



**Nombre de alumno: Víctor Maldonado García**

**Nombre del profesor: Ramiro Roblero Morales.**

**Nombre del trabajo: cuadro sinóptico**

**“asertividad, concisión, y coherencia entre imagen personal y profesional”.**

**Materia: proyección profesional**

**Grado: Octavo cuatrimestre**

**Grupo: c**

ASERTIVIDAD

**Definición**

Habilidad personal que nos permite expresar sentimientos, opiniones y pensamientos, en el momento oportuno, de la forma adecuada y sin negar ni desconsiderar los derechos de los demás.

Sirve para comunicar transferir un mensaje, de manera clara, precisa y directa, sin herir los sentimientos de los demás.

**¿Cómo ser asertivo?**

Es esencial conocer el propio estilo de comunicación y ser consciente de los propios estados emocionales internos, recursos e intuiciones. Imprescindible autocontrol, confianza, integridad y adaptabilidad.

**Características de la persona asertiva**

- 1-Define sus propios intereses atendiendo a los intereses del otro.
- 2-Expresa sus opiniones libremente.
- 3-No permite que los demás se aprovechen.
- 4-Gane o pierda conserva su propio respeto.
- 5- Es capaz de decir lo que quiere, desea y opina.
- 6- No generaliza.

**La persona asertiva sabe**

- 1-Hacer y recibir cumplidos.
- 2-Rechazar peticiones.
- 3-Realizar peticiones.
- 4-Expresar desagrado.
- 5-Afrontar críticas.

Ser asertivo/a es una de las cualidades más importantes de saber transmitir personal y profesionalmente en los distintos ambientes profesionales, Toda habilidad requiere conocimientos, práctica y aptitud.

CONSCION

**Quiroga hace mención**

Que el autor no debe abusar del lector. Todo cuento debe ser el producto de un trabajo detallado, y debe, por tanto, ser una novela depurada de ripios

El ejemplo más claro de ahorro lingüístico palabra de origen yagán: «mamihlapinatapai» De acuerdo a la definición que dio René Haurón

**Teoría del ahorro lingüístico**

Todo enunciado debe intentar ofrecer la mayor cantidad de información utilizando la menor cantidad de palabras posible.

Significa "mirar a otra persona a los ojos, con el deseo y la esperanza de que nos devuelva una mirada invitándonos a realizar juntos una acción que los dos estamos esperando pero que ninguno se atreve a iniciar".

**Hace referencia**

Una persona es coherente cuando actúa de acuerdo a sus principios y a sus valores.

Principios que actúan como normas del obrar recto porque la ética personal ayuda a diferenciar entre el bien y el mal.

**Personas coherentes consigo mismo**

Tienen tranquilidad interior porque son honestas consigo mismas, es decir, son fieles a su pensamiento.

**La coherencia entre pensamiento sentimiento y acción**

Muestra un grado de madurez profundo en una persona. Una madurez que es fruto del autoconocimiento, del valor de la experiencia y del crecimiento interior.

**Coherencia en nuestra vida y marca personal.**

Sea profesional, social privado pues la misma debe ser coherente en todos éstos, ya que no somos individuos diferentes, ni podemos divorciar quiénes somos el mismo individuo que se desenvuelve y desarrolla.

COHERENCIA

**Imagen personal**

Hay que saber ser y estar ante las diferentes situaciones que se nos presentan y los entornos que enfrentamos, siendo igualmente coherente con quienes somos, con nuestra propia personalidad y estilo.

El tema de la imagen no se trata de la ropa que nos ponemos, sino también de nuestro lenguaje no verbal con el cual nos comunicamos con el resto. Tiene que existir por tanto coherencia entre quiénes somos y cómo nos mostramos a los demás.

**Ser coherente**

Implica un autoconocimiento de uno mismo y esto es algo que realizamos constantemente, autoanalizarnos, realizar una FODA personal y atrevernos a identificar nuestras debilidades y trabajar en ellas

IMAGEN PERSONAL VS IMAGEN PROYECTADA

**Imagen personal y profesional**

Se define como todo aquel proceso de cambio físico-psicológico, que aplicamos en nosotros de manera individual con el objetivo de mostrar a los demás lo que somos en fondo y forma.

**Objetivo**

Ayudará a generar opiniones favorables cada día más exigente era de la globalización.

**Imagen espiritual**

Sistema de creencias, valores, principios, creencias, y todo lo que se lleva a cabo en busca de la verdad de las cosas.

**Imagen intelectual**

Son todos aquellos conocimientos empíricos, académicos, políticos, sociales y culturales.

El gran cúmulo de conocimientos que hemos adquirido en el transcurso de nuestra vida diaria los cuales nos permiten desenvolvernos con mayor seguridad.

La imagen personal es la guía que nos conducirá a lo que denominamos imagen profesional, y es aquí en donde cobra mayor importancia, el buen manejo de la comunicación.

Para potenciar su imagen personal debe mantener una coherencia entre los cuatro canales de información que se utilizan al transmitir cualquier mensaje.

