



**Centro
Europeo
E-learning**



**PROFESIONAL EN TÉCNICAS DE
TATUAJE ARTÍSTICO, REPARACIÓN
DE EQUIPOS Y ATENCIÓN AL
CLIENTE**

TEMA 1: PROFESIONAL EN TÉCNICAS DE TATUAJE ARTÍSTICO Y PREPARACIÓN DE EQUIPOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SEGURIDAD E HIGIENE EN LOS PROCESOS DE TATUAJE.

1. Protocolos de actuación para la limpieza, desinfección y esterilización en los procesos de tatuaje.
2. Importancia profesional de las enfermedades infecciosas.
3. Trastornos provocados por imprudencias en tatuaje.
4. Enfermedades de transmisión hemática.
5. Medidas de seguridad e higiene en los profesionales y en los clientes.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EQUIPOS, APARATOS, PRODUCTOS Y MATERIALES.

1. Requisitos legales de las áreas del establecimiento de tatuaje.
2. Requisitos legales de los equipos y materiales para tatuaje.
3. Pigmentos y colorantes:
4. Cosméticos utilizados en tatuaje.
5. Instalaciones, mobiliario, aparatología, accesorios, utensilios y complementos.
6. Clasificación de agujas recomendadas según las técnicas.
7. Uso de la máquina, pedal, agujas, varillas, tubos y otros.
8. Soldado de agujas.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRODUCTOS PARA TATUAJE.

1. Pigmentos:
2. Productos específicos:

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTUDIO Y ASESORAMIENTO DEL CLIENTE.

1. Salud y cuidados
2. Alteraciones de la piel relacionadas con el tatuaje
3. Indicaciones pre y post.
4. Regiones anatómicas.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MORFOLOGÍA DE LAS ZONAS A TATUAR.

1. Estructura de la piel.
2. Particularidades de la piel en zonas que se va a tatuar.
3. Funciones de la piel.
4. Estructura ósea y muscular.
5. Cicatrización y regeneración en tatuaje.
6. Proporciones y geometría de las zonas a tatuar.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DOCUMENTACIÓN TÉCNICA, LEGAL Y COMERCIAL: INFORMACIÓN DEL CLIENTE.

1. Información del tatuaje.
2. Seguimiento y control de calidad de los resultados.
3. Protocolo de derivación y captación de clientes.
4. Consentimiento escrito.
5. Documentos fotográficos.
6. Ley de protección de datos.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TÉCNICAS DE DIBUJO APLICADAS AL TATUAJE.

1. Elementos básicos del dibujo:
2. Características y clasificación de los tatuajes: tradicional, tribal, oriental, abstractos, crazy tatoos, retratos, bio-mecánicos, célticos, otros.
3. Dibujo 3D aplicado al tatuaje.
4. Diseños y su transferencia a la piel.
5. Tendencias de tatuajes.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA TEORÍA DEL COLOR Y SU APLICACIÓN AL TATUAJE: COLOR LUZ Y COLOR PIGMENTO.

1. Los tipos de luz y su influencia en el tatuaje.
2. Teoría del color aplicada al tatuaje:
3. Mezclas de colores.
4. Armonía y contraste.
5. Volumen y profundidad.
6. Limitaciones en la elección del color en tatuaje.
7. Variaciones del color influidas por la maniobra o aplicación técnica.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PARÁMETROS DE LA TÉCNICA DE TATUAJE.

1. Tipo y configuración de agujas.
2. Potencia y velocidad del dermatógrafo.
3. Dirección del dermatógrafo
4. Tipos de movimiento.
5. Presión ejercida
6. Proyección del dermatógrafo
7. Ángulo de la penetración.
8. Profundidad de la penetración.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. TÉCNICAS DE APLICACIÓN DEL TATUAJE.

1. Prueba de tolerancia.
2. Preparación de la piel.
3. Técnicas de aplicación o diferentes trazados obtenidos por la combinación de los siguientes factores:
4. Aplicación de técnicas: difuminados, sombras, relieves, mezclas de colores, rellenos, fijación de tatuajes semipermanente, delineado e iluminación de tatuajes permanentes, otras.
5. Aplicación del tatuaje con técnicas para cubrir tatuajes: técnica “ cover up” .
6. Protocolos normalizados de tatuaje.
7. Primeros auxilios aplicados en el tatuaje.

ANEXO 1. CONDICIONES GENERALES QUE HA DE TENER LOS LUGARES DE TRABAJO

ANEXO 2. COSMÉTICOS

TEMA 2: ATENCIÓN AL CLIENTE

OBJETIVOS

- Asimilar normas básicas de actuación y procedimientos a seguir relativos al trato con el cliente.
- Comprender la necesidad de trabajar en equipo y la importancia del servicio al cliente interno.
- Conocer el significado de la calidad en la atención al cliente y los elementos a considerar para llegarla a conseguir.
- Definir las conductas y actitudes adecuadas que debe mostrar un profesional para ser capaz de satisfacer las necesidades de clientes con personalidades diferentes.
- Desarrollar habilidades de comunicación para mejorar el trato con los clientes.
- Determinar y potenciar las competencias personales necesarias para desempeñar tareas de servicio y atención al cliente.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. LA ATENCIÓN AL CLIENTE

