

UDS

**NOMBRE DEL ALUMNO: Jhonatan Meza
Gonzalez.**

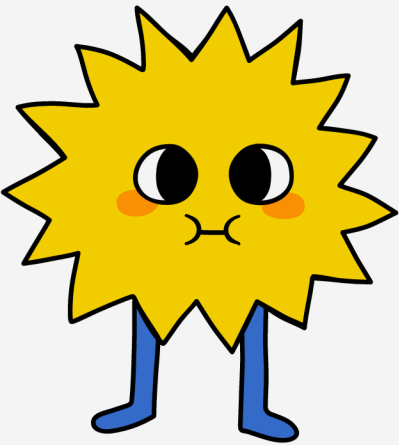
**NOMBRE DEL MAESTRO: GLADIS
ADILENE HERNANDEZ LOPEZ**

**NOMBRE DE LA MATERIA: PROYECCIÓN
PROFESIONAL**

**NOMBRE DEL TRABAJO: Imagen y
desarrollo de sus componentes**

GRADO: 8°

IMAGEN Y DESARROLLO DE SUS COMPONENTES



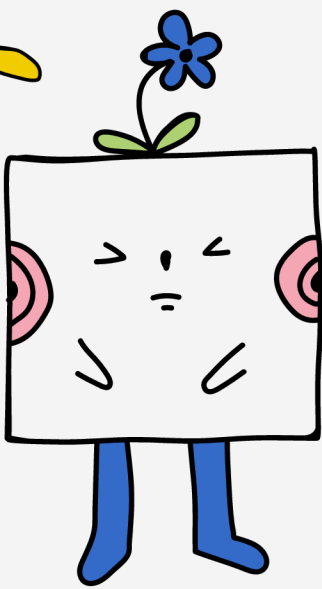
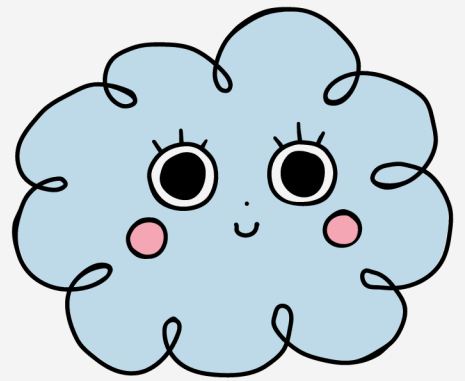
1 CONCEPTOS BÁSICOS E IMPORTANCIA DE LA IMAGEN.

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

2

LA IMAGEN SIGNIFICA ENTONCES:

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



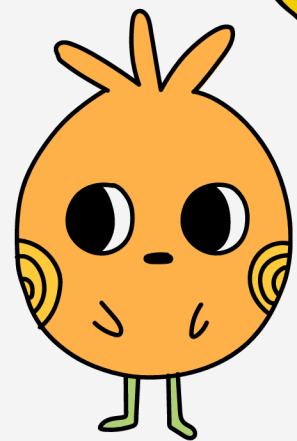
3 IMAGEN PERSONAL

nos referimos a un tema muy amplio que abarca desde los rasgos físicos y forma de vestir hasta la postura y movimientos al sentarse, caminar, saludar, tono de voz, mirada, risa, sonrisa, higiene, cortesía, educación, entre otros. La imagen personal es un estilo de vida y cada persona tiene la suya

4

IMPORTANCIA

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.

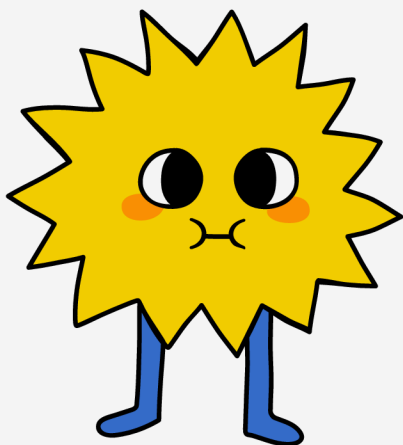


5 TIPOS DE IMAGEN

La imagen privada es aquella que se tiene en la intimidad de la casa. Allí cada cual decide comportarse según su criterio; allí, cada cual decide vestirse como quiere, relajado o despreocupado, si así lo desea, pero afuera, las cosas cambian.



IMAGEN Y DESARROLLO DE SUS COMPONENTES



La imagen pública o social es la opinión que tiene un grupo de personas acerca del comportamiento o la conducta de alguien, enmarcado dentro del contexto de comunicación verbal y no verbal; tiene que ver mucho más con el mundo profesional, laboral, de ascensos, de conquistas, en el sector en el que se esté desarrollando cada individuo.

ELEMENTOS QUE COMPONEN LA IMAGEN

Imagen Física o Corporal: Corresponde a todo lo relacionado con la apariencia, la presentación personal, con lo externo. La ropa habla de cada persona; esta puede proyectar descuido, sencillez, modestia.

