

Máster en Estilismo y Cuidado Personal + Titulación universitaria



ÍNDICE

1 | Somos Educa Business School

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Educa Business School

7 | Programa Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

EDUCA Business School es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

Educa Business School se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



FONDO
SOCIAL
EUROPEO



BY EDUCA EDTECH

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



Máster en Estilismo y Cuidado Personal + Titulación universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Titulación Múltiple: - Titulación de Máster en Estilismo y Cuidado Personal con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional - Titulación Universitaria en Marketing de la Moda: Experto en Marketing Retail con 5 Créditos Universitarios ECTS.



EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX/XXXX/XXXX/XXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con el Voto Consultivo, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNED (C/Plaza Príncipe de Asturias 10)



Descripción

El Máster en Estilismo y Cuidado Personal te abre las puertas a un mundo vibrante y en constante evolución, donde la imagen personal se ha convertido en un pilar fundamental tanto a nivel profesional como social. Con un enfoque integral, este máster aborda desde la historia de la indumentaria hasta las tendencias más actuales del coolhunting, pasando por técnicas avanzadas de maquillaje y peluquería. En un mercado laboral en auge, donde la demanda de expertos en estilismo y personal shoppers está en crecimiento, este programa te capacita para convertirte en un referente del sector. Aprenderás a identificar y satisfacer las necesidades de tus clientes, diseñar rutas de shopping efectivas y aplicar estrategias de marketing de moda. Su modalidad online te ofrece la flexibilidad necesaria para compaginar tus estudios con otras responsabilidades, asegurando una formación adaptada a las exigencias del mundo moderno. Embárcate en este viaje formativo y transforma tu pasión por la moda en una carrera de éxito.

Objetivos

- Analizar la evolución de la indumentaria desde la prehistoria a la actualidad.
- Desarrollar técnicas avanzadas de estilismo en el vestir para diversas ocasiones.
- Identificar y aplicar las tendencias actuales mediante el coolhunting.
- Seleccionar cosméticos adecuados para correcciones específicas del rostro.
- Implementar técnicas de maquillaje adaptadas a medios audiovisuales.
- Diseñar cambios de forma temporales en el cabello con herramientas apropiadas.
- Integrar estrategias de retail marketing para potenciar la experiencia de compra.

Para qué te prepara

El Máster en Estilismo y Cuidado Personal está dirigido a profesionales y titulados del sector de la moda, el estilismo y el cuidado personal que deseen profundizar en temas como la historia de la indumentaria, técnicas avanzadas de maquillaje, y habilidades de personal shopper. Ideal para quienes buscan actualizar sus conocimientos en tendencias, marketing de moda y técnicas de embellecimiento personal.

A quién va dirigido

El Máster en Estilismo y Cuidado Personal te prepara para destacar en el mundo de la moda y el cuidado personal, dotándote de habilidades para asesorar en imagen y estilismo, combinando historia de la indumentaria, técnicas de embellecimiento y estilismo en el vestir. Aprenderás a identificar necesidades de clientes, aplicar técnicas de maquillaje y peluquería, y a gestionar experiencias de compra en el sector retail, potenciando tu capacidad de adaptación y creatividad en un entorno dinámico y competitivo.

Salidas laborales

- Asesor de imagen personal - Consultor en moda y vestuario - Personal shopper especializado - Estilista en medios audiovisuales - Especialista en maquillaje profesional - Técnico en peluquería y cambios de imagen - Coordinador de eventos de moda - Consultor en marketing de moda - Gestor de tiendas o boutiques - Experto en protocolo y comunicación de imagen.

TEMARIO

PARTE 1. ASESOR DE IMAGEN

MÓDULO 1. HISTORIA DE LA INDUMENTARIA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PREHISTORIA Y EDAD ANTIGUA

1. Prehistoria
2. Mesopotamia: sumerios, babilonios y asirios, persas y medos
3. Egipto
4. Creta: civilización minoica
5. Grecia
6. Etruria
7. Roma
8. Imperio Bizantino

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EDAD MEDIA Y RENACIMIENTO

1. Edad Media
2. Indumentaria en la Edad Media
 1. - Indumentaria femenina
 2. - Indumentaria masculina
3. Renacimiento
 1. - Indumentaria renacentista femenina
 2. - Indumentaria renacentista masculina

