



*Nombre del Alumno: Guadalupe Recinos Vera*

*Nombre del tema: ACCIONES ESTRATEGICAS PARA ESTABLECER LA IMAGEN PERSONAL.*

*Parcial: I*

*Nombre de la Materia: Proyección profesional*

*Nombre del profesor: Laura Jacqueline López Hernández*

*Nombre de la Licenciatura: Psicología General*

*Cuatrimestre: 8vo*

*Grupo: "A"*

*Frontera Comalapa, Chiapas 27 de enero del 2022*

ACCIONES  
ESTRATEGICAS  
PARA  
ESTABLECER LA  
IMAGEN  
PERSONAL.

\*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.

\*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".

2.2 La comunicación no verbal.

La clave en la utilización de estos códigos estará en la naturalidad y soltura con la que nos desenvolvamos frente a los demás.

- ✓ **Ademanos:** son signos que dan comunicación complementaria a las palabras, llegando a veces a sustituirlas deben corresponder a la magnitud y acción de la palabra oral de manera natural, administrados con la justa medida
- ✓ **Gestos:** 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.
- ✓ **contacto visual:** Establecer un buen contacto visual con las personas que interactuamos equivale a tener un sólido puente de comunicación entre dos lugares distantes.
- ✓ **contacto 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.

2.3 La imagen corporal.

\*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

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.

- Cabeza y cuello
- Contacto visual
- Postura o cinestesia
- Ademanos y movimientos. Los brazos y las manos.
- Las piernas y los pies.
- Boca
- Voz
- Cabello
- Ropa, adornos y joyería
- Distancia corporal, distancia física o proxémica
- Olfatos y aromas
- Sentido de tacto y piel

ACCIONES ESTRATEGICAS PARA ESTABLECER LA IMAGEN PERSONAL.

2.4 Discurso

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

• Como escribir un discurso.

- \*introducción: En ella se informa el esbozo que orientará la producción de los estímulos verbales posteriores.
- \*desarrollo: se desarrollan las ideas planteadas en la introducción y generalmente se expone la dimensión racional del mensaje.
- \*clímax: Es un proceso de gradación donde los contenidos sensibilizan su expresividad.
- \*conclusión: Esta fase puede cumplir las funciones de un resumen informativo de los contenidos expuestos en el mensaje, o de valoración de las principales ideas que buscan tener memoria en el público meta.

• Orden y distribución de la información.

- \*Inductivo: ordena la información de lo particular a lo general.
- \*Deductivo: la secuencia informativa se estructura de lo universal a lo particular, presentando una visión general de los acontecimientos
- \*Espacial: la información se estructura a partir de los criterios geográficos
- \*Temporal: los contenidos se estructuran considerando pautas temporales que distribuyen la información.
- \*Problema-solución: este razonamiento presenta dos ejes rectores donde se informa acerca de una problemática y se propone una solución al planteamiento formulado
- \*Causa-efecto: se estructura el mensaje distribuyendo los contenidos en dos ejes informativos que definen las causas y consecuencias

• Los recursos tácticos del hombre

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.

2.5 Competencias personales.

Estas competencias aportan éxito y un importante valor añadido a la organización

**\*adaptabilidad:** Afronta los cambios.

**\*aprendizaje:** aprendizaje continuo es una competencia muy valorada por las organizaciones.

**\*colaboración:** Crea un espíritu de equipo

**\*comunicación:** Construye relaciones eficaces y honestas.

**\*creatividad:** capacidad de generar ideas, perspectivas y soluciones diferentes para crear nuevos productos

**\*gestión de la información:** La sociedad actual está sobrecargada de datos, información y conocimiento.

**\*inteligencia social:** La inteligencia social o emocional muestra la capacidad de conectar con los demás

**\*lealtad:** La lealtad en una organización depende de la calidad moral y de los valores de los empleados.

**\*motivación:** sentirse estimulado por una actividad tanto para iniciarla como para proseguir con ella hasta su total ejecución.

**\*responsabilidad:** a capacidad para asumir el control de tus actividades y supervisar un proyecto de principio a fin.

ACCIONES ESTRATEGICAS PARA ESTABLECER

LA IMAGEN PERSONAL.

2.6 Competencias profesionales.

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

Tipos

- \* Base: permiten el acceso a una formación o a un trabajo, son los conocimientos básicos que permiten poder acceder a un trabajo.
- \*Técnicas: hacen referencia a las competencias adquiridas después de haber realizado una formación específica.
- \*Transversales: sirven para desarrollar cualquier profesión y se han adquirido en diferentes contextos.

2.7 Oralidad.

La oralidad o imagen verbal es una de las imágenes subordinadas a la imagen personal o institucional

El manejo de la ansiedad

- \*antídotos
  - \*Respiración
  - \*La sonrisa
- \*Requisitos
  - \*sencillez, conocimiento, brevedad, orden, convicción,

2.8 Expresión escrita.

- \*Escribir bien no es sinónimo de escribir eficazmente
- \*la eficacia en la comunicación escrita profesional dependerá de si somos capaces de adaptarla al destinatario y causar el efecto que deseamos.

Con una buena formación en comunicación escrita se puede conseguir:

- \*Que comprendas mejor los textos que lees y saques ideas y conclusiones.
- Que seas capaz de convencer y de conseguir lo que necesitas con tus documentos o tus escritos.
- Que mejores tu imagen personal y profesional.
- Que incrementes tus resultados