

NOMBRE DEL ALUMNO:

Yaritza Yazaret Anzuetto Mendez

NOMBRE DEL PROFESOR:

Dr. José Enemias de León Morales

LICENCIATURA:

En Enfermería

MATERIA:

Proyección profesional

CUATRIMESTRE Y MODALIDAD:

8vo. Cuatrimestre semiescolarizado (domingos)

NOMBRE Y TEMA DEL TRABAJO:

Cuadro sinóptico: Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

D I S C U R S O

¿?

En la palabra se marca la huella de nuestra personalidad y se desdobra la actitud del texto que siempre establece un particular sentido relacional con los destinatarios, 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

Estructura

Introducción

La cual debe establecer una relación positiva con el público, En ella se informa el esbozo que orientará la producción de los estímulos verbales posteriores.

Desarrollo

Se expone la dimensión racional del mensaje. Es importante que la información presentada sea de calidad e interés para la audiencia.

Clímax

Es la parte más intensa del mensaje y donde se apela a las emociones del público.

Conclusión

Representa el último anclaje del mensaje, resumen informativo, estimula la reflexión con ideas principales y la estimulación emocional de esta área estructural del discurso.

Claves

- ✓ Anclar la atención del público meta.
- ✓ Comunicar seguridad. Lo difícil no es convencer, sino estar convencido de lo que se dice.
- ✓ Organizar con tiempo los contenidos y prever los efectos del mensaje en la audiencia.
- ✓ Presentar información siempre de calidad.
- ✓ Tener un lenguaje y estilo consistente.
- ✓ No discurrir en el manejo de la información.
- ✓ No ofender al público. Desarrollar la capacidad para leer en la audiencia, mediante el contacto visual, la recepción positiva o negativa de los mensajes.
- ✓ Evitar terminar con brusquedad y omitir los finales dobles.

Orden y distribución de la información

Inductivo

Ordena la información de lo particular a lo general. Parte de los hechos particulares que conducen a la audiencia al razonamiento global de los contenidos.

Deductivo

La secuencia informativa se estructura de lo universal a lo particular, presentando una visión general de los acontecimientos, cuyo desarrollo permitirá focalizar los contenidos del mensaje.

Espacial

La información se estructura a partir de los criterios geográficos que permiten dimensionar las fronteras contextuales del mensaje.

Temporal

Los contenidos se estructuran considerando pautas temporales que distribuyen la información, estableciendo límites de contexto.

Problema – solución

Este razonamiento presenta dos ejes rectores donde se informa acerca de una problemática y se propone una solución al planteamiento formulado que incidirá en la distribución de contenidos.

Causa – efecto

Se estructura el mensaje distribuyendo los contenidos en dos ejes informativos que definen las causas y consecuencias que presenta los acontecimientos discursivos.

Los recursos tácticos del discurso

Saludo

Es el punto de partida del protocolo discursivo. Establece una relación positiva con los destinatarios generando anclaje y atención

Registro temático

Es la premisa convencional que informa aquello de los cuál se va a hablar.

Registro circunstancial

Es la situación o coyuntura en la que se presenta el discurso, la cual es representativa por asociación con el contenido del mensaje.

Registro de audiencia

Es el discurso que se presenta haciendo alusión a las necesidades y expectativas del público.

Registro anecdótico

Es un relato vivencial que se narra en primero o tercera persona y que alude a situaciones que tienen una relación de contenido con el mensaje que se está comunicando.

Registro textual

Enunciación literal de las ideas de una persona que, por su trayectoria y competencia en ciertas áreas del conocimiento

Registro estadístico

Recurso matemático que registra la dimensión cuantitativa de los acontecimientos.

Registro histórico

Informa acerca del devenir del objeto informativo. Su aplicación permite que el público conozca la lógica que ha tenido el acontecimiento.

C O M P E T E N C I A S P E R S O N A L E S

Cada vez más empresas demandan profesionales con una serie de competencias personales que puedan aplicar de forma transversal a su puesto de trabajo. Estas competencias aportan éxito y un importante valor añadido a la organización, y las compañías lo saben.

Adaptabilidad

Afronta los cambios. Las empresas valoran cada vez más la flexibilidad de sus empleados a la hora de hacer frente a cambios o imprevistos y de aportar soluciones de forma ágil y eficaz.

Aprendizaje

Nunca se sabe lo suficiente. La voluntad de aprendizaje continuo es una competencia muy valorada por las organizaciones.

Colaboración

Crea un espíritu de equipo. Aunque seas muy bueno en lo tuyo, has de ser capaz de trabajar en equipo, de compartir, de colaborar y de ayudar a otros de manera coordinada con el fin de conseguir unos objetivos comunes.

Comunicación

Construye relaciones eficaces y honestas. Una persona competente en materia de comunicación es capaz de transmitir información de forma fluida, clara y veraz, tanto de forma oral como escrita.

Creatividad

Abre la mente, imagina y sueña. Relacionada con la innovación, la creatividad consiste en tener la capacidad de generar ideas, perspectivas y soluciones.

Gestión de la información

Haz más con menos. La sociedad actual está sobrecargada de datos, información y conocimiento.

Inteligencia social

Las emociones también cuentan. La inteligencia social o emocional muestra la capacidad de conectar con los demás.

Lealtad

El bien común es lo primero. Las empresas buscan empleados comprometidos y leales con la cultura y con los objetivos de la organización, personas que busquen el bien común por encima de sus propios intereses.

Motivación

Cada día es un regalo. La motivación es la capacidad de sentirse estimulado por una actividad tanto para iniciarla como para proseguir con ella hasta su total ejecución.