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BARROCO Y ROCOCÓ

1. Barroco: siglo XVII
 1. - Indumentaria masculina
 2. - Indumentaria femenina
2. Rococó: siglo XVIII
 1. - Indumentaria femenina rococó
 2. - Indumentaria masculina

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SIGLO XIX

1. Siglo XIX
2. Indumentaria femenina
 1. - Años 1800-1820: Neoclasicismo
 2. - Años 1820-1830: Romanticismo
 3. - Años 1830-1890: era Victoriana
3. Indumentaria masculina
 1. - Años 1800-1840: el dandismo puro y el dandismo extravagante
 2. - La sobriedad de los años cuarenta

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SIGLO XX Y SIGLO XXI

1. Introducción al siglo XX
2. Periodo de 1900 a 1950
 1. - Periodo de 1900 a 1920
 2. - Periodo de 1920 a 1930
 3. - Periodo de 1930 a 1940
 4. - Periodo de 1940 a 1950
3. Periodo de 1950 a 2000
 1. - Periodo de 1950 a 1960
 2. - Periodo de 1960 a 1970
 3. - Periodo de 1970 a 1980
 4. - Periodo de 1980 a 1990
 5. - Periodo de 1990 a 2000
4. El Siglo XXI

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ICONOS DE LA MODA Y DISEÑADORES DEL SIGLO XX

1. Iconos de la Moda del siglo XX
 1. - Iconos de la moda del mundo del cine
 2. - Iconos de la moda del mundo de la sociedad
 3. - Iconos de la moda del mundo de la música
2. Diseñadores de Moda del Siglo XX
 1. - Paul Poiret, Mariano Fortuny y Jeanne Lanvin
 2. - Jeanne Paquin, Edward Molyneux, Jean Patou y Coco Chanel
 3. - Elsa Schiaparelli, Nina Ricci y Alix Grès
 4. - Maggy Rouff, Marcel Rochas y Mainbocher
 5. - Augustabernard, Louiseboulanger y Cristóbal Balenciaga
 6. - Pierre Balmain, Valentino e Yves Saint-Laurent

MÓDULO 2. EMBELLECIMIENTO PERSONAL Y ESTILISMO EN EL VESTIR

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CUIDADOS Y TÉCNICAS DE EMBELLECIMIENTO PERSONAL

1. Nociones básicas de nutrición y dietética
2. La pirámide nutricional y el óvalo
3. Clasificación de los alimentos
4. Índice de masa corporal

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA INDUMENTARIA Y SU REPERCUSIÓN EN LA IMAGEN PERSONAL

1. Canon de belleza: concepto y evolución
2. Proporciones idealizadas de la figura humana
3. Medidas antropométricas
 1. - Protocolo para tomar medidas antropométricas
 2. - Medidas antropométricas para un estudio de asesoría de vestuario
4. Automedición de las proporciones corporales

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ESTILISMO EN EL VESTIR

1. Concepto de estilismo
2. Conceptos básicos sobre el estilismo en el vestir
 1. - La alta costura
 2. - Moda Prêt-à-porter
 3. - Fondo de armario o vestuario básico
3. Materiales y tejidos
 1. - Tipos de fibras textiles
 2. - Principales tejidos
 3. - Simbología del etiquetado
 4. - Conservación de las prendas

MÓDULO 3. PRENDAS Y COMPLEMENTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PRENDAS FEMENINAS Y MASCULINAS

1. Prendas femeninas
 1. - Escotes, cuellos y mangas
 2. - Faldas
 3. - Chaquetas
 4. - Pantalones
 5. - Vestidos
 6. - Zapatos
2. Prendas masculinas
 1. - Camisa
 2. - Trajes
 3. - Abrigos
 4. - Calzado

UNIDAD DIDÁCTICA 11. COMPLEMENTOS FEMENINOS Y MASCULINOS

1. Complementos femeninos
 1. - Bolso
 2. - Sombrero
 3. - Pañuelo y bufanda
 4. - Guantes
 5. - Medias
 6. - Cinturones
 7. - Joyas y bisutería
2. Complementos masculinos
 1. - Corbata
 2. - Pajarita
 3. - Cinturón
 4. - Sombrero
 5. - Tirantes

PARTE 2. PERSONAL SHOPPER

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA FIGURA DEL PERSONAL SHOPPER

