

Dirección y Gestión de Empresas de Imagen Personal

Duración: 60 h

Objetivos

Aportar los conocimientos necesarios para la dirección y gestión de empresas de imagen personal.

TEMARIO

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

Organigrama: funciones, cargos y competencias que se desempeñan en un espacio dedicado a las empresas o centros de imagen personal.

- Dirección.
- Oficial de primera o estilista.
- Oficial de segunda o peluquero/peluquera.
- Ayudante.
- Aprendiz.
- Colaboradores.

El flujo de información.

- Transmisión de instrucciones técnicas.
- Captación, proceso y análisis de la información.

La motivación del equipo.

- La motivación formativa.
- La motivación económica.
- La promoción.

Tipos de servicios.

- Recursos y equipamiento material.

Los procesos de trabajos técnicos en las diferentes áreas de imagen personal y su desarrollo.

- Normas de seguridad y salud.

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

Habilidades de comunicación.

- Comunicación externa: clientes y colaboradores.
- Comunicación interna de la empresa.

Protocolos de atención y comunicación con el cliente.

Elaboración de protocolos de comunicación interna.

Información al cliente de productos y servicios.

Técnicas de resolución de conflictos.

- Resolución de reclamaciones.

- Interpersonales entre colaboradores.

- Resolución de situaciones de crisis entre colaborador/cliente, cliente y colaborador.

Normas deontológicas profesionales.

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

Las acciones formativas:

- Tipos: Actualización, adaptación, perfeccionamiento, otros.

- Modalidades: presencial, a distancia, en el puesto de trabajo, otras.

- Agentes y entidades.

Costes y beneficios de la formación en la empresa.

Planificación, coordinación y seguimiento de las acciones formativas.

- . Detección de necesidades de formación.

- . Elaboración de propuestas y programas.

- . Destinatarios.

- . Objetivos.

- . Contenidos.

- . Metodología.

- . Recursos.

- . Temporalización.

- . Evaluación.

Convocatoria y comunicación del plan de formación.

Valoración global de planes de formación.

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

Principales elementos del «hardware» y «software».

Configuración.

Sistemas de seguridad, protección y confidencialidad de la información.

Gestión de los servicios.

Gestión de los productos.

Gestión de los clientes.

Gestión de los empleados.

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

Normas y modelos de gestión de calidad.

Criterios que definen la calidad en las empresas de imagen personal: gestión, organización y servicios.

- La atención al cliente y sus fases.
- La captación de la información del cliente y sus demandas y expectativas.

Factores que miden el grado de calidad interna y externa de los procesos realizados.

Valoración y mejora de resultados.

- Ejecución de los cambios necesarios para conseguir la calidad.