



ASESOR ACADEMICO: SANDY NAXCHIELY MOLINA

NOMBRE DEL ALUMNO: FRANKLIN RAMIREZ

GRADO Y GRUPO: 8° CUATRIMESTRE "C"

MATERIA EN CURSO: PROYECCION PROFECIONAL

TRABAJO A ENTREGAR: CUADROCOMPARATIVO/UNIDAD II

UNIDAD II ACCIONES ESTRATEGICAS PARA ESTABLECER LA IMAGEN PERSONAL:

2.1.- INTRODUCCION NO BERVERAL:

Podemos definir 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.

TAMBIEN:

Afirmar que la imagen física y por consiguiente la indumentaria es un lenguaje no es nuevo. Ya 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".

2.2.- la comunicación no verbal:

ADEMANES:

Son las palabras en movimiento y 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. La sonrisa espontánea y natural que gana adeptos. La sonrisa limpia y transparente que inspira confianza. La sonrisa cautivadora que genera atracción.

CONTACTO VISUAL:

Un buen contacto visual con las personas que interactuamos equivale a tener un sólido puente de comunicación entre dos lugares distantes. No hacerlo produce una sensación de desconfianza, inseguridad, disgusto por el otro y hasta falsedad.

CONDUCTA TACTIL:

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 del golf, hasta la conducta táctil sexual que es la máxima expresión de intimidad.

CABEZA Y CUELLO:

Partes del cuerpo pueden comunicar, entre otras cosas:
Se lleva hacia delante----Atención, cariño, violencia
Se lleva hacia atrás----Espera, duda
Moverla hacia el interlocutor----Atender
Moverla en sentido contrario a donde se encuentra el interlocutor----Distracción, indiferencia
Inclinada hacia delante----Miedo, rabia, inseguridad, sumisión
Inclinada hacia atrás----Resistencia, duda.
Inclinada hacia un lado---Escepticismo, incredulidad, vanidad

CONTACTO VISUAL:

Para el lenguaje corporal, las impresiones visuales son lo más importante dado que gracias al contacto visual se registran:
} Apariencia externa y física, ademanes, gestos, mímica.
} Temperamento, ritmo de movimiento de avance, capacidad de reacción.
} Manifestaciones emocionales.

2.3.- LA IMAGEN CORPORAL:

ADEMANES Y MOVIMIENTOS:

Nos referimos en especial a los movimientos de los brazos y las manos al hablar. 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.

VOZ:

La "calidad" de la voz del hablante es muy importante, debido a que, a través de esta calidad, los individuos evalúan la personalidad del que habla. Los sujetos hacen identificaciones a partir de ciertas características de la voz, de aquí que en las sociedades occidentales existen tipos preiucios en torno de los diferentes tipos de voces.

CABELLO:

En el caso de los seres humanos, desde la antigüedad, el cabello se ha considera una expresión de belleza, poder, fuerza y energía. Pueden revelar también muchos secretos del cuerpo y de la personalidad.

SENTIDO Y TACTO EN LA PIEL:

En nuestra cultura occidental una piel suave, limpia y sana tiene gran importancia social. Las arrugas, la suciedad y las enfermedades de la piel han sido siempre motivo de rechazo. En nuestras sociedades occidentales no es agradable impregnarse el sudor de la otra persona en ambientes sociales habituales o laborales. por lo que tenemos que ser muy cuidadosos en este sentido.

2.4.-Discurso:

COMO ESCRIBIR UN MENSAJE:

Introducción: representa la ventana del mensaje en la cual debe establecer una relación positiva con el público.
Desarrollo: es el cuerpo del discurso, la parte medular del texto. Aquí se desarrollan las ideas planteadas en la introducción y generalmente se expone la dimensión racional del mensaje
Climax: es la parte más intensa del mensaje y donde se apela a las emociones del público.
Conclusión: define el cierre discursivo. Es importante que la conclusión sea contundente, pues representa el último anclaje del mensaje.