1. ¿Qué es el personal shopper?
 1. - Agencias de personal shopper
 2. - Personal shopper on-line
 3. - Otras figuras anexas al personal shopper
2. Evolución de la figura del personal shopper
3. Funciones específicas de un personal shopper
4. Tipologías de la figura del personal shopper

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HABILIDADES SOCIALES DEL PERSONAL SHOPPER

1. ¿Qué son las habilidades sociales?
2. Habilidades sociales del personal Shopper
 1. - Empatía
 2. - Saber escuchar
 3. - Asertividad
 4. - Tomar decisiones
3. Perfil del personal shopper
4. Conocimiento profesional del Personal Shopper. Documentación técnica

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COOLHUNTING

1. Introducción al coolhunting
2. ¿Qué es ser cool?
3. ¿Qué es el coolhunting?
4. Figura del coolhunter
 1. - Características de un coolhunter
 2. - Tipos de coolhunter
5. Coolhunting digital
 1. - La netnografía
6. Tendencias
 1. - Microtendencias y macrotendencias
 2. - Tipos de tendencias
 3. - Contextualización de las tendencias
 4. - Diferenciar tendencias de modas pasajeras

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA IMAGEN PERSONAL

1. Psicología de la imagen
 1. - Autoconocimiento
 2. - Autoconcepto
 3. - Autoaceptación
 4. - Autovaloración
 5. - Autorespeto
 6. - Autoestima
2. La relación entre la imagen personal y la calidad de vida
3. La conexión con tu interior
4. La importancia de la imagen personal
 1. - La primera impresión es la que cuenta
 2. - La imagen personal no es algo superficial

3. - El asesor de imagen
4. - El poder de la imagen personal en la sociedad

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TÉCNICAS DE MAQUILLAJE

1. Intensidad y calidad de la luz en el maquillaje
2. Aplicaciones del color al maquillaje
 1. - Los colores: cálidos y fríos
 2. - Escalas de color
 3. - Armonización y contraste de los colores utilizados en el maquillaje
 4. - Efectos psicológicos del color
3. Maquillaje de día
4. Maquillaje de tarde-noche
5. Maquillaje de fiesta
6. Maquillaje de la mujer madura
7. Maquillaje de la piel oscura

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS DE PELUQUERÍA

1. El pelo
 1. - Fundamentos de los cambios de forma temporales
 2. - Procedimientos físicos utilizados
 3. - Factores que influyen sobre el cabello: la tracción, el calor, la humedad y la humedad asociada al calor
2. Fundamentos de los cambios de forma permanente en el cabello
 1. - Modificaciones en la estructura del cabello
 2. - Efectos producidos en el cabello en los procesos de cambio de forma permanente
 3. - Cambios con humedad y secado posterior: rulos, anillas, ondas al agua, secador etc.
 4. - Cambios en seco: tenacillas, planchas, con molde y fijador, anillas o sortijillas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SABER IDENTIFICAR AL CLIENTE. TIPOS DE NECESIDADES

1. Atención al cliente
2. Servicios que ofrece un personal shopper a sus clientes
3. ¿Por qué contratar a un personal shopper?
4. ¿Qué tipo de cliente es el que solicita los servicios de un personal shopper?
 1. - Según su personalidad
 2. - Según su asiduidad
 3. - Según su situación profesional
5. ¿Cómo trabaja un personal shopper para saber qué es lo que más le conviene a su cliente?
6. Grado de satisfacción del cliente y calidad percibida
7. Tratamiento de las dudas, quejas y reclamaciones del cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 8. SHOPPING. RUTA DE TIENDAS

1. Conocer las tiendas más adecuadas atendiendo al estilo de cada cliente
 1. - Estilo Vintage
 2. - Estilo Clásico
 3. - Estilo British

4. - Estilo Bohemio
5. - Estilo Chic urbano; más casual e informal
2. Importancia de los colores
3. Necesidades del cliente
 1. - Clasificación de las necesidades (Maslow)
 2. - Los deseos
4. Diferentes tipos de shopping: individual y en grupo
5. Personal shopper de ruta
6. Ruta de compras
 1. - Ejemplo de ruta de compras por Madrid

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MERCADO DE TRABAJO DEL PERSONAL SHOPPER

