

**Alumno**

**Leslie Abigail García  
López**

**8° cuatrimestre**

**Lic. Medicina veterinaria y  
zootecnia**

**Materia  
PROYECCION  
PROFESIONAL**

**Docente**

**Lic. Víctor Antonio  
Gonzales Salas**

**Actividad  
Cuadro sinoptico**

**Fecha**

**15 de febrero de 2025**

# Proyección personal y profesional

## Conocimiento de sí mismo

El conocimiento de sí mismo (autoconcepto) es una noción sobre las capacidades, limitaciones, aspiraciones, motivaciones y los temores que se tienen.

Autoconcepto: "una colección organizada de sentimientos y creencias sobre uno mismo"

Conceptualización de la propia persona: el concepto que tenemos de nosotros mismos.

Afecto: actitud positivamente amistosa, comprensiva y cariñosa hacia uno mismo, de tal suerte que la persona se sienta en paz y no en guerra, con sus pensamientos y sentimientos

## Autoestima

El amor que una persona tiene por sí misma; aprecio auténtico de uno mismo como ser humano, independientemente de lo que pueda hacer o tener.

### Dimensiones de la Autoestima

**Dimensión física**, sentirse atractivo(a) físicamente, no condicionado por estereotipos estéticos.

**Dimensión afectiva**, sentimiento de ser aceptado y querido por los demás y al conocimiento y aceptación de las características, tanto positivas como negativas, de su personalidad

**Dimensión social**, sentirse capaz de enfrentar con éxito diferentes situaciones sociales y el sentimiento de pertenecer a un grupo o comunidad.

## Factores Cognitivos

la formación del concepto que se tiene de uno mismo, basado en las experiencias que se han tenido a lo largo de la vida, también las creencias que se forman con la experiencia sobre las habilidades, cualidades, capacidades, valores y límites

### Factores afectivos.

Este aspecto se refiere a qué tan bien o mal evalúas tus propias habilidades, aptitudes, destrezas y virtudes, es decir, lo que te define como persona

### Factores de Comportamiento.

Se refiere a la conducta, el llevar a la práctica actividades congruentes con los factores cognitivos y afectivos, es decir, que lo que haces sea igual a lo que sientes y por supuesto, piensas

## **Bibliografía**

- Gordo, V. (2003) Imagología. México: Grijalbo.
- Gordo, V. (1999). El poder de la imagen. México: Edamex
- Denis L. Wilcox, Phillip H. Warren K. Agee, Glen T. Cameron (2001) Relaciones Públicas - Estrategias y Tácticas. Madrid: Pearson Educación, S.A.
- Paul Capriotti Peri. (1999) Planificación estratégica de la imagen corporativa. Barcelona: Editorial Ariel, S.A.