



MAESTRO ARTIGIANO E MAESTRO PROFESSIONALE ACCONCIATORE

Programma del corso di formazione
e competenze in entrata per accedere al corso

Edizione n. 5/2026

Il percorso di formazione per **Maestro Artigiano e Maestro Professionale Acconciatore** si fonda sull'integrazione di tre dimensioni indissociabili della professionalità contemporanea: la gestione d'impresa, la competenza tecnico-professionale e la trasmissione del mestiere. Queste tre aree rappresentano tre prospettive distinte ma complementari, che insieme costruiscono l'identità completa del professionista del settore, capace non solo di eseguire con maestria il proprio lavoro, ma anche di dare valore a ciò che fa e di farlo evolvere nel tempo, trasmettendo il sapere e la tecnica.

- **L'Area Gestione d'impresa** sviluppa il profilo professionale traducendo competenze, servizi e stile in valore economico e sostenibilità nel tempo. Comprendere i trend del mercato, governare i numeri, organizzare i processi, monitorare la qualità del servizio, comunicare in modo efficace e progettare la crescita del proprio salone sono elementi imprescindibili per trasformare il proprio lavoro in un'impresa solida, innovativa e riconoscibile.
- **L'Area Tecnico-Professionale** rappresenta il cuore dell'expertise del Maestro Artigiano e Maestro Professionale Acconciatore. Taglio, colore, acconciatura, estetica del viso, armocromia, progettazione del look e design del salone compongono un sistema di competenze tecniche in continua evoluzione. Ogni gesto tecnico, ogni scelta estetica e ogni progetto di immagine costruiscono valore per il cliente e diventano espressione dell'identità del professionista. La tecnica dialoga con la creatività, e insieme alimentano la narrazione del brand personale e del salone.
- **L'Area Trasmissione del mestiere** pone al centro la relazione, il ruolo del Maestro e la responsabilità educativa verso nuove generazioni di persone in apprendimento. In un contesto di cambiamento rapido e continuo, la capacità di formare, accompagnare, osservare e progettare percorsi di apprendimento diventa un pilastro strategico per la crescita del settore. Comunicare i gesti, i valori e la cultura professionale richiede oggi strumenti, linguaggi e consapevolezze nuove.

Il filo rosso che unisce queste tre aree è l'idea che la professionalità dell'acconciatore oggi va oltre la tecnica: competenze gestionali, visione strategica e padronanza dell'immagine come linguaggio, richiede consapevolezza e capacità di relazione.

Il percorso accompagna i partecipanti a integrare queste dimensioni in un unico profilo professionale capace di:

- sostenere e far crescere il salone attraverso strategie, processi e visione imprenditoriale.
- creare valore tecnico ed estetico attraverso competenze aggiornate e ispirate;
- trasmettere il mestiere in modo evolutivo e significativo.

In questo modo la formazione non si limita a fornire contenuti, ma costruisce una visione integrata del mestiere, rafforzando l'identità del professionista e la sua capacità di generare valore per sé, per i collaboratori, per il territorio.

Competenze in entrata per accedere al corso

L'accesso al percorso formativo è subordinato al superamento di "apposite procedure selettive" in base alla normativa di riferimento. In particolare saranno valutate le competenze in entrata acquisite attraverso l'esperienza e/o altre forme di apprendimento, di cui i candidati dovrebbero essere già in possesso. Di seguito si presentano le competenze in entrata per l'area tecnico-professionale che saranno oggetto di valutazione.

AREA TECNICO - PROFESSIONALE

Competenza n. 1: Ideare e progettare secondo un proprio stile personale i servizi del salone, da proporre nella consulenza di immagine in base alle esigenze del cliente

Conoscenze

- Procedure e tecniche di approvvigionamento
- Tecniche di esplorazione della domanda
- Principi di fisiologia del capello e della cute

Abilità

- Organizzare in modo efficace il lavoro del salone, gestendo appuntamenti e schede cliente anche tramite strumenti digitali, per garantire continuità e cura nel servizio.
- Creare una relazione empatica e positiva con il cliente, esplorandone bisogni, preferenze e stile di vita per offrire un'esperienza personalizzata.
- Integrare lineamenti del viso, caratteristiche personali, colore, taglio e acconciatura in una consulenza d'immagine completa, che valorizzi l'unicità della persona e rispetti le sue esigenze.