Cuatro instrumentos que deben apoyarse entre sí

- 1: apariencia exterior
- 2: la indumentaria
- 3: los gestos y la voz
- 4: el tono y su modulación

Una persona que cuida su imagen se siente más segura y confiada en lo que ofrece y transmitiendo una fuerza imparable.

**La imagen ideal**

Es una proyección de lo que quieres ser y todavía no has alcanzado. Está vinculada a la montaña de deseos y sueños que hay en tu corazón y también a lo que debes ser.

Tiene origen en tu pasado, en la educación que has recibido, las expectativas de ti mismo sin cumplir, bien tuyas o de otras personas importantes para ti.

Con el paso del tiempo se convierte en una voz interna que te observa y cuando no se cumple lo esperado te avisa de si ejecutas los estándares previstos o no a través de tu guía o tu crítico interno.

Se manifiesta en actitudes, vestimenta, modales, comunicación que en el fondo, no alcanzan su objetivo de satisfacción personal

Representa lo que eres hoy con tus imperfecciones y virtudes. Puedes lucir espléndido o quizá algún aspecto positivo o negativo.

Está vinculada al presente, al aquí y al ahora y es la fuente como su propio nombre indica para "hacerte realidad."

**Capacidad**

De acción, cambio personal y movilización de recursos para alcanzar tus sueños.

Te avisa de la distancia que hay de dónde estás a dónde quieres llegar, la capacidad que tienes de aceptarte incondicionalmente.

**La Imagen proyectada**

**Como acercar la imagen real a la ideal.**

**Es más fácil cambiar lo que te pones que lo que piensas.**

Por eso haz una revisión primero del concepto que tienes de ti antes de que surja la tentación de disfrazarte.

**La Imagen proyectada no es mala**

Revisa que no haya mucha distancia entre lo que deseas y necesitas para vivir la vida de forma más armónica es una opción muy saludable y motivante.

**Consigue que te vista tu guía interno más que tu crítico.**

La diferencia está en que en la primera opción sentirás inspiración y en la segunda te pellizcará el cuerpo.

**Reescribe lo que quieres que sea distinto en tu diario de vida**

Si quieres que tu conciencia te avise que estás engordando dile que lo haga pero con una voz más suave.

**En cuanto percibas frustración porque no consigues ser lo que quieres**

Creer es precioso y no necesitas órdenes militares para disfrutar de la vida.

**Negocia contigo si tus defectos o imperfecciones son tan tremendos**

En realidad son la puerta de salida a aceptarte y entonces sí atraerás a tu vida autenticidad y libertad

**Sé flexible con los "resultados negativos" Son sólo eso**

Al hacerlo estarás aprendiendo en vez de castigarte que solo aprieta más el zapato.

**Dibuja en un papel tu Imagen Real y tu Imagen Ideal con un espacio en medio**

Asocia adjetivos, motivaciones y necesidades a cada una

**ASERTIVIDAD, CONSCION, Y COHERENCIA ENTRE IMAGEN PERSONAL Y PROFESIONAL**

**Campos profesionales e imagen**

**Imagen profesional**

Percepción que se tiene de una persona o una institución por parte de sus grupos objetivo como consecuencia del desempeño de su actividad profesional.

La calidad de las percepciones personales es central para cualificar la eficiencia de las relaciones personales

Este principio permite hacer habitable la organización y establecer escenarios de productividad institucional donde la comunicación sea un capital simbólico fundamental

**Factores de la imagen publica**

**Percepción**

Genera referentes de interpretación indispensable para significar las relaciones y entender el propósito comunicativo.

**Grupos objetivos diferentes y específicos**

Representa la segmentación de los destinatarios que se perfilan por necesidades y expectativas diferentes.

**Diferentes situaciones y contextos**

Informa del mapa situacional en el que interactúan tanto el emisor institucional como el receptor objetivo.

**En Factores que intervienen en la percepción de las relaciones profesionales**

**¿Cómo necesito/quiero que me perciban los demás?**

Es importante identificar los diferentes públicos con los cuales interactuamos, es decir, saber cómo son, qué relación tenemos con ellos, y sobre todo, qué relación nos interesa tener con ellos

Si planteamos nuestro objetivo con precisión, la medición de los logros será una tarea sencilla.

**¿Cómo perciben actualmente?**

Hacer una auditoría de imagen es de gran importancia, pues nos permite conocer a detalle la opinión que los demás tienen de nosotros

Es necesario desarrollar sistemas de investigación cuantitativos cuestionarios, encuestas o cualitativos observación, entrevistas, sesiones de grupo, técnicas proyectivas

**¿Qué acciones debemos realizar para lograr nuestro objetivo?**

Si ya sabemos qué queremos o necesitamos y también conocemos la opinión actual hace falta definir las acciones requerida para alcanzar la meta deseada.

**Desarrollo de puentes de entendimiento**

Define la capacidad de respuesta y compromiso con los objetivos institucionales.

En este plano, la imagen profesional constituye el pensamiento estratégico que contribuye a generar ambientes de eficiencia y seguridad en el mapa de comportamiento y significación con los distintos públicos.