

Nombre de alumno: Rosa Cecilia Méndez Jiménez

Nombre del profesor: Luis Ángel Galindo

Nombre del trabajo: Cuadro Sinóptico Unidad II

Materia: Proyección Profesional

Grado: 8° Cuatrimestre

Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

Introducción

- Imagen física
 - Percepción que se tiene de una persona por parte de sus grupos objetivo como consecuencia de su apariencia o de su lenguaje corporal.
 - En 1839, en su obra Hija de Eva, Balzac señala que para una mujer el vestido es “una manifestación continua de los pensamientos más íntimos, un lenguaje, un símbolo”.
 - La imagen física como código de comunicación no verbal incluyendo solamente las prendas de vestir sino también el peinado, el maquillaje y los accesorios.

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 la palabra en movimiento.
 - Son signos que dan comunicación complementaria a las palabras, llegando a veces a sustituirlas, como sería el caso de levantar el pulgar para explicarle a alguien que les fue de maravilla en su junta.
- Gestos
 - Nuestra cara, como ninguna otra parte de nuestro cuerpo, puede controlar, complementar o sustituir las palabras.
- Contacto visual
 - Lo hacemos de ladito, sin ver a los ojos de la otra persona, con un saludo rápido y esquivo, que nadie entiende. Establecer contacto visual significa vencer el miedo de conocer y dejar que nos conozcan, porque cuando se entabla contacto visual se abre el conducto que conduce al corazón, por eso genera confianza.
- Conducta táctil
 - Es la permisibilidad de tocar y ser tocado dentro de las reglas de etiqueta cultural propias.

La imagen corporal

- Se inicia con la formación del feto dentro del seno materno.
- Está estrechamente relacionado con los estilos institucionales y personales, con las reglas de demostración y con las emociones y las conductas.
- El cuello del hombre que usa traje debe lucir impecablemente planchado, sin arrugas.
- En el cuello de la mujer, si aparece adornado, debe lucir un accesorio de buen gusto, combinado, y que no esté en malas condiciones.

Discurso

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

Competencias personales.

Estas competencias aportan éxito y un importante valor añadido a la organización, y las compañías lo saben.

- 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.
- 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: Las empresas buscan empleados comprometidos y leales con la cultura y con los objetivos de la organización, personas que busquen el bien común por encima de sus propios intereses.
- Motivación :La motivación es la capacidad de sentirse estimulado por una actividad tanto para iniciarla como para proseguir con ella hasta su total ejecución.
- Responsabilidad :La responsabilidad es la capacidad para asumir el control de tus actividades y supervisar un proyecto de principio a fin.

Competencias profesionales

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

Tipos de competencia

- Competencias de base.
- Competencias técnicas.
- Competencias transversales.

Oralidad

Es una de las imágenes subordinadas a la imagen personal o institucional que más peso tienen en la conformación de la percepción debido a que los estímulos que la conforman son las palabras en su forma oral o escrita.

Expresión escrita

Escribir bien no es sinónimo de escribir eficazmente. No creas que sólo con escribir bien puedes seducir al lector o convencerle. En realidad, la eficacia en la comunicación escrita profesional dependerá de si somos capaces de adaptarla al destinatario y causar el efecto que deseamos.