



MASTER PROFESIONAL, ESTILISMO DE MODA, ASESORIA DE IMAGEN, PERSONAL SHOPPER Y COOLLHUNTING

PROGRAMA



colourmebeautiful
the image consultants

C/ Troya, 10 - 7^a * 46007 * Valencia
Tel.: 962 067 553 * aptai.org@gmail.com
www.aptai.org.com

MÓDULO 1. ASESORÍA DE IMAGEN

1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

2. LOS CONTENIDOS DE LA ASESORÍA DE IMAGEN

- Estética y dietética
- Visagismo
- Estilismo y habilidades sociales
- Protocolo y habilidades sociales
- Comunicación y expresión

3. LOS OBJETIVOS DE LA ASESORÍA

- Embellecer: Imagen externa
- Potenciar: Cualidades personales y comportamiento
- Formar: Hábitos y técnicas

4. FINALIDAD DE LA ASESORÍA DE IMAGEN

- Belleza y armonía
- Estilo
- Elegancia
- Habilidades sociales y protocolo
- Seguridad

5. EL MÉTODO EN ASESORÍA

- Información
- Propuesta
- Realización
- Formación
- Mantenimiento

6. CRITERIOS DE LA ASESORÍA DE IMAGEN

- Reglas de oro

7. OBSERVACIÓN MINUCIOSA

- Cara
- Pelo

- Piel (manos, cuello, escote...)
- Cuerpo
- Maquillaje
- Adornos y joyas
- Accesorios
- Ropa
- Rasgos no electivos
- Rasgos electivos

9. LA IMAGEN PERSONAL

- Buena presencia
- Saber estar
- Las actitudes

10. LOS CÓDIGOS EN ASESORÍA

- Causa — Efecto
- Naturales — Emotivos
- Impuestos o legislados
- Culturales

11. LOS SENTIDOS

- Fisiología de los sentidos

12. EL VOLUMEN Y EL ESPACIO

13. EL MOVIMIENTO - LA VELOCIDAD

- El movimiento de traslación
- El movimiento de proyección

14. LAS FORMAS

- La curva
- La recta

15. EL SONIDO

16. LA LUZ

- Generalidades de la luz

- Piel (manos, cuello, escote...)
- Cuerpo
- Maquillaje
- Adornos y joyas
- Accesorios
- Ropa
- Rasgos no electivos
- Rasgos electivos

9. LA IMAGEN PERSONAL

- Buena presencia
- Saber estar
- Las actitudes

10. LOS CÓDIGOS EN ASESORÍA

- Causa — Efecto
- Naturales — Emotivos
- Impuestos o legislados
- Culturales

11. LOS SENTIDOS

- Fisiología de los sentidos

12. EL VOLUMEN Y EL ESPACIO

13. EL MOVIMIENTO - LA VELOCIDAD

- El movimiento de traslación
- El movimiento de proyección

14. LAS FORMAS

- La curva
- La recta

15. EL SONIDO

16. LA LUZ

- Generalidades de la luz

17. EL COLOR

- Antecedentes
- Cómo vemos el color
- Absorción y reflexión
- Clasificación básica
- Clasificación por su combinación cromática
- Sus tres características básicas
- Seis grandes categorías cromáticas
- Su uso en imagen personal
- Tipología cromática - estacional
- Color e imagen personal: Criterios básicos
- Cuatricomía: Teoría básica
- El color y el mundo laboral: colores corporativos
- Color y aplicación práctica

18. ARMONÍA Y CONTRASTE EN ASESORÍA DE IMAGEN

19. LAS PROPORCIONES EN EL CUERPO HUMANO

- Proporciones
- Estudio de las proporciones ideales en la figura masculina
- Estudio de las proporciones ideales de figura femenina
- La figura humana

20. FÓRMULAS EN INDUMENTARIA

- La mujer
- El hombre
- Descripción de las prendas de gala a utilizar
- La chaqueta cruzada y la chaqueta de una fila

21. ESTILOS

- Clasificaciones posibles

22. TEJIDOS Y MATERIALES

- EL PESO IDEAL EN EL HOMBRE Y LA MUJER
- TEJIDOS Y MODA
- TEJIDOS Y MATERIALES
- Clasificación de las fibras textiles

- Fibras textiles naturales
- Fibras textiles químicas
- Volumen, forma, color y movimiento

23. COLOR

- El color
- Color al pelo
- El color del cabello
- Coloración o tinte del cabello
- Tinturas y sus clases
- Diferencias técnicas de color
- Anexo — Cómo afecta el color del pelo en el maquillaje y en el vestuario

24. PERMANENTES, MOLDEADOS Y TÉCNICAS ALTERNATIVAS

25. ESTILISMO MASCULINO

26. NOVIAS Y EL CABELLO

27. COMPLEMENTOS PARA EL CABELLO

- Las extensiones
- Los sombreros

28. INFORMÁTICA CON ESTILO

- Internet

29. RECUPERAR LA IMAGEN PERDIDA

30. PAÍSES EXÓTICOS

- India
- Arabia
- China
- África
- Japón

31. GAFAS

- El maquillaje con gafas
- Tipos de gafas

- Fibras textiles naturales
- Fibras textiles químicas
- Volumen, forma, color y movimiento

23. COLOR

- El color
- Color al pelo
- El color del cabello
- Coloración o tinte del cabello
- Tinturas y sus clases
- Diferencias técnicas de color
- Anexo — Cómo afecta el color del pelo en el maquillaje y en el vestuario

