



Nombre del Alumno: Liri Yanet lopez Pérez

Nombre del tema: Ensayo

Nombre de la Materia: Proyección profesional

Nombre del profesor: Alberto de Jesús lopez Muñoz

Nombre de la Licenciatura: Enfermería

Cuatrimestre: 8to

PROYECCIÓN PROFESIONAL

PROYECCIÓN PROFESIONAL

En este texto narra la proyección de la imagen de personajes del mundo del entretenimiento como casos históricos que trascendieron fronteras ya que han tenido cambios muy drásticos, habla de lo que proyectamos con nuestra imagen desde un corte o tinte de cabello hasta la forma de vestir.

Que la imagen de una persona es más importante de lo que uno piensa ya que esto puede brindar oportunidades o afectarlas.

Es muy importante lo que proyectamos porque con esto podemos expresar mensajes de manera verbal y no verbal, y que la imagen que representamos una persona no puede ser falsa. Ya que rehacer una imagen pública es demasiado complicada y difícil de lograr

En teoría decir "así soy yo y no me importa lo que piensen los demás" suena auténtico y hasta valiente, pero en la práctica equivale al suicidio. Y es que "esos demás" son los clientes que compran nuestros productos, los empleados que hablarán de nuestra empresa, los accionistas dispuestos a seguir invirtiendo, los admiradores que comprarán nuestros discos y conciertos, los votantes o gobernados que nos darán o retirarán su apoyo. Simple y sencillamente son los demás y la forma en que nos perciben lo que determinará nuestro éxito o fracaso. Y por todo esto es suficientemente demostrada la importancia que tiene la Creación, manejo y control de una imagen pública.

¿Qué es la imagen?

Aclarando la confusión

En esta parte habla que hay muchas personas que invariablemente comprenden que la consultoría en imágenes públicas está basada en el ámbito en el que la imagen es todo es estético y superficial y que existen otros factores que contribuían a acrecentar confusión y el hecho de que también existían otras ocupaciones, todas ellas dignas y profesionales, que solían identificarse como creadores de imagen: maquillistas, estilistas, coordinadores de moda, sastres y modistas, fotógrafos, cirujanos plásticos y cosmetólogos dentales,

mercadólogos, publicistas, publirrelacionistas, y algunos más que alargarían inútilmente la lista.

Definiendo la palabra imagen

Para definir la palabra imagen tenemos de tener en cuenta que existe las cosas y además su imagen. Este significado está fuertemente ligado con lo visual y tal es su poder, aunque conlleve el riesgo de no comunicar la totalidad de la realidad. Pensemos en que no es lo mismo ver la foto de un personaje que estar frente a él. Que no es lo mismo presenciar la actuación de un artista que comprar el video del concierto en vivo. La imagen en este caso modifica la realidad, para bien o para mal.

Percepción

La percepción podría interpretarse como el recuerdo que nos queda después de haber tenido una experiencia de cualquier clase y que evocaremos cada vez que nos refiramos a lo que lo causó. Por eso es que podemos identificar imagen con percepción y desprender que nuestra imagen será la manera como somos percibidos y que serán los demás quienes nos la otorgarán basados en lo que hayan sentido de nosotros.

Imagen publica

La imagen es un resultado y por lo tanto está provocada por algo; dicho de otra manera, es el efecto de una o varias causas. Producirá un juicio de valor en quien lo concibe por lo que su opinión se convertirá en su realidad. Es por esto que podemos concluir que una imagen pública será la percepción compartida que provocará una respuesta colectiva unificada.

Los estímulos

Un estímulo es un incitamiento para obrar o funcionar. Cuántas clases de estímulos pueden existir es por eso que distingamos solamente tres grandes grupos de que pueden crear una imagen mental; los **verbales** como su nombre lo indica generan la percepción principalmente a través de la palabra en cualquiera de sus formas: oral o escrita, los no verbales son todos aquellos que generan la percepción principalmente a través de recursos ajenos a las palabras y los mixtos son aquellos que generan la percepción a través de la emisión simultánea de estímulos verbales y no verbales. (gardoia, 2007)

Referencias

gardo, V. (junio de 2007). *El poder de la imagen*. Obtenido de <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/60b89bc171e404d4b92b71641b82e8fc.pdf>