



**Nombre Del Alumno: Luis Darinel Ozuna
Cinco.**

**Nombre De la Profesora: Salomon Vazquez
Guillen.**

**Nombre Del Tema: Imagen y Desarrollo de sus
Componentes**

Materia: Proyección Profesional

**Nombre De La Licenciatura: Medicina Veterinaria Y
Zootecnia**

Cuatrimestre:Octavo.

IMAGEN Y DESARROLLO DE SUS COMPONENTES

Concepto de Identidad Profesional.

- Es **concebida como una entidad individual** construida en relación a un espacio de trabajo y a un grupo profesional de referencia.
- El estudio de la identidad profesional es sobre individuos situados en un contexto donde se están implementando estrategias de cambio que explicita o tácitamente se orientan a **generar nuevos modos de operar**, tanto en el plano de concepciones y herramientas conceptuales como en el de su práctica.

Concepto de imagen profesional.

La imagen profesional, se puede definir como la percepción que se tiene de una persona por parte del entorno en el que se desempeña, a partir de los estímulos que emana durante su actividad laboral. En otras palabras, es parecer lo que se es. La imagen profesional es mucho más que la ropa que usas o el peinado que eliges. Es la representación de tu identidad, esta vez, en el mundo laboral, una expresión de quién eres y qué deseas alcanzar.

Tu imagen es una herramienta para alcanzar el éxito, cuida de ella! Vístete con un objetivo en mente, cuida tu higiene personal y pon atención a los detalles.

CARDINA BELLA



El valor de tu imagen personal

El valor de tu imagen personal en el ámbito personal.

La primera impresión que hacemos es crucial en cualquier entorno, especialmente en el ámbito laboral. Las personas forman opiniones rápidas basadas en nuestra apariencia y comportamiento inicial. Una buena imagen personal transmite confianza y credibilidad. Cuando proyectamos una apariencia profesional y segura, los demás tienden a confiar más en nuestras habilidades y capacidades profesionales.



Identidad personal

Conjunto de rasgos que les caracterizan como individuo y, a su vez, les diferencian de las y los demás

Implica el reconocimiento que tienen de sus capacidades personales: físicas, emocionales y cognitivas.

Se enriquece con los rasgos que se heredan como los valores, las tradiciones, la propia familia, la comunidad y el entorno

Factores de proyección de la identidad profesional.

Se podría afirmar que la identidad profesional también refleja los elementos que constituyen un plan de vida y carrera, incluyendo la conciencia del cambio, la autonomía en las diferentes áreas del ámbito personal, la misión, las metas laborales y la estrategia a seguir en el desarrollo profesional.



Una imagen profesional en tiempos de home office.

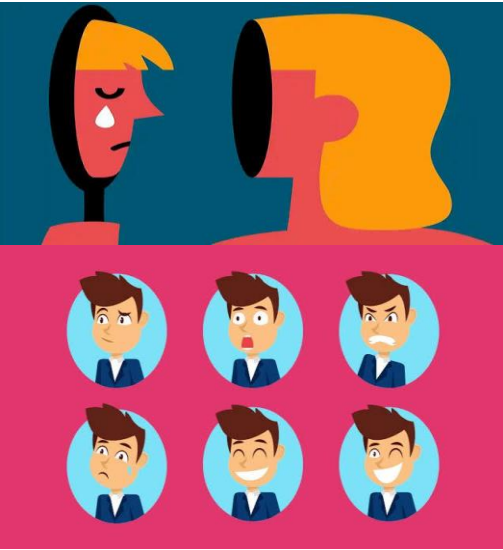
Se refiere a la percepción que proyecta una persona en el ámbito laboral mientras trabaja de manera remota. No solo abarca la apariencia física, comunicación y la presentación entornos virtuales. Cuando surgen imprevistos, nos vemos forzados a modificar numerosos hábitos y rutinas de forma abrupta, haciendo imprescindible una adaptación ágil a las nuevas condiciones.



Buena postura

Se refiere a la alineación adecuada del cuerpo para minimizar el estrés en los músculos, articulaciones y ligamentos, evitando tensiones y lesiones. Una buena postura permite un equilibrio adecuado y facilita el movimiento eficiente, tanto en posición estática como en movimiento.

- Reduce el riesgo de lesiones
- Mejora la respiración
- Favorece una mejor circulación sanguínea



La imagen corporal

Es la percepción, representación y actitud que una persona tiene sobre su cuerpo, incluyendo su tamaño, forma, apariencia y movimiento. Esta percepción puede estar influenciada por factores psicológicos, sociales y culturales, como los estándares de belleza, la autoestima y la retroalimentación de los demás.

La imagen puede ser positiva o negativa, dependiendo de qué tan satisfecho se sienta un individuo con su apariencia y cómo esta percepción afecta su bienestar emocional y conducta.



Imagen ideal vs proyectada.

La imagen ideal es la percepción óptima que una persona, empresa o marca desea alcanzar en la mente de su público objetivo. Es el conjunto de valores, atributos y características que se consideran perfectos o deseables, representando lo que quiere ser en el futuro.

La imagen proyectada es la percepción que una persona, empresa o marca comunica a su público a través de sus acciones, mensajes y estrategias de comunicación. Es la representación que se emite intencionalmente para influir en la opinión de los demás.