

Organiza:



Cofinancian:



## PLAN FORMATIVO MODALIDAD I

**Modalidad Acción:** TELEFORMACIÓN  
**Nº de la Acción:** FPTO/2018/927/035  
**Familia Profesional:** IMP / IMAGEN PERSONAL  
**Tipo Especialidad:** NUEVA ESPECIALIDAD

: 5 G<€B'DFC>97 H'fD9F GCB5 @G<CDD9FL

### Objetivo general del curso:

SABER CÓMO ASESORAR PROFESIONALMENTE A DIFERENTES PERFILES DE CLIENTE, CONOCIENDO EN PROFUNDIDAD LAS BASES Y LOS FUNDAMENTOS DE LA ACTIVIDAD DEL PERSONAL SHOPPER, ASÍ COMO APRENDER EL MANEJO DE LAS TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS PROPIAS DE LA ASESORÍA DE IMAGEN INTEGRAL (MODA Y BELLEZA).

### Desglose de horas de la acción formativa:

TELEFORMACIÓN	
<b>Total</b>	100
Horas Teleformación	100

### Contenidos:

#### MÓDULOS FORMATIVOS

- HISTORIA DE LA MODA
- COMUNICACIÓN Y CONSUMIDOR DE MODA
- LA ACTIVIDAD DE PERSONAL SHOPPER. ESTILISMO DE MODA Y ASESORIA DE IMAGEN

TOTAL HORAS ESPECIALIDAD: 100

### Descripción de los Módulos Formativos

**Módulo:** HISTORIA DE LA MODA  
**Horas:** 15  
**Orden:** 1

#### Competencias Profesionales a adquirir:

- COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS
- ANALIZAR LA HISTORIA DE LA MODA, DE DÓNDE VENIMOS Y HACIA DÓNDE VAMOS, OBSERVANDO EL ÁMBITO CREATIVO QUE LO ENVUELVE, Y SU IMPLICACIÓN EN LOS CICLOS DE LA MODA.
- ANALIZAR LA EVOLUCIÓN DE LAS TENDENCIAS DE LA MODA
- CONOCER LA INFLUENCIA DE LA SOCIEDAD A LO LARGO DE LA HISTORIA EN LA MODA
- CONOCER LA EVOLUCIÓN DE LA MODA A LO LARGO DE LA HISTORIA
- ANALIZAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LA MODA EN CADA ETAPA HISTÓRICA

Organiza:



Cofinancian:



- CONOCER LA CLASIFICACIÓN DE LAS TENDENCIAS
- COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS
- CLASIFICAR LAS TENDENCIAS EN LARGO, MEDIO Y CORTO PLAZO
- TRABAJAR LA CREATIVIDAD DESDE UN PUNTO DE VISTA EMPRESARIAL Y DE DESARROLLO DE PROYECTOS EN ESTILISMO.
- DIBUJAR UNA LÍNEA DE TENDENCIA
- APLICAR TÉCNICAS DE BÚSQUEDA Y ORGANIZACIÓN DE FUENTES DOCUMENTALES QUE PERMITAN OBTENER INFORMACIÓN SOBRE DIFERENTES ESTILOS Y UTILIZARLA EN LA ASESORÍA DE CAMBIOS DE IMAGEN PERSONAL.
- CLASIFICAR LOS ÍCONOS DE LA MODA EN LAS DISTINTAS ETAPAS DE LA HISTORIA Y SU INFLUENCIA

**Contenidos Específicos:**

**CONTENIDOS TEÓRICOS:**

- HISTORIA DE LA MODA DE DISEÑO
- LA MODA EN LOS EGIPCOS
- DISEÑO DE LA MODA EN LA GRECIA CLÁSICA
- DISEÑO DE MODA EN LA ROMA CLÁSICA
- MODA DE DISEÑO EN LA EDAD MEDIA
- DISEÑO DE MODA EN LA EDAD MODERNA
- DISEÑO DE MODA EN LA EDAD CONTEMPORÁNEA
- MODA DESDE LOS AÑOS 20 HASTA EL SIGLO XXI
- DISEÑO DE MODA EN EL SIGLO XXI

- MODA Y TENDENCIAS
- DEFINICIÓN DE TENDENCIA
- CÓMO DIBUJAR UNA TENDENCIA
- TENDENCIA DE MODA
- EL ESTILO PERSONAL ANTES QUE NADA