Competenza n. 2: Realizzare i servizi di acconciatura in relazione alla consulenza d'immagine effettuata, ai risultati concordati e alle tecniche individuate

Conoscenze

- Fondamenti tecnico-scientifici del capello e della cute, inclusi principi di fisiologia, principali intolleranze e allergie, e le tipologie di inestetismi più comuni.
- Caratteristiche e utilizzo dei prodotti professionali per trattamenti e lavorazioni, con attenzione alla loro composizione e agli effetti su cute e capello.
- Elementi di colorimetria e morfologia applicati alla consulenza d'immagine.
- Tecniche di esplorazione della domanda per comprendere esigenze, aspettative e bisogni del cliente.

Abilità

- Gestire in modo accurato la relazione con il cliente durante tutto il servizio, informando e condividendo processi, scelte e risultati.
- Valutare la salute di cute e capelli per orientare proposte professionali adeguate e personalizzate.
- Selezionare trattamenti, servizi cosmetici, prodotti di finitura e materiali di supporto in base all'analisi del capello e agli effetti desiderati.

PROGRAMMA DEL CORSO DI FORMAZIONE

1. AREA GESTIONE D'IMPRESA

1.1 IL SETTORE DELL'ACCONCIATURA: SCENARI DI MERCATO E STRATEGIE AZIENDALI – 24 ORE

Obiettivo: comprendere il contesto competitivo, i trend e il posizionamento dell'impresa.

Quali trend condizioneranno il mercato, il modo di operare e gestire le aziende del settore legato ai servizi degli acconciatori? Come accogliere ed anticipare le evoluzioni del mercato, acquisendo strumenti per aumentare la capacità di gestione e promozione professionale?

Contenuti:

- **Mercato e strategie:** analisi del settore rispetto al suo ambiente competitivo, tra punti di forza ed aree di potenziamento interne.
- **Trend di innovazione** nel contesto locale e globale (trasformazione digitale e sostenibilità, complessità ed interconnessioni, mercati nazionali ed internazionali), tendenze di mercato, servizi offerti e relative dinamiche, stagionalità dell'attività, clienti, fattori critici di successo.
- Cosa significa essere un **imprenditore oggi**? Creazione del valore, gestione del rischio e gestione delle risorse, analisi del posizionamento dell'impresa e del mercato, l'offerta dell'impresa ed il piano strategico aziendale
- **Reti e aggregazioni di impresa:** la messa in rete di professionisti e microimprese come nuovo modello di business e integratore di conoscenze. Mappatura degli strumenti, obiettivi e modalità di gestione. Aspetti normativi, fiscali e culturali.
- Le **opportunità di sinergia** e connessioni sul territorio, valorizzando le specificità e degli attori presenti in Trentino (settor turistico-ricettivo, B&B, settore erboristico e cosmetico, ecc.).

1.2 PROCESSI ORGANIZZATIVI E CULTURA AZIENDALE – 16 ORE

Obiettivo: allineare processi organizzativi e cultura aziendale.

La strategia deve essere sempre allineata con la cultura aziendale. Questo allineamento crea un ambiente di lavoro coeso, dove i valori aziendali si riflettono nelle azioni quotidiane e nei comportamenti.

Contenuti:

- Come **allineare la strategia aziendale alla cultura e ai processi:** obiettivi di crescita (acquisizione clienti, aumento della retention, differenziazione dei servizi), definizione di USP (Unique Selling Proposition) del salone: cosa rende il salone unico nel mercato?
- **Creare una cultura interna orientata al cliente**, all'innovazione e al miglioramento continuo. Come i valori influenzano la comunicazione, il comportamento e la performance. Come costruire una cultura di apprendimento continuo, in modo che ogni dipendente cresca sia professionalmente che personalmente.
- **Mappare i principali processi interni** (prenotazione, accoglienza clienti, gestione dei trattamenti, check-out). Creare procedure chiare e replicabili per tutte le attività aziendali

- Come **ottimizzare il flusso di lavoro tra qualità e standardizzazione**: analisi dei flussi operativi e gestione del tempo per migliorare l'efficienza e la qualità.
- **Identificare i KPI** (indicatori chiave di performance) pertinenti per monitorare i processi (es. tempo medio per trattamento, numero di trattamenti al giorno, tasso di fidelizzazione). Impostazione e monitoraggio di metriche per misurare la soddisfazione del cliente e l'efficacia operativa.
- **L'ottimizzazione dei processi**: come garantire che ogni passo, dal momento della prenotazione fino al follow-up post-servizio, contribuisca a creare valore per il cliente.

