



Nombre de alumno: Calvo Alcázar Gabriela

Nombre del profesor: Yáñez García María Elena

Nombre del trabajo: Cuadro Sinóptico

Materia: Proyección profesional

Grado: 8 Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 25 de enero de 2022

Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

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

Ademanes son la palabra en movimiento. Si en una presentación pública éstos faltan, el resultado será la falta de ánimo y si sobran, entonces eso detonará falta de control sobre sí mismo.

La imagen corporal El lenguaje corporal humano se inicia con la formación del feto dentro del seno materno. Ya en la infancia, antes de hablar, los niños desarrollan un lenguaje corporal. Éste se relaciona en forma importante con las actitudes mentales básicas.

lenguaje corporal, los siguientes puntos

- Condiciones anatómicas previas.
- Tipo caracterológico del individuo o emociones y conductas.
- Género: masculino o femenino.
- Entorno correspondiente.
- Estrés.

Competencias personales El sector laboral está dominado en la actualidad por la tecnología y las relaciones virtuales.

Competencias profesionales Las competencias profesionales, son todas aquellas habilidades y aptitudes que tienen las personas que les permiten desarrollar un trabajo de forma exitosa

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

La comunicación no verbal mandamos a través de nuestro cuerpo no sólo nos sirve para ganar seguridad en nosotros mismos sino para decodificar los mensajes positivos y negativos que los demás no están enviando de manera inconsciente.

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.

Discurso es el lugar donde se construye el hablante y se ejercita la lengua para significar el mapa enunciativo de las relaciones humanas En la palabra se marca la huella de nuestra personalidad y se desdobra la actitud del texto que siempre establece un particular sentido relacional con los destinatarios.

Asertividad, concisión y coherencia entre imagen personal y profesional.

Asertividad

Se define asertividad como la 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.

Las consecuencias de adoptar una conducta asertiva

- Facilita la comunicación y minimiza la posibilidad
- Aumenta las posibilidades de conseguir lo que deseamos.
- Incrementa las satisfacciones y reduce las molestias
- Mejora la autoestima.

Concisión

Conciso, del latín concīsus, es algo que tiene concisión. Este término (concisión), por su parte, está vinculado a la economía de medios y a la brevedad para expresar un concepto con precisión y exactitud.

Coherencia (esencia personal)

Las personas pueden mostrar que son coherentes en sus actitudes o todo lo contrario. Una persona es coherente cuando actúa de acuerdo a sus principios y a sus valores.

Una persona coherente

transmite sinceridad, lo que le ayuda a establecer relaciones personales sólidas porque la amistad verdadera requiere de un compromiso y de una seriedad en la palabra.

Imagen ideal vs. Imagen proyectada

Podemos definir la imagen personal y profesional 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

Campo profesional e imagen

En el campo de la imagen pública, una de las imágenes subordinadas que intervienen en la regulación del comportamiento de las personas cuya conducta define el significado de las diferentes relaciones institucionales, es la imagen profesional; ésta permite evaluar la calidad simbólica de los vínculos que establece la persona con los públicos internos, externos o comerciales.

profesional de la imagen pública

- Percepción: genera referentes de interpretación indispensables para significar las relaciones y entender el propósito comunicativo.
- Grupos objetivo diferentes y específicos: representa la segmentación de los destinatarios que se perfilan por necesidades y expectativas
- Diferentes situaciones y contextos según grupos objetivo: informa del mapa situacional en el que interactúan tanto el emisor institucional

Bibliografía

ANTOLOGIA UDS

UNIVERSIDAD DEL SURESTE 2

Proyección Profesional.