

13ª edición

ASESORÍA DE IMAGEN Y PERSONAL SHOPPER

Summer Courses 2018

Nivel Introductorio

Fechas	Del 2 al 27 de julio de 2018
Horario	De lunes a viernes, de 9.30 a 14.30h
Idioma	Español

Estructura

2 julio: Acto de inauguración e inicio de clases

27 julio: Entrega de diplomas

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

Introducción

¿Es coherente la imagen que proyectamos con la imagen que queremos construir? ¿Nos sentimos cómodos? ¿Vestimos adecuadamente para cada ocasión? Estas y otras más son las preguntas que nos hacemos y a las que muchas veces no encontramos respuesta.

La clave para estar en sintonía con uno mismo y relacionarse positivamente con los demás es sentirse uno mismo, ser dueño de tu propia imagen.

Cuando te apropias de tu imagen transmites seguridad, confianza y atraes positivamente a la gente que te rodea.

Este curso de Asesoría de Imagen y Personal Shopper, enfocado al estilismo holístico de la imagen, da respuesta a las múltiples preguntas para que profesionales del mundo de la moda y de la imagen puedan asesorar a sus clientes de una manera eficaz.

Con una metodología innovadora se analiza a la persona desde 6 aspectos clave en la formación de su imagen.

Lo interno versus lo externo:

Físico_ es la base de nuestra imagen y engloba todos los detalles de la imagen mental que tienen los demás al mencionar nuestro nombre.

¿Cómo somos? ¿Cómo queremos que se nos reconozca?

Es importante tener unos códigos que nos definan.

Personalidad_ este aspecto va íntimamente relacionado con el carácter.

¿Cómo nos comunicamos? ¿Qué colores nos definen? ¿Cómo nos maquillamos?

Construimos nuestra imagen personal a través de la manera en la que nos comunicamos.

Cultura_ llegamos a reflejar nuestra imagen personal a partir de nuestros valores y principios.

¿De dónde somos? ¿Qué rasgo nos caracteriza? ¿Qué valores queremos resaltar?

Relaciones_ según como nos sentimos y relacionamos estamos construyendo nuestra imagen personal.

¿Cómo nos relacionamos? ¿De igual a igual a igual? ¿Con superioridad? ¿Tenemos un sentimiento de inferioridad?

El reflejo_ la definición de este aspecto ayuda a crear una imagen personal coherente.

¿Qué imagen nos gustaría dar?

Auto imagen_ es el espejo de uno hacia uno mismo. ¿Cómo nos gustaría sentirnos con la imagen personal que queremos?

Este aspecto es la base para saber cómo transmitir nuestra imagen.

El perfil del personal shopper tiene que evolucionar hacia un perfil holístico, el cual tenga en cuenta tanto el interior como el exterior de la persona: quien eres, lo que quieres proyectar y cómo quieres sentirte y hacer sentir con tu imagen.

Actualmente un profesional de la imagen personal tiene que tener una gran cultura de moda, metodología para poder analizar los 6 aspectos clave de conocimiento y proyección de la imagen, tener herramientas para poder analizar y asesorar a sus clientes en temas como la ergonomía, el visagismo, color, psicología o el coaching.

Tiene que tener un profundo conocimiento de los perfiles de los profesionales con los que colaborará: peluqueros, maquilladores, coachers, así como de sus funciones dentro de la asesoría de la imagen para poder dar un servicio integral a sus clientes.

Tiene que estar al día de las tendencias de moda, cómo analizarlas y adaptarlas a cada cliente. La clave no es conocer las tendencias si no como aplicarlas en cada momento en su justa medida.

También son esenciales los conocimientos de materiales textiles, fibras, estructuras, tipos de tejidos, caídas y tactos.

El profesional de la imagen y personal shopper tiene que saber realizar un informe de asesoría, claro y asertivo, definir bien los diferentes servicios que se ofrecen, realizar un presupuesto de compra alineado al estilo y posibilidades de cada cliente para dejarlo convencido y satisfecho del trabajo realizado.

