

12ª edición

ASESORÍA DE IMAGEN Y PERSONAL SHOPPER

Programa de Formación Continua

Nivel Introductorio

Calendario

Fecha de inicio: 25 enero 2018
Martes y jueves, 18.30-22.40h

Estructura:

25-26 de enero: Acto Inauguración

30 de enero: Inicio clases lectivas

9 de mayo: finalización clases lectivas

Del 14 al 17 de mayo: periodo de presentación de proyectos finales, feed back y entrega de diplomas. *La presentación del proyecto final podrá realizarse en los siguientes horarios: de 16.15-19.30 o de 18.30-21.30h*

Algunas de las actividades complementarias podrían organizarse fuera del horario de clase, a acordar previamente con los estudiantes.

Créditos formativos: 15

La planificación didáctica de todos los cursos IED Master se basa en los criterios que marca el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). IED Master adopta un sistema de créditos que sigue la estructura de los European Credit Transfer System (ECTS). IED Master expide exclusivamente títulos privados propios.

Introducción

Desde que nacieron en los años 80s, los Asesores de Imagen y Personal Shoppers son los profesionales del mundo de la moda que pueden aconsejar desde la elección de un ramo de flores hasta lo que una persona debe lucir en una entrevista laboral o en su propia boda. Actualmente, han dejado de ofrecer sus servicios exclusivamente a personas de alto poder adquisitivo para ponerse a disposición del ciudadano medio que precise de su ayuda.

La elección del atuendo adecuado puede ser un verdadero problema para todos los que no dispongan del tiempo o del gusto necesario para encontrarlo. Los servicios que estos profesionales prestan consisten en encontrar el look conveniente para cualquier ocasión, crear un fondo de armario versátil y aconsejar en cuestiones de belleza y estilo de vida. Su objetivo es que el cliente transmita aquellas cualidades que desea proyectar, y para poder ofrecer un servicio integral cuenta con el soporte de otros profesionales que le ayudan a dar un servicio de calidad superior.

Objetivos

El objetivo del curso es facilitar al alumnado los conocimientos teóricos y prácticos fundamentales para formarse profesionalmente en el área de la asesoría de imagen y el personal shopping. Proporcionarle la información básica para poder crear estilismos y asesorar. Aprender a analizar la propia imagen y la de los demás. Analizar las tendencias en moda y adaptarlas a la asesoría del vestir y de la imagen. Aprender diferentes metodologías de trabajo en función de las necesidades de las empresas y de los clientes. Proporcionarle herramientas prácticas y necesarias para exponer y aplicar los conocimientos adquiridos durante el curso para posicionar al alumno en un marco laboral competitivo.

Metodología

Para dar mayor dinamismo y promover la aplicación de los conocimientos impartidos en clase, se propone un laboratorio con prácticas desde la primera clase en cada una de las asignaturas con ejercicios sobre casos actuales y cercanos.

El curso finaliza con la presentación de un blog personal a modo de portfolio que sintetiza todos los conocimientos, habilidades y competencias adquiridas durante el curso.

Competencias adquiridas

- Determinar cuáles son las características morfológicas de las personas, que condicionarán la selección de los estilos de vestuario.
- Ser capaz de crear una paleta de color personalizada.
- Ser capaz de organizar un guardarropas.
- Crear un fondo de armario versátil combinando prendas y complementos.
- Saber definir la etiqueta requerida en actos sociales y empresariales ajustados a normas de protocolo.
- Adquirir conocimientos sobre las últimas tendencias.
- Organizar una ruta de shopping con preselección de artículos de acuerdo con los deseos, estilo, características y presupuesto del cliente.
- Conocer los elementos clave para una comunicación eficaz con los clientes.
- Ser capaz de utilizar herramientas digitales para analizar las tendencias en moda y belleza.

Dirigido a

Profesionales y estudiantes del mundo de la moda que quieran formarse en el mundo de la asesoría de imagen y personal shopping, estilistas, diseñadores, agencias publicitarias, productoras, profesionales de la comunicación de moda, relaciones públicas, tiendas de moda, complementos y belleza, escaparatistas.

