Nombre de alumnos: Anallely Álvarez Aguilar

Nombre del profesor: Sandy Naxchiely Molina

Nombre del trabajo: Cuadro sinoptico

Materia: Proyección profesional

Grado: 8vo. Cuatrimestre

Grupo: ´´B´´

Comitán de Domínguez Chiapas a de 29 de enero del 2022

UNIDAD II: ACCIONES ESTRATEGICAS PARA ESTABLECER LA IMAGEN PERSONAL

2.1 INTRODUCCION

Se puede definir la imagen física con la percepción que se tiene de una persona por parte de sus grupos, como consecuencia su apariencia o lenguaje.

Entonces podemos decir que la primera impresión es la que cuenta.

Cualquier ser humano es capaz de entender cosas acerca de los demás con solo ver como se presentan frente a él. Las personas solo observan la manera de vestir y con ello pueden descubrir mucha información acerca de la persona tales como: gustos, preferencias sexuales, personalidad, opiniones etc.

lo que más me gusta de esto es que ambas personas están recibiendo la misma información, entablándose un auténtico dialogo sin palabras y una corriente automática de simpatía o disgusto recíproca.

No somos tan capaces de expresar con palabras lo que estamos observando, pero siempre registramos de una forma inconsciente la información, la decodificaremos y por lo tanto emitiremos un juicio de valor que determinara la aceptación o el rechazo.

La imagen física es como un código de comunicación no verbal esto incluyendo solamente las prendas de vestir so no también el peinado, maquillaje e incluso los accesorios.

Incluyen todo tipo de accesorios tanto de mujer, así como de un hombre tales como: cinturón, zapatos, reloj, anteojos y el portafolios masculino, por solo mencionar algunos.

La imagen física no es solamente asunto de la indumentaria, comprende también las formas y medidas de la cara y cuerpo, los colores, patrones y texturas utilizadas en las prendas de vestir;

Esto también incluye la postura al pararse y sentarse y el modo de caminar, la sonrisa y otros gestos.

2.2 LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

*Ademanes:

Los ademanes deben de corresponder la magnitud y acción de la palabra oral esto de manera natural, administrados con la justa medida.

*gestos:

Nuestra cara puede controlar, complementar o sustituir las palabras. Así como también puede llegar a contradecir lo que con palabras se está diciendo. Atreves de los gestos podemos decir sin hablar muchas cosas, por eso es importante cuidar cada parte.

El gesto que más nos favorece y nos hace sentir más poderosos es la sonrisa. La sonrisa limpia y transparente inspira confianza. La risa espontánea y natural gana adeptos. La sonrisa cultivadora genera atracción.

La sonrisa es el principal código de comunicación no verbal que puede tener una persona para transmitir confianza y hacer sentir seguridad que a su vez provocara confianza y genera credibilidad.

*Contacto visual:

El contacto visual es muy indispensable ya que provoca un sólido puente de comunicación entre dos lugares distintos. No hacerlo produce una sensación de desconfianza, inseguridad, disgusto por el otro y hasta falsedad.

Establecer el 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 el uso del tacto como medio de comunicación. Es la permisibilidad de tocar y ser tocado dentro de las reglas de etiqueta cultural propias.

Existe desde la conducta táctil profesional que no encierra ninguna emoción como la del médico, el sastre o el instructor de golf, hasta la conducta táctil sexual que es la máxima expresión de intimidad.

2.3 LA IMAGEN CORPORAL

Es iniciado con la formación del feto dentro del seno materno. Ya en la infancia, antes de hablar, los niños desarrollan el lenguaje corporal. Este se relacionará en forma importante con las actitudes mentales básicas.

El lenguaje corporal también está estrechamente relacionado con los estilos institucionales y personales, con las reglas de demostración y con las emociones y las conductas.

*contacto visual al:
-apariencia externa y física, ademanes, gesto y mímica
- temperamento, ritmo de movimiento de avance, capacidad de reacción
-manifestaciones emocionales
-utilización del espacio

*postura o cinestesia: las posturas corporales emiten señales claras y señales dobles. Podemos decodificar las señales claras en la medida que conozcamos mejor al emisor

*Ademanes y movimientos. Los brazos y las manos:

La facilidad o dificultad que se tiene para usar los gestos, para expresarlos libremente o refrenarlos en algún momento está relacionada directamente con la personalidad, con la nacionalidad, con la pertenencia deliberada y consciente o encubierta a un determinado grupo social.

*Boca:

Por medio de la boca emitimos signos y palabras.

*Voz:

Tomar en cuenta el tono y timbre de la voz, como el hablar rápido o lento.

*Cabello:

La forma de arreglo, su cuidado e higiene son señales claras de una comunicación no verbal.

*Ropa, adornos y joyería:

Estos aspectos reflejan las diferentes formas en que la sociedad considera al individuo.

*Olfatos y aromas:

El olfato también condiciona el comportamiento de los seres humanos.

*sentido de tacto y piel:

Con la piel se relaciona todo aquello que se percibe al tocar. Por eso es importante mantenerla limpia.

2.4 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.

El uso de la lengua y sus efectos son detonadores de percepciones intelectuales o del juicio, afectivas o de sentimientos y volitativas o de voluntad que establecen la distancia o cercanía del hablante con el texto y su entorno del impacto.

*Como escribir un discurso:

Para que un mensaje verbal cumpla con eficiencia sus propósitos comunicativos, es indispensable considerar las fases del sistema discursivo como una totalidad integral que no puede fragmentarse, no se puede pensar de manera aislada la introducción de la conclusión o el desarrollo del clímax.

*orden y distribución de la información:

Es importante considerar la dimensión lógica que establece el 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, cuyo desarrollo permitirá focalizar los contenidos del mensaje.

*Espacial: la información se estructura a partir de los criterios geográficos que permiten dimensionar las fronteras contextuales del mensaje.
*Temporal: los contenidos se estructuran considerando pautas temporales que distribuyen la información, estableciendo limites de contexto.

*Los recursos tácticos del discurso:

Permite administrar los estímulos verbales y no verbales con el propósito de generar mayor impacto en la audiencia. Los registros son recursos que contribuyen a fortalecer la contundencia del mensaje.

2.5 COPETENCIAS PERSONALES

*Adaptabilidad:

Afronta los cambios. La iniciativa, la proactividad y la flexibilidad son habilidades relacionadas con esta competencia que ayudan a reforzarla. Es la capacidad que tiene el ser humano de poder adaptarse en cualquier situación.

*Aprendizaje:

Nunca se sabe lo suficiente. Consiste en ampliar los conocimientos más allá de un área de trabajo concreta y en actualizarse de manera continua. Las empresas valoran la voluntad de aprendizaje continuo, por lo que es importante el siempre querer aprender.

*Colaboración:

Crear un espíritu de equipo. Es importante ser capaz de colaborar y ayudar a otros de manera coordinada todo esto con el fin de conseguir objetivos comunes. Ser capaz de trabajar en equipo una de las herramientas más importantes.

*Comunicación:

-Persona competente capaz de transmitir información de forma fluida, clara y veraz, tanto de forma oral como escrita.

*Creatividad:

-Abre la mente, imagina y sueña. Relacionada con la innovación, la creatividad consiste en la capacidad de generar ideas, perspectivas y soluciones diferentes para crear nuevos productos.

*Lealtad: el bien común es lo primero. Las empresas buscan empleados comprometidos y leales con la cultura y con los objetivos de la organización.
*Motivación: Cada día es un regalo.
*Responsabilidad: Tus éxitos y fracasos son tuyos. La responsabilidad es la capacidad para asumir el control de sus actividades y supervisar un proyecto.

*Gestión de la información: Haz más con menos. Se trata de saber organizar los datos de los que dispones de la manera más útil para tu provecho y la de tu empresa.
*Inteligencia social: las emociones también cuentan. Capacidad de conectar con los demás.

2.6 COMPETENCIAS PROFECIONALES

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

*Competencias técnicas: son valoradas para los empleadores, pero cada vez se valoran más aquellas competencias transversales que te ayudan a diferenciarte de los demás y te hace más apto para un tipo de trabajo.

*Tipos de competencias:

1)Competencias de base: son aquellas que permiten el acceso a una formación o a un trabajo.
2)Competencias técnicas: hacen referencia a las competencias adquiridas después de haber realizado una formación específica y son específicas de un puesto de trabajo en concreto.

3)Competencias transversales: son todas aquellas habilidades y aptitudes que hacen que un trabajador desarrolle de forma eficaz su trabajo. Sirven para desarrollar cualquier profesión y se han adquirido en diferentes contextos (laborales o no).

*competencias transversales más valoradas:

*competencias transversales; capacidad de resolución de problemas; disposición y habilidad para enfrentarse y dar respuesta a una situación determinada mediante la organización y/o aplicación de una estrategia o secuencia operativa.

Capacidad de organización de trabajo: disposición y habilidad para crear las condiciones adecuadas de utilización de los recursos humanos o materiales existentes.
*Autonomía: capacidad de realizar una tarea de manera independiente, ejecutándola de principio a fin.

*Relación personal: disposición y habilidad para comunicarse con los otros con el trato adecuado, atención y simpatía.
*capacidad de trabajar en equipo: disposición y habilidad para colaborar de manera coordinada en la tarea realizada conjuntamente por un equipo de personas.

2.7 ORALIDAD

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

Tener una buena imagen verbal es el requisito indispensable para triunfar en el juego de la vida. Un individuo que sabe expresarse correctamente, independientemente de los estudios profesionales que haya cursado, siempre tendrá ventaja sobre los demás.

*El manejo de la ansiedad:

El cuerpo genera una droga natural que se llama adrenalina, cuyo efecto es el de hacernos más capaces para enfrentar el peligro. La adrenalina nos añade fuerza, resistencia al dolor, valentía y otras muchas cualidades que nos permiten hacer cosas que normalmente no podríamos.

*La respiración y la sonrisa:

-Respiración: es la base de un buen funcionamiento orgánico y su práctica correcta mejora nuestro rendimiento físico, mental y espiritual. La manera correcta de respirar es como cuando estamos acostados y se nos infla el estómago.
–La sonrisa: sonreír es el principal código de comunicación no verbal para transmitir confianza.

*Requisitos que debe cumplir todo mensaje:

-Sencillez: es necesario adecuar el mensaje al lenguaje que el público requiere.
–Conocimiento: es importante referirse solamente a lo que saben, lo que sientan, lo que piensan o lo que han vivido.

-Brevedad: cada vez que se estén preparando para hablar en publico hay que recordar lo siguiente ya que los convencerá de ser breves:
*en comunicación lo menos es más
*al componer un mensaje lo más difícil será saber que quitar y no que agregar
*para hacer un mensaje inmortal, no necesitan hacerlo eterno.

-orden: requisito indispensable que se debe cumplir para facilitar a la audiencia el seguimiento de nuestras ideas.
–convicción: motivar la acción de una audiencia "las paciones siempre convencen".

2.8 EXPRESION ESCRITA

Lo que escribimos permanece y dice mucho de nosotros; si nos expresamos mal, si no ponemos intención en nuestras palabras, no solo podemos dar lugar a malentendidos sino incluso ocasionar graves consecuencias para nuestras empresas y también para nuestra imagen personal y profesional.

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.

1)Antes de escribir:

Plantea en cada ocasión si es mejor escribir un email o hacer una llamada.
*Ventaja comunicación oral: es más rápida, más adecuada para comunicaciones informales, se pueden aclarar dudas en el mismo momento y evitar malentendidos.

*ventaja comunicación escrita: se puede enviar al número de personas que se necesite, se puede volver a consultar en cualquier momento, posibilita la reflexión antes de escribir, es adecuada para mensajes largos, siempre que sepas medir el ritmo y enganchar al lector.

¿Cuál es tu objetivo? ¿Qué quieres conseguir?

Lo primero es plantear cual es el objetivo del mismo. Los objetivos pueden variar sustancialmente y muchas veces eso no se tiene en cuenta y es algo fundamental para definir el tono, el estilo, el vocabulario, etc.

*el momento de la acción: ponernos a redactar:

-escribe correctamente, respetando gramática y ortografía
-escribe párrafos cortos
-utiliza un lenguaje positivo
-cuando sea posible utiliza el indicativo
-evita al máximo el uso del subjuntivo y el condicional
-jerarquiza la información, o sea, por orden y haz hincapié en lo más importante

*Consejos para mejorar tu comunicación:

-ordenar pensamientos e ideas
Conocer el buen manejo del lenguaje
-Aplicar algunas normas sencillas
-No abuses de jergas o tecnicismos
-No uses fraces demasiado largas
-No divagues. Se concreto