24. PERMANENTES, MOLDEADOS Y TÉCNICAS ALTERNATIVAS

25. ESTILISMO MASCULINO

26. NOVIAS Y EL CABELLO

27. COMPLEMENTOS PARA EL CABELLO

- Las extensiones
- Los sombreros

28. INFORMÁTICA CON ESTILO

- Internet

29. RECUPERAR LA IMAGEN PERDIDA

30. PAÍSES EXÓTICOS

- India
- Arabia
- China
- África
- Japón

31. GAFAS

- El maquillaje con gafas
- Tipos de gafas

MÓDULO 2. VISAGISMO Y ESTÉTICA

1. INTRODUCCIÓN

- La comunicación corporal
- La comunicación oral
- El protocolo en la mesa

2. EL CUIDADO FACIAL. LA PIEL

- Productos indispensables de tratamiento

3. EL COLOR EN EL ROSTRO

- Productos indispensables
- Artículos indispensables

4. FORMA Y ORDEN DE APLICACIÓN DE LOS DISTINTOS PRODUCTOS DE COLOR

- La base
- El fondo (maquillaje)
- Los correctores
- Los polvos
- El lápiz de cejas (lápiz dermográfico)
- Las sombras
- La máscara de pestaña (rimel)
- Eye - Liner
- El lápiz de ojos (lápiz kohl)
- Claros y oscuros (modeladores)
- El colorete
- El perfilador labial
- La barra de labios (labial)
- Un maquillaje paso a paso (orden de aplicación)

5. COLOR RÁPIDO

- Teoría del color

6. EL ROSTRO MADURO

- Tratamiento

7. TIEMPO Y DURACIÓN DE LOS DIFERENTES COSMÉTICOS

8. EL PERFUME

- Estructura del perfume
- El perfume monolítico
- Esencias naturales
- Método de clasificación del perfume
- Algunas palabras del vocabulario del perfumista
- Consejos prácticos para elegir perfume
- Cómo se aplica un perfuma
- Perfume y moda. Los grandes diseñadores y sus perfumes

9. LOS COMPLEMENTOS EN ASESORÍA DE IMAGEN

- Los relojes de pulsera
- Los metales preciosos
- Las gemas (piedras preciosas - semipreciosas)

10. COMPORTAMIENTO DEL ASESOR

- Actitudes recomendables
- Actitues no recomendables

11. CÓMO TRABAJA EL ASESOR DE IMAGEN

- 1ª etapa: INFORMACIÓN
- 2ª etapa: OBSERVACIÓN
- 3ª etapa: DECISIÓN
- 4ª etapa: LA PROPUESTA
- 5ª etapa: LA REALIZACIÓN TÉCNICA EN ASESORÍA
- 6ª etapa: LA SUPERVISIÓN DE LAS REALIZACIONES TÉCNICAS
- 7ª etapa: LA FORMACIÓN
- 8ª etapa: EL MANTENIMIENTO

12. BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA DE ASESORÍA DE IMAGEN

13. LAS OPCIONES DE CAMBIOS ESTÉTICOS: TRATAMIENTOS Y CIRUGÍA

- La frente
- La piel de alrededor de los ojos (Blefaroplastia)
- La nariz (Rinoplastia)
- Los pómulos
- Las orejas (Otoplastia)

8. EL PERFUME

- Estructura del perfume
- El perfume monolítico
- Esencias naturales
- Método de clasificación del perfume
- Algunas palabras del vocabulario del perfumista
- Consejos prácticos para elegir perfume
- Cómo se aplica un perfuma
- Perfume y moda. Los grandes diseñadores y sus perfumes

9. LOS COMPLEMENTOS EN ASESORÍA DE IMAGEN

- Los relojes de pulsera
- Los metales preciosos
- Las gemas (piedras preciosas - semipreciosas)

10. COMPORTAMIENTO DEL ASESOR

- Actitudes recomendables
- Actitues no recomendables

11. CÓMO TRABAJA EL ASESOR DE IMAGEN

- 1ª etapa: INFORMACIÓN
- 2ª etapa: OBSERVACIÓN
- 3ª etapa: DECISIÓN
- 4ª etapa: LA PROPUESTA
- 5ª etapa: LA REALIZACIÓN TÉCNICA EN ASESORÍA
- 6ª etapa: LA SUPERVISIÓN DE LAS REALIZACIONES TÉCNICAS
- 7ª etapa: LA FORMACIÓN
- 8ª etapa: EL MANTENIMIENTO

12. BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA DE ASESORÍA DE IMAGEN

13. LAS OPCIONES DE CAMBIOS ESTÉTICOS: TRATAMIENTOS Y CIRUGÍA

- La frente
- La piel de alrededor de los ojos (Blefaroplastia)
- La nariz (Rinoplastia)
- Los pómulos
- Las orejas (Otoplastia)

- La boca (los labios)
- La dentadura
- El mentón - la papada
- El cuello
- Rejuvenecimiento o mejoramiento facial
- El lifting
- Los senos (tonificar)
- El vientre
- Glúteos
- Los muslos
- Las piernas
- Los brazos - las manos
- Direcciones útiles

MÓDULO 3. HABILIDADES SOCIALES Y PROTOCOLO

1. PRESENTACIONES. NORMAS GENERALES DE SALUDO

- PROTOCOLO
- La comunicación
- La puntualidad
- PRESENTACIONES. NORMAS GENERALES DE SALUDO

2. HABLAR EN PÚBLICO Y ANTE LOS MEDIOS

- HABLAR EN PÚBLICO Y AL PÚBLICO
- Ideas claras
- Dicción clara con expresiones concretas
- Nuestros recursos
- Nuestro auditorio
- Entrenamiento y puesta en escena
- El entorno de nuestras palabras
- HABLAR AL PÚBLICO
- Hablar por radio
- Hablar por televisión