1.3 COMPETENZE RELAZIONALI E COMUNICAZIONE – 16 ORE

Obiettivo: costruire relazioni di qualità e aumentare la fidelizzazione.

Sviluppare competenze relazionali per costruire un legame duraturo con i clienti.

Contenuti:

- Come **interagire** in modo **professionale** ascoltando le esigenze del cliente e creando un legame che favorisca la fidelizzazione.
- **Comunicare, negoziare e costruire relazioni efficaci** con clienti e collaboratori: principi di comunicazione e metodi di negoziazione applicati alle situazioni di lavoro.
- **Tecniche per una comunicazione chiara e rispettosa**, sia durante il servizio che nel follow-up post-visita (e-mail, telefonate, messaggi). Come gestire situazioni critiche nella relazione (es. richieste difficili da soddisfare o non esaudibili, inconvenienti, reclami)
- La combinazione di competenze tecniche (taglio, styling, trattamenti) con **competenze consulenziali** e relazionali (empatia, ascolto attivo, problem solving).
- **Il coordinamento e l'organizzazione di un gruppo di lavoro intorno rispetto all'obiettivo**: ogni membro del team deve essere in grado di risolvere problematiche in modo tempestivo e professionale per mantenere alta la soddisfazione del cliente.
- Come **valorizzare le competenze e le predisposizioni** di ogni collaboratore rispetto al lavoro.

1.4 MARKETING, WEB MARKETING E PROMOZIONE DEL BRAND – 24 ORE

Obiettivo: sviluppare competenze nel marketing e nel digital marketing

Cosa serve sapere per riuscire a governare i processi di innovazione che attraversano il marketing? Quali sono le novità nel Digital Marketing a cui, come imprenditori artigiani, è necessario prestare attenzione per essere presenti nella maniera corretta in un contesto sempre più digitale e innovativo? Come cambiano gli scenari e il paradigma del cliente?

Contenuti:

- Analizzare i **marketing trend** alla luce delle necessità della propria azienda e delle strategie attivate o che si vogliono implementare.
- Comprendere **come sono cambiati i clienti**, come sta cambiando il comportamento d'acquisto e cosa fare per farsi notare in questo momento e in prospettiva futura.
- Come **sviluppare azioni di marketing** coerenti con la strategia aziendale differenziando il servizio e costruire valore per il cliente.

- Le implicazioni dello sviluppo digitale sui processi di marketing. Integrare il marketing tradizionale con il marketing digitale.
- **Dall'analisi strategica della comunicazione aziendale** allo sviluppo degli strumenti adatti per guidare e rafforzare il percorso di conversione e rinnovamento online.
- Come utilizzare gli **strumenti digitali** e le novità dal punto di vista del social media marketing a supporto delle strategie di mercato. Dai singoli strumenti al processo, per far proprie le tendenze in atto e tradurle in capacità di governare le azioni di marketing.
- Cos'è **la Brand Identity? La definizione di brand identity** (logo, colori, tono di voce, messaggi) e come questa si riflette nel salone e nelle interazioni con i clienti.
- Come **comunicare coerentemente** sia all'interno dell'azienda che verso l'esterno (social media, sito web, pubblicità).
- Tecniche per comunicare in modo chiaro e incisivo, valorizzando l'immagine del brand in ogni punto di contatto con il cliente.
- **Promuovere il brand** e vendere il prodotto/servizio
- **Web, App e Social media**: le potenzialità e le logiche alla base degli strumenti digitali utili per la promozione e valorizzazione dei propri servizi.

1.5 GESTIONE ECONOMICO – FINANZIARIA DELL'IMPRESA – 32 ORE

Obiettivo: acquisire strumenti per il controllo di gestione e la pianificazione finanziaria.