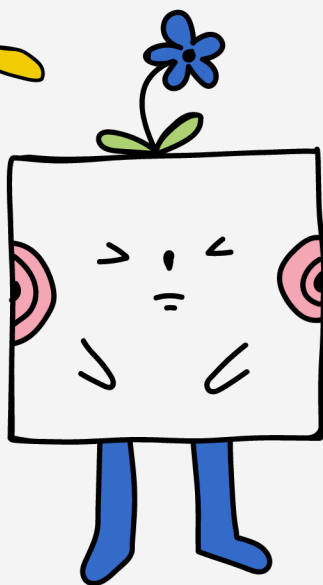
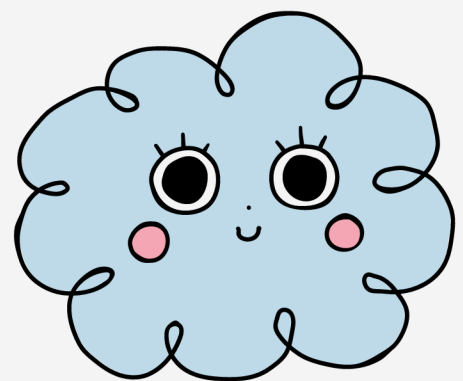


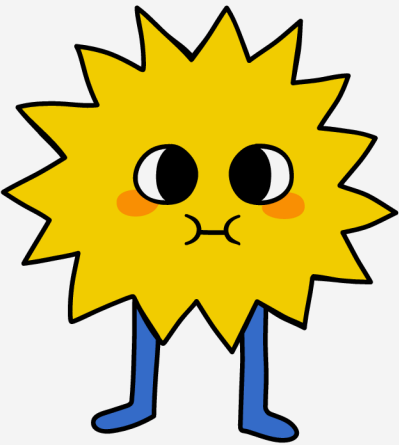
Imagen interna: Es todo lo relacionado con el ser interior. Es un viaje a lo interno de sí mismo, tener claro sus objetivos, saber cómo se ve, cómo cree que lo ven los demás. Cómo le gustaría ser percibido. Es importante mirarse al espejo

Imagen verbal: Cada detalle es importante a la hora de proyectar una buena imagen. Saber enviar correctamente un mensaje sin errores de ortografía, tener una buena redacción, contestar adecuadamente el teléfono, hacer uso correcto de la etiqueta en internet, todo lo anterior hace de la imagen la más impecable.



Imagen no verbal. Como ya se mencionó, el 93% del lenguaje, es no verbal, por tal razón, es conveniente preocuparse por la postura corporal que se está adoptando. El cuerpo constantemente está hablando. Se debe tener especial cuidado con los gestos, la mirada, la expresión facial, y el tono de voz.

IMAGEN Y DESARROLLO DE SUS COMPONENTES



ASPECTOS A TOMAR EN CUENTA PARA MEJORAR LA IMAGEN PERSONAL

1

Mantener coherencia entre los cuatro canales de información que a continuación se mencionan: • Condiciones físicas: apariencia exterior. • La voz, el tono y su modulación. • Gestos. • Indumentaria.

IMPORTANTE

Recuerde "la primera impresión es la que cuenta" y si es positiva tendremos mucho terreno ganado.

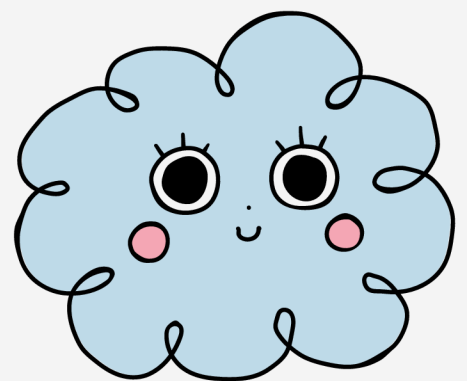
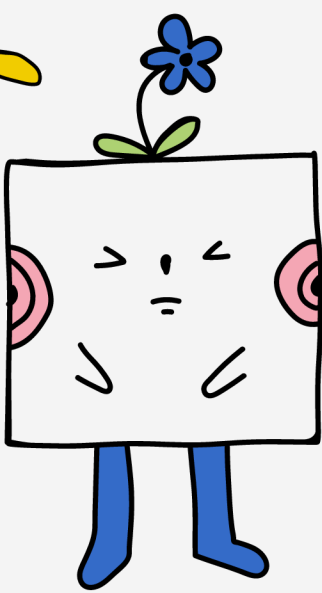


IMAGEN PROFESIONAL

Gordoa (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" (p.225).



ADEMÁS

En general, al concepto de imagen profesional se le ha relacionado con cuatro aspectos: la comunicación no verbal, el lenguaje corporal, el discurso y la vestimenta (Gordoa 2003; Vargas, 1998).



CONCEPTO DE IMAGEN PROFESIONAL

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. Esta identidad personal se proyecta a través de cinco factores: identidad-profesional, actitud, comportamiento, discurso y vestimenta.

