



Mi Universidad

NOMBRE DEL ALUMNO: URIEL DE JESUS MARTINEZ HERNANDEZ

NOMBRE DEL TEMA: MAPAS CONCEPTUALES UNIDAD III

NOMBRE DE LA MATERIA: PROYECCIÓN PROFESIONAL

NOMBRE DEL PROFESOR: ALBERTO DE JESÚS LÓPEZ MUÑOZ.

NOMBRE DE LA LICENCIATURA: LIC. EN ENFERMERÍA

CUATRIMESTRE: OCTAVO

LUGAR Y FECHA DE ELABORACIÓN:

VILLAHERMOSA TAB. 20 DE MARZO DEL 2022

ASERTIVIDAD

CONCEPTO

La habilidad personal que nos permite expresar sentimientos, opiniones y pensamientos, en el momento oportuno, de la forma adecuada y sin negar ni desconsiderar los derechos de los demás.

La asertividad es una habilidad social, y sirve para comunicar -transferir un mensaje-, de manera clara, precisa y directa, sin herir los sentimientos de los demás. Además de mejorar las relaciones humanas con una actitud agradable, sea cual sea la opinión del tema a tratar, comunicando de manera definida y segura.

CARACTERÍSTICAS DE UNA PERSONA ASERTIVA

*Define sus propios intereses atendiendo a los intereses del otro.

*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.

*Es capaz de decir lo que quiere, desea y opina.

*Está satisfecho con los resultados.

*No generaliza.

*Gane o pierda conserva su propio respeto.

LA PERSONA ASERTIVA SABE:

- Hacer y recibir Cumplidos.
- Rechazar peticiones.
- Realizar peticiones.
- Expresar desagrado.
- Afrontar críticas.