Orden y distribución de la información:

Tiene que ser de una manera: Inductivo, Deductivo, Espacial Temporal, Problema-solución y Causa-efecto.

Los recursos tácticos del discurso:

Los recursos son registros que contribuyen a fortalecer la contundencia del mensaje sería lo siguiente: el Saludo, Registro temático, Registro circunstancial, Registro de audiencia, Registro anecdótico, Registro textual, Registro estadístico, Registro especializado, Registro metafórico, Registro comparativo, Registro de caso, Registro audaz, Registro semántico, Registro humorístico, Registro interrogativo y el Registro histórico.

2.5.- Competencias personales:

- o **ADAPTABILIDAD:** Afronta los cambios. y de aportar soluciones de forma ágil y eficaz. La iniciativa, la pro actividad y la flexibilidad son habilidades relacionadas con esta competencia que ayudan a reforzarla.
- o **APRENDIZAJE:** Nunca se sabe lo suficiente; La voluntad de aprendizaje continuo es una competencia muy valorada por las organizaciones. Consiste en ampliar los conocimientos más allá de un área de trabajo concreta y en actualizarse de manera continua.
- o **COLABORACIÓN:** Crea un espíritu de equipo. Aunque seas muy bueno en lo tuyo, has de ser capaz de trabajar en equipo, de compartir, de colaborar y de ayudar a otros de manera coordinada con el fin de conseguir unos objetivos comunes.
- o **COMUNICACIÓN:** Construye relaciones eficaces y honestas, una persona competente en materia de comunicación es capaz de transmitir información de forma fluida, clara y veraz, tanto de forma oral como escrita.
- o **CREATIVIDAD:** Abre la mente, imagina y sueña. Relacionada con la innovación, la creatividad consiste en tener la capacidad de generar ideas, perspectivas y soluciones diferentes para crear nuevos productos o servicios.
- o **GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN:** haz más con menos. La sociedad actual está sobrecargada de datos, información y conocimiento. Para las empresas es importante la capacidad de recopilar, filtrar y clasificar la información con el fin de discernir la que es relevante de la que no lo es.
- o **INTELIGENCIA SOCIAL:** las organizaciones valoran a aquellos profesionales que son capaces de expresar y gestionar sus emociones y de captar las de aquellos que los rodean con el fin de adaptar sus palabras, tono y acciones.
- o **LEALTAD:** El bien común es lo primero. La lealtad en una organización depende de la calidad moral y de los valores de los empleados, pero también del trato que la empresa les dé como personas.
- o **MOTIVACIÓN:** la motivación es la capacidad de sentirse estimulado por una actividad tanto para iniciarla como para proseguir con ella hasta su total ejecución.
- o **RESPONSABILIDAD:** Tus éxitos y fracasos son tuyos; Es la capacidad para asumir el control de tus actividades y supervisar un proyecto de principio a fin, gestionando cada parte del proceso. Implica también ser capaz de responder a los resultados, sean estos positivos o negativos, y de admitir los posibles errores.

2.6.-COMPETENCIAS PROFESIONALES.

Algunos datos describen como son todas aquellas habilidades y aptitudes que tienen las personas que les permiten desarrollar un trabajo de forma exitosa. Las competencias técnicas de una profesión son valoradas para los empleadores, pero cada vez se valoran más todas aquellas competencias transversales que te ayudan a diferenciarte de los demás y te hacen más apto para un tipo de trabajo.

Tipos de competencias:

Competencias de base:

son aquellas que permiten el acceso a una formación o a un trabajo, conocimientos básicos que permiten poder acceder a un trabajo. Algunos ejemplos de estas competencias son el conocimiento y dominio de la lengua materna, el conocimiento de una lengua extranjera, competencias básicas en matemáticas, competencias básicas en el uso de las TIC.

