

**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.

- Ademanes
  - 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.