



**Moises Villatoro
Lopez**

UNIDAD II

**Toma de decisiones
8vo Cuatrimestre**

**Administración de
empresas**

TEORIAS DE LA PERSONALIDAD

FREUD

Freud proponía que la psique humana estaba estructurada en tres sistemas, uno inconsciente regido por la búsqueda de la reducción de tensiones y funciona a través del principio de placer

ALLPORT

Allport considera que cada individuo es único en el sentido de que tiene una integración de las diferentes características distinta del resto de personas

KELLY

Se considera que la personalidad se constituye como un sistema jerarquizado de constructos personales dicotómicos que tienen influencia entre sí,

GRAY

Gray propone un modelo factorial y de carácter biológico en el que considera que existen dos dimensiones que permiten elementos como la emoción y el aprendizaje, partiendo de la combinación de los factores extraversión y neuroticismo de Eysenck

EYSENCK

La personalidad es una estructura relativamente estable del carácter, el intelecto, el temperamento y el físico, aportando respectivamente cada uno de ellos la voluntad, la inteligencia, la emoción y los elementos biológicos que los permiten.

CARL ROGERS

propone que cada persona tiene su campo fenomenológico o manera de ver el mundo, dependiendo la conducta de dicha percepción.

JUNG

proponía que la personalidad estaba configurada por la persona o parte de nuestra personalidad que sirve para adaptarse al medio y que se relaciona con lo que los demás pueden observar y la sombra o la parte en que se incluyen aquellas partes del Yo que no resultan admisibles para el propio sujeto.

CATTELL

la personalidad puede entenderse como función de un conjunto de rasgos, los cuales se entienden como la tendencia a reaccionar de determinada manera a la realidad.



Las escuelas más conocidas de la teoría de la comunicación son las siguientes:

- **Mecanicismo:** Entiende la comunicación como un perfecto transmisor mecánico de un mensaje desde un emisor hasta un receptor.
- **Psicológico:** Considera a la comunicación como el acto de enviar un mensaje a un receptor (llamado así porque considera al receptor como sujeto de la comunicación) y en el cual las sensaciones y las ideas de ambas partes influyen considerablemente en el contenido del mensaje.
- **Construccionismo social:** Este punto de vista, también llamado "interaccionismo simbólico", considera a la comunicación como el producto de significados creativos e interrelaciones compartidas.
- **Sistemática:** Considera a la comunicación como un mensaje que pasa por un largo y complejo proceso de transformaciones e interpretaciones desde que ocurre hasta que llega a los receptores.