- 1.1. Definición de atención al cliente
- 1.2. El servicio al cliente
- 1.3. Principios de la atención al cliente
- 1.4. Protagonistas de la atención al cliente
- 1.5. Planificación de la atención al cliente
- 1.6. Organización de la atención al cliente
- 1.7. Gestión de la calidad en la atención al cliente
- 1.8. El servilismo
- 1.9. El tiempo y la atención al cliente
- 1.10. Quejas y reclamaciones

2. EL TRATO CON EL CLIENTE

- 2.1. Actitudes positivas
- 2.2. Potencial
- 2.3. Cualificación
- 2.4. Formación
- 2.5. Motivación
- 2.6. Cómo conseguir clientes satisfechos

3. EL TRABAJO EN EQUIPO

- 3.1. El trabajo en equipo
- 3.2. El clima grupal
- 3.3. Un grupo y un equipo

4. LOS CLIENTES

- 4.1. Tipos de clientes
- 4.2. Situaciones difíciles

5. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN

- 5.1. La comunicación y el servicio al cliente
- 5.2. Los elementos del proceso de comunicación
- 5.3. Habilidades en la comunicación
- 5.4. Normas básicas en el uso del lenguaje
- 5.5. El lenguaje verbal
- 5.6. El lenguaje no verbal
- 5.7. Las barreras de comunicación

6. EL PROCESO DE VENTA

- 6.1. La venta
- 6.2. Análisis de los componentes de venta
- 6.3. Etapas de la venta

7. LA CALIDAD DEL SERVICIO

- 7.1. ¿Qué es calidad?
- 7.2. La evolución de la calidad
- 7.3. Sistemas de calidad en el servicio
- 7.4. La calidad diferencial y la segmentación de clientes
- 7.5. El cliente interno
- 7.6. La orientación al cliente
- 7.7. Los costes y la calidad de atención al cliente
- 7.8. La satisfacción del cliente
- 7.9. Necesidades y aspiraciones del cliente

TEMA 3: CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE

UNIDAD 1: GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO

OBJETIVOS

- Aprender la importancia de la comunicación en el servicio de cara a la satisfacción del consumidor y de los empleados que prestan el servicio.
- Conocer la importancia de la calidad en el servicio y las exigencias del cliente.
- Conocer las estrategias del servicio para los distintos tipos de servicios.
- Conocer las normas de calidad en el servicio.
- Conocer los conceptos de calidad y servicio, así como las características de los distintos servicios y las empresas de alto rendimiento.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. CALIDAD Y SERVICIO: CONCEPTOS BÁSICOS

- 1.1. La Calidad
- 1.2. El Servicio

2. LA IMPORTANCIA DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO

- 2.1. La exigencia del cliente
- 2.2. El cliente: aspectos a destacar
- 2.3. La percepción de la calidad
- 2.4. Gestión de la calidad total

3. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO

- 3.1. ¿Por qué son diferentes las empresas de servicios?
- 3.2. Dificultades para gestionar la calidad en el servicio
- 3.3. Coste de calidad y falta de calidad
- 3.4. Gestión de la calidad: Asunto de método
- 3.5. Ejemplos de “no calidad”
- 3.6. Un ejemplo práctico de mala calidad en el servicio: la camarera

4. LAS ESTRATEGIAS DEL SERVICIO

- 4.1. El cliente es el rey
- 4.2. Estrategias

5. LA COMUNICACIÓN DEL SERVICIO

- 5.1. Características de la comunicación
- 5.2. Todo es comunicación en el servicio

6. LAS NORMAS DE CALIDAD EN EL SERVICIO

- 6.1. Normas de calidad

UNIDAD 2. PROGRAMAS DE CALIDAD EN EL SERVICIO

OBJETIVOS

- Aprender la importancia de detectar los errores y anticiparse a ellos.
- Cómo medir la satisfacción de los clientes.
- Aprender las técnicas de uso del teléfono.
- Conocer cómo lanzar un programa de calidad.
- Conocer el papel del director de calidad.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. CALIDAD Y SERVICIO: ASPECTOS GENERALES

- 1.1. Calidad y servicio: gestión de la calidad
- 1.2. El cliente y su percepción del servicio
- 1.3. Las empresas de servicios
- 1.4. Estrategias de las empresas de servicios
- 1.5. La comunicación y las normas de calidad

2. LA CAZA DE ERRORES

- 2.1. Hacerlo bien a la primera
- 2.2. El cero defectos
- 2.3. El papel del director de calidad
- 2.4. Un proyecto de calidad
- 2.5. Instrumentos para la caza de errores

3. MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

- 3.1. La calidad que presta la empresa y la que percibe el cliente
- 3.2. Satisfacción del consumidor: conceptos básicos

4. ¿CÓMO LANZAR UN PROGRAMA DE CALIDAD?

- 4.1. Introducción
- 4.2. Diagnóstico
- 4.3. La búsqueda de cero defectos
- 4.4. Reconsideración del servicio prestado
- 4.5. El nivel de excelencia para cada rama del servicio

5. EL TELÉFONO

- 5.1. El teléfono como atención al público
- 5.2. Preparación técnica
- 5.3. Preparación táctica
- 5.4. Técnicas del uso del teléfono
- 5.5. Recomendaciones al hablar por teléfono

6. EJEMPLOS DE MALA CALIDAD EN EL SERVICIO

- 6.1. Ejemplos de mala calidad en el servicio