Objetivos

El objetivo del curso de Asesoría de Imagen y Personal Shopper es el de facilitar al alumnado los conocimientos teóricos y prácticos para formarse profesionalmente en el área del estilismo de imagen personal.

El curso profundiza en los aspectos fundamentales de la actividad del Asesor de Imagen y Personal Shopper analizando la evolución del mundo de la moda y la belleza, identificando las tendencias para adaptarlas a las características y necesidades del cliente y proponiendo el shopping adecuado.

Metodología

El desarrollo de las sesiones didácticas, módulos y ejercicios del curso intenta imitar el proceso y gestión profesional de un proyecto de asesoría de imagen y personal shopper. De esta manera, el curso se estructura en diferentes tipologías de sesiones didácticas:

Clases teóricas

Aportan información profesional y actualizada, así como unas bases de conocimiento suficientes para afrontar los proyectos planteados durante el curso. Además, el curso ofrece una bibliografía y anexos con lecturas complementarias.

Clases experimentales: case studies

En el ambiente profesional, analizar y profundizar en las experiencias realizadas por profesionales del sector, conforma un aprendizaje fundamental. No se trata tanto de imitar estrategias de otros profesionales sino analizar sus fundamentos, aplicaciones, repercusión, clientes, etc., para extraer el conocimiento y análisis suficiente que nos permita afrontar nuestros retos con seguridad y conocimiento.

Proyectos

La finalidad de todos los cursos de la escuela es el desarrollo final de proyectos profesionales, por ello, a lo largo del curso, se incluye la realización de diversos ejercicios prácticos que pongan de manifiesto que el seguimiento del curso se desarrolla manteniendo una dinámica “work in progress”. Estos ejercicios son una toma de contacto importante con casos reales que podremos encontrar en el mundo profesional.

Workshops

Algunas asignaturas de alto contenido práctico se desarrollan imitando sesiones *workshops*, de manera que practiquemos elementos fundamentales como el trabajo en equipo bien planificado respetando un *briefing* concreto para cada sesión.

Charlas profesionales

El currículo didáctico del curso se completa con la presencia de charlas profesionales, que ponen en contacto a nuestros alumnos/as con profesionales de empresas relevantes del sector profesional. Se trata sin duda, de una oportunidad única de aprender y establecer contactos con profesionales de diferentes ámbitos de la moda.

Competencias adquiridas

- Adquirir metodología de interpretación de las tendencias de moda.
- Saber adaptar las tendencias a cada cliente (cuándo y cómo).
- Determinar cuáles son las características morfológicas de las personas que condicionan la selección de los estilos de vestuario, peinado y maquillaje.
- Ser capaz de realizar un test del color.
- Adquirir conocimientos de los materiales textiles, tallaje y etiquetado más habituales.
- Ser capaz de organizar un Armario (pre y post armario)
- 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.
- Organizar una ruta de shopping con preselección de artículos de acuerdo con los deseos, estilo, características y presupuesto del cliente.
- Aprender técnicas de atención al cliente.
- Saber evaluar el grado de satisfacción del cliente.
- Crear una base de datos propia de tiendas, marcas y colaboradores estratégicos.
- Tener herramientas para crear un negocio de estilismo de la imagen personal.
- Tener una cultura de moda y de estilo que ayude a asesorar a diferentes perfiles de clientes.

A quién va dirigido

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

Salidas profesionales

Ser estilista de imagen y personal shopper en revista o blogs de moda, empresas de moda, boutiques, grandes almacenes, cadenas de tiendas, hostelería y turismo, departamentos de recursos humanos, gabinetes de prensa, organización de eventos y agencias de modelos o bien crear el propio negocio de estilismo de imagen y personal shopper.

Requisitos de admisión

La admisión e inscripción a los Cursos de Verano se realiza mediante una plataforma de Admisiones Online a la que tu Advisor te dará acceso en el momento en el que desees formalizar tu inscripción.