3. CONVERSACIÓN

- TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

- Factores estratégicos
- Factores estáticos
- EL ARTE DE LA ORATORIA
- LLAMADA DE ATENCIÓN
- CÓMO PERFECCIONAR Y MEJORAR EL LENGUAJE
- LA ESCALA MOTIVACIONAL DE MASLOW
- Aclaraciones sobre los niveles motivacionales de Maslow
- APUNTES DE DECLAMACIÓN
- Ejercicios para desarrollar la voz
- Vocales y consonantes castellanas
- Castellano: Ejercicios de vocalización
- Ejercicios de articulación de vocales
- Ejercicios de dicción: Trabalenguas
- La puntuación
- La coma
- Ejercicios de lectura

4. LAS TARJETAS E INVITACIONES

- Tiempo de las invitaciones

5. LA INDUMENTARIA EN LOS ACTOS PROTOCOLARIOS

- Significado de las invitaciones en cuanto a indumentaria
- El protocolo masculino
- El protocolo masculino

6. LOS TIPOS DE MESA. COLOCACIONES DE INVITADOS

- BASES DEL PROTOCOLO
- ¿Cómo debe ser el local y su ambientación?
- Avituallamiento para un comensal
- Cubertería
- Cristalería
- Mesas
- Decálogo protocolario de un banquete
- Diferentes formas de servicio en la mesa

- Factores estratégicos
- Factores estáticos
- EL ARTE DE LA ORATORIA
- LLAMADA DE ATENCIÓN
- CÓMO PERFECCIONAR Y MEJORAR EL LENGUAJE
- LA ESCALA MOTIVACIONAL DE MASLOW
- Aclaraciones sobre los niveles motivacionales de Maslow
- APUNTES DE DECLAMACIÓN
- Ejercicios para desarrollar la voz
- Vocales y consonantes castellanas
- Castellano: Ejercicios de vocalización
- Ejercicios de articulación de vocales
- Ejercicios de dicción: Trabalenguas
- La puntuación
- La coma
- Ejercicios de lectura

4. LAS TARJETAS E INVITACIONES

- Tiempo de las invitaciones

5. LA INDUMENTARIA EN LOS ACTOS PROTOCOLARIOS

- Significado de las invitaciones en cuanto a indumentaria
- El protocolo masculino
- El protocolo masculino

6. LOS TIPOS DE MESA. COLOCACIONES DE INVITADOS

- BASES DEL PROTOCOLO
- ¿Cómo debe ser el local y su ambientación?
- Avituallamiento para un comensal
- Cubertería
- Cristalería
- Mesas
- Decálogo protocolario de un banquete
- Diferentes formas de servicio en la mesa

7. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DE UN BANQUETE

- LAS DISTINTAS FIGURAS DEL PROTOCOLO
- El anfitrión
- El invitado
- Entrada y salida de un local
- Sitios preferenciales en el automóvil
- Tipología de los actos

8. EL VINO

- Reconocer su edad. Tiempo de crianza
- Zonas vinícolas mundiales
- La denominación de origen
- Las uvas más representativas
- Relación de vinos y alimentos
- Los cócteles más conocidos
- Cómo debe servirse un vino
- Lista de menús para estudiar su protocolo
- Qué vino debemos regalar
- Algunos de los mejores

9. EL ARTE DE REGALAR

- Escoger un regalo
- Cómo se entrega un regalo. Cómo se recibe
- Regalos para todas las ocasiones
- El lenguaje de los abanicos

MÓDULO 4. ESTILISMO CAPILAR

1. ESTILISMO CAPILAR

2. EL CABELLO EN LA HISTORIA

- Prehistoria
- Egipto
- Asiria y Persia
- Grecia
- Roma

- Edad Media y Tiempos Modernos

3. ÚTILES, APARATOLOGÍA Y PRODUCTOS

- Útiles y aparatología
- El "PH"
- Productos

4. EL CABELLO

- LA RAIZ. La parte del cabello no visible
- EL TALLO. La parte del cabello visible
- Ciclo vital del cabello
- Propiedades del cabello
- El color del cabello

5. TRANSTORNO CAPILARES

- Transtornos a nivel del cuero cabelludo
- Transtornos del cabello

6. CORTES DEL CABELLO. PERSONALIZACIÓN Y TRANSFORMACIÓN

- Un estilo para cada cara
- Cabellos cortos
- Medias melenas
- Flequillos
- Cabellos recogidos
- El cuerpo y el cabello
- La estatura
- Nariz y barbilla
- Mofletes
- La cabeza
- El cuello
- Estilos

- Edad Media y Tiempos Modernos

3. ÚTILES, APARATOLOGÍA Y PRODUCTOS

- Útiles y aparatología
- El "PH"
- Productos

4. EL CABELLO

- LA RAZ. La parte del cabello no visible
- EL TALLO. La parte del cabello visible
- Ciclo vital del cabello
- Propiedades del cabello
- El color del cabello

5. TRANSTORNO CAPILARES

- Transtornos a nivel del cuero cabelludo
- Transtornos del cabello

6. CORTES DEL CABELLO. PERSONALIZACIÓN Y TRANSFORMACIÓN

- Un estilo para cada cara
- Cabellos cortos
- Medias melenas
- Flequillos
- Cabellos recogidos
- El cuerpo y el cabello
- La estatura
- Nariz y barbilla
- Mofletes
- La cabeza
- El cuello
- Estilos

MÓDULO 1. LA PROFESIÓN DE PERSONAL SHOPPER

1. INTRODUCCIÓN

- Personal Shopping como una profesión
- Lo que compran los Personal Shoppers
- Para quién trabajan los Personal Shoppers
- Beneficios de una carrera en Personal Shopping

2. PREPARÁNDONOS

- Test de Auto – Análisis
- Áreas de Especialización
- Habilidades importantes
 - Servicio al consumidor y ventas
 - Conocimientos sobre compras y productos
 - Habilidades de organización
 - Negociación
 - Capacidad para detectar tendencias
- Formas de aprender Personal Shopping
 - Observar a otros Personal Shoppers
 - Mirar escaparates
 - Entrevistas de Información
 - Dar tus servicios
 - Experiencia laboral
 - Recursos para estudio propio
- Educación

3. Como convertirte en un Personal Shopper

- Servicios de Personal Shopping
 - Ayudar a los clientes a definir sus necesidades
 - Ayudar a los clientes con sus presupuestos
 - Recomendar compras específicas

4.