**CONTENIDOS PRÁCTICOS:**

- ANALIZAR COMO INFLUYÓ LA SOCIEDAD DE LOS EGIPCOS EN LA MODA, Y VICERVERSA
- ANALIZAR COMO INFLUYÓ LA SOCIEDAD DE LA GRECIA CLÁSICA EN LA MODA, Y VICERVERSA
- ANALIZAR COMO INFLUYÓ LA SOCIEDAD DE LA ROMA CLÁSICA EN LA MODA, Y VICERVERSA
- ANALIZAR COMO INFLUYÓ LA SOCIEDAD DE LA EDAD MEDIA EN LA MODA, Y VICERVERSA
- ANALIZAR COMO INFLUYÓ LA SOCIEDAD DE LA EDAD MODERNA EN LA MODA, Y VICERVERSA
- ANALIZAR COMO INFLUYÓ LA SOCIEDAD DE LA EDAD CONTEMPORÁNEA EN LA MODA, Y VICERVERSA
- ANALIZAR COMO INFLUYÓ LA SOCIEDAD DE DESDE LOS AÑOS 20 HASTA EL SIGLO XXI EN LA MODA, Y VICERVERSA
- ANALIZAR COMO INFLUYÓ LA SOCIEDAD DEL SIGLO XXI EN LA MODA, Y VICERVERSA
- DIBUJAR UNA LÍNEA DE TENDENCIA

**Planificación de la Evaluación. Relacionar capacidades-instrumentos-momentos.**

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
5. ANALIZAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LA MODA EN CADA ETAPA HISTÓRICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li> <li>--INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li> <li>-TEST DE EVALUACIÓN..</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li> </ul>
4. CONOCER LA EVOLUCIÓN DE LA MODA A LO LARGO DE LA HISTORIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li> <li>--INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li> <li>-TEST DE EVALUACIÓN..</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li> </ul>
2. ANALIZAR LA EVOLUCIÓN DE LAS TENDENCIAS DE LA MODA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li> <li>--INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li> <li>-TEST DE EVALUACIÓN..</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li> </ul>
3. CONOCER LA INFLUENCIA DE LA SOCIEDAD A LO LARGO DE LA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> </ul>

Organiza:



Cofinancian:



SOCIEDAD A LO LARGO DE LA HISTORIA EN LA MODA	PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.  --INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS  - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO  -TEST DE EVALUACIÓN..	DESARROLLO DEL MÓDULO  - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.  - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO  -TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO
1. ANALIZAR LA HISTORIA DE LA MODA, DE DÓNDE VENIMOS Y HACIA DÓNDE VAMOS, OBSERVANDO EL ÁMBITO CREATIVO QUE LO ENVUELVE, Y SU IMPLICACIÓN EN LOS CICLOS DE LA MODA.	- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.  --INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS  -TEST DE EVALUACIÓN..	- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.  - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.  -TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.
6. CONOCER LA CLASIFICACIÓN DE LAS TENDENCIAS	- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.  --INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS  - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO  -TEST DE EVALUACIÓN..	- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO  - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.  - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO  -TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO

**Módulo:** COMUNICACIÓN Y CONSUMIDOR DE MODA

**Horas:** 35

**Orden:** 2

**Competencias Profesionales a adquirir:**

- COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:
  - ANALIZAR LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN EL MUNDO DE LA MODA
  - VALORAR LA CALIDAD DEL ASESORAMIENTO EN TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN
  - OBSERVAR LAS NUEVAS TENDENCIAS Y APORTAR CONOCIMIENTOS EN LA ASESORÍA DEL CONSUMIDOR DE MODA
  - IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DE CADA TIPO DE CONSUMIDOR
  - ANALIZAR LAS CARACTERÍSTICAS DE UNA MARCA
  - ANALIZAR LAS CARACTERÍSTICAS DE CADA TIPO DE CONSUMIDOR
  - CONOCER LA INFLUENCIA DEL MARKETING Y LA PUBLICIDAD EN EL MUNDO DE LA MODA
  - APRENDER LAS DIFERENTES METODOLOGÍAS DE TRABAJO EN FUNCIÓN DE LAS NECESIDADES DE LAS EMPRESAS Y DEL CONSUMIDOR.

- COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:
  - DOMINAR, LOS PILARES QUE CONFORMAN LA BASE DEL NEGOCIO DE LA MODA; COMUNICACIÓN; MARKETING ; PUBLICIDAD Y RR.PP Y COMO COMBINAR ESTAS PIEZAS PARA CREAR UN PRODUCTO SOLIDO EN EL MERCADO
  - ASESORAR EN LAS TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN ESPECÍFICAS
  - ELABORAR UNA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD EN MODA
  - ELABORAR UN PLAN DE MARKETING EN MODA
  - ELABORAR UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA
  - IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DE UNA MARCA
  - IDENTIFICAR AL CONSUMIDOR FINAL, AL QUE NOS DIRIGIMOS Y COMO ATRAERLO HACIA NUESTRO NEGOCIO, DETECTANDO SUS NECESIDADES PARA AYUDARLES EN LA TOMA DE DECISIONES A LA HORA DE LA COMPRA.
  - IDENTIFICAR A CADA TIPO DE CONSUMIDOR SEGÚN SU COMPORTAMIENTO

**Contenidos Específicos:**

- CONTENIDOS TEÓRICOS:
  - PERIODISMO ESPECIALIZADO EN MODA: RELACIÓN CON LOS MEDIOS Y TIPOS
  - ¿QUÉ ENTENDEMOS POR RELACIONES CON LOS MEDIOS Y OBJETIVOS?
  - ¿EN QUÉ CONSISTE EL TRABAJO DE RELACIONES CON LOS MEDIOS?
  - ELECCIÓN DE SOPORTES
  - CONTACTAR CON LOS MEDIOS
- LA PUBLICIDAD EN EL SECTOR DE MODA
  - TIPOS DE PUBLICIDAD
  - LA CAMPAÑA PUBLICITARIA Y SUS ELEMENTOS
  - MARKETING EN EL SECTOR DE LA MODA
  - CONFIGURACIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA MARCA
  - CARACTERÍSTICAS DE UNA MARCA
  - CLASIFICACIÓN DE LAS MARCAS
  - FUNCIONES DE UNA MARCA Y FACTORES MEMORIZANTES

Organiza:



Cofinancian:



#### FUNCIONES DE UNA MARCA Y FACTORES MEMORIZANTES

- LAS RRPP EN EL SECTOR DE MODA .EL VALOR DE LA IMAGEN
- ACTIVIDADES DE TRABAJO DE UN PR
- PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA
- NUEVOS CANALES DE COMUNICACIÓN RR.SS
- DECÁLOGO PARA ELABORAR UN SOCIAL MEDIA PLAN
- INFLUENCERS ¿QUÉ SON Y COMO PUEDEN AYUDAR EN MI NEGOCIO?
- TIPOS DE CONSUMIDOR
- LOS CONSUMIDORES DEL MERCADO Y SU AMPLIA TIPOLOGÍA
- FACTORES EXTERNOS E INTERNOS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
- LOS DIFERENTES ENFOQUES EN EL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
- FACTORES EXTERNOS QUE AFECTAN AL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
- FACTORES INTERNOS QUE AFECTAN AL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
- ALGUNOS MODELOS QUE EXPLICAN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
- PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA
- SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO SEGÚN EL CONSUMIDOR

#### CONTENIDOS PRÁCTICOS:

- CONFIGURAR UNA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD DE MODA
- CONFIGURAR UN PLAN DE MARKETING DE MODA
- CONFIGURAR LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA MARCA
- ELABORAR UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA
- ANALIZAR EL PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA
- IDENTIFICAR AL CONSUMIDOR SEGÚN LA CALISIFICACIÓN
- ANALIZAR LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL COMPARTIMIENTO DEL CONSUMIDOR Y EN LA COMPRA QUE RELIZA
- ELABORAR UN SOCIAL MEDIA PLAN

#### Planificación de la Evaluación. Relacionar capacidades-instrumentos-momentos.

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
3. ELABORAR UNA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD EN MODA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li> <li>-TEST DE EVALUACIÓN..</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li> </ul>
5. IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DE UNA MARCA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li> <li>--INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li> <li>-TEST DE EVALUACIÓN..</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li> </ul>
1. ANALIZAR LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN EL MUNDO DE LA MODA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li> <li>-TEST DE EVALUACIÓN..</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li> </ul>
4. ELABORAR UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li> <li>--INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li> <li>-TEST DE EVALUACIÓN..</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li> </ul>
6. IDENTIFICAR AL CONSUMIDOR FINAL, AL QUE NOS DIRIGIMOS Y COMO ATRAERLO HACIA NUESTRO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> </ul>

Organiza:



Cofinancian:



<p>NEGOCIO, DETECTANDO SUS NECESIDADES PARA AYUDARLES EN LA TOMA DE DECISIONES A LA HORA DE LA COMPRA.</p>	<p>--INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS</p> <p>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</p> <p>-TEST DE EVALUACIÓN..</p>	<p>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</p> <p>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</p> <p>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</p>
<p>2. ASESORAR EN LAS TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN ESPECÍFICAS</p>	<p>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</p> <p>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</p> <p>-TEST DE EVALUACIÓN..</p>	<p>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</p> <p>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</p> <p>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</p>

**Módulo:** LA ACTIVIDAD DE PERSONAL SHOPPER. ESTILISMO DE MODA Y ASESORIA DE IMAGEN

**Horas:** 50

**Orden:** 3

**Competencias Profesionales a adquirir:**

- COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:
- CONOCER EN PROFUNDIDAD LA LABOR DEL PERSONAL SHOPPER
- SER CAPAZ DE RECONOCER LAS FUENTES QUE SE DEBEN SEGUIR PARA ESTAR EN CONSTANTE ACTUALIDAD CON LA MODA
- TRABAJAR LA CREATIVIDAD DESDE UN PUNTO DE VISTA EMPRESARIAL Y DE DESARROLLO DE PROYECTOS EN ESTILISMO.
- VALORAR LAS NECESIDADES DEL CLIENTE EN RELACIÓN CON LAS NORMAS DE PROTOCOLO Y USOS SOCIALES, ANALIZANDO SU ACTIVIDAD SOCIAL Y LABORAL Y SU PROPIO ESTILO PERSONAL
- ANALIZAR LA MORFOLOGÍA DEL ROSTRO Y SUS ELEMENTOS, ASÍ COMO SUS CARACTERÍSTICAS CROMÁTICAS PARA ASESORAR EN ESTILOS DE MAQUILLAJE
- ANALIZAR LAS CARACTERÍSTICAS MORFOLÓGICAS, LOS COLORES Y EL ESTILO DE CADA CLIENTE PARA PROPONER EL ASESORAMIENTO DE IMAGEN
- PRESENTAR LAS PROPUESTAS TÉCNICAS DE LOS POSIBLES CAMBIOS A EFECTUAR EN LA INDUMENTARIA, COMPLEMENTOS Y ACCESORIOS PARA LA APROBACIÓN POR LOS CLIENTES
- PRESENTAR AL CLIENTE LA PROPUESTA DETALLADA PARA EL ENTRENAMIENTO EN PROTOCOLO, USOS SOCIALES Y ETIQUETA, PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS ACORDADOS QUE SE ADAPTEN A SU DESARROLLO SOCIAL, PROFESIONAL Y PERSONAL.

- COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:
- ELABORAR UNA ESTRATEGIA DE ESTILISMO ADECUADA A CADA CLIENTE
- REALIZAR EL ESTUDIO DE LA IMAGEN PERSONAL PARA PROPONER PROYECTOS DE CAMBIO PERSONALIZADOS.
- REALIZAR LA VALORACIÓN DE LAS NECESIDADES Y DEMANDAS DEL CLIENTE Y EL ESTUDIO DE SUS CARACTERÍSTICAS CON EL FIN DE APLICAR LAS TÉCNICAS DE ASESORÍA DE CAMBIO DE IMAGEN.
- ELABORAR PROPUESTAS TÉCNICAS DOCUMENTADAS Y EL PLAN DE ACTUACIÓN PARA REALIZAR CAMBIOS DE ESTILO
- ELABORAR LA PROPUESTA Y EL PLAN DE ACTUACIÓN EN ASPECTOS DE PROTOCOLO Y USOS SOCIALES DEL CLIENTE EN EL ÁMBITO SOCIAL, LABORAL Y DE SU IMAGEN PERSONAL.
- ENTRENAR AL CLIENTE SOBRE PAUTAS DE COMPORTAMIENTO EN PÚBLICO O NORMAS DE USOS SOCIALES ADAPTADOS AL DESARROLLO DE ACTIVIDADES PROFESIONALES, RELACIONES SOCIALES E IMAGEN PERSONAL.
- APLICAR LAS TÉCNICAS DE TRABAJO DE UN PERSONAL SHOPPER Y COMPRENDER CUÁLES SON LAS ACTITUDES QUE DEBE TENER Y COMO ADAPTARSE A CADA CLIENTE Y SUS NECESIDADES.
- ASESORAR A LOS CLIENTES SOBRE CAMBIOS EN SU IMAGEN PERSONAL MEDIANTE EL CUIDADO Y TRANSFORMACIÓN ESTÉTICA DEL CABELLO Y PELO DEL ROSTRO
- REALIZAR EL ASESORAMIENTO TÉCNICO A CLIENTES EN LA COMPRA DE PRODUCTOS PARA LOS DIFERENTES CUIDADOS ESTÉTICOS