Salidas profesionales

Trabajar de Personal Shopper en boutiques, grandes almacenes, cadenas de tiendas, hostelería y turismo, asociaciones, estamentos oficiales, departamentos de recursos humanos, gabinetes de prensa, organización de eventos y agencias de modelos o bien realizar servicios de Personal Shopper como trabajador independiente o contratado por alguna web de moda.

Cursos Relacionados

- Máster en Diseño de Moda
- Máster en Marketing y Comunicación de Moda
- Máster en Fashion Sportwear
- Postgrado en Trends Research
- Postgrado en Diseño de Moda Infantil
- Postgrado en Diseño de Vestidos de Novia
- CSP en Moda Ética y Sostenible
- CSP en Fashion y Visual Merchandising
- CSP en Fashion Styling

Programa

Presentación de la profesión de Asesor de Imagen y Personal Shopper

Breve historia y contexto actual. Descripción de la actividad y ocupaciones asociadas. Perfil, educación y competencias necesarias. ¿Cómo es el día a día? Tareas diarias, habituales y esporádicas..

Análisis de la Imagen Personal

Objetivos y finalidad. Determinar cuáles son las características morfológicas del rostro. Análisis de la figura humana, siluetas y proporciones. Tipologías femeninas y masculinas. Realizar correcciones ópticas de las proporciones reales de una persona a través de la indumentaria. Resaltar los puntos más atractivos y disimular inteligentemente aquellos que no nos gustan. Identificar y clasificar el estilo personal del cliente basándose en la constitución física, estilo de vida, personalidad y status socio-económico.

Análisis del Color

El color como forma de comunicación. Incorporar los conceptos básicos de la teoría del color: tono, valor, saturación y temperatura. Identificar las propiedades de los colores, sus armonías y relaciones. Aprender a evaluar muestras de color aplicando los atributos de temperatura y contraste. Aprender a reconocer el color de la piel cálida o fría y aplicar el concepto de intensidad. Resaltar los puntos más atractivos y disimular aquellos que no nos gustan usando colores. Determinar las gamas de colores óptimos para el cliente y crear paletas personalizadas.

Estilo Personal

Captar el estilo personal del cliente según sus gustos, deseos, prioridades y necesidades. Tipos de entrevistas con el cliente. Psicología aplicada al cliente: empatizar para conocerle y asesorarle. El proceso de asesoramiento.

El fondo de armario

Organización de un guardarropa. Crear nuevas combinaciones con el vestuario disponible y utilizar accesorios para reforzar la imagen del cliente. Crear un fondo de armario personalizado, teniendo en cuenta, estilo de vida, clima y relaciones sociales y profesionales del cliente. Aprender a organizar un armario y combinar prendas. Análisis de estereotipos base y cada una de sus prendas.

Etiqueta y Protocolo

La etiqueta en el vestir en actos sociales y empresariales ajustados a protocolo. Características fundamentales de la indumentaria según el acto en el que se van a lucir. Preparación de conjuntos para diferentes ocasiones: de día, cocktail, fiesta, ropa de oficina, fin de semana, etc.

Accessorizing

El arte de combinar complementos y accesorios de manera espontánea y divertida, combinando clases teóricas y prácticas. Partiendo desde la base de determinados movimientos sociales e históricos, se analiza la evolución de accesorios y complementos, desde el pasado hasta el presente. Historia de los complementos: bolsos, calzado y medias, parasoles; y gafas, pequeños accesorios-guantes, bufandas, pañuelos y flores. En el caso práctico se aplica la comunicación visual con un criterio de selección coherente. Se centra en la correcta elección de los accesorios y complementos como elementos fundamentales para cambiar, evolucionar y ensalzar determinados looks.

Estilismo de Moda, pasarelas, marcas y diseñadores

Iconología y cultura de la Moda: Repaso visual por los iconos de estilo que han marcado el ideal estético de las sociedades modernas. El cine, la música, los personajes protagonistas de la sociedad, como creadores de estéticas propias.

Investigación de tendencias y mercados. La diferencia entre tendencia y moda, El sector actual - con la colaboración de los medios más importantes - proyecta casi a tiempo real, lo que las grandes empresas y grupos creativos definen como sus propuestas de temporada.

Personal shopping

Tipología de tiendas. Elaboración de una base de datos propia de establecimientos y negociación de condiciones con las tiendas. Colaboraciones estratégicas.

