



Jannette Klein UNIVERSIDAD

La Universidad Jannette Klein, fundada hace más de 30 años, es la institución educativa pionera en el sector de la moda en México.

El área de Educación Continua ofrece al estudiante la actualización y la especialización de conocimientos y habilidades necesarias para el desarrollo técnico, teórico y productivo en la industria de la moda; a través de sus diferentes programas divididos en 5 áreas de especialización:

- Desarrollo Creativo
- Gestión y Marketing
- Técnico e Industrial
- Comunicación y Publicidad
- Imagen Personal

Reconocemos la demanda del mercado actual, es por ello que el contenido de dichos programas han sido creados por especialistas activos en la industria de la moda mexicana, mismos que impartirán las sesiones de cada taller, curso o seminario; permitendote desempeñar lo aprendido de forma inmediata, eficientando la experiencia laboral, mejorando tus habilidades conocimientos.

DIPLOMADO DISEÑO DE IMAGEN

IMAGEN PERSONAL | PRESENCIAL | 120 H | 40 SESIONES

La imagen personal es el resultado de una o muchas causas externas que originan un efecto en nuestro interior, este efecto se produce gracias a nuestras experiencias, ideales y cultura, es por ello que resulta interesante el estudio del cuerpo y de la personalidad de cada individuo. El diseño de imagen ayuda a potencializar los mejores atributos con la finalidad de proyectarlos de manera óptima a través de estudios adecuados para su público objetivo.

OBJETIVO

Al término del diplomado serás capaz de utilizar las técnicas y habilidades aprendidas para diseñar tu imagen y la de otros.

PERFIL DE INGRESO

Público en general cuyo interés en común sea el diseño de imagen personal y profesional.

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

- Copia de Identificación Oficial
- Ficha de Inscripción
- Boucher de Pago

FORMAS DE PAGO

BANCO: Banorte
NOMBRE: Grupo Reyes Klein S.A. de C.V.
NO DE CUENTA: 0835673534
CLABE INTERBANCARIA: 072180008356735348
SUCURSAL: 1322

RECONOCIMIENTO

Al cubrir en su totalidad el pago del programa y un mínimo del 80% de asistencia, la Universidad Jannette Klein entregará al participante un diploma y una constancia. El prestigio y la credibilidad de la Universidad acredita y da valor curricular a todas las constancias y diplomas que esta otorgue, ya que es una institución reconocida oficialmente por la Secretaría de Educación Pública.

MÓDULO 1. IMAGEN PERSONAL

40 H | 10 SESIONES

1. Introducción / Autoestima.
 - 1.1. Concepto de Imagen Interna.
 - 1.2. Importancia de la Identidad.
 - 1.3. Autoestima.
 - 1.4. Tipos de Inteligencia.
 - 1.5. Categorías y rasgos de la personalidad.
 - 1.6. Formación de una imagen personal.
2. Imagen Pública.
 - 2.1. Conceptos.
 - 2.2. Metodología de la imagen.
 - 2.3. Introducción a la imagen pública.
 - 2.4. Entorno y Percepción.
 - 2.5. Formación social de los estímulos.
 - 2.6. Importancia de la imagen.
3. Principios de la Imagen.
 - 3.1. Clave del éxito personal.
 - 3.2. Ecuación de la imagen.
 - 3.3. Estudio del contexto social.
 - 3.4. Fundamentos básicos.
 - 3.5. Desarrollo y Procedimiento.
 - 3.6. Axiomas de la Imagen.
4. Imagen Verbal.
 - 4.1. Comunicación Verbal.
 - 4.2. Estímulos Externos.
 - 4.3. Imagen Discursiva.
 - 4.4. Creación de una Imagen Verbal.
 - 4.5. Procesos de la Comunicación.
5. Imagen No Verbal
 - 5.1. Lenguaje corporal.
 - 5.2. Factores.
 - 5.3. Presencia física.
 - 5.4. Acción y reacción a impulsos internos y externos.
 - 5.5. Expresión facial.
 - 5.6. Movilidad Corporal.
6. Definición de Estilos
 - 6.1. Estilo Personal
 - 6.2. Tipologías.
 - 6.3. Características y fortalezas.
 - 6.4. Descripción.
7. Cara y Cuerpo.
 - 7.1. Carametría, Caramorfología.
 - 7.2. Tipos de rostros.
 - 7.3. Simetría.
 - 7.4. Antropometría — Antropomorfoloía.
 - 7.5. Biotipos.
 - 7.6. Escala.
 - 7.7. Balance Corporal.
 - 7.8. Tipos de Cuerpo.
8. Imagen Profesional.
 - 8.1. Protocolo.
 - 8.2. Normas de Conducta.
 - 8.3. Desarrollo Laboral.
 - 8.4. Eventos Sociales.
 - 8.5. Etiqueta Profesional.
9. Taller de Automaquillaje.
 - 9.1. Color.
 - 9.2. Herramientas para el Maquillaje.
 - 9.3. Piel perfecta.
 - 9.4. Base de Maquillaje.
 - 9.5. Del Día a la Noche.

