

Cuando la imagen es señal de éxito



JORGE VI Y
SU MIEDO
ESCÉNICO

Una imagen vale más que mil palabras o la primera impresión es la que cuenta. Son muchas las frases hechas que tienen que ver con la importancia de la imagen, por eso, el trabajo de asesor de imagen personal y corporativa es cada día más relevante. Ya no solo trabajan con actores o políticos, sino que es un servicio que alcanza ya a todos los sectores de la sociedad. En la empresa, más de lo mismo: una imagen corporativa que llegue al público es vital para conseguir el éxito.

Entre Estudiantes

En el mundo actual, la imagen personal y corporativa se han convertido en fuertes herramientas, ya sea de ventas, de negociaciones o de vida social. Cuando alguien va a hacer una entrevista de trabajo tiene bien claro que la primera impresión es la que vale, y se cuidará mucho de no ir desaliñado o con síntomas de agotamiento. Igualmente, cuando una compañía se lanza al mercado sabe que la imagen que desprenda de sus acciones será la que prime entre

sus clientes. Aun así, la asesoría de imagen va mucho más allá de la estética, es un concepto que engloba toda la personalidad de un sujeto o de una marca.

Asesoría personal

La asesoría de imagen comprende la completa remodelación de la presencia de una persona mejorando las actitudes corporales, el maquillaje, la fotografía propagandística, el protocolo, la orna-

Para encontrar los orígenes de la asesoría de imagen y su importancia debemos ir al siglo XX y conocer el emblemático caso del rey Jorge VI. El monarca inglés lo tuvo siempre muy difícil para superar sus complejos: era tartamudo, tenía una deformidad en las piernas y además era zurdo, por lo que fue obligado a escribir con la mano derecha desde niño. A causa de su tartamudez, Alberto temía hablar en público. Realizó un discurso de clausura en la Exposición del Imperio Británico en 1925 que resultó terrible, tanto para él como para quienes le escucharon. Así que se armó de valor y se apoyó en un asesor en neurolingüística, el australiano Lionel Logue. Los ejercicios vocales ayudaron al rey a relajarse al hablar y a superar sus pánicos.

PLAN DE ESTUDIOS

- **Duración**

- 2.000 horas divididas en dos cursos académicos y que incluyen horas de formación en centros de trabajo.

- **Módulos**

- Asesoría cosmética.
- Diseño de imagen integral.
- Estilismo en vestuario y complementos.
- Asesoría de peluquería.
- Protocolo y organización de eventos.
- Usos sociales.
- Asesoría estética.
- Habilidades comunicativas
- Imagen corporativa.
- Dirección y comercialización
- Proyecto de asistencia a la dirección.
- Formación y orientación laboral.
- Formación en centros de trabajo.

mentación y el vestuario. En definitiva, se trata de la manera en la que nos presentamos, incluyendo nuestro aseo personal, el cuidado de nuestro cuerpo, incluso nuestro corte de cabello o la ropa que vestimos, pero también la forma en cómo hablamos y el mensaje que transmitimos.

«Tener un asesor ya está al alcance de todos»

Con el paso de los años, tener un asesor de imagen se ha convertido en algo imprescindible para los personajes

Más información

■ **Familia Profesional:** Imagen Personal

■ **Título:** Técnico Superior en Imagen Personal y Corporativa

■ **Otros títulos de la familia:** La LOE recoge los siguientes títulos: Título Profesional Básico en Peluquería y Estética, técnico en Estética y Belleza y técnico en Peluquería y Cosmética Capilar. Asimismo, los títulos superiores de Caracterización y Maquillaje Profesional, Estética Integral y Bienestar y Estilismo y Dirección de Peluquería.

■ **Acceso:** Estar en posesión del título de Bachillerato o de un nivel académico superior. Estar en posesión de un título de técnico superior o de técnico especialista o equivalente a efectos académicos. Haber superado el Curso de Orientación Universitaria (COU). Haber superado la prueba de acceso a ciclos formativos de grado superior (se requerirá tener, al menos, 19 años, cumplidos en el año de realización de la prueba o 18 para quienes posean el título de técnico).

■ **Salidas profesionales:** Este profesional ejerce su actividad en empresas del sector servicios que se dedican a la asesoría de imagen personal, corporativa y pública, o se integran en equipos multidisciplinares de cualquier empresa en departamentos de comunicación o marketing. De igual modo, puede ejercer su actividad en establecimientos dedicados a la venta de vestuario, complementos y cosméticos, donde desarrolla tareas en las áreas funcionales de diseño de una nueva imagen personal, pública y corporativa, y en la organización y prestación de servicios.

■ **Dónde se estudia:** Este título de grado superior se puede estudiar en centros públicos y privados de Huesca, Zaragoza, La Cuesta (Tenerife), Santa Cruz de Tenerife, Torrelavega, Albacete, Toledo, Barcelona, L'Hospitalet de Llobregat, Sabadell, Terrasa, Cáceres e Irún. Por su parte, el título LOGSE de Asesoría de Imagen Personal se puede estudiar en centros públicos y privados de Córdoba, Montilla (Córdoba), Granada, Guadix, Málaga, Rincón de la Victoria (Málaga), Sevilla, Huesca, Zaragoza, Palma de Mallorca, Valladolid, Albacete, Toledo, Badajoz, Mérida, Santiago de Compostela, Vigo, Madrid, Móstoles, Pozuelo de Alarcón, Alicante, Benidorm, Elche, Castellón, Aldaia (Valencia) y Valencia.

públicos como políticos y estrellas de la televisión y del cine, por el impacto que genera su imagen ante grandes masas de público. Este servicio era muy exclusivo y pocos se lo podían permitir. Sin embargo, la realidad ha cambiado, y en la actualidad este servicio está al alcance de todos los que tengan la inquietud de mejorar la imagen que proyectan de forma personal.

Asesoría corporativa

A nivel corporativo, el objetivo del asesor radica en conseguir una buena imagen aceptada y generalizada en-

tre sus clientes de lo que la compañía "significa". La creación de una imagen corporativa es un ejercicio en la dirección de la percepción. Es creada sobre todo por los expertos de relaciones públicas, utilizando principalmente campañas comunicacionales, plataformas web (páginas web, redes sociales) y otras formas de promoción para sugerir un cuadro mental al público. Típicamente, una imagen corporativa se diseña para ser atractiva al público, de modo que la compañía pueda provocar un interés entre los consumidores, cree hueco en su mente, genere riqueza de marca y facilite así ventas del producto. ✨