Tipos de shopping. Organizar una ruta de shopping de acuerdo con los deseos y perfil del cliente. Determinar el presupuesto anual del cliente destinado a renovar su guardarropa. La gestión post-venta. Evaluar el grado de satisfacción de la clientela y fidelizarla.

Atención al cliente

Para establecer relaciones de calidad y excelencia en la atención a los clientes es necesario dominar los principales conceptos que permiten satisfacer los deseos de los clientes por medio del trato personalizado. Se adquirirán herramientas para identificar las barreras comunicativas con el cliente y cómo resolverlas, así como establecer una comunicación efectiva tanto a nivel verbal como no verbal. Todo ello con el fin de generar relaciones de confianza y respeto con los clientes hacia el logro de la fidelización y la excelencia en el servicio.

Nethunting

La observación del comportamiento de la calle (el mercado más joven) es absolutamente crucial para identificar nuevas oportunidades y relaciones entre los sectores profesionales y el mercado.

Se analiza el recorrido de una tendencia y cómo influye en el mercado. Ejemplos actuales, míticos y cercanos que nos introducen en el mundo coolhunting, de los hypes, los trendsetters, earlyadopters y un recorrido por las diferentes fuentes de información que utilizan los coolhunters off y online. Creación de un blog personal. El consumidor como centro de toda actividad analítica alrededor del mundo de la moda, para comprender cómo se motiva al consumidor, cuáles son sus referencias, anhelos y expectativas.

Materiales necesarios

- Cámara digital
- Ordenador con posibilidad de conexión a Internet con programas informáticos para el tratamiento de datos e imágenes.
- Libreta y bolígrafo para tomar notas.

Coordinador del curso

Cada Programa de Formación Continua cuenta con el asesoramiento de un especialista en el tema, que tiene un rol activo en el desarrollo del plan de estudios y los contenidos del curso en colaboración con el departamento de didáctica del área Master del IED Barcelona. El coordinador apoya también la incorporación de docentes específicos del sector, así como la relación con empresas e instituciones del área de conocimiento del curso.

BEATRIZ OCANTO

Es asesora de imagen, personal shopper, consultora retail-moda y formadora. Habitualmente imparte cursos, conferencias y talleres sobre imagen y marca personal, vestuario profesional y producto de moda. Su trayectoria profesional se ha desarrollado en Europa, Asia y América, y combina su experiencia de dos décadas en la industria de la moda con su formación técnica y pasión por la moda y el arte. Entre sus clientes corporativos se encuentran el grupo Inditex, grupo Tavex, Fórum Barcelona 2004, Dimodes, S.A., Biosca Riera, S.A, Cetemmsa, Foment y la Generalitat de Catalunya. Licenciada en Administración de empresas, MBA, Master en comercio internacional, Master en gestión y tecnología textil. Miembro de la Asociación Internacional de Asesores de Imagen (AICI) y miembro fundador del Capítulo España.

www.marvellous.es

Equipo Docente

CARMEN JIMÉNEZ

Asesora de Imagen personal y corporativa, coach individual y de equipos, formadora de habilidades directivas, liderazgo, comunicación. Imparto talleres sobre imagen. Mujer emprendedora, en 2015 crea su propia empresa con el objetivo principal de acercar el Coaching y la Asesoría de Imagen a pie de calle. ENEBRA es un centro multidisciplinar que ofrece servicios dirigidos principalmente a la mujer para fomentar su empoderamiento en cualquier ámbito de su vida y cubrir las necesidades de equilibrio físico y emocional que todas necesitamos.

www.enebra.com

JAUME VIDIELLA

Editor de moda y estilista. Colaborador habitual de diversas publicaciones de moda especializadas, tanto en temas de edición de moda como en estilismo de editoriales de moda, en publicaciones como Vanidad, Vein Magazine y B-guided, publicando puntualmente en otras publicaciones como el “Magazine de la Vanguardia”.

