

OBJETIVOS GENERALES DEL PLAN DE ESTUDIOS

FORMAR PROFESIONALES CON SÓLIDOS CONOCIMIENTOS, HABILIDADES, ACTITUDES Y VALORES PARA DISEÑAR Y APLICAR ESTRATEGIAS OBJETIVAS DE MARKETING DE IMAGEN PERSONAL, PROFESIONAL Y EMPRESARIAL SEGÚN UN PLAN FUNDAMENTADO EN LA PERSPECTIVA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS QUE PERMITAN DESARROLLAR DE MANERA INTEGRAL LAS NECESIDADES DE PERCEPCIÓN Y VANGUARDIA SEGÚN LAS TENDENCIAS DENTRO DE UN CONTEXTO GLOBAL, MEDIANTE MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA, ORIENTAR EL DESEMPEÑO PROFESIONAL, COMPETITIVO Y RESPONSABLE, ADEMÁS DE FAVORECER EL DESARROLLO DEL SECTOR LABORAL DE FORMA ÉTICA Y SOCIALMENTE RESPONSABLE.

PRIMER CUATRIMESTRE

- FILOSOFÍA DE LA IMAGEN
- FUNDAMENTOS DE LA IMAGEN
- HÁBITOS SALUDABLES E IMAGEN
- INTRODUCCIÓN A LA FOTOGRAFÍA
- PSICOLOGÍA DEL COLOR

SEGUNDO CUATRIMESTRE

- IMAGEN ESCRITA
- IMAGEN Y MODA
- MAQUILLAJE
- SOCIOLOGÍA DE LA IMAGEN
- TEORÍAS DE LA PERSONALIDAD

TERCER CUATRIMESTRE

- ANTROPOMETRÍA
- COLORIMETRIA
- ESTILISMO
- ÉTICA DE LA IMAGEN
- PSICOLOGÍA DE LA IMAGEN

CUARTO CUATRIMESTRE

- FONDO DE ARMARIO Y CÁPSULAS DE GUARDARROPA
- FOTOGRAFÍA DE LA IMAGEN
- IMAGEN DE CABALLEROS
- IMAGEN PERSONAL
- PASARELA

QUINTO CUATRIMESTRE

- COMUNICACIÓN NO VERBAL
- IMAGEN POLÍTICA
- MARKETING DE LA IMAGEN
- PERSONAL SHOPPER
- TENDENCIAS/COOL HUNTER

SEXTO CUATRIMESTRE

- DESARROLLO HUMANO
- NEURO ORATORIA
- ORGANIZACIÓN DE EVENTOS
- PROTOCOLO
- SEMIÓTICA DE LA IMAGEN

SÉPTIMO CUATRIMESTRE

- BRANDING PERSONAL
- COMUNICACIÓN VERBAL
- ESTILISMO INTEGRAL
- IMAGEN EN LAS REDES SOCIALES
- RELACIONES PÚBLICAS

OCTAVO CUATRIMESTRE

- DESIGN THINKING DE LA IMAGEN
- ESCAPARATISMO
- IMAGEN EJECUTIVA
- IMAGEN EMPRESARIAL
- CIENCIA, IMAGEN E INVESTIGACIÓN

NOVENO CUATRIMESTRE

- DISEÑO Y CAPACITACIÓN EN IMAGEN
- IDIOMA EXTRANJERO I
- MEDIA TRAINING
- PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA E IMAGEN
- DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN EN IMAGEN Y RELACIONES PÚBLICAS

DÉCIMO CUATRIMESTRE

- COACHING DE LA IMAGEN
- EMPRENDEDURISMO
- IDIOMA EXTRANJERO II
- IMAGEN EN CAMPAÑA
- COMUNICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN