



Mi Universidad

Análisis

Nombre del Alumno: Alejandra Elizabeth Ramos Jimenez

Nombre del tema: Imagen y desarrollo de sus componentes.

Parcial: tres

Nombre de la Materia: Proyección profesional

Nombre del profesor: Guadalupe de Lourdes Abarca Figueroa

Nombre de la Licenciatura: Derecho

Cuatrimestre: Octavo

Conceptos básicos e importancia de la imagen: Esta percepción de acuerdo a la realidad y el mapa de creencias del individuo, va a generar una reacción positiva o negativa: que en palabras coloquiales serán las siguientes: “No me lo paso”, “No se lo quiero comprar”, “me gusta”, “no me gusta”. Y el individuo no ha pronunciado una sola palabra.

El concepto general que las personas tienen de la imagen, lo han limitado a la apariencia, a lo externo; pero este concepto va mucho más allá. A continuación se mencionan diferentes acepciones del significado de imagen, para comprender buena parte de su dimensión. La imagen significa entonces:

- Percepción
- Proyección
- Elemento Diferenciador
- Comunicación
- Apariencia
- Juicio De Valor
- Herramienta
- Un Plus
- Identidad
- Marca (Personal Branding)

Imagen Personal: La imagen personal es un estilo de vida y cada persona tiene la suya. Por eso es importante cuidar nuestra forma de ser y actuar, ya que la imagen es como una foto, es lo primero que los demás ven de nosotros en una rápida y fugaz mirada. Aunque no seamos concientes, todos proyectamos nuestra personalidad a través de la imagen que ofrecemos al exterior.

Por lo anterior, podemos deducir que tener una buena presencia, ser y sentirse agradable a la vista de los demás, nos hace sentir más seguros de nosotros mismos, lo cual mejora en gran medida nuestro desarrollo personal, profesional y social.

Imagen Profesional: La imagen profesional también ha sido llamada 'imagen ejecutiva' (Muniain, 2003) o simplemente 'imagen' (Vargas 1998). Muniain (2003) reduce la imagen ejecutiva al solo aspecto de la vestimenta, mientras que Gordo (2003) ha relacionado el concepto de la imagen profesional con la imagen de una institución: "Podemos definir la imagen profesional como la percepción que se tiene de una persona o institución por parte de sus grupos objetivo como consecuencia del desempeño de su actividad profesional".

Estos procesos incluyen el examen de las capacidades únicas mentales, físicas y emocionales de una organización, y la forma en la que las audiencias perciben la identidad corporativa y desarrollan una imagen mental (Ackerman, 2000; Moffitt, 2001; Olins, 1989). Se ha dicho que una identidad poderosa es creada por una sistemática y bien planeada creación y difusión de símbolos.

Se considera imagen profesional a la consciente construcción, estimulación y manejo de una determinada percepción que ciertas personas, públicos o audiencias tendrán sobre una identidad personal específica, en un contexto y tiempo determinados, logrando una relación de beneficio mutuo.

Lo que sí es evidente es que el factor identidad profesional será el más difícil de proyectar. Un profesional financiero excelente, por ejemplo, podrá tener un conocimiento excepcional en su área, pero eso no será suficiente para estimular una adecuada imagen profesional.