Desarrolla además, en la actualidad, asesoramientos sobre temas de tendencias y estilos para empresas como Escorpión, The Henten Bag y Oliver & Co, realizando también el estilismo de desfiles, como el de Escorpión del 080, catálogos y otros soportes promocionales.

www.jaumevidiella.com

ANNA TOMÁS

Periodista, estilista y fotógrafa freelance (Universitat Autònoma de Barcelona, Université Catholique de Louvain y La Cambre Arts Visuels), con colaboraciones en La Vanguardia, Lonely Planet Traveller, a Magazine, Vanidad, Objetivo Bienestar, Interiores, El Nuevo Miami Herald, entre otras publicaciones en papel y online. Ha participado en numerosos proyectos de producción de desfiles y en campañas de publicidad para sellos independientes de todo el mundo. A día de hoy más de 2000 artículos publicados a lo largo de 15 años de dedicación al mundo del periodismo y las tendencias. En 2010, lanzó su propia marca Lady in Satin, caracterizada por la confección de evocadoras prendas hechas a mano. Traductora y crítica literaria. Editora de Arte. Autora del libro (Florència a la maleta). Relaciones públicas. Docente en el IEDBarcelona.

ELENA CASTAUDI

Licenciada en Física por la Universidad de Torino (Italia). Responsable de los proveedores italianos en Textil Portfolio (agente textil) desde 1991 (año de llegada a Barcelona) hasta 1993.

Desde 1993 copropietaria y gerente de on land, tienda de referencia para el diseño independiente catalán. Diseñadora de las colecciones ON LAND y GORNI KRAMER para mujer. Responsable de las compras para las otras colecciones. Diseño y producción de vestuario para diferentes encargos. Desde 2009 profesora de Procesos de producción en IED (diseño y marketing de moda). Desde 2015 profesora de Materiales, Tecnología y Sostenibilidad en IED Maquetación y corrección de revistas y libros para editoriales científicas. Workshop “Dye It Yourself” en la escuela Elisava. Workshop “White Album” en la escuela Elisava Summer course en IED (tejidos y tintes). CSP Visual Merchandising en IED.

MAYA McCARTHEY

Partiendo de una rica y diversa herencia europea y multicultural, junto a una creciente pasión hacia el mundo artístico, trabaja en el campo creativo. Descubriendo diferentes posibilidades en el área de diseño, partiendo como diseñadora de moda para empresas como Inditex y al desarrollo de colecciones mayoritariamente plana y denim, predicción de tendencias, estilismo y diseño de interiores. Actualmente, se dedica a la comunicación de moda y los referentes de la cultura visual, en los distintos segmentos del mercado de moda; lo aplica también para construir futuras ilusiones en las generaciones más jóvenes en escuelas de diseño como el Istituto Europeo di Design para alumnos de Trend Research y comunicación de marketing de moda.

INGRID FERRER ALSINA

Licenciada en Filología Inglesa. Máster de coaching y liderazgo personal y Postgrado de educación emocional y bienestar por la Universidad de Barcelona. Certificado en marketing por Kingston College y Chartered Institute of Marketing (Londres). Experiencia de 9 años en la dirección de equipos de atención al cliente en empresas de Londres y Barcelona. Ha trabajado como responsable de formación y como gerente en la Fundación para la Educación Emocional (FEM). Responsable del primer Gimnasio Emocional de la FEM en las organizaciones y su implementación en el Deutsche Bank. Trabaja como coach personal y ejecutiva, formadora en atención al cliente y liderazgo de equipos, inteligencia emocional y formación de formadores.

<https://www.linkedin.com/in/ingrid-ferrer-alsina-a5239716>

TATEL VELÁSQUEZ

Diplomada en Ciencias Empresariales por La Universidad de Barcelona y Master en Marketing Digital Internacional por ESCI-UPF.

Fotógrafa autodidacta que en 2008 crea Trendycrew. Un blog de street style donde retrata las tendencias y estilos vistos en las semanas de la moda de París, Milán y Barcelona. Además de elaborar trend reports para diversos clientes. Colabora regularmente con publicaciones como Vogue USA, Glamour Alemania, Net-a-Porter y Lucky Magazine. Ha trabajado con marcas como Desigual, Tous, Shopbop y East Dane. La apasiona el mundo de la comunicación online. Lo cual la llevó a formar parte del equipo de Icebergs, startup Barcelonesa adquirida por Pinterest.

Tiene experiencia en las áreas de Coolhunting, Digital Marketing, Nethunting y Social Media.

En la actualidad trabaja como Social Media Strategist para una empresa de perfumería.

<http://www.trendycrew.com>

<https://www.linkedin.com/in/tatel>