



Universidad del sureste “UDS”

Proyección Final

Licenciatura en psicología

Super Nota

Daniela Guadalupe Hernández García

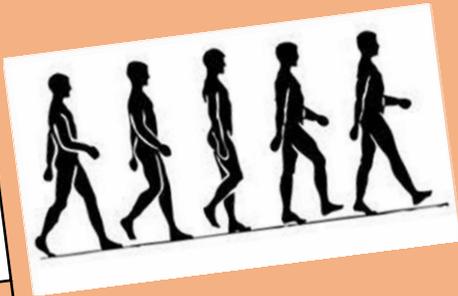
Lic. Ana Laura Culebro Torres

Comitán de Domínguez Chiapas a 24/01/2023

Unidad I

I.1 Físico

Una buena presencia física depende básicamente de dos factores: la forma de caminar y la postura.



La postura estando parados o sentados también se convierte en un código de comunicación.

1.2 imagen personal

La imagen es percepción

La imagen personal se percibe a través de los sentidos.

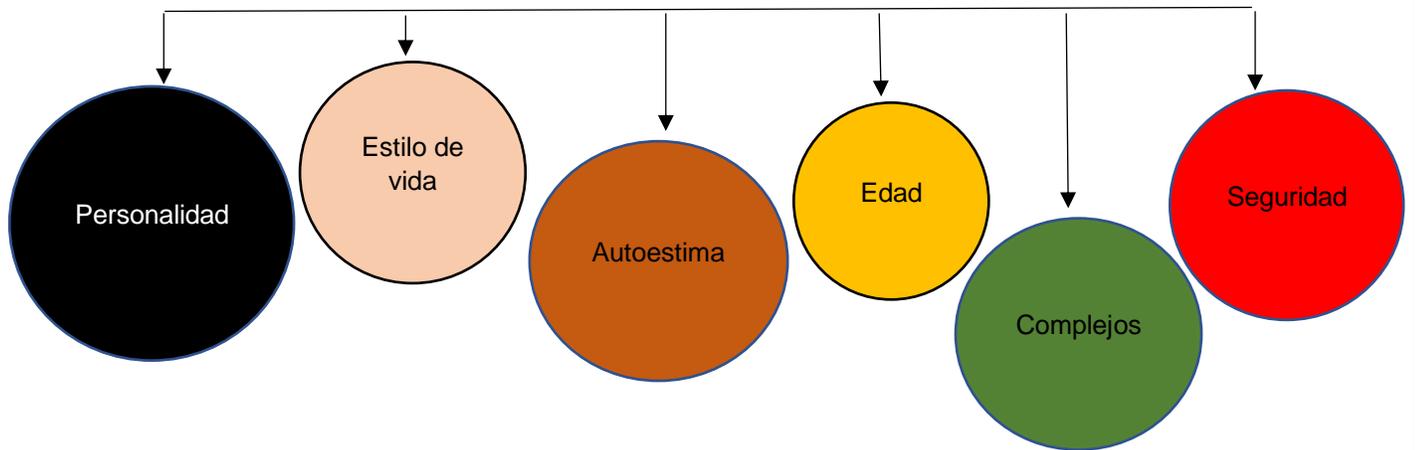
Además, es:

- percepción
- se convierte en identidad
- se produce por estímulos



La imagen personal se transmite a través del lenguaje verbal y no verbal

Atributos



Además de que_

- Subjetiva
- Relativa
- Se hace un juicio de valor

1.5 juntas de trabajo

Son modelos de comunicación que estimula la eficacia de la toma de decisiones y contribuyen al éxito de los resultados.



Se recomienda:

- El objetivo de una reunión debe estar claro desde el principio
- Se celebran en lugar y hora determinados
- Definición del orden del día
- Lista de temas para discutir
- Elaboración de minuta
- Si un tema puede resolverse sin reunirse, no cite a junta
- Reflexión sobre los motivos del éxito de una reunión
- Considere que pasaría si no se celebra una reunión habitual

Objetivos

- Informar
- Educar
- Resolver el problema
- Tomar decisiones
- Generar ideas
- Decidir sobre una propuesta

Tipos de juntas

- Juntas informales
- Juntas formales
- Orden del día
- Lugar de la junta
- el participante de la junta
- el líder de la junta

1.8 autoestima

Es el amor que una persona tiene por si misma, para otros es el conjunto de las actitudes del individuo hacia mismo, o la percepción evaluativa de uno mismo.



Las 4 "Aes" de la autoestima

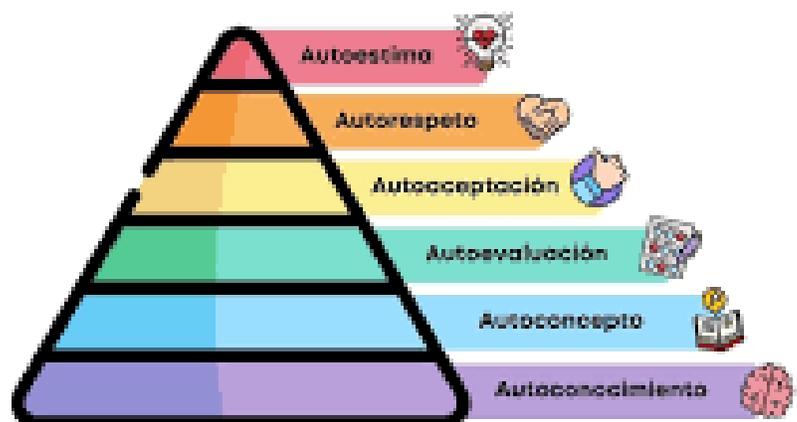
- Aprecio
- Aceptación
- Afecto
- Atención

3 fases

- Afirmación recibida
- Afirmación propia
- Afirmación compartida

LA PIRÁMIDE DE LA AUTOESTIMA

Elaboración por:
M^{rs}. Claudia Pérez



Unidad 2



Imagen física

Es la percepción que se tiene de una persona por parte de sus grupos objetivo como consecuencia de su apariencia o de su lenguaje corporal.

La imagen física no es solamente asunto de la indumentaria, comprende también las normas y medidas de la cara y cuerpo, los colores, patrones y texturas utilizadas en las prendas de vestir: incluye la postura al pararse y sentarse y modo de caminar, la sonrisa y otros gestos, los ademanes, el contacto visual y la conducta táctil etc.

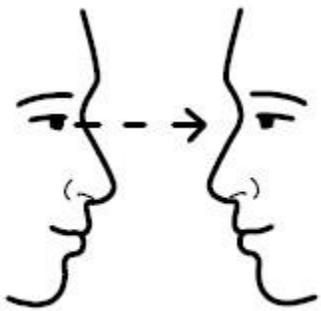
2.2 Comunicación no verbal

Ademanes

Son la palabra del movimiento



Gestos
nuestra cara puede
controlar,
complementar
o
sustituir palabras



Contacto visual
Establecer un buen
contacto visual con las
personas que
interactuamos equivale a
tener un sólido puente de
comunicación entre dos
lugares distantes.

Conducta táctil
Es la permisibilidad de
tocar y ser tocado
dentro de reglas de
etiqueta cultural
propias.





2.3 imagen corporal

Se inicia con la formación del feto dentro del seno materno. Ya en la infancia, antes de hablar, los niños desarrollan un lenguaje corporal. Este se relaciona en forma importante con las actitudes mentales básicas.

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.



El lenguaje corporal está relacionado directamente con la tradición, la geografía, la cultura, la herencia de los pueblos, el género, particularidades de nacimiento, la evolución, la religión y las características anatómicas.

2.4 Discurso

Es el lugar donde se construye el hablante y se ejercita la lengua para significar el mapa enunciativo de las relaciones humanas.



Como escribir un discurso

- **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.
- **Clímax:** es la parte mas intensa del mensaje y donde se apela las emociones del público.
- **Conclusión:** define el cierre discursivo.

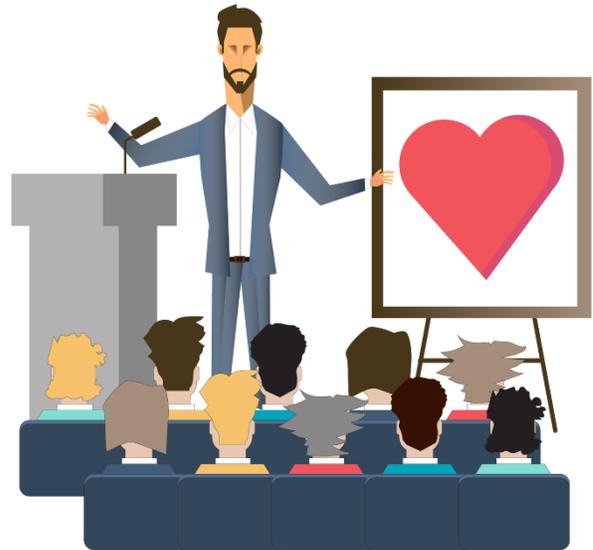
Las claves que deben considerarse son:

- ✓ Anclar la atención del público meta
- ✓ Comunicar seguridad
- ✓ Organizar con tiempo los contenidos
- ✓ Presentar información siempre de calidad
- ✓ Tener un lenguaje y estilo consistente
- ✓ No discurrir el manejo de la información
- ✓ No ofender al publico



Los recursos tácticos del discurso

- Saludo
- Registro temático
- Registro circunstancial
- Registro de audiencia
- Registro anecdótico
- Registro textual
- Registro estadístico
- Registro especializado
- Registro metafórico
- Registro comparativo
- Registro audaz
- Registro semítico
- Registro humorístico



Bibliografía

Antología Uds. proyección final unidad I y II

Diapositivas proyección final