1. El mercado de trabajo actual
 1. - El trabajo del personal shopper
 2. - Ejercer la profesión de personal shopper
 3. - Salidas profesionales
2. Capacidad emprendedora del personal shopper
 1. - Destrezas
 2. - Actitudes
 3. - Intereses y motivaciones
3. Empoderamiento
 1. - Desarrollo de capacidades personales para el aprendizaje
 2. - La red personal y social

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONCEPTOS BÁSICOS DE PROTOCOLO Y SUS USOS

1. Clases
2. Utilidad
3. Usos sociales
4. Protocolo y etiqueta social en el vestir
 1. - Etiqueta masculina: smoking, chaqué, spencer, frac coloquial, uniformes militares de gala, complementos y accesorios y otros
 2. - Etiqueta femenina: vestido de cóctel, vestido largo, vestido corto, complementos y accesorios, otros

PARTE 3. MAQUILLAJE PROFESIONAL

MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL MAQUILLAJE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. HISTORIA DEL MAQUILLAJE

1. Introducción
2. Maquillaje en la primera década del siglo XX
3. Maquillaje en los años 20-30
4. Maquillaje en los años 40-50
5. Maquillaje en los años 60-70
6. Maquillaje en los años 80-90

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ASPECTOS RELEVANTES DEL MAQUILLAJE

1. Aspectos asociados al maquillaje
2. Aplicaciones del color al maquillaje

MÓDULO 2. OPERACIONES RELACIONADAS CON EL PROCESO DE MAQUILLAJE

UNIDAD DIDÁCTICA 3. OPERACIONES PREVIAS AL MAQUILLAJE

1. Introducción
2. Recepción y contacto inicial con el cliente
3. La ficha técnica del maquillaje
4. Estudio y valoración de las características del cliente
5. Características anatómicas de algunas zonas de la piel relacionadas con el maquillaje
6. El color natural de la piel y su importancia en los procesos de maquillaje
7. Cambios anatómicos de la piel producidos por factores como la edad o el aumento o disminución de peso y/o volumen y su influencia en el proceso de maquillaje
8. Preparación de la piel

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PRINCIPALES ÚTILES, MATERIALES Y HERRAMIENTAS EMPLEADOS EN EL MAQUILLAJE

1. Introducción
2. Pinceles y brochas
3. Otros útiles necesarios para el maquillaje
4. Material desechable utilizado
5. El aerógrafo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ACTUACIONES COMPLEMENTARIAS AL MAQUILLAJE

1. Introducción
2. Depilación
3. Decoloración del vello facial
4. Tinción de cejas
5. Tinte, permanente y extensiones de pestañas

MÓDULO 3. ESTUDIO DEL ROSTRO Y COSMÉTICOS UTILIZADOS EN EL MAQUILLAJE

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ESTUDIO DEL ROSTRO

1. Introducción
2. El estudio del rostro
3. Clasificación de los óvalos del rostro
4. El visagismo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TIPOLOGÍA DE LOS COSMÉTICOS EMPLEADOS EN EL MAQUILLAJE

1. Introducción
2. Cosméticos para la corrección del rostro
3. Cosméticos para el maquillaje del rostro

4. Cosméticos para la fijación del maquillaje
5. Cosméticos para el maquillaje de ojos
6. Cosméticos para el maquillaje de labios
7. Cosméticos para el maquillaje de mejillas

MÓDULO 4. LAS CORRECCIONES DEL ROSTRO

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LAS PARTES DEL ROSTRO Y SUS CORRECCIONES (I)

1. Introducción
2. La frente
3. Las cejas
4. La nariz
5. Los pómulos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LAS PARTES DEL ROSTRO Y SUS CORRECCIONES (II)

1. Introducción
2. Los ojos
3. Los labios
4. El mentón

MÓDULO 5. MAQUILLAJE SEGÚN LAS CIRCUNSTANCIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 10. TIPOS DE MAQUILLAJE MÁS HABITUALES

1. Introducción
2. Maquillaje de día
3. Maquillaje de tarde-noche
4. Maquillaje de fiesta
5. Maquillaje de la mujer madura
6. Maquillaje de la piel negra
7. Maquillaje de novia

UNIDAD DIDÁCTICA 11. OTROS TIPOS DE MAQUILLAJE

1. Introducción
2. Maquillaje de camuflaje
3. Maquillaje masculino
4. Maquillaje de pasarela
5. Maquillaje de fantasía facial y corporal