Responsabilidad

Tus éxitos y fracasos son tuyos. La responsabilidad es la capacidad para asumir el control de tus actividades y supervisar un proyecto de principio a fin, gestionando cada parte del proceso.

C O M P E T E N C I A S P R O F E S I O N A L E S

Son todas aquellas habilidades y aptitudes que tienen las personas que les permiten desarrollar un trabajo de forma exitosa.

Competencia de base

Son aquellas que permiten el acceso a una formación o a un trabajo, son los conocimientos básicos que permiten poder acceder a un trabajo.

Ejemplos

El conocimiento y dominio de la lengua materna, el conocimiento de una lengua extranjera, competencias básicas en matemáticas, competencias básicas en el uso de las TIC o técnicas para la búsqueda de empleo.

Competencias técnicas

Hacen referencia a las competencias adquiridas después de haber realizado una formación específica y son específicas de un puesto de trabajo en concreto

Ejemplo

Una persona que se haya formado en cocina, tendría que haberlo adquirido como el uso de los cuchillos, técnicas de cocción de los alimentos o organización de una cocina.

Son diferentes en cada profesión y normalmente se adquieren realizando una formación específica.

Competencias transversales

Son todas aquellas habilidades y aptitudes que hacen que un trabajador desarrolle de forma eficaz su trabajo.

Algunas como

Trabajo en equipo, responsabilidad, iniciativa, relación interpersonal, disponibilidad para aprender, etc.

Más valoradas

Afectan a muchos sectores de actividad, a muchos lugares de trabajo y, lo que es más relevante, están muy en sincronía con las nuevas necesidades y las nuevas situaciones laborales.

Capacidad de resolución de problemas

Capacidad de organización del trabajo

Responsabilidad en el trabajo

Autonomía

Relación interpersonal

Capacidad de iniciativa o habilidad y disposición

O
R
A
L
I
D
A
D

Es una de las imágenes subordinadas a la imagen personal o institucional que más peso tienen en la conformación de la percepción debido a que los estímulos que la conforman son las palabras en su forma oral o escrita. Tener una buena imagen verbal es requisito indispensable para triunfar en el juego de la vida.

Manejo de la ansiedad

Respiración

Es la base de un buen funcionamiento orgánico y su práctica correcta mejora nuestro rendimiento físico, mental y espiritual.
La respiración profunda, también conocida como diafragmática, se logra al enviar más aire hacia la base de los pulmones y músculo llamado diafragma se mueve por necesidad.

Sonrisa

Sabemos que ésta produce un efecto en dos direcciones: hacia fuera y hacia dentro. Recordemos que sonreír es el principal código de comunicación.
El solo hecho de sonreír hará que cambie nuestra actitud hacia otra mucha más relajada y positiva.
Por lo que si abordamos a nuestra audiencia sonriendo no solamente no percibirán nuestra ansiedad sino que lo interpretarán como que estamos gozando el momento con gran seguridad y alegría.

Requisitos que debe cumplir todo mensaje

Sencillez

Es necesario que adecuemos nuestro mensaje al lenguaje que nuestro público requiere.
Un ejemplo típico de falta de sintonía entre un expositor y su audiencia, es cuando un médico se dirige a un auditorio lleno de gente común y corriente hablándole como sólo los médicos entienden.

Conocimiento

La clave maestra para que casi siempre puedan hablar acerca de algo es sólo referirse a lo que saben, lo que sienten, lo que piensan o lo que han vivido.

Brevidad

- En comunicación lo menos es más.
- Al componer un mensaje lo más difícil será saber qué quitar y no qué agregar.
- Para hacer un mensaje inmortal, no necesitan hacerlo eterno.

Orden

Requisito indispensable que se debe cumplir para facilitarle a la audiencia el seguimiento de nuestras ideas y se cumple si procuramos seguir un esquema de estructura similar al de una construcción.

Convicción

Motivar la acción de una audiencia vendría a ser prácticamente imposible si careciéramos del convencimiento de lo que estamos diciendo. Es por ello necesario que al aceptar hacer una presentación no solamente sepamos acerca del tema sino que además creamos que lo que decimos es cierto.

E
X
P
R
E
S
I
Ó
N

E
S
C
R
I
T
A

Las palabras, primitivamente, formaban parte de la magia y conservan todavía en la actualidad algo de su antiguo poder.

Ojo, escribir bien no es sinónimo de escribir eficazmente. No creas que sólo con escribir bien puedes seducir al lector o convencerle.

Es mejor escribir un email o hacer una llamada

Ventajas la comunicación oral

Es más rápida
Es más directa e implícita
Es más adecuada para comunicaciones informales
Se puede aclarar dudas en el mismo momento y no tener mal entendidos

Ventajas de La comunicación escrita.

Queda registro, sobre todo si se usan medios digitales como emails, sms
Posibilita la reflexión antes de escribir
Se puede enviar a la cantidad de personas que desees
Se puede volver a consultar.

Y llega el momento de la acción: ponernos a redactar.

- Escribe correctamente, respetando las reglas básicas de gramática y ortografía.
- Utiliza frases cortas siguiendo preferentemente la estructura: Sujeto – Verbo – Predicado.
- En lo posible, evita el uso de subordinadas.
- Escribe párrafos cortos.
- Cuando sea posible utiliza el indicativo.

Evita obstáculos como:

Expresiones complejas.
Tono negativo o censorador.
Lenguaje subjetivo.
Construcciones en voz pasiva.

Algunos breves consejos para mejorar tu comunicación

Ordenar los pensamientos e ideas.
Conocer el buen manejo del lenguaje. Para ello, leer es imprescindible.
Aplicar algunas normas sencillas que evitan caer en los errores más comunes
Hay cosas que no se deben tratar por escrito
Procura no criticar a alguien por escrito