- Que te promocionen para tu primer trabajo
- Marketing efectivo y promoción
- Historia de un Personal Shopper con éxito

5. Empezar tu propio negocio (orientación laboral)

- Comienzo
 - Creación de un plan de negocio
 - Escogida de un nombre para el negocio
- Preparación de la oficina
 - Localización
 - Teléfonos
 - Equipamiento y suministros

6. Conseguir clientes (comunicación)

- Elige tu mercado objetivo
- Herramientas promocionales
 - Folletos
 - Portafolios de presentación
 - Tu página web
- Técnicas de márketing
 - Oportunidades en la red
 - Eventos promocionales
 - Anuncios
 - Publicidad gratuita
- Marketing para clientes corporativos
 - La primera llamada de teléfono
 - La primera reunión

7. Recursos y atención al cliente

- Recursos de moda
- Recursos para otras especializaciones
- Recursos de Negocio

EL PERSONAL SHOPPER Y LA MODA

• INTRODUCCIÓN:

- Nacimiento de la moda.
- Historia de la moda.
- Moda española internacional.

5. Empezar tu propio negocio (orientación laboral)

- Comienzo
 - Creación de un plan de negocio
 - Escogida de un nombre para el negocio
- Preparación de la oficina
 - Localización
 - Teléfonos
 - Equipamiento y suministros

6. Conseguir clientes (comunicación)

- Elige tu mercado objetivo
- Herramientas promocionales
 - Folletos
 - Portafolios de presentación
 - Tu página web
- Técnicas de marketing
 - Oportunidades en la red
 - Eventos promocionales
 - Anuncios
 - Publicidad gratuita
- Marketing para clientes corporativos
 - La primera llamada de teléfono
 - La primera reunión

7. Recursos y atención al cliente

- Recursos de moda
- Recursos para otras especializaciones
- Recursos de Negocio

EL PERSONAL SHOPPER Y LA MODA

• INTRODUCCIÓN:

- Nacimiento de la moda.
- Historia de la moda.
- Moda española internacional.

• EL PERSONAL SHOPPER: QUÉ ES Y CUÁL ES SU FUNCIÓN.

• LAS BASES DE LA IMAGEN PERSONAL: PLANIFICACIÓN DE UNA ASESORÍA:

- Análisis del color.
- Volumen.
- Forma.
- Movimiento.
- Comunicación no verbal.
- El sonido.
- Signo de apertura y cierre.

• MODA:

- Estilos de la moda.
- ¿Qué es Antropometría?: Determine la figura. Morfología.
- Cómo vestir de acuerdo a la figura.
- El color.
- Los distintos momentos.
- La corbata y el buen vestir. Asesoría del vestuario.
- Protocolo.
- Traje de novio.
- El vestido de la novia.

• TEJIDOS Y MATERIALES:

- Fibras textiles.

• TENDENCIAS Y DISEÑADORES:

- Revista y prensa especializada.
- Diccionario de moda.
- Pasarela Cibeles – Febrero y septiembre.
- Pasarela de Nueva York – Febrero y septiembre.
- Pasarela de Londres – Febrero y septiembre.
- Pasarela de Milán – Febrero-marzo y Septiembre-octubre.
- Pasarela de París – Enero-marzo y Junio-Octubre.
- Resumen de tendencias en moda masculina.
- Resumen de tendencias en moda femenina.

- **FOTÓGRAFOS Y MODELOS:**

- La fotografía de modas: Retratando estilos de vida.
- Modelos.

EL PERSONAL SHOPPER Y LA ASESORÍA DE IMAGEN PERSONAL

- **LOS CONTENIDOS DE LA ASESORÍA DE IMAGEN:**

- Estética y dietética.
- Técnicas y estilos capilares.
- Visagismo.
- Estilismo en el vestir.
- Protocolo y habilidades sociales.
- Comunicación y expresión.

- **LOS OBJETIVOS DE LA ASESORÍA:**

- Embellecer: Imagen externa.
- Potenciar: Cualidades personales y comportamiento.
- Formar: Hábitos y técnicas.

- **FINALIDAD DE LA ASESORÍA DE IMAGEN:**

- Belleza y armonía.
- Estilo.
- Elegancia.
- Habilidades sociales y protocolo.
- Seguridad.

- **EL MÉTODO EN ASESORÍA:**

- Información.
- Propuesta.
- Realización.
- Formación.
- Mantenimiento.

- **CRITERIOS DE LA ASESORÍA DE IMAGEN (Reglas de Oro).**

- **FOTÓGRAFOS Y MODELOS:**
 - La fotografía de modas: Retratando estilos de vida.
 - Modelos.