**Contenidos Específicos:**

- CONTENIDOS TEÓRICOS:
- DEFINICIÓN DE PERSONAL SHOPPER
- ORGANIZACIÓN. COMO ORGANIZARTTE PARA SER UN PERSONAL SHOPPER
- ESTUDIO DEL COLOR
- TIPOLOGÍA DEL COLOR
- PERFILES MAS COMUNES
- METODOLOGÍA
- INFORME DEL COLOR
- MORFOLOGÍA
- MORFOLOGÍA DEL CUERPO HUMANO Y SUS FACCIÓNES. REPRESENTACIONES GRÁFICAS
- PROPORCIONES IDEALES DEL ROSTRO Y SUS FACCIÓNES
- MORFOLOGÍA DEL CRÁNEO Y CUELLO
- TIPOLOGÍA DE LAS PERSONAS SEGÚN SU MORFOLOGÍA
- SILUETA MASCULINA Y FEMENINA Y SU RELACIÓN CON EL PEINADO
- MORFOLOGÍA DEL CUERPO FEMENINO, QUÉ PRENDAS TE VAN Y CUALES DEBES EVITAR
- TEJIDOS
- ANÁLISIS DE LOS TIPOS DE TEJIDO

Organiza:



Cofinancian:



- MAQUILLAJE
- TEORÍA DEL COLOR
- ESTUDIO DE LOS OJOS
- ESTUDIO DE LAS CEJAS
- ESTUDIO DE LA NARIZ
- PELUQUERÍA
- FONDO DE ARMARIO
- LOS BÁSICOS
- LENCERÍA
- COMPLEMENTO
- PROTOCOLO DEL VESTIR
- TIPOS DE TIENDAS Y RUTAS DE TIENDAS
- ESTILISMO
- LA IMPORTANCIA DE LA IMAGEN
- ESTILISMO FEMENINO. PROTOCOLO EN PRENDAS Y EVENTOS
- ESTILISMO MASCULINO. PROTOCOLO EN PRENDAS Y EVENTOS
- LA FIGURA DEL ASESOR DE IMAGEN
- CÓMO OPERA UN CONSULTOR DE IMAGEN
- CÓMO REALIZAR UNA CONSULTORÍA DE IMAGEN
- GESTIÓN DEL PROCESO DE CONSULTORÍA
- ASESORAMIENTO EN ACCESORIOS
- CLAVES PARA INVESTIGAR TENDENCIAS
- CONCEPTO DE MODA, TENDENCIA, PRET A PORTER, ALTA COSTURA, ESTILO Y CELEBRITIES
- ETERNOS Y NUEVOS DISEÑADORES
- SABER LO IN&OUT
- CONCEPTOS DE FASHION VICTIM. ANALIZAR A ESTA FIGURA
- LA ESENCIA DE LAS TRIBUS URBANAS. TRANSFORMACIONES
- OBJETOS DE CULTO
- CAMUFLAR EFECTOS ÓPTICOS
- BELLEZA MAQUILLAJE PROFESIONAL
- MALETÍN PROFESIONAL
- ANÁLISIS DEL COLOR FACIAL
- TÉCNICAS DE MAQUILLAJE
- TÉCNICAS DE PREPARACIÓN DE LA PIEL
- EL PERFUME

CONTENIDOS PRÁCTICOS:

- ORGANIZAR LA AGENDA Y ELEMENTOS PROPIOS DEL TRABAJO DIARIO DEL PERSONAL SHOPPER
- REALIZAR UN INFORME DEL COLOR
- IDENTIFICAR LA TIPOLOGÍA DE VARIAS PERSONAS SEGÚN SU MORFOLOGÍA
- DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE MAQUILLAJE DE UN CLIENTE SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS
- DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE PELUQUERÍA DE UN CLIENTE SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS
- REALIZAR UNA INVESTIGACIÓN DE LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS DE MODA
- REALIZAR UNA ESTRATEGIA PARA CAMUFLAR EFECTOS ÓPTICOS DE UN CLIENTE
- DISEÑAR UN PROYECTO ESPECÍFICO DE TODOS LOS ELEMENTOS DE IMAGEN VISTOS PARA UN CLIENTE IMAGINARIO

