicación no verbal que mandamos a través de nuestro cuerpo no sólo nos sirve para ganar seguridad en nosotros mismos, sino para decodificar los mensajes positivos y negativos que los demás no están enviando de manera inconsciente.

Ademanos



Los ademanes son la palabra en movimiento. Si en una presentación pública éstos faltan, el resultado será la falta de ánimo, y si sobran, entonces eso detonará falta de control sobre sí mismo.

Gestos



Más que nada esto muestra nuestra cara, como ninguna otra parte de nuestro cuerpo, ya que puede controlar, complementar o sustituir las palabras.

Contacto visual



Establecer un buen contacto visual con las personas que interactuamos equivale a tener un sólido puente de comunicación entre dos lugares distantes. No hacerlo produce una sensación de desconfianza, inseguridad, disgusto por el otro y hasta falsedad.

Conducta táctil



Es el uso del tacto como medio de comunicación. Es la permisibilidad de tocar y ser tocado dentro de las reglas de etiqueta cultural propias.

La imagen corporal

El lenguaje corporal humano se inicia con la formación del feto dentro del seno materno. Ya en la infancia, antes de hablar, los niños desarrollan un lenguaje corporal.

El lenguaje corporal también está estrechamente relacionado con los estilos institucionales y personales, con las reglas de demostración y con las emociones y las conductas.



Discurso

Es el lugar donde se construye el hablante y se ejercita la lengua para significar el mapa enunciativo de las relaciones humanas.

¿Cómo escribir un discurso?

Debe de incluir:

Introducción, Desarrollo, Clímax y una Conclusión.

Orden y distribución de la información

En la construcción del mensaje, una vez que consideramos cada uno de las fases que estructuran el discurso, es necesario considerar la dimensión lógica que establece el orden y distribución de la información.

Los recursos tácticos del discurso

La dimensión táctica del discurso permite administrar los estímulos verbales y no verbales con el propósito de generar mayor impacto en la audiencia.



Competencias personales

El sector laboral está dominado en la actualidad por la tecnología y las relaciones virtuales.

Adaptabilidad: Afronta los cambios.
Aprendizaje: Nunca se sabe lo suficiente.
Colaboración: Crea un espíritu de equipo.
Comunicación: Construye relaciones eficaces y honestas.
Creatividad : Abre la mente, imagina y sueña.

Gestión de la información: Haz más con menos.
Inteligencia social: Las emociones también cuentan.
Lealtad: El bien común es lo primero.
Motivación: Cada día es un regalo.
Responsabilidad: Tus éxitos y fracasos son tuyos.

