



Mi Universidad

CUADRO SINOPTICO

Nombre del Alumno: Ana cristel camas Álvarez

Nombre del tema: ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA ESTABLECER LA IMAGEN PERSONAL.

Parcial: 2

Nombre de la Materia: PROYECCION PROFESIONAL

Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez González

Nombre de la Licenciatura: Enfermería

Cuatrimestre: 8°

¿Qué es?

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. "Como te ven te tratan", "La primera impresión es la que cuenta", "Aunque la mona se vista de seda, mona se queda" son refranes producto de la sabiduría popular que hemos escuchado cientos de veces cada vez que en una reunión hablamos acerca de la imagen física, 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".

LA IMAGEN CORPORAL

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. Por medio de este cuadro sinóptico diseñado por Moller y Hegedahl podemos observar la relación entre el lenguaje corporal y la interpretación que de él se hace.

- × VOZ
- × HABLA
- × EXPRESION FACILA
- × CONTACTO VISUAL
- × MOVIMIENTOS CORPORALES

LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

Tomen nota de que aprender los códigos de comunicación no verbal que 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. La clave en la utilización de estos códigos estará en la naturalidad y soltura con la que nos desenvolvamos frente a los demás.

LOS 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.

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. Imaginen que están charlando con alguien muy animadamente acerca del lugar en el que acaban de pasar sus vacaciones y que al mencionar un detalle en especial su interlocutor de pronto arruga la nariz.

CONTACTO VISUAL establecer 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 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 del golf, hasta la conducta táctil sexual que es la máxima expresión de intimidad; pasando por las de amistad, amor o pura cortesía.

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

- × Orden y distribución de la información.
- × Los recursos tácticos del discurso.

un discurso requiere de una metodología, una estructura y el uso de recursos. Tácticos.

Para definir el lenguaje corporal, tenemos que considerar los siguientes puntos:

- × Condiciones anatómicas previas.
- × Tipo caracterológico del individuo o emociones y conductas.
- × Género: masculino o femenino.
- × Entorno correspondiente.
- × Estrés.
- × Hábitos y dolencias corporales, psíquicas y mentales, que pueden ser hereditarios o adquiridos luego del nacimiento.
- × Técnica.
- × Área geográfica.



COMUNICACIÓN VERBAL



ACCIONES ESTRATEGICAS PARA ESTABLECER LA IMAGEN PERSONAL

COMPETENCIAS PERSONALES

El sector laboral está dominado en la actualidad por la tecnología y las relaciones virtuales. Por ello, cada vez más empresas demandan profesionales con una serie de competencias personales que puedan aplicar de forma transversal a su puesto de trabajo. Estas competencias aportan éxito y un importante valor añadido a la organización, y las compañías lo saben.

ADAPTABILIDAD afronta los cambios. Las empresas valoran cada vez más la flexibilidad de sus empleados a la hora de hacer frente a cambios o imprevistos y de aportar soluciones de forma ágil y eficaz.

APRENDIZAJE nunca se sabe lo suficiente. La voluntad de aprendizaje continuo es una competencia muy valorada por las organizaciones. Muchas empresas consideran hoy en día el aprendizaje como un activo decisivo y estrechamente vinculado con la competitividad.

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.

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; es alguien que expresa sus pensamientos, sentimientos, hechos y opiniones adaptándose a los diferentes contextos y que también sabe escuchar de forma activa y empática.

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, mejorar ámbitos ya existentes, desarrollar nuevas metodologías o modelos de negocio

GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN haz más con menos. La sociedad actual está sobrecargada de datos, información y conocimiento.

INTELIGENCIA SOCIAL las emociones también cuentan. La inteligencia social o emocional muestra la capacidad de conectar con los demás, 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.

LEALTAD el bien común es lo primero. Las empresas buscan empleados comprometidos y leales con la cultura y con los objetivos de la organización, personas que busquen el bien común por encima de sus propios intereses.

MOTIVACIÓN cada día es un regalo. La motivación es la capacidad de sentirse estimulado por una actividad tanto para iniciarla como para proseguir con ella hasta su total ejecución.

RESPONSABILIDAD tus éxitos y fracasos son tuyos. La responsabilidad es la capacidad para asumir el control de tus actividades y supervisar un proyecto de principio a fin, gestionando cada parte del proceso.

COMPETENCIAS PROFESIONALES

Las competencias profesionales, 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.

ORALIDAD

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 debido a que los estímulos que la conforman son las palabras en su forma oral o escrita. Cuántas veces nos ha sucedido que el primer gran impacto producido por una gran imagen física o profesional se vea demeritado en el momento en que el individuo tuvo que hablar o escribir algo, afectando el resultado final.

EXPRESION ESCRITA

Como sabes, a 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 graves consecuencias para nuestras empresas y también para nuestra imagen personal y profesional, El siglo XXI es el siglo de la comunicación ya que nunca, hasta ahora, las personas habían estado sometidas a tanta cantidad de información

BIBLIOGRAFIA

file:///C:/Users/UDS/Downloads/Antologia_Proyeccion_profesional.pdf