UNIDAD DIDÁCTICA 12. EL MAQUILLAJE EN LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

1. Introducción
2. Maquillaje de teatro
3. Maquillaje de fotografía
4. Maquillaje de cine
5. Maquillaje de televisión

MÓDULO 6. LOS CENTROS DE BELLEZA

UNIDAD DIDÁCTICA 13. RECEPCIÓN, COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Introducción
2. Técnicas de recepción y atención al cliente
3. Tipos de clientes
4. Tipos de visitas que puede hacer el cliente al centro de belleza y fases
5. Tratamiento de las dudas, quejas y reclamaciones del cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 14. SEGURIDAD E HIGIENE APLICADA A LOS CENTROS DE BELLEZA

1. Introducción
2. Normas de seguridad y precauciones en la manipulación de cosméticos decorativos
3. Contagio y prevención. Clasificación de los microorganismos
4. Higiene, desinfección y esterilización
5. Seguridad e higiene
6. Preparación del equipo y lugar de trabajo
7. Prevención de accidentes en el lugar de trabajo
8. Primeros auxilios en los procesos de maquillaje

UNIDAD DIDÁCTICA 15. EVALUACIÓN Y CONTROL DE LA CALIDAD DE LOS PROCESOS DE MAQUILLAJE

1. Introducción
2. Concepto de calidad
3. Evaluación y control de calidad en los servicios de maquillaje Integral
4. Parámetros que definen la calidad de un servicio
5. Técnicas para medir el grado de satisfacción del cliente
6. Técnicas para detectar la desviación en la prestación de los servicios de maquillaje

PARTE 4. PEINADOS, ACABADOS Y RECOGIDOS

MÓDULO 1. CAMBIOS DE FORMA TEMPORAL EN EL CABELLO: PEINADOS, ACABADOS Y RECOGIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESTUDIO DE LA IMAGEN DEL CLIENTE Y DE LAS CONDICIONES Y CARACTERÍSTICAS DE SU CABELLO.

1. La fisonomía humana y su relación con los distintos tipos de peinados, acabados y recogidos:
2. Características y condiciones del cabello y su relación con los distintos procesos de peinados, acabados y recogidos:
3. Tendencias de la moda actual en cuanto a la realización de peinados, acabados y recogidos en el cabello.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SELECCIÓN Y APLICACIÓN DE APARATOS Y COSMÉTICOS PARA CAMBIOS DE FORMA TEMPORALES.

1. Cosmética específica para los cambios de forma temporales:
2. Aparatos y útiles para los cambios de forma del cabello:
3. Seguridad e higiene en la utilización de aparatos eléctricos utilizados en los peinados, acabados

y recogidos.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS PARA LOS CAMBIOS DE FORMA TEMPORAL.

1. Los cambios de forma en el cabello y su ejecución técnica
2. Adaptación de protocolos de aplicación de cambios de forma temporal.
3. Medidas de protección personal del profesional para la prevención de riesgos en los cambios de forma temporal.
4. Medidas de protección del cliente sometido a procesos de cambios de forma temporal:

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTROL DE CALIDAD DE LOS PROCESOS DE PEINADOS, ACABADOS Y RECOGIDOS.

1. Parámetros que definen la calidad de los procesos de peinados, acabado, recogidos.
2. Métodos para realizar la evaluación y el control de calidad de los procesos de cambios de forma temporal.
3. Pautas para el diseño de medidas correctoras de estos servicios.
4. Técnicas de resolución de quejas.

MÓDULO 2. APLICACIÓN DE PELUCAS, POSTIZOS Y EXTENSIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESTUDIO DE LA IMAGEN DEL CLIENTE Y DE LAS CONDICIONES Y CARACTERÍSTICAS PARA LA APLICACIÓN DE POSTIZOS, PELUCAS Y EXTENSIONES.

1. La fisonomía humana y su relación con la aplicación de pelucas, postizos y extensiones.
2. Características y condiciones del cuero cabelludo y del cabello y su relación con los distintos procesos de aplicación de postizos, pelucas y extensiones.
3. Tipos de postizos y pelucas.
4. Tipos de extensiones según el tipo de unión al cabello natural.
5. Tendencias de la moda actual, en cuanto a pelucas, postizos y extensiones.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SELECCIÓN Y PREPARACIÓN DE APARATOS Y COSMÉTICOS PARA LA APLICACIÓN DE PELUCAS, POSTIZOS Y EXTENSIONES.