Quali gli strumenti, i metodi di lavoro e tecniche per realizzare ed implementare all'interno della propria azienda un sistema efficace di controllo di gestione e di pianificazione finanziaria? Approfondimento sui temi legati alla gestione dei servizi degli acconciatori, quali l'analisi di costi e ricavi, le procedure organizzative e gli strumenti di rilevazione, tecniche di contabilità e reportistica, monitoraggio dei flussi finanziari.

Contenuti:

- **Il bilancio di esercizio:** analisi dello stato patrimoniale, riclassificazione, calcolo dei principali indici patrimoniali e loro interpretazione
- **Analisi del conto economico:** esame delle singole voci di costo, riclassificazione e raffronto pluriennale, calcolo dei principali indici di bilancio e loro interpretazione
- **Analisi dei costi,** controllo di gestione e preventivazione
- **Classificazione dei costi ed utilizzo** dei costi nelle decisioni aziendali
- **Analisi delle principali voci di costo:** materie prime, servizi, costo del lavoro, ammortamenti, leasing, interessi passivi, costi figurativi, costi fiscali
- **Ricerca del punto di pareggio:** come si arriva al punto di pareggio aziendale dal conto economico
- **Calcolo del guadagno,** calcolo del prezzo di vendita utilizzando uno schema Excel
- **Il controllo di gestione:** individuazione delle criticità, incidenza dei costi di gestione e strumenti operativi
- **Definizione degli obiettivi aziendali** (budget) e monitoraggio dei risultati
- **L'influenza dell'IVA** nell'ambito della gestione
- **Finanziamenti e crediti**
- **Analisi dei flussi finanziari:** significato e principali indicatori
- **Pianificazione investimenti,** principali fonti di finanziamento (leasing, affidamenti bancari a breve, medio, lungo termine, autofinanziamento, Confidi Trento Imprese, Cooperfidi, etc...)
- **Nuovi strumenti di finanza** digitale (fintech)

2. AREA INSEGNAMENTO DEL MESTIERE

2.1 LA TRASMISSIONE DEI SAPERI IN UN CONTESTO CHE CAMBIA– 16 ORE

Obiettivo

Comprendere i cambiamenti generazionali e professionali per aggiornare modalità, linguaggi e strumenti di trasmissione dei saperi, costruendo connessioni efficaci tra scuola, mondo del lavoro e botteghe artigiane.

Contenuti

- **Ruolo del Maestro Artigiano/Professionale** nel sistema dell'istruzione provinciale e nel mondo del lavoro: comprendere il contesto, costruire connessioni ed opportunità di collaborazione.
- **I diversi contesti formativi:** tirocini, apprendistato, botteghe scuola, percorso duale, alternanza scuola-lavoro; strumenti e strategie per favorire integrazione e complementarietà tra formazione a scuola e sul lavoro.
- **Osservazione del sistema professionale e previsione di scenari** futuri per elaborare piani d'azione efficaci nei processi di apprendimento di collaboratori, tirocinanti e apprendisti.
- Immaginare il futuro della propria attività condividendo valori, procedure e processi con le nuove generazioni.
- **Valori e identità del Maestro Artigiano/Professionale:** il valore sociale della formazione e l'apprendimento come processo reciproco.

2.2 CURARE LA RELAZIONE COME STRATEGIA DI TRASMISSIONE DEL MESTIERE –16 ORE

Obiettivo

Sviluppare competenze relazionali e di intelligenza emotiva per instaurare relazioni educative efficaci con apprendisti e collaboratori, facilitando apprendimento, motivazione e crescita professionale.

Contenuti

- Costruire una **relazione di fiducia** reciproca tra maestro e persona in formazione: ruoli, comunicazione strategica, valorizzazione e potenziamento delle risorse.
- **Sviluppo delle competenze di intelligenza emotiva** come strumento per la gestione evolutiva dell'impresa e dei rapporti formativi.
- **Riconoscere e gestire le diversità**, affrontare i conflitti e trasformarli in esperienze di apprendimento attraverso il lavoro di gruppo.
- **Favorire la definizione di un progetto** di crescita personale e professionale: strumenti per sostenere motivazione, apprendimento e validazione delle competenze tecniche e trasversali.