EL PERSONAL SHOPPER Y LA ASESORÍA DE IMAGEN PERSONAL

- **LOS CONTENIDOS DE LA ASESORÍA DE IMAGEN:**
 - Estética y dietética.
 - Técnicas y estilos capilares.
 - Visagismo.
 - Estilismo en el vestir.
 - Protocolo y habilidades sociales.
 - Comunicación y expresión.
- **LOS OBJETIVOS DE LA ASESORÍA:**
 - Embellecer: Imagen externa.
 - Potenciar: Cualidades personales y comportamiento.
 - Formar: Hábitos y técnicas.
- **FINALIDAD DE LA ASESORÍA DE IMAGEN:**
 - Belleza y armonía.
 - Estilo.
 - Elegancia.
 - Habilidades sociales y protocolo.
 - Seguridad.
- **EL MÉTODO EN ASESORÍA:**
 - Información.
 - Propuesta.
 - Realización.
 - Formación.
 - Mantenimiento.
- **CRITERIOS DE LA ASESORÍA DE IMAGEN (Reglas de Oro).**

- **OBSERVACIÓN MINUCIOSA:**
 - Cara.
 - Pelo.
 - Piel (manos, cuello, escote...).
 - Cuerpo.
 - Maquillaje.
 - Adornos y joyas.
 - Accesorios.
 - Ropa.
 - Higiene.
- **RASGOS ELECTIVOS – RASGOS NO ELECTIVOS:**
 - Rasgos no electivos.
 - Rasgos electivos.
- **LA IMAGEN PERSONAL:**
 - Buena presencia.
 - Sabor estar.
 - Las actitudes.
- **LOS CÓDIGOS EN ASESORÍA:**
 - Causa – Efecto.
 - Naturales – Emotivos.
 - Impuestos – Legislados.
 - Culturales.
- **FÓRMULAS EN INDUMENTARIA:**
 - La mujer.
 - El hombre.
- **ESTILOS:**
 - Clasificaciones posibles.
 - El peso ideal en el hombre y la mujer.
- **EL PERFUME:**
 - Estructura del perfume.
 - El perfume monolítico.
 - Esencias naturales.
 - Método de clasificación del perfume.

- Algunas palabras del vocabulario del perfumista.
- Consejos prácticos para elegir perfume.
- Cómo se aplica un perfume.
- Perfume y moda: Los grandes diseñadores y sus perfumes.
- **LOS COMPLEMENTOS EN ASESORÍA DE IMAGEN:**
 - Los relojes de pulsera.
 - Los metales preciosos.
 - Las gemas (piedras preciosas-semipreciosas).
- **COMPORTAMIENTO DEL ASESOR O PERSONAL SHOPPER:**
 - Actitudes recomendables.
 - Actitudes no recomendables.
- **COMPETENCIAS Y CAPACIDADES DEL ASESOR:**
 - Competencias propiamente dichas del Asesor de Imagen.
 - Capacidades del Asesor de Imagen.
- **CÓMO TRABAJA EL ASESOR DE IMAGEN:**
 - 1ª etapa: Información.
 - 2ª etapa: Observación.
 - 3ª etapa: Decisión.
 - 4ª etapa: Propuesta.
 - 5ª etapa: Realización técnica.
 - 6ª etapa: Supervisión de la realización técnica.
 - 7ª etapa: Formación.
 - 8ª etapa: Mantenimiento.
- **VISAGISMO Y ESTÉTICA:**
 - Introducción.
 - El cuidado facial: La piel.
 - El color en el rostro.
 - Forma y orden de aplicación de los distintos productos de color.
 - Color rápido.
 - El rostro maduro.
 - Tiempo y duración de los diferentes cosméticos.

- Algunas palabras del vocabulario del perfumista.
- Consejos prácticos para elegir perfume.
- Cómo se aplica un perfume.
- Perfume y moda: Los grandes diseñadores y sus perfumes.
- **LOS COMPLEMENTOS EN ASESORÍA DE IMAGEN:**
 - Los relojes de pulsera.
 - Los metales preciosos.
 - Las gemas (piedras preciosas-semipreciosas).
- **COMPORTAMIENTO DEL ASESOR O PERSONAL SHOPPER:**
 - Actitudes recomendables.
 - Actitudes no recomendables.
- **COMPETENCIAS Y CAPACIDADES DEL ASESOR:**
 - Competencias propiamente dichas del Asesor de Imagen.
 - Capacidades del Asesor de Imagen.
- **CÓMO TRABAJA EL ASESOR DE IMAGEN:**
 - 1ª etapa: Información.
 - 2ª etapa: Observación.
 - 3ª etapa: Decisión.
 - 4ª etapa: Propuesta.
 - 5ª etapa: Realización técnica.
 - 6ª etapa: Supervisión de la realización técnica.
 - 7ª etapa: Formación.
 - 8ª etapa: Mantenimiento.
- **VISAGISMO Y ESTÉTICA:**
 - Introducción.
 - El cuidado facial: La piel.
 - El color en el rostro.
 - Forma y orden de aplicación de los distintos productos de color.
 - Color rápido.
 - El rostro maduro.
 - Tiempo y duración de los diferentes cosméticos.

MÓDULO 5. IMAGEN CORPORATIVA

Capítulo I: Personalidad e identidad corporativa en asesoría de imagen corporativa.

- Cultura corporativa
- Ideología y cultura corporativas
- La identidad corporativa.
- El texto corporativo.
- La evolución de los valores corporativos.

Capítulo II: La asesoría de imagen corporativa.

- La función de la asesoría de imagen corporativa.
- ¿Cuál es la aportación de la asesoría de imagen corporativa?
- El Valor añadido que aporta la asesoría de imagen corporativa
- Sobre el nombre de asesoría de imagen: organizacional, institucional, corporativa...
- La asesoría de imagen como proyecto.
- Contenidos y definiciones de la asesoría de imagen corporativa.
- La iconología.
- El protocolo de imagen o de estilo.

CAPÍTULO III: LA IMAGEN ICONOGRÁFICA COMO ASPECTOS DE LA ASESORÍA DE IMAGEN CORPORATIVA.

- La marca y la Asesoría de Imagen Iconográfica: Características, definición. Tipos. Iconos: Códigos y signos, sentidos y uso de su lenguaje.
- El lenguaje como elemento de la imagen iconográfica.
- La imagen visual de la imagen iconográfica.
- Armonización en la imagen iconográfica.
- El estilo

CAPÍTULO IV IDEOLOGÍA.

- Corporativa identidad corporativa, método y técnica. Relaciones entre entidades. Imagen corporativa, pública y privada, nacionales e internacionales.
- Proyectos de asesoría de imagen corporativa. Creación del manual de imagen corporativa

1. Nutricion, dietetica y nutrientes introduccion a la dietetica alimentacion y nutricion.

- Los nutrientes.-

- hidratos de carbonos
- grasas o lipidos
- proteinas y digestion
- metabolismo de los glucidos, de los lipidos y de las proteinas
- las vitaminas
- los minerales
- el agua
- electrolitos
- necesidades nutritivas

- Los alimentos.-

- los cereales y sus derivados
- los tuberculos y las legumbres
- verduras y hortalizas
- los frutos
- la leche y sus derivados
- pescados y mariscos
- huevos
- los alimentos grasos
- azucares y alimentos dulces
- las bebidas refrescantes,estimulantes y alcoholicas.

- Patologias nutricionales.-

- sobrepeso corporal y obesidad
- delgadez patologica y desnutricion
- hipovitaminosis e hipervitaminosis
- carencia de minerales

- Glosario de nutricion.-

- familias de ingredientes

1. Nutricion, dietetica y nutrientes introduccion a la dietetica alimentacion y nutricion.

- Los nutrientes.-

- hidratos de carbonos
- grasas o lipidos
- proteinas y digestion
- metabolismo de los glucidos, de los lipidos y de las proteinas
- las vitaminas
- los minerales
- el agua
- electrolitos
- necesidades nutritivas

- Los alimentos.-

- los cereales y sus derivados
- los tuberculos y las legumbres
- verduras y hortalizas
- los frutos
- la leche y sus derivados
- pescados y mariscos
- huevos
- los alimentos grasos
- azucares y alimentos dulces
- las bebidas refrescantes, estimulantes y alcoholicas.

- Patologias nutricionales.-

- sobrepeso corporal y obesidad
- delgadez patologica y desnutricion
- hipovitaminosis e hipervitaminosis
- carencia de minerales

- Glosario de nutricion.-

- familias de ingredientes

- Distintas alimentaciones

- vegetarianismo
- macrobiotica
- higienismo

- Alimentacion en casos especiales

- dieta
- alimentacion asistida

- Nutricion y dietas

- nutricion
- dietas sanas

- Tablas nutricionales

- tablas de alimentos e informacion nutricional
- tabla de calorías
- tabla de vitaminas
- tabla de minerales esenciales
- contenido en sodio en alimentos seleccionados.

2. Branding: el poder de las marcas, que es una marca

1. Principios de branding
2. Los poderes de una gran marca
3. La implementacion: valores y personalidad, concepto, logo y nombre.
4. Registro de marcas y efectos legales

Liderazgo, coaching y motivacion

1. El liderazgo como proceso personal, el liderazgo en los equipos de trabajo
2. Las competencias del lider.motivacion,comunicacion,PNL,gestion de emociones, negociacion de conflictos.
3. El coaching en las organizaciones
4. El proceso de entrenamiento de un coach

PNL

1. El arte y la ciencia de la excelencia personalidad
2. Como hacer que nuestro trabajo produzca resultados de éxito
3. Que es la programacion neuro linguistica.ventajas de su utilizacion
4. Aplicaciones practicas en las organizaciones
5. El lenguaje verbal, noverbal y la escucha activa
6. PNL y comunicación empresarial

4. Los diez pasos del proceso de asesoramiento

construcción global de la imagen

1. Construcción de una imagen
2. La imagen y su percepción
3. El punto, la linea y la forma
4. El tiempo y el movimiento, dinamismo
5. La composición y sus tipos: claridad,contraste,armonía,equilibrio y ritmo
6. Clave visual de impacto

5. La técnica de la fotografia en asesoria de imagen

- Estudio fotografico de la imagen
- Elementos y materiales necesarios
- Clases de cámaras
- Iniciación al photoshop

Liderazgo, coaching y motivación

1. El liderazgo como proceso personal, el liderazgo en los equipos de trabajo
2. Las competencias del líder: motivación, comunicación, PNL, gestión de emociones, negociación de conflictos.
3. El coaching en las organizaciones
4. El proceso de entrenamiento de un coach

PNL

1. El arte y la ciencia de la excelencia personal
2. Como hacer que nuestro trabajo produzca resultados de éxito
3. Que es la programación neuro lingüística: ventajas de su utilización
4. Aplicaciones prácticas en las organizaciones
5. El lenguaje verbal, no verbal y la escucha activa
6. PNL y comunicación empresarial

4. Los diez pasos del proceso de asesoramiento construcción global de la imagen

1. Construcción de una imagen
2. La imagen y su percepción
3. El punto, la línea y la forma
4. El tiempo y el movimiento, dinamismo
5. La composición y sus tipos: claridad, contraste, armonía, equilibrio y ritmo
6. Clave visual de impacto

5. La técnica de la fotografía en asesoría de imagen

- Estudio fotográfico de la imagen
- Elementos y materiales necesarios
- Clases de cámaras
- Iniciación al photoshop