MÓDULO 2. ESTILO, COLOR Y ESCALA

40 H | 10 SESIONES

1. Implementación en siete estilos.
 - 1.1. Implementación en mujer.
 - 1.2. Implementación en hombre.
2. Combinación de Estilos y predominancia de los mismos.
3. Estilo vs Moda
 - 3.1. Concepto de Estilo.
 - 3.2. Concepto de Moda.
 - 3.3. Estilo Vs Moda.
 - 3.4. De la Moda lo que te acomoda.
 - 3.5. Estilo & Moda.
4. Personaje y Estilo = Estilo propio.
 - 4.1. Análisis del personaje vinculación con el estilo.
 - 4.2. Selección de prendas.
 - 4.3. Aplicaciones.
5. Vestimenta Casual y Formal.
 - 5.1. Definiciones.
 - 5.2. Requerimientos con base en la actividad.
 - 5.3. Prendas tipo.
6. Colorimetría.
 - 6.1. El color y sus aplicaciones.
 - 6.2. Color en prendas.
 - 6.3. Color en estampados.
7. Las paletas estacionales genéricas.
8. Cromometría + estilo propio + vestimenta formal/casual.
 - 8.1. Identificación propia estacional.
 - 8.2. Identificación propia estilo.
 - 8.3. Selección de prendas formal casual.
 - 8.4. Construcción de Outfit.
9. Escala aplicada
 - 9.1. Identificación escala propia.
 - 9.2. Asociación cromometría y estilo propio.
 - 9.3. Selección de prendas formal casual.
 - 9.4. Selección de complementos.
 - 9.5. Selección de accesorios.
 - 9.6. Construcción de Outfit .
10. Escala aplicada, remates visuales.

MÓDULO 3. PERSONAL SHOPPER

40 H | 10 SESIONES

1. Funciones del Personal Shopper.
 - 1.1. Capacidad de escucha.
 - 1.2. Diplomacia.
 - 1.3. Capacidad de análisis.
 - 1.4. Gestión de Compas (guía personal de tiendas, servicios, costos).
 - 1.5. Identificación de Necesidades.
2. Actualización de Tendencias.
 - 2.1. Establecer el estilo de personal shopper propio.
 - 2.2. Definir plan de trabajo.
 - 2.3. Definir fuente de tendencias.
 - 2.4. Actualizaciones.
3. Conocimientos Básicos para identificar características del cliente.
4. Cuestionario personal de requerimientos y necesidades.
 - 4.1. Compras por actualización de Imagen.
 - 4.2. Antecedentes (por análisis previo del personal shopper).
5. Resumen para el cliente.
 - 5.1. Alcance del documento resumen para entrega al cliente.
 - 5.2. Acuerdo revisión de carta o documento intención.
 - 5.3. Formalización y calendarización de asesoría.
 - 5.4. Planning.
6. Selección personal de tiendas (asociación de las mismas), por:
 - 6.1. Estilo.
 - 6.2. Talla.
 - 6.3. Precio, etc.
 - 6.4. Catálogo de tiendas, servicios, presupuestos y contactos
 - 6.5. Plan alternativo.
7. Catálogo de Diseñadores- tiendas- calendario de oportunidades.
8. Presupuesto.
 - 8.1. Determinación de presupuesto.
 - 8.2. Análisis de presupuesto vs cuestionario cliente.
 - 8.3. Alcance y vinculación con el resumen.
 - 8.4. Plan global Personal shopper.
 - 8.5. Plan por Fases de personal shopper.
9. Gestión del Plan de Tiendas, contratación de servicios.
 - 9.1. Aplicación de plan global o plan por fases.
 - 9.2. Bitácora de compras, servicios.
 - 9.3. Check list de actividades.
10. Auditoría de la Imagen.
 - 10.1. Encuesta de satisfacción con cliente.
 - 10.2. Encuesta audiencia del cliente.

MATERIALES

- Escuadras transparentes.
- Libreta de Apuntes. *
- Cinta Métrica.*
- Acuarelas
- 20 Hojas de Papel Fabriano.
- Plumones de agua.
- Maquillaje personal. (Base, corrector, polvo compacto o suelto, sombras, máscara para pestañas etc.)
- Un juego de brochas para maquillaje.
- Crema hidratante para rostro.
- Pañuelos desechables.
- Algodones para desmaquillar.
- Esponjas para maquillaje.
- Delineador negro en gel.