

MF0795_3 DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE IMAGEN PERSONAL

SKU: EVOL-5498-iNO-B | Categorías: [IMAGEN PERSONAL](#), [Peluquería](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [60](#)

Acreditado por Universidad [NO](#)

Créditos ECTS [0](#)

Más información

[CONTENIDO ADAPTADO A CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

En el ámbito de la imagen personal, es necesario conocer los diferentes campos de los tratamientos capilares estéticos, dentro del área profesional de la peluquería. Así, con el presente curso se pretende aportar los conocimientos necesarios para la dirección y gestión de empresas de imagen personal.

Contenidos

UNIDAD DIDÁCTICA 1. COORDINACIÓN, PLANIFICACIÓN Y DIRECCIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO EN EMPRESAS DE IMAGEN PERSONAL.

1. Organigrama: funciones, cargos y competencias que se desempeñan en un espacio dedicado a las empresas o centros de imagen personal.
2. • Dirección.
3. • Oficial de primera o estilista.
4. • Oficial de segunda o peluquero/peluquera.
5. • Ayudante.
6. • Aprendiz.
7. • Colaboradores.
8. El flujo de información.
9. • Transmisión de instrucciones técnicas.
10. • Captación, proceso y análisis de la información.
11. La motivación del equipo.
12. • La motivación formativa.



13. • La motivación económica.
14. • La promoción.
15. Tipos de servicios.
16. • Recursos y equipamiento material.
17. Los procesos de trabajos técnicos en las diferentes áreas de imagen personal y su desarrollo.
18. • Normas de seguridad y salud.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ELABORACIÓN DE PROTOCOLOS DE ATENCIÓN Y COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE/PERSONAL EN EMPRESAS DE IMAGEN PERSONAL.

1. Habilidades de comunicación.
2. • Comunicación externa: clientes y colaboradores.
3. • Comunicación interna de la empresa.
4. Protocolos de atención y comunicación con el cliente.
5. Elaboración de protocolos de comunicación interna.
6. Información al cliente de productos y servicios.
7. Técnicas de resolución de conflictos.
8. • Resolución de reclamaciones.
9. • Interpersonales entre colaboradores.
10. • Resolución de situaciones de crisis entre colaborador/cliente, cliente y colaborador.
11. Normas deontológicas profesionales.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESOS DE FORMACIÓN/INFORMACIÓN EN EMPRESAS DE IMAGEN PERSONAL.

1. Las acciones formativas:
2. • Tipos: Actualización, adaptación, perfeccionamiento, otros.
3. • Modalidades: presencial, a distancia, en el puesto de trabajo, otras.
4. • Agentes y entidades.
5. Costes y beneficios de la formación en la empresa.
6. Planificación, coordinación y seguimiento de las acciones formativas.
7. . Detección de necesidades de formación.
8. . Elaboración de propuestas y programas.
9. . Destinatarios.
10. . Objetivos.
11. . Contenidos.
12. . Metodología.
13. . Recursos.
14. . Temporalización.
15. . Evaluación.
16. Convocatoria y comunicación del plan de formación.
17. Valoración global de planes de formación.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. APLICACIONES INFORMÁTICAS PARA LA GESTIÓN BÁSICA DE LAS EMPRESAS DE IMAGEN PERSONAL.

1. Principales elementos del «hardware» y «software».



2. Configuración.
3. Sistemas de seguridad, protección y confidencialidad de la información.
4. Gestión de los servicios.
5. Gestión de los productos.
6. Gestión de los clientes.
7. Gestión de los empleados.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL CENTRO O EMPRESA DE IMAGEN PERSONAL.

1. Normas y modelos de gestión de calidad.
2. Criterios que definen la calidad en las empresas de imagen personal: gestión, organización y servicios.
3. • La atención al cliente y sus fases.
4. • La captación de la información del cliente y sus demandas y expectativas.
5. Factores que miden el grado de calidad interna y externa de los procesos realizados.
6. Valoración y mejora de resultados.
7. • Ejecución de los cambios necesarios para conseguir la calidad.