Documentación necesaria:

- DNI (estudiantes españoles) o Pasaporte (estudiantes internacionales) escaneado
- Diploma de estudios escaneado (estudios mínimos de bachillerato)
- Carta de Motivación en el idioma del curso
- Curriculum Vitae en el idioma del curso, especificando nivel de idiomas y de herramientas informáticas
- Certificado de idioma: Para los cursos en inglés se requiere un nivel intermedio, correspondiente a un TOEFL de papel 550 o IELTS 6,5. Para los cursos en español se requiere un nivel B2. En caso de no tener ninguno de estos certificados, será necesario evaluar personalmente tu nivel a través de una entrevista presencial o por skype.

Programa

Área cultural

Historia de la moda y la imagen personal

Recorrido por varias épocas para ver como los aspectos sociales y culturales han influenciado en la imagen y manera de vestir de las personas.

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, en colaboración con los medios más importantes, proyecta casi a tiempo real, lo que las grandes empresas y grupos creativos definen como sus propuestas de temporada.

Tendencias

El conocimiento de la macrotrends y la observación del comportamiento de la calle (el mercado más joven) son clave 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. Recorrido por las diferentes fuentes de información que utilizan los profesionales de la moda.

Presentación del perfil actual de Estilista 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.

Área estratégica

Imagen personal

Objetivos y finalidad. 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.

Psicología del consumo

Identificar y clasificar el estilo personal del cliente basándose en la constitución física, estilo de vida, personalidad y status socio-económico.

Estilos y arquetipos

Hablar de estilo es conectar con el concepto de apariencia, estética o manera de ser de una persona proyectada en nuestro imaginario con unas cualidades y características muy marcadas.

Estas percepciones estéticas, se conectan en el imaginario colectivo con los arquetipos “imágenes ancestrales universales que nos conectan con mitos y leyendas”.

En esta asignatura se entiende el papel de los arquetipos en la construcción de los diferentes estilos que proponen las marcas de moda.

Coaching y psicología de la imagen 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.

Área metodológica

Visagismo

Determinar cuáles son las características morfológicas del rostro que condicionan la selección de los estilos de peinado y maquillaje. Tipos de rostros, ojos, nariz, labios.

Resaltar los puntos más atractivos y disimular inteligentemente aquellos que no gustan. Encontrar el estilo apropiado, corte, color y productos más idóneos para el cliente en función de su fisonomía y morfología. Joyas y gafas ideales para cada tipo de rostro.

Maquillaje

Adquirir los conocimientos básicos de maquillaje social y de belleza, de manera que uno se sienta seguro a la hora de reconocer a un buen profesional que asesore correctamente al cliente. Conocer cuáles son los útiles básicos, los últimos productos y tratamientos para dar un buen servicio y ofrecer soluciones prácticas.

Peluquería

Identificar fácilmente las diferentes tipologías de rostros y las mejores soluciones para potenciar la imagen del cliente. Cómo reconocer a un buen profesional que disponga de los mejores recursos para ayudar al cliente. Conocer cuáles son los útiles básicos, los últimos productos cosmetológicos y la aparatología más apropiada para dar un buen servicio, junto a la habilidad de proponer cambios y soluciones prácticas.

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, color de la piel e intensidad. Realizar análisis y prácticas usando el test del color. Realizar combinaciones de colores y texturas. Psicología y significado del color.

Materiales, tejidos y tallaje internacional

Conocimiento de las principales materias textiles, tejidos y acabados. Tejedoteca: taller de tejidos y tendencias en calidades, aspectos y coloridos. Etiquetado de prendas: símbolos de lavado y cuidado. El tallaje internacional: sus expresiones y equivalencias en los sistemas más habituales.

El fondo de armario

Organización de un guardarropa. Crear nuevas combinaciones con el vestuario disponible y utilizar accesorios para reforzar la imagen del cliente. Revisión de la idea de look total y de los complementos. Zapatos, bolsos y carteras. Cómo utilizar accesorios, pañuelos, chales y bufandas. Las joyas. Sugerir nuevos elementos a comprar para sacar más provecho al vestuario existente.

Características fundamentales de la indumentaria según la estación del año, la hora del día y el acto en el que se van a lucir.