**Planificación de la Evaluación. Relacionar capacidades-instrumentos-momentos.**

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
3. REALIZAR EL ESTUDIO DE LA IMAGEN PERSONAL PARA PROPONER PROYECTOS DE CAMBIO PERSONALIZADOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li> <li>-TEST DE EVALUACIÓN..</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li> </ul>
8. ENTRENAR AL CLIENTE SOBRE PAUTAS DE COMPORTAMIENTO EN PÚBLICO O NORMAS DE USOS SOCIALES ADAPTADOS AL DESARROLLO DE ACTIVIDADES PROFESIONALES, RELACIONES SOCIALES E IMAGEN PERSONAL.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li> <li>--INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li> <li>-TEST DE EVALUACIÓN..</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li> </ul>
2. ELABORAR UNA ESTRATEGIA DE ESTILISMO ADECUADA A CADA CLIENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li> <li>--INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</li> <li>-TEST DE EVALUACIÓN..</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li> <li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</li> <li>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</li> </ul>



Organiza:



Cofinancian:



6. VALORAR LAS NECESIDADES DEL CLIENTE EN RELACIÓN CON LAS NORMAS DE PROTOCOLO Y USOS SOCIALES, ANALIZANDO SU ACTIVIDAD SOCIAL Y LABORAL Y SU PROPIO ESTILO PERSONAL	<p>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</p> <p>--INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS</p> <p>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</p> <p>-TEST DE EVALUACIÓN..</p>	<p>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</p> <p>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</p> <p>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</p> <p>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</p>
4. REALIZAR LA VALORACIÓN DE LAS NECESIDADES Y DEMANDAS DEL CLIENTE Y EL ESTUDIO DE SUS CARACTERÍSTICAS CON EL FIN DE APLICAR LAS TÉCNICAS DE ASESORÍA DE CAMBIO DE IMAGEN.	<p>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</p> <p>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</p> <p>-TEST DE EVALUACIÓN..</p>	<p>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</p> <p>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</p> <p>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</p>
1. PRESENTAR LAS PROPUESTAS TÉCNICAS DE LOS POSIBLES CAMBIOS A EFECTUAR EN LA INDUMENTARIA, COMPLEMENTOS Y ACCESORIOS PARA LA APROBACIÓN POR LOS CLIENTES.	<p>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</p> <p>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</p> <p>-TEST DE EVALUACIÓN..</p>	<p>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</p> <p>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</p> <p>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</p>
7. ELABORAR LA PROPUESTA Y EL PLAN DE ACTUACIÓN EN ASPECTOS DE PROTOCOLO Y USOS SOCIALES DEL CLIENTE EN EL ÁMBITO SOCIAL, LABORAL Y DE SU IMAGEN PERSONAL.	<p>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</p> <p>--INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS</p> <p>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</p> <p>-TEST DE EVALUACIÓN..</p>	<p>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</p> <p>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</p> <p>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</p> <p>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</p>
5. ELABORAR PROPUESTAS TÉCNICAS DOCUMENTADAS Y EL PLAN DE ACTUACIÓN PARA REALIZAR CAMBIOS DE ESTILO	<p>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</p> <p>--INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS</p> <p>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO</p> <p>-TEST DE EVALUACIÓN..</p>	<p>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</p> <p>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</p> <p>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO</p> <p>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO</p>

## 2. FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

### - FORMACIONES COMPLEMENTARIAS ASOCIADAS

Denominación	Tipo Especialidad	Modalidad	Horas
Esta acción formativa no tiene formaciones complementarias asociadas			

### - FORMACIONES COMPLEMENTARIAS NUEVAS

Denominación	Modalidad	Horas
Esta acción formativa no tiene formaciones complementarias nuevas		

## 3. PARTICIPANTES POR GRUPO DE LA ACCIÓN FORMATIVA

NIVEL DE CUALIFICACIÓN DE LOS ALUMNOS EXIGIDA EN LA FORMACIÓN A IMPARTIR

Organiza:



Cofinancian:



Nivel de acceso del alumno:

Nivel 1

Nivel profesional o técnico:

Experiencia Profesional:	No se requiere experiencia profesional en la materia
Conocimientos:	No se requiere conocimientos previos en la materia