



Mi Universidad

Nombre del Alumno YEDID PEREZ OCAMPO

Nombre del tema ACCIONES ESTRATEGICAS PARA ESTABLECER LA IMAGEN PERSONAL

Parcial PRIMER

Nombre de la Materia PROYECCION PROFESIONAL

Nombre del profesor LIC MANUELA JIMENEZ NERY

Nombre de la Licenciatura LIC TRABAJO SOCIAL Y GESTION COMUNITARIA

Cuatrimestre OCTAVO

Pichucalco Chiapas, 25 Enero 2022

2.1 INTRODUCCION

Podemos definir 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



la imagen física ha resistido todos los embates y manipulaciones que diferentes corrientes han emprendido en contra o a favor de ella.

By abedigital



Quizá no seamos capaces de expresar con palabras lo que estamos observando, pero registraremos de forma inconsciente la información, la decodificaremos y emitiremos en cuestión de segundos un juicio de valor en términos de “me gusta o no me gusta” y, por lo tanto, de aceptación o rechazo.



Desde que el hombre hizo su aparición sobre la faz de la tierra ha existido en él la preocupación por la forma como se mostrará ante los ojos de los demás.



en 1839, en su obra Hija de Eva, Balzac señala que para una mujer el vestido es “una manifestación continua de los pensamientos más íntimos, un lenguaje, un símbolo”.

la imagen física no es solamente asunto de la indumentaria, comprende también las formas y medidas de la cara y cuerpo, los colores, patrones y texturas utilizadas en las prendas de vestir; incluye la postura al pararse y sentarse y el modo de caminar, la sonrisa y otros gestos, los ademanes, el contacto visual y la conducta táctil, aspectos que deberán estudiarse y saberse manejar correctamente para poder ser poseedores de una buena imagen personal.

2.2 LA COMUNICACION NO VERBAL

Los ademanes son signos que dan comunicación complementaria a las palabras, llegando a veces a sustituirlas, como sería el caso de levantar el pulgar para explicarle a alguien que les fue de maravilla en su junta.



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.



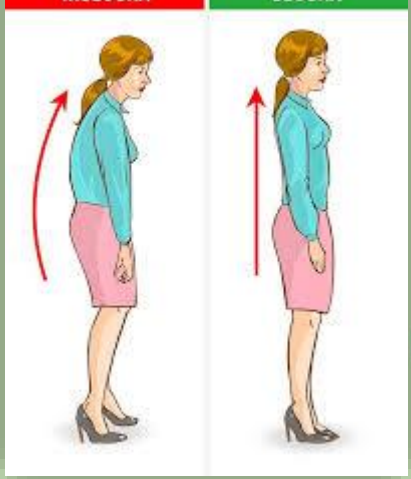
Nuestra cara, como ninguna otra parte de nuestro cuerpo, puede controlar, complementar o sustituir las palabras. Yendo todavía más lejos, puede llegar a contradecir lo que con palabras estamos diciendo.



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. Existe desde la conducta táctil profesional que no encierra ninguna emoción como la del médico

2.3 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.



El lenguaje corporal está característico de características anatómicas, relacionado directamente con la tradición, la geografía, la cultura, la herencia de los pueblos, el género, particularidades de nacimiento, la evolución, la religión.



En el caso de los seres humanos, desde la antigüedad, el cabello se ha considerado una expresión de belleza, poder, fuerza y energía. Pueden revelar también muchos secretos del cuerpo y de la personalidad.



Ropa, adornos y joyería son rasgos diferenciales que nos hablan acerca de la filiación de quien los porta.



El olfato también condiciona el comportamiento de los seres humanos y existen culturas muy sensibles a determinados olores, en especial a los relacionados con el cuerpo.



Las arrugas, la suciedad y las enfermedades de la piel han sido siempre motivo de rechazo. Con la piel se relaciona todo aquello que se percibe al tocar.

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



Escribir un discurso requiere de una metodología, una estructura y el uso de recursos tácticos. Añada la brevedad, pues para hacer un discurso inmortal no necesita hacerlo eterno.



El discurso en su estructura presenta tres áreas constitutivas que definen su totalidad como mensaje.

- Introducción
- Desarrollo
- Clímax
- Conclusión



2.4 DISCURSO

By abedigital

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.



La dimensión táctica del discurso permite administrar los estímulos verbales y no verbales con el propósito de generar mayor impacto en la audiencia. Los recursos son registros que contribuyen a fortalecer la contundencia del mensaje.

COMPETENCIAS PERSONALES



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



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.



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



La voluntad de aprendizaje continuo es una competencia muy valorada por las organizaciones. Muchas empresas consideran hoy en día el aprendizaje como un activo decisivo y estrechamente vinculado con la competitividad.



La lealtad 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.

El trabajo del siglo XXI no se entiende sin esta perspectiva colaborativa, transversal y vertical, entre compañeros, grupos, departamentos y proveedores de una misma empresa. *By abedigital*



Creatividad Abre la mente, imagina y sueña
La sociedad actual está sobrecargada de datos, información y conocimiento.
Inteligencia social Las emociones también cuentan



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

2.6 COMPETENCIAS PROFESIONALES

Las competencias profesionales, son todas aquellas habilidades y aptitudes que tienen las personas que les permiten desarrollar un trabajo de forma exitosa.

Descubre los sectores emergentes, las competencias que te harán mejorar tu CV y realiza las acciones necesarias para conseguir un perfil competitivo y que encaje con tu proyecto profesional.



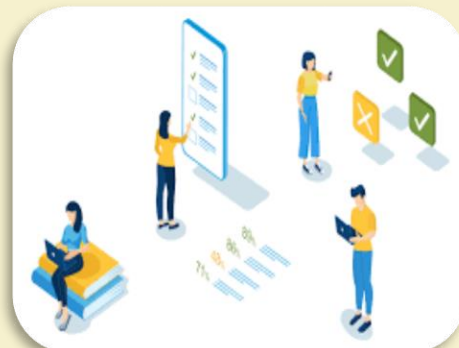
Capacidad de organización del trabajo: disposición y habilidad para crear las condiciones adecuadas de utilización de los recursos humanos o materiales existentes para desarrollar las tareas con el máximo de eficacia y eficiencia.



Responsabilidad en el trabajo: disposición para implicarse en el trabajo, considerándola la expresión de la competencia profesional y personal y cuidando de que el funcionamiento de los recursos humanos y materiales sea el adecuado.



Analiza tu perfil para conocer a fondo cuáles son tus características personales y tus competencias que te diferencian de los demás y te ayudarán a conseguir una mejor marca personal.



Las competencias transversales son todas aquellas habilidades y aptitudes que hacen que un trabajador desarrolle de forma eficaz su trabajo.

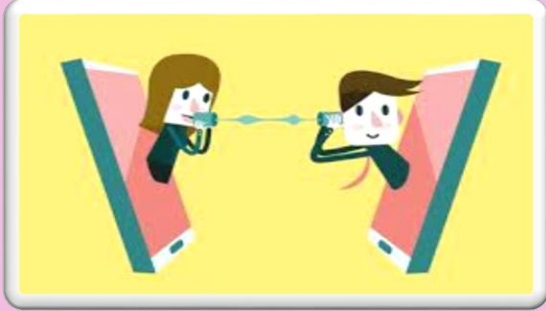


Las competencias de base son aquellas que permiten el acceso a una formación o a un trabajo, son los conocimientos básicos que permiten poder acceder a un trabajo

Las 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.

2.7 ORALIDAD

La oralidad o imagen verbal 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.

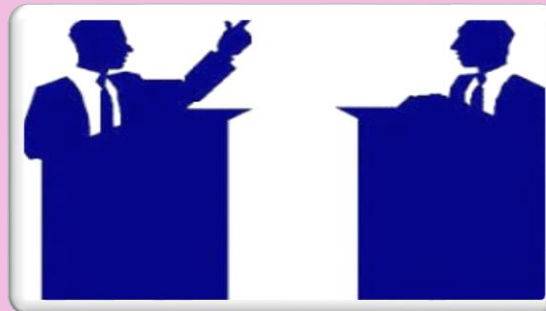


Para poder manejar las sensaciones desagradables de la ansiedad, tal vez les sea útil saber que corresponden a un proceso físico-químico natural del que es prácticamente imposible escapar.



Requisitos que debe cumplir todo mensaje Para poder cumplir con la transmisión eficiente de nuestro mensaje debemos de poner cuidado en que nuestra participación cubra una serie de requisitos.

Sencillez Para lograr la sencillez es necesario que adecuemos nuestro mensaje al lenguaje que nuestro público requiere.



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.



La oralidad



2.8 EXPRESION ESCRITA

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

El siglo XXI es el siglo de la comunicación ya que nunca, hasta ahora, las personas habían estado sometidas a tanta cantidad de información.

Lo primero que deberías hacer, antes de escribir un documento o un correo electrónico o cualquier mensaje online u offline, es plantearte cuál es el objetivo del mismo.

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. de un escrito. Aunque John Updike dijo que escribía para “desatascar la empanada mental que tiene la gente en la cabeza”