Marcas de moda y gestión del shopping

Identificar los diferentes tipos de puntos de venta de ropa, complementos y accesorios por tipo de cliente. Identificación de posibles colaboradores en los puntos de venta. Elaboración de una Base de datos propia de establecimientos. Negociación de condiciones con las tiendas. Reserva de espacios, probadores y productos VIP, gestión de horarios. El Shopping Tour. Gestión post-venta, parámetros de calidad y evaluación de resultados: cumplimiento de plazos de entrega, control de las piezas, sus ajustes, cambios o devoluciones. Evaluar grado de satisfacción del cliente. Definir estrategias de fidelización.

Etiqueta y protocolo

La etiqueta en el vestir en actos sociales y protocolarios. Características fundamentales de la indumentaria según el acto al que se va a asistir. Preparación de conjuntos para diferentes ocasiones: día, cocktail, fiesta, ropa de oficina, fin de semana.

Área proyectual

Workshop. Peluquería y maquillaje

Este workshop pone en práctica los conocimientos adquiridos durante el curso.

Se simula una sesión de peluquería y maquillaje para un cliente concreto previa realización de un brief por parte del estilista de imagen.

Workshop. Creación de una empresa de asesoría de imagen.

A lo largo de estas horas los alumnos conocen las bases para la creación de una empresa de asesoría de imagen a partir del método Canvas - una herramienta de diseño de modelos de negocio que se puede resumir en cuatro pasos: conocer al cliente, identificar qué problemas o necesidades tiene, definir una solución y saber cuánto estaría dispuesto a pagar por ello.

También se dan a los alumnos herramientas de Marketing y comunicación para poder desarrollar su negocio.

Workshop. Coordinación de equipos

Entre las competencias del asesor de imagen es fundamental la de la coordinación del equipo de trabajo. En un proyecto en el que diferentes especialistas intervienen es vital que el asesor de imagen y, responsable del resultado final del proyecto, tenga la capacidad de transmitir y dirigir el trabajo de todos ellos.

Workshop. Public speaking

El objetivo es exponer en público con seguridad, claridad y creatividad. Se trabaja la actitud corporal y la lectura y práctica del lenguaje no verbal. Se ejercita la improvisación y la estructura del discurso con la práctica el Mind map y el método de la descripción. Elaboramos la puesta en escena teniendo en cuenta los soportes a la información.

Proyecto final. Asesoría integral

Cada uno de los alumnos realiza un trabajo de asesoría completo a otro alumno.

A lo largo del proceso el alumno cuenta con tutorías específicas con un tutor y durante la presentación final se realiza la valoración de total de la asesoría.

Materiales necesarios para el curso

Cámara digital

Ordenador con internet y programas informáticos para el tratamiento de datos e imágenes

Cinta métrica, tijeras, pegamento y lupa de x3 aumentos

Coordinador del curso

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

Anna Sabater

Ciencias Empresariales (UAB), DAF de Marketing (ESADE), Diseño de moda (IDEP), Diseño de Tejidos (Central Sant Martins School of Art), Marketing Relacional (IESE), y Gestión de proyectos (IESE). Inicia su actividad profesional en la moda como integrante del equipo de diseño textil de Nicolas Bosch. Posteriormente realiza colecciones textiles para Michele Solbiati Sasil y Textil Dobert desarrollando tejidos especiales para Paul Smith, Vivienne Westwood, Nicole Farhi, Giorgio Armani, Yohji Yamamoto, Inditex, Banana Republic, Hugo Boss, Grupo Max Mara... entre otros. En el año 2000 se incorpora en el equipo de Antonio Miro como Directora de Colecciones completando así su visión del producto desde la idea hasta que la prenda está en el punto de venta. Paralelamente inicia su colaboración y actividad docente en el IED Istituto Europeo di Design impartiendo clases e producto moda y coordinando la didáctica de los cursos de Marketing y Comunicación de moda, tanto en Títulos Superiores como en Máster. En Abril 2005 funda su empresa de consultoría estratégica de producto moda It's about product. Actualmente asesora a empresas textiles y de confección - en Europa y Latinoamérica- en el desarrollo de su estrategia de producto así como en la estructuración de las colecciones, definición de estilo y desarrollo de marca a través del producto. También colabora con diferentes Universidades y organismos tanto en España como en Latinoamérica impartiendo clases magistrales y seminarios de diferenciación creativa en producto moda. Entre sus clientes se encuentran: Ailanto, Bonage, Escada, Fuera de Serie, Inexmoda, Mario Hernandez, Pepe Revolution, Surkana.
www.itsaboutproduct.com

Equipo docente de la edición anterior

Mónica Boada

Tras estudiar psicología en la UB, actualmente es orientadora y coach, formada en la Escuela Europea de Coaching.

Larga trayectoria profesional en el campo de la moda, inicialmente como modelo internacional y más adelante como freelance para empresas de comunicación y organización de eventos del sector moda.

Colabora con el IED de forma estrecha desde su creación en Barcelona en 2002.

Teresa Buhigas

Titulada en Business Administration con un MBA en el prestigioso centro ESADE. Desde 1990 ha desarrollado proyectos de consultoría estratégica para diferentes ámbitos de la industria de la moda, tanto empresas privadas como asociaciones de carácter público. Teresa ha sido miembro del comité educativo del centro de estudios ESADE, durante más de doce años, dentro del Departamento de Marketing y Management. Desde 1998, como miembro fundador de FACTO estrategia, ha mantenido su colaboración con el sector profesional como consultora estratégica, además de colaborar con IED Barcelona en diferentes proyectos educativos.

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.

Montse Guals

Cofundadora de la empresa Quémepongo, empresa pionera y líder en asesoría de imagen y Personal Shopper a nivel nacional con más de 15 años de experiencia en el sector.

www.quemepongo.es

Se dedica fundamentalmente a asesorar a particulares, empresas, políticos y directivos.

Es Directora de formación y comunicación de la marca Quémepongo.

Colabora en eventos como Roca Village, The Shopping Night Barcelona, ADP (Asociación para el Progreso de la Dirección).

Realiza colaboraciones en televisión, radio y prensa escrita.

Es autora del libro “¿Qué me pongo?” Dedicado a la mujer y el segundo “Y Yo ¿Qué me pongo?” dirigido al hombre, ambos editados por la editorial Planeta-Cúpula.

Margarita Martínez Valero

Profesional independiente con 20 años de experiencia en el mundo de las grandes multinacionales liderando proyectos de transformación y crecimiento en diferentes mercados internacionales.

Tras su formación técnica en Informática, se especializó en Project Management donde dirigió proyectos para crear en el sector de Informática y Telecomunicaciones nuevas líneas de negocio, implementar nuevos Hubs tecnológicos en Barcelona y realizar formación especializada. Así mismo ha liderado proyectos para la creación de nuevas oficinas y nuevos equipos de Management para empresas de Telecomunicaciones y Farmacéuticas.

En los últimos años se ha introducido en el mundo de la Moda realizando Masters de Diseño y de Marketing y Comunicación de Moda en el IED de Barcelona, mientras ha colaborado con marcas como Ailanto en la MBMFW en la presentación de sus colecciones.

Actualmente asesora a Startups en la organización y desarrollo de su negocio, dónde se centra en Business Strategy, Branding y Personal Development.

Pilar Pasamontes

Directora científica del área moda de IED Barcelona y historiadora de moda y complementos.

Licenciada en derecho, es Vicepresidenta del modaFAD. Diseñadora de complementos e ideóloga de las tiendas “efectos especiales”. Estilista de moda, publicidad, cine y televisión. Experta en moda con sección mensual en revista Marie Claire. Consultora de moda para televisión y empresas.

Jaume Vidiella

Editor de moda y belleza, licenciado en Diseño de moda. Combina sus actividades de edición de moda y tendencias con el estilismo y el escaparatismo, además de la docencia en temas de estilo y tendencias. Colaborador habitual de grandes empresas como El Corte Inglés, Armand Basi o Colcci, publicaciones como b-guided, webs de estilo como Centro moda on line y diseñadores emergentes como El Delgado Buil, así como artistas como Carles Congost. Además de proyectos institucionales como O80 y Modafad.

www.jaumev.com

La Dirección del Instituto Europeo de Design se reserva el derecho de modificar el plan de estudios en función de las exigencias que puedan surgir en relación a los objetivos didácticos.