2.3 PROGETTARE, ATTUARE E VALUTARE PERCORSI DI APPRENDIMENTO – 16 ORE

Obiettivo

Acquisire strumenti operativi per selezionare persone in formazione, progettare percorsi formativi personalizzati, attuare interventi educativi efficaci e valutare apprendimenti e progressi.

Contenuti

- **Criteri e metodi per selezionare** tirocinanti e apprendisti; gestione del colloquio di selezione.

- Come **progettare e strutturare un intervento formativo** (individuale o di gruppo) tenendo conto della diversità dei contesti e facilitando lo scambio tra mondo professionale e scolastico.
- **Preparazione e progettazione di materiali funzionali all'intervento:** assecondare lo stile di apprendimento (visivo, cinestesico verbale, uditivo) delle persone in formazione, riconoscerlo e saper adeguare i materiali didattici formativi.
- **Metodi e tecniche per la trasmissione dei gesti tecnici** con attenzione alla relazione per un apprendimento significativo e life long learning.
- **Progettazione di piani formativi personalizzati:** obiettivi, tempi, metodi, strategie, monitoraggio e valutazione.
- **Monitoraggio degli apprendimenti:** osservare, valutare e trasformare i processi di apprendimento in esperienze di crescita.
- **Coordinare e gestire le logiche del sistema:** creare continuità tra formazione scolastica e professionale per accompagnare con coerenza il soggetto in formazione.

3. AREA TECNICO-PROFESSIONALE

3.1 TAGLIO WOMEN AND MEN – 16 ORE

Obiettivo

Acquisire padronanza tecnica e stilistica nel taglio femminile e maschile, comprendendo principi, proporzioni, geometrie e metodi per realizzare e trasmettere nuovi look contemporanei.

Contenuti

- Tecniche di taglio femminili e maschili e uso degli strumenti
- Struttura del capello, ricadute e adattamento alla morfologia.
- Protocolli operativi e sequenze di lavoro replicabili.
- Interpretazione della richiesta del cliente e traduzione in progetto di taglio.
- Sviluppo della componente maschile

3.2 COLORAZIONE E DECOLORAZIONE – 16 ORE

Obiettivo

Approfondire tecniche e protocolli di colorazione e decolorazione attraverso la comprensione di pigmenti, profondità, riflessi e neutralizzazioni per personalizzare il servizio colore in base alla persona e alle tendenze.

Contenuti

- Fondamenti di colorimetria e tecniche di applicazione
- Decolorazione: protocolli, tempi, controlli, sicurezza.
- Neutralizzazione dei pigmenti indesiderati.
- Scelta del prodotto in base al risultato atteso e alla salute del capello.
- Collegamento tra tecnica colore e armocromia (principi di estetica del colore).

3.3 UPDO E ACCONCIATURE – 16 ORE

Obiettivo

Sviluppare competenze nella realizzazione di acconciature e raccolti, comprendendo struttura, volume, fissaggio e creatività necessari a proporre look attuali e tecnicamente impeccabili.

Contenuti

- Analisi della forma e costruzione della base dell'acconciatura.
- Tecniche di raccolto ed uso di strumenti
- Protocolli di realizzazione replicabili
- Adattamento alle diverse tipologie di capello.
- Coerenza estetica tra volto, occasione, look e outfit.

3.4 ARRICCIATURA E MOVIMENTO – 16 ORE

Obiettivo

Apprendere metodologie e strumenti per creare movimento, volume e texture contemporanee, sviluppando sensibilità tecnica ed estetica.

Contenuti

- Tecniche di arricciatura
- Analisi della struttura del capello e risposta ai trattamenti termici.
- Creazione di onde morbide, onde struttura, curve e volumi.
- Protocolli di esecuzione e gestione dei tempi.
- Gestione della durata dell'acconciatura e dei fissaggi.

3.5 MOODBOARD, RICERCA MODA ED ARMOCROMIA – 40 ORE

Obiettivo

Sviluppare la capacità di **raccogliere stimoli, analizzare trend, costruire moodboard** e tradurre le ispirazioni in proposte tecniche reali. Utilizzare i principi base di armocromia e armonia estetica per progettare look personalizzati basati su forma, colore e stile della persona.

Contenuti

- Ricerca di tendenze, immagini, materiali, palette colori.
- Costruzione della moodboard tematica.
- Interