

3.1.- ASERTIVIDAD:

Es 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.

De acuerdo con Roca (2003) Las consecuencias de adoptar una conducta asertiva son las siguientes:

- Facilita la comunicación y minimiza la posibilidad de que los demás malinterpreten nuestros mensajes.
- Ayuda a mantener relaciones interpersonales más satisfactorias.
- Aumenta las posibilidades de conseguir lo que deseamos.
- Incrementa las satisfacciones y reduce las molestias y conflictos producidos por la convivencia.
- Mejora la autoestima.
- Favorece las emociones positivas en uno mismo y los demás.



Características de la persona asertiva:

- Define sus propios intereses atendiendo a los intereses del otro.
- Expresa sus opiniones libremente. No permite que los demás se aprovechen.
- Es capaz de decir lo que quiere, desea y opina.
- Está satisfecho con los resultados.
- No generaliza.
- Gana o pierde conserva su propio respeto.

La persona asertiva sabe:

- Hacer y recibir cumplidos.
- Rechazar peticiones.
- Realizar peticiones.
- Expresar desagrado.
- Afrontar críticas.

3.4 Imagen ideal vs. Imagen proyectada

Se le denomina a ambos como un 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, misma que nos ayudará a generar opiniones favorables cada día más exigente era de la globalización.

"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". 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. Tendencia a proyectarla en la apariencia, vestuario y en los demás. Se manifiesta en actitudes, vestimenta, modales, comunicación que en el fondo, no alcanzan su objetivo de satisfacción personal.

Un cambio de imagen inicia de dos partes que se consideran fundamentales, y en este sentido, tenemos en un primer momento la imagen interna; que a su vez se subdivide en imagen espiritual e imagen intelectual.



3.2.- CONCISION.



Vinculado a la economía de medios y a la brevedad para expresar un concepto con precisión y exactitud, lo conciso, por lo tanto, suele asociarse al lenguaje y a la expresión. No existe una cantidad determinada de palabras pronunciadas para hacer referencia a la concisión, ya que ciertas explicaciones requieren de un mayor desarrollo. Por otra parte, lo conciso varía según el contexto.



Es posible asociar lo conciso a lo imprescindible para generar sentido. Todo lo superfluo o accesorio, por lo tanto, escapa de la concisión. Un perro puede definirse como un "animal de cuatro patas que ladra" o como un "mamífero que pertenece a la familia de los cánidos, es cuadrúpedo y se comunica a través de ladridos". Ambas expresiones permiten entender que estamos hablando de un perro, pero la primera es más concisa.

3.5 Campo profesional e imagen



Podemos definir la imagen profesional como la percepción que se tiene de una persona o una institución por parte de sus grupos objetivo como consecuencia del desempeño de su actividad profesional.

Al presentar la definición del concepto, nos conviene reconocer la existencia de diferentes factores que permiten entender de mejor manera el plano profesional de la imagen pública:

- Percepción: genera referentes de interpretaciones 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 y a los cuales se les ofrece el servicio profesional.
- Diferentes situaciones y contextos según grupos objetivo: informa del mapa situacional en el que interactúan tanto el emisor institucional como el receptor objetivo.



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.

3.3.- COHERENCIA (ESCENCIA PERSONAL)



Una persona es coherente cuando actúa de acuerdo a sus principios y a sus valores. Cuando una persona dice una cosa pero hace la contraria, entonces, muestra una contradicción entre hechos y palabras que genera sensación de poca coherencia ética frente al interlocutor. Lo que ocurre cuando una persona tiene poca coherencia entre hechos y palabras es que decepciona al otro porque le ha generado unas falsas expectativas.

Las personas que son coherentes consigo mismas 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 que surge de los años. Ser coherente es un gran trabajo, porque implica un autoconocimiento de uno mismo y esto es algo que realizamos constantemente.

UNIDAD III ASERTIVIDAD, CONCISION, Y COHERENCIA ENTRE IMAGEN PERSONAL Y PROFESIONAL



ASESOR® ACADÉMICO: SANDY NAXCHIELY
MOLINA ROMAN
NOMBRE DEL ALUMNO: FRANKLIN RAMIREZ MENDEZ
GRADO Y GRUPO: 8° CUATRIMESTRE "C"
MATERIA EN CURSO: PROYECCION PROFESIONAL
TRABAJO A ENTREGAR: SUPER NOTA UNIDAD III Y IV