1. Cosméticos específicos para la aplicación de pelucas, postizos y extensiones.
2. Aparatos y útiles para la aplicación de pelucas, postizos y extensiones.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COLOCACION DE POSTIZOS Y PELUCAS.

1. Cuidados de los postizos y pelucas.
2. Técnicas de colocación y sujeción de los postizos y pelucas.
3. Mantenimiento y conservación.
4. Medidas que deben adoptarse para mantener los resultados obtenidos en optimas condiciones.
5. Adaptación de los protocolos de aplicación de postizos y pelucas.
6. Medidas de protección personal del profesional y del cliente para la prevención de riesgos en los procesos de colocación de postizos y pelucas.
7. Medidas de protección del cliente sometido a procesos de colocación de postizos y pelucas.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. APLICACIÓN DE EXTENSIONES AL CABELLO.

1. Técnicas de aplicación de extensiones.
2. La aplicación de extensiones en la peluquería étnica.
3. Cuidados de las extensiones.
4. Adaptación de los protocolos de aplicación de extensiones.
5. Medidas de protección personal del profesional para la prevención de riesgos en la aplicación de extensiones.
6. Medidas de protección del cliente sometido a procesos de aplicación de extensiones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTROL DE CALIDAD EN LA APLICACIÓN DE PELUCAS, POSTIZOS Y EXTENSIONES.

1. Parámetros que definen la calidad de los procesos de aplicación de pelucas, postizos y extensiones.
2. Métodos para realizar la evaluación y el control de calidad de los procesos de aplicación de pelucas, postizos y extensiones.
3. Pautas para el diseño de medidas correctoras de estos servicios.
4. Técnica de resolución de quejas.

PARTE 5. MARKETING DE LA MODA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL RETAIL MARKETING

1. Concepto de retail marketing
2. El sector en el retail marketing
3. Mercado del retail marketing
4. Tipos de consumidores

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIAS EN EL SECTOR RETAIL

1. Estrategias de segmentación y posicionamiento
2. Estrategias competitivas
3. Estrategia de precio
4. Estrategia de producto y surtido
5. Branding y gestión de marca

UNIDAD DIDÁCTICA 3. STAFFING

1. Determinación de la fuerza de ventas
2. Liderazgo del equipo de ventas
3. Formación y habilidades del equipo de ventas
4. Motivación de la fuerza de ventas
5. Resolución de conflictos. Deficiencia en el servicio al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EXPERIENCIA DE COMPRA, SHOPPING EXPERIENCE

1. Determinación de la fuerza de ventas
2. Liderazgo del equipo de ventas
3. Formación y habilidades del equipo de ventas
4. Motivación de la fuerza de ventas
5. Resolución de conflictos. Deficiencia en el servicio al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 5. RETAIL INTELLIGENCE

1. Segmentación y posicionamiento
2. Retail intelligence in store
3. Retail inteligencia out store
4. Big data
5. Geolocalización en retail

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CRM EN RETAIL

1. El papel del crm en la empresa
2. La estrategia CRM
3. Beneficios de una estrategia de CRM en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMERCIO ELECTRÓNICO Y MARKETPLACES

1. Marketing electrónico vs. Comercio Electrónico
2. Modelos de negocio online
3. Atención al cliente en el intercambio de productos vía internet
4. Beneficios de Internet y del Comercio Electrónico
5. Marketplaces

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMUNICACIÓN COMERCIAL

1. Internet como canal de comunicación
2. Herramientas en Comunicación
3. Venta en Internet
4. Proceso de planificación publicitaria
5. Campañas online

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA

1. Comunicación en el punto de venta
2. Publicidad y promoción en el punto de venta
3. Implementación del shopper marketing
4. Estrategias en el punto de venta
5. Plan de marketing en el punto de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ESTRATEGIAS DE CANALES

1. Estrategias de canales: multicanalidad, omnicanalidad y conflicto
2. Modelos de negocio fabricante - canal
3. Control del canal
4. Control del cliente
5. Cadena de comercialización
6. E-commerce

