



**Nombre del alumno:**

Lidy Valdez Morales

**Nombre del profesor:**

DR. José Enemias De León Morales

**Licenciatura:**

Enfermería 8° "A"

**Materia:**

Proyección Profesional

PASIÓN POR EDUCAR

**Nombre y tema del trabajo:**

Cuadro sinóptico

“Acciones estratégicas para establecer la imagen personal”

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

**Discurso**

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

La palabra se marca la huella de nuestra personalidad y la actitud

Cómo escribir un discurso

Su totalidad como mensaje

Introducción

❖ Representa la ventana del mensaje en la cual debe establecer una relación positiva con el público

Desarrollo

❖ Es el cuerpo del discurso, la parte medular del texto

❖ Se desarrollan las ideas planteadas en la introducción y generalmente se expone la dimensión racional del mensaje

Címax

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

❖ Es un proceso de gradación donde los contenidos sensibilizan su expresividad

Conclusión

❖ Esta fase puede cumplir las funciones de un resumen informativo de los contenidos expuestos en el mensaje, o de valoración de las principales ideas que buscan tener memoria en el público meta

Mensaje verbal

Es indispensable considerar las fases del sistema discursivo

• Anclar la atención del público

• Comunicar seguridad

• Organizar con tiempo los contenidos y prever los efectos del mensaje en la audiencia

• Tener un lenguaje y estilo

• No ofender al público

• Evitar terminar con brusquedad y omitir los finales

Orden y distribución de la información

Inductivo

❖ Ordena la información de lo particular a lo general

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

❖ 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 el acontecimientos discursivo

Los recursos tácticos del discurso

Permite administrar los estímulos verbales y no verbales con el propósito de generar mayor impacto en la audiencia

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

**Competencias personales**

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

Empresas demandan profesionales con una serie de competencias personales que puedan aplicar de forma transversal a su puesto de trabajo

**Adaptabilidad**

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

❖ **Habilidades relacionadas**

- ✓ La iniciativa
- ✓ La proactividad
- ✓ La flexibilidad

**Aprendizaje**

- La voluntad de aprendizaje continuo es una competencia muy valorada por las organizaciones
- Ampliar los conocimientos más allá de un área de trabajo concreta
- Actualizarse de manera continua respecto a las nuevas metodologías, procesos o técnicas relacionadas con tu profesión

**Colaboración**

❖ Crea un espíritu de equipo

**Comunicación**

- Construye relaciones eficaces y honestas
- Una persona competente en materia de comunicación es capaz de transmitir información
  - ✓ Fluida
  - ✓ Clara
  - ✓ Veraz
- De forma oral o escrita

**Creatividad**

- ❖ Tener la capacidad de generar ideas, perspectivas y soluciones
- ❖ Para crear nuevos productos o servicios

**Gestión de la información**

- Organizar datos de manera útil para el provecho y así mismo de empresa

**Inteligencia social**

❖ Es la capacidad de conectar con los demás

**Lealtad**

- Son personas que busquen el bien común por encima de sus propios intereses
- En una organización depende de la calidad moral y de los valores de los empleados, pero también del trato que la empresa les dé como personas

**Motivación**

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

- ✓ El entusiasmo
- ✓ La actitud positiva

**Responsabilidad**

Es la capacidad de asumir el control de las actividades y supervisar un proyecto de principio a fin, gestionando cada parte del proceso

**Competencias profesionales**

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

Las competencias técnicas de una profesión son valoradas para los empleados

Valorar competencias transversales que te ayudan a diferenciarte de los demás y hacen más apto para un tipo de trabajo

Tipos principales de competencias

Competencias de base

Permite el acceso a una formación o a un trabajo, son los conocimientos básicos para poder acceder a ello

- El conocimiento
- Dominio de la lengua
- Conocimiento de una lengua extranjera
- Competencias básicas en matemáticas
- Competencias básicas en el uso de las TIC

Competencias técnicas

Las competencias adquiridas después de haber realizado una formación específica, como un puesto de trabajo concreto

Competencias transversales

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

- Trabajo en equipo
- Responsabilidad
- Iniciativa
- Relación interpersonal
- Disponibilidad para aprender

**Oralidad**

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

El manejo de la ansiedad

Las sensaciones desagradables de la ansiedad corresponden a un proceso físico-químico natural del que es prácticamente imposible escapar

El cuerpo genera una droga natural que se llama

- ❖ añade fuerza
- ❖ resistencia al dolor
- ❖ valentía

Efectos físicos secundarios

- ❖ Sudoración excesiva
- ❖ Movimientos
- ❖ Parálisis total o parcial
- ❖ Sensación de asfixia

Antídotos

La respiración

Es la base de un buen funcionamiento orgánico y su práctica correcta mejora nuestro rendimiento físico, mental y espiritual

La sonrisa

Es el código principal de comunicación no verbal para transmitir confianza

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

Requisitos que debe cumplir todo mensaje

Sencillez

Es necesario que tengamos nuestro mensaje al lenguaje que nuestro público requiere

Conocimiento

El hablar acerca de algo es sólo referirse a lo que saben, lo que sienten, lo que piensan o lo que se ha vivido

Brevedad

Cuando estamos frente a un expositor que habla de manera precisa y no toma más del tiempo necesario para darnos a conocer su mensaje

- ✓ 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

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

La audiencia vendría a ser prácticamente imposible si careciéramos del convencimiento de lo que estamos diciendo

La eficacia en la comunicación escrita profesional dependerá de si somos capaces de adaptarla al destinatario y causar el efecto que deseamos

- Que te sientas cómodo con la escritura
- Que comprendas mejor los textos que lees y saques ideas y conclusiones
- Que seas capaz de convencer y de conseguir lo que necesitas con tus documentos o tus escritos
- Mejorar tu imagen personal y profesional

Sigmund Freud

“Introducción al psicoanálisis” una síntesis magnífica del poder de la palabra escrita  
“Las palabras, primitivamente, formaban parte de la magia y conservan todavía en la actualidad algo de su antiguo poder”

Antes de escribir

- ❖ Escribir un email o hacer una llamada
- ❖ Los objetivos pueden variar sustancialmente y muchas veces eso no se tiene en cuenta y es algo fundamental para definir el tono, el estilo, el vocabulario, etc.

Redactar

- ❖ Escribir correctamente
- ❖ Utilizar frases cortas siguiendo preferentemente la estructura
- ❖ Escribe párrafos cortos

Mejorar tu comunicación

- ❖ Ordenar los pensamientos e ideas
- ❖ Conocer el buen manejo del lenguaje
- ❖ Aplicar algunas normas sencillas que evitan caer en los errores

Expresión escrita