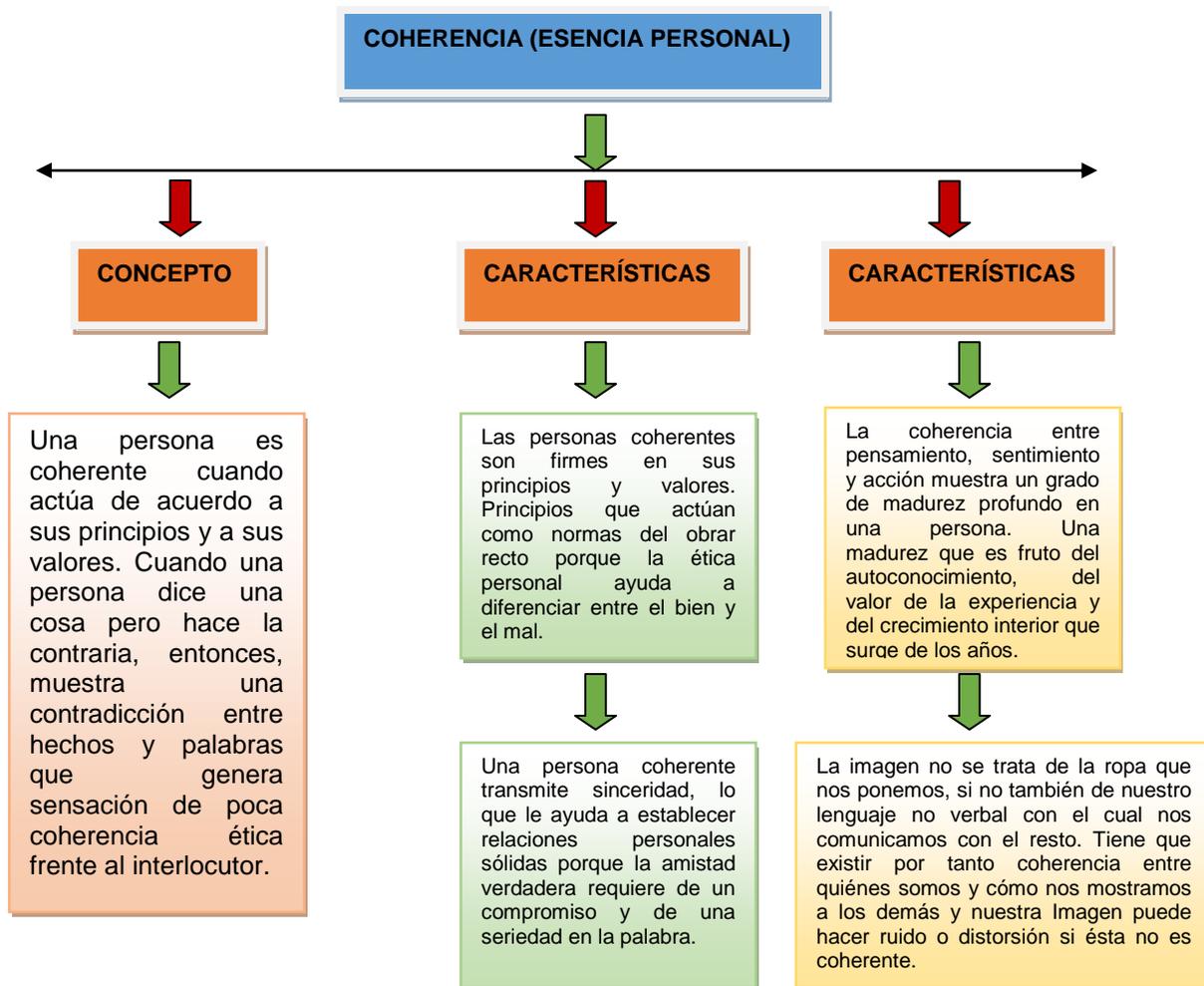
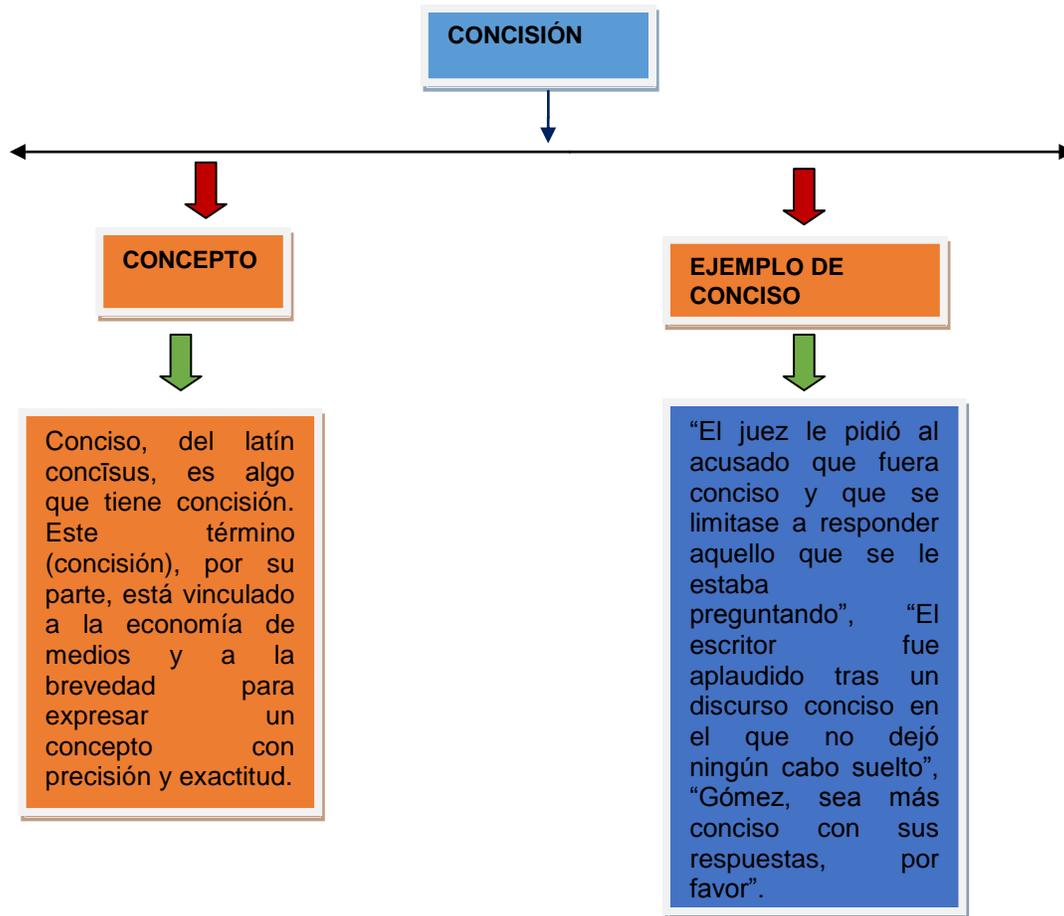


IMAGEN IDEAL VS. IMAGEN PROYECTADA.

CONCEPTO

Podemos definir la imagen personal y profesional como todo aquel proceso de cambio físico-psicológico, 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

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

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 intelectual, son todos aquellos conocimientos empíricos, académicos, políticos, sociales y culturales; en fin, el gran cúmulo de conocimientos que hemos adquirido en el transcurso de nuestra vida diaria los cuales nos permiten desenvolvernos con mayor seguridad en nuestro quehacer cotidiano.

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.

Tendencia a proyectarla en la apariencia, vestuario y en los demás. Se manifiesta en actitudes, vestimenta, modales, comunicación que en el fondo, no alcanzan su objetivo de satisfacción personal. Conlleva esfuerzo y el estilo proyectado necesita estar estudiado.

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.

Lo que eres, tal y como eres tiene la capacidad de acción, cambio personal y movilización de recursos para alcanzar tus sueños. Por eso la imagen real necesita de la ideal para crecer (que puedes ajustar).

CAMPO PROFESIONAL E IMAGEN

CONCEPTO

Podemos definir 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

*Percepción: genera referentes de interpretación indispensable para significar las relaciones y entender el propósito comunicativo.

*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.

*Diferentes situaciones y contextos según grupos objetivo: informa del mapa situacional en el que interactúan tanto el emisor institucional como el receptor objetivo.

OBJETIVO DE POSICIONAMIENTO

1. ¿Cómo necesito/quiero que me perciban los demás? Aquí, es importante identificar los diferentes públicos con los cuales interactuamos.

2. ¿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.

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