



## Cuadro Sinóptico

*Nombre del Alumno: Sheyli Velazquez Rodriguez.*

*Nombre del tema: Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.*

*Nombre de la Materia: Proyección Profesional.*

*Nombre del profesor: Laura Jaqueline López Hernández.*

*Nombre de la Licenciatura: Psicología.*

*Cuatrimestre: Octavo.*

*Frontera Comalapa, Chiapas a 30 de enero del 2022.*

# Acciones estratégicas para establecer la

## INTRODUCCIÓN

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.

Cualquier ser humano ha sido capaz de entender muchas cosas acerca de los demás con sólo ver cómo se presentan frente a él.

La imagen física como código de comunicación no verbal incluye no solamente las prendas de vestir sino también el peinado, el maquillaje y los accesorios.

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.

## LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

**Ademanes**  
Son la palabra en movimiento, deben corresponder a la magnitud y acción de la palabra oral de manera natural, administrados con la justa medida.

**Gestos**  
Nuestra cara, puede controlar, complementar o sustituir las palabras. Puede llegar a contradecir lo que con palabras estamos diciendo.

**Contacto visual**  
Establecer un buen contacto visual con las personas que interactuamos equivale a tener un sólido puente de comunicación entre dos lugares distantes.

**Conducta táctil**  
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.

## LA IMAGEN CORPORAL

El lenguaje corporal humano se inicia con la formación del feto dentro del seno materno.

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 relacionado directamente con la tradición, la geografía, la cultura, la herencia de los pueblos, el género, particularidades de nacimiento, la evolución, la religión y las características anatómicas.

## DISCURSO

El discurso expresa las decisiones y ejecuciones del hablante en el mundo: es un acto del habla.

Cómo escribir un discurso:  
\*Introducción, Desarrollo, Clímax, Conclusión.

Orden y distribución de la información  
\*Inductivo, Deductivo, Espacial, Temporal, Problema-solución, Causa-efecto.

Los recursos tácticos del discurso: La dimensión táctica del discurso permite administrar los estímulos verbales y no verbales con el propósito de generar mayor impacto en la audiencia.

## COMPETENCIAS PERSONALES

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

**Adaptabilidad:**  
Afronta los cambios.

**Aprendizaje:**  
Nunca se sabe lo suficiente.

**Colaboración:**  
Crea un espíritu de equipo.

**Comunicación:**  
Construye relaciones eficaces y honestas.

**Creatividad:**  
Abre la mente, imagina y sueña.

## COMPETENCIAS PROFESIONALES

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

Tres tipos principales de competencias:

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.

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

## 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.

Un individuo que sabe expresarse correctamente, independientemente de los estudios profesionales que haya cursado, siempre tendrá ventaja sobre los demás.

El manejo de la ansiedad  
La respiración y la sonrisa

Requisitos que debe cumplir todo mensaje: Sencillez, Conocimiento, Brevidad, Orden, Convicción.

## EXPRESIÓN ESCRITA

A diferencia de lo que decimos hablando, lo que escribimos permanece y dice mucho de nosotros.

En la mayoría de los puestos de trabajo, se dedica más del 50% del tiempo a la escritura: desde correos electrónicos o sms, hasta informes y presentaciones.

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

Sigmund Freud escribió en su "Introducción al psicoanálisis" una síntesis magnífica del poder de la palabra escrita.