ESTILISMO DE MODA

1. QUE ES EL ESTILISMO DE MODA

- El estilista de moda. Sus tareas
- El estilismo como profesional

2. LA INDUSTRIA DE LA MODA

- Su comunicación en todos los medios
- Referencias de la moda

3. LA MODA Y SUS COMPLEMENTOS DEL ESTILISTA

- Historia de la moda
- Grandes creadores de moda y diseñadores
- La morfología del cuerpo y análisis de color (test de color)

4. EL ESTILISMO

- Los estilos
- Estudio de tendencias
- La figura del coolhunter
- El estilismo editorial, editoriales de moda
- El estilismo comercial
- El estilismo personal

5. EL ESTILISMO FOTOGRAFICO. EDITORIALES

- La inspiración y el desarrollo fuentes colecciones de Looks. Descripción.
- Materiales del estilista
- Trabajo en equipo
- Casting de modelos
- La localización
- La búsqueda de prendas
- La planificación de la producción
- El briefing final y las pruebas
- El día de la sesión
- Legislación y derecho de imagen

6. OTRAS LABORES DEL ESTILISMO

- Estilismo en internet, blogs y revistas
- Estilismo de desfiles de moda, showroom y eventos
- Estilismo audiovisual y escénico, cine y tv
- El estilismo de las celebridades.

MODULO 1. EL MUNDO DE LA MODA Y EL LUJO

- Historia de la Moda
- Evolución y Análisis del lujo.
- Relaciones entre moda y lujo

MODULO 2. LA MODA COMO COMUNICACIÓN

- El Vestido y el Lenguaje visual.
- Vocabulario de Moda
- Moda e Identidad
- Consumo de Moda
- Psicología de la Moda
- Las Teorías de la Moda
- La difusión de la Moda.

MODULO 3: MARKETING DE MODA y LUJO

- El Marketing
- El Marketing Mix
- El Mercado
- La marca
- Marketing Mix de Moda y Lujo
 1. Política de Producto y Marca
 2. Política de Precios
 3. Política de Distribución
 4. Política de Comunicación y Promoción
 5. La Comercialización

MODULO 4: CONSUMIDOR y EL CLIENTE

- El Conocimiento del Cliente
- La Segmentación del Mercado
- Proceso de Decisión de Compra
- La Creación del Perfil del Cliente

MODULO 5: EVENTOS DE MODA

- Definición de Evento
- Perfil y Funciones de un Organizador de Eventos
- Aspectos Legales y Contables de la Organización de Eventos
- Tareas de la Organización de Eventos
- El Mercado de los Eventos
- Los Proveedores de Eventos
- La Demanda de Eventos

MODULO 1. EL MUNDO DE LA MODA Y EL LUJO

- Historia de la Moda
- Evolución y Análisis del lujo.
- Relaciones entre moda y lujo

MODULO 2. LA MODA COMO COMUNICACIÓN

- El Vestido y el Lenguaje visual.
- Vocabulario de Moda
- Moda e Identidad
- Consumo de Moda
- Psicología de la Moda
- Las Teorías de la Moda
- La difusión de la Moda.

MODULO 3: MARKETING DE MODA Y LUJO

- El Marketing
- El Marketing Mix
- El Mercado
- La marca
- Marketing Mix de Moda y Lujo
 1. Política de Producto y Marca
 2. Política de Precios
 3. Política de Distribución
 4. Política de Comunicación y Promoción
 5. La Comercialización

MODULO 4: CONSUMIDOR Y EL CLIENTE

- El Conocimiento del Cliente
- La Segmentación del Mercado
- Proceso de Decisión de Compra
- La Creación del Perfil del Cliente

MODULO I: EVENTOS DE MODA

- Definición de Evento
- Perfil y Funciones de un Organizador de Eventos
- Aspectos Legales y Contables de la Organización de Eventos
- Tareas de la Organización de Eventos
- El Mercado de los Eventos
- Los Proveedores de Eventos
- La Demanda de Eventos

MODULO II: LOS EVENTOS DE MODA

- Qué son los Eventos de Moda
- Funciones del Organizador de Eventos de Moda
- Pautas Generales de Organización
- Plan de Comunicación
- Personas que intervienen en un Evento de Moda
- Salidas Profesionales del Organizador de Eventos de Moda

MODULO III. TIPOS DE EVENTOS DE MODA: ORGANIZACIÓN

- Desfiles y Pasarelas de Moda
- Showroom y Press Day
- Exposiciones de Moda
- Presentaciones e Inauguraciones
- Ferias y Mercados de Moda

MODULO IV: PRESENTACION PROYECTO FINAL

- Proyecto de Organización de un Evento de Moda al completo

COOLHUNTING Y TENDENCIAS APLICADAS A LA IMAGEN Y LA MODA

INTRODUCCIÓN Y FIGURA DEL COOLHUNTING

1. Introducción: ¿Qué es el coolhunting?
 2. ¿Dónde surgió el coolhunting? Nacimiento y desarrollo
 - 2.1. Historia del Coolhunting
 3. Identificación de la profesión. ¿Quién puede ser coolhunter?
 - 3.1. Funciones de un coolhunter dentro de una organización:
 - 3.2. Clasificación de los Coolhunters
 4. El knowmad
 5. Generaciones de consumidores
 - 5.1. Clasificación de las generaciones
- RECUERDA
- Preguntas de autoevaluación

LAS TENDENCIAS

1. ¿Qué son las tendencias?
 2. Los creadores de tendencias
 3. Lugares de creación de tendencias
 - 3.1 Hubs
 - 3.2 Hotspots
 4. Agencias de tendencias de consumo
 5. Diferenciación entre micro y macro tendencias
 6. Ciclo de una tendencia
- RECUERDA
- Preguntas de Autoevaluación

ESTUDIOS DE MERCADO Y SUS TIPOS

1. Estudios de mercado
2. Ámbitos de aplicación del estudio de mercados
3. Tipos de diseño de la investigación de los mercados
4. Segmentación de los mercados
 - 4.1. Tipos de variables
 - 4.2. Proceso de segmentación
 - 4.3. Estrategias para la segmentación
 - 4.4. Ventajas y desventajas de la segmentación
5. Tipos de mercado
 - 5.1. Según el tamaño del mercado
 - 5.2. Según el tipo de cliente
 - 5.3. Según el área geográfica
 - 5.4. Según el tipo de producto ofrecido
 - 5.5. Según el tipo de recursos
 - 5.6. Según el tiempo de formación del precio
 - 5.7. Según la competencia que se establece
 - 5.8. Según los grupos de no clientes
6. Posicionamiento

RECUERDA

Preguntas de Autoevaluación

PAPEL DE MARKETING EN EL SISTEMA ECONÓMICO Y EN LA GESTION EMPRESARIAL

1. Evolución del concepto y contenido del marketing: el intercambio como criterio de demarcación del alcance del marketing
 - 1.1. Concepto de marketing
 - 1.2. Definiciones de marketing
 - 1.3. Alcance del marketing
2. La función del marketing en el sistema económico
3. El marketing como filosofía o cultura empresarial: evolución del papel del marketing dentro de la empresa. Las tendencias actuales en el marketing
 - 3.1. Orientación al consumidor o cliente
 - 3.2. Orientación a la competencia
 - 3.3. Orientación interna
 - 3.4. Marketing de relaciones
4. Marketing y dirección estratégica
 - 4.1. Funciones del marketing estratégico
 - 4.2. Funciones del marketing operativo

RECUERDA

Preguntas de Autoevaluación

TENDENCIA DE COMPRA

1. Análisis de tendencias de compra
 - 1.1. Trend Analytics
2. Tiendas on-line
 - 2.1. Curated shopping
3. El prosumer
4. La personalización
 - 4.1. "Customización" on-line

ESTUDIOS DE MERCADO Y SUS TIPOS

1. Estudios de mercado
2. Ámbitos de aplicación del estudio de mercados
3. Tipos de diseño de la investigación de los mercados
4. Segmentación de los mercados
 - 4.1. Tipos de variables
 - 4.2. Proceso de segmentación
 - 4.3. Estrategias para la segmentación
 - 4.4. Ventajas y desventajas de la segmentación
5. Tipos de mercado
 - 5.1. Según el tamaño del mercado
 - 5.2. Según el tipo de cliente
 - 5.3. Según el área geográfica
 - 5.4. Según el tipo de producto ofrecido
 - 5.5. Según el tipo de recursos
 - 5.6. Según el tiempo de formación del precio
 - 5.7. Según la competencia que se establece
 - 5.8. Según los grupos de no clientes
6. Posicionamiento

RECUERDA

Preguntas de Autoevaluación

PAPEL DE MARKETING EN EL SISTEMA ECONÓMICO Y EN LA GESTION EMPRESARIAL

1. Evolución del concepto y contenido del marketing: el intercambio como criterio de demarcación del alcance del marketing
 - 1.1. Concepto de marketing
 - 1.2. Definiciones de marketing
 - 1.3. Alcance del marketing
2. La función del marketing en el sistema económico
3. El marketing como filosofía o cultura empresarial: evolución del papel del marketing dentro de la empresa. Las tendencias actuales en el marketing
 - 3.1. Orientación al consumidor o cliente
 - 3.2. Orientación a la competencia
 - 3.3. Orientación interna
 - 3.4. Marketing de relaciones
4. Marketing y dirección estratégica
 - 4.1. Funciones del marketing estratégico
 - 4.2. Funciones del marketing operativo

RECUERDA

Preguntas de Autoevaluación

TENDENCIA DE COMPRA

1. Análisis de tendencias de compra
 - 1.1. Trend Analytics
2. Tiendas on-line
 - 2.1. Curated shopping
3. El prosumer
4. La personalización
 - 4.1. "Customización" on-line

5. Fabricación a medida del consumidor

RECUERDA

Preguntas de Autoevaluación

6. METODOLOGÍA Y SISTEMA COOLHUNTING

1. Identificación de tendencias
2. Método CSI
 - 2.1. Coolhunting. Background: el escenario del crimen
 - 2.2. Science. La investigación del comportamiento del consumidor
 - 2.3. Insights. Pasar a la acción
3. La Netnografía
 - 3.1 El método netnográfico
4. Monitorizar las tendencias
 - 4.1 Herramientas de monitorización
5. Identificar a los trendsetter y early adopters
6. Análisis del consumidor

RECUERDA

Preguntas de Autoevaluación

7. COOLHUNTING COLABORATIVO

1. La red de coolhunters
 - 1.1 Coolhunting colaborativo
 - 1.2 Método Delphi para el feedback y filtrado colaborativo
2. Mark Granovetter: La teoría de "la fuerza de los vínculos débiles"
3. Plataformas de Coolhunting
4. Como motivar y mantener la red de coolhunters

RECUERDA

Preguntas de Autoevaluación

8. INFORME DEL COOLHUNTER

1. Informe de tendencias
2. Estructura del informe de coolhunting
3. Informe visual de coolhunting
 - 3.1 Tipología del panel de tendencias
4. Presentación del informe

RECUERDA

Preguntas de Autoevaluación

9. BRANDING Y POSICIONAMIENTO EN INTERNET

1. Estrategia en la economía digital
2. Digital Branding Management
3. Digital Customer Experience
4. Promoción web
5. Mobile Marketing y nuevas tendencias

RECUERDA

Preguntas de Autoevaluación