

LIC. ENFERMERIA

MAPA CONCEPTUAL

Nombre del Alumno: José Alfredo Jiménez Martínez

Parcial: 8vo cuatrimestre

Nombre de la Materia: PROYECCIÓN PROFESIONAL

Nombre del profesor: ALBERTO DE JESÚS LÓPEZ MUÑOZ

Lugar y Fecha de elaboración:

Villahermosa Tabasco, 21 DE MARZO DEL 2022

UNIDAD III

3.1. ASERTIVIDAD

CONCEPTO

Permite expresar sentimientos, opiniones y pensamientos, en el momento oportuno, de la forma adecuada y sin negar ni desconsiderar los derechos de los demás.

CARACTERÍSTICAS DE UNA PERSONA ASERTIVA

Expresa sus opiniones libremente. *Sabe manejar situaciones difíciles diciendo la palabra oportuna, de manera oportuna y en el momento oportuno. *No permite que los demás se aprovechen.

PERSONA ASERTIVA

Rechazar peticiones.
Realizar peticiones.
Expresar desagrado

3.2 CONCISIÓN

Es una característica de los discursos, las escrituras, y, por lo tanto, también en las estructuras de los datos, los juegos algorítmicos y el pensamiento en general, exhibiendo tanta claridad como brevedad.

Del latín concīsus, es algo que tiene concisión. Este término (concisión), por su parte, está vinculado a la economía de medios y a la brevedad para expresar un concepto con precisión y exactitud.

EJEMPLO

El juez le pidió al acusado que fuera conciso y que se limitase a responder aquello que se le estaba preguntando

EJEMPLO

“El escritor fue aplaudido tras un discurso conciso en el que no dejó ningún cabo suelto”, “Gómez, sea más conciso con sus respuestas, por favor”.

COHERENCIA (ESENCIA PERSONAL)

Es la forma de los textos bien estructurados que permite concebirlos como entidades semánticamente comunitarias, de manera que las diversas ideas secundarias aportan información relevante

CONCEPTO

Una persona es coherente cuando actúa de acuerdo a sus principios y a sus valores. Cuando una persona dice una cosa pero hace la contraria, entonces, muestra una contradicción entre hechos y palabras que genera sensación de poca coherencia ética frente al interlocutor.

CARACTERÍSTICAS

Las personas coherentes son firmes en sus principios y valores. Principios que actúan como normas del obrar recto porque la ética personal ayuda a diferenciar entre el bien y el mal.

CARACTERÍSTICAS

La imagen no se trata de la ropa que nos ponemos, si no también de nuestro lenguaje no verbal con el cual nos comunicamos con el resto. Tiene que existir por tanto coherencia entre quiénes somos y cómo nos mostramos a los demás y nuestra Imagen puede hacer ruido o distorsión si ésta no es coherente.

Una persona coherente transmite sinceridad, lo que le ayuda a establecer relaciones personales sólidas porque la amistad verdadera requiere de un compromiso y de una seriedad en la palabra.

3.4 IMAGEN IDEAL VS. IMAGEN PROYECTADA

Podemos definir la imagen personal y profesional como todo aquel proceso de cambio psicofísico, que aplicamos en nosotros de manera individual con el objetivo de mostrar a los demás lo que somos en fondo y forma, misma que nos ayudará a generar opiniones favorables cada día más exigente era de la globalización.

IMAGEN INTERNA

El contenido de la imagen espiritual es fundamentalmente, todo aquel sistema de creencias, valores, principios, creencias, y todo lo que se lleva a cabo en busca de la verdad de las cosas, ect.

La imagen interna; que a su vez se subdivide en imagen espiritual e imagen intelectual.

LA IMAGEN IDEAL

Es una proyección de lo que quieres ser y todavía no has alcanzado. Está vinculada a la montaña de deseos y sueños que hay en tu corazón y también a "lo que debes ser". Como sabes muchas veces antepone los deseos a las verdaderas necesidades y esto puede ser una trampa.

LA IMAGEN PROYECTADA

Representa lo que eres hoy con tus imperfecciones y virtudes. Puedes lucir espléndido o quizá algún aspecto positivo o negativo esté tapado por la Imagen Ideal que te impide mostrarte auténtico.

UNIDAD III

3.5 CAMPO PROFESIONAL E IMAGEN

CONCEPTO

La imagen profesional como la percepción que se tiene de una persona o una institución por parte de sus grupos objetivo como consecuencia del desempeño de su actividad profesional.

FACTORES DE LA IMAGEN PÚBLICA

Grupos objetivo diferentes y específicos: representa la segmentación de los destinatarios que se perfilan por necesidades y expectativas diferentes y a los cuales se les ofrece el servicio profesional.

OBJETIVO DE POSICIONAMIENTO

¿Cómo me perciben actualmente? Aquí obtendremos información muy valiosa. Hacer una auditoría de imagen es de gran importancia, pues nos permite conocer a detalle la opinión que los demás tienen de nosotros.

OBJETIVO DE POSICIONAMIENTO

¿Qué acciones debemos realizar para lograr nuestro objetivo? Si ya sabemos qué queremos o necesitamos y también conocemos la opinión actual