Las 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. Estas competencias son diferentes en cada profesión y normalmente se adquieren realizando una formación específica.

Las competencias transversales:

Son todas aquellas habilidades y aptitudes que hacen que un trabajador desarrolle de forma eficaz su trabajo. Sirven también para desarrollar cualquier profesión y se han adquirido en diferentes contextos (laborales o no). Algunas competencias transversales son: trabajo en equipo, responsabilidad, iniciativa, relación interpersonal, disponibilidad para aprender.

UNIDAD II ACCIONES ESTRATEGICAS PARA ESTABLECER LA IMAGEN PERSONAL:

2.8.- ORALIDAD.

EL MANEJO DE LA ANSIEDAD:

Resulta que ante cualquier situación de emergencia, nuestro cuerpo genera una droga natural que se llama adrenalina, cuyo efecto es el de hacernos más capaces para enfrentar el peligro. Ante una situación así, la adrenalina nos añade fuerza, resistencia al dolor, valentía y muchas otras cualidades que nos permitirán hacer cosas que normalmente no podríamos y que después de pasado "el susto" nos sorprenderán haber podido hacer lo que hicimos.

Antídotos efectivos para abatir los efectos secundarios, consecuencia de la falta de oxígeno en la sangre ocasionada por la adrenalina ES LA RESPIRACION Y SONRISA:

RESPIRACION: es la base de un buen funcionamiento orgánico y su práctica correcta mejora nuestro rendimiento físico, mental y espiritual.

SONRISA: es el principal código de comunicación no verbal para transmitir confianza, por lo que si abordamos a nuestra audiencia sonriendo no solamente no percibirán nuestra ansiedad sino que lo interpretarán como que estamos gozando el momento con gran seguridad y alegría.

REQUISITO QUE DEBE CUMPLIR TODO MENSAJE:

ALGUNOS DATOS QUE DESCRIBEN A LOS MENSAJES QUE DEBEN CUMPLIR SON LA SENCILLEZ, CONOCIMIENTOS, BREVEDAD, ORDEN Y CONVICCIONES.

2.8.- EXPRECION ESCRITA.

Diferencia de lo que decimos hablando, lo que escribimos permanece y dice mucho de nosotros:

Si no expresamos mal, si no ponemos intención en nuestras palabras, no sólo podemos dar lugar a malentendidos sino incluso ocasionar consecuencias para las empresas y también para nuestra imagen personal y profesional.

La eficacia en la comunicación escrita profesional dependerá de si somos capaces de adaptarla al destinatario y causar el efecto que deseamos:

- ✚ Sentirse cómodo con la escritura y, por tanto, tardes menos en hacer las cosas.
- ✚ Capacidad de convencer y de conseguir lo que necesitas con tus documentos o tus escritos
- ✚ Mejorar tu imagen personal y profesional.
- ✚ Incrementar tus resultados.

VENTAJA DE LA COMUNICACIÓN ORAL:

Es más rápida, más directa e aplicativa, controlas el momento y lugar de la comunicación y el tono de la comunicación, se puede aclarar dudas en el mismo momento y evitar malentendidos, permite decir cosas que difícilmente pondríamos por escrito; lograr una redacción más clara, es adecuada para comunicaciones informales y si esa comunicación es cara a cara, juegas con elementos no verbales: tono, mirada, sonrisa, etc. Saber hacerlo.

VENTAJA DE LA COMUNICACIÓN ESCRITA:

Queda registros, sobre los medios digitales como emails y SMS, posibilita la reflexión antes de escribir, se puede enviar al número de personas que se necesite, se puede volver a consultar en cualquier tiempo, adecuada para mensajes largos; siempre que sepas medir ritmo y enganchar al lector, más apropiada para comunicaciones formales, pero con la intención clara de conseguir atraer el lector, se puede enviar información compleja, que permite al receptor leerla a su ritmo y repetir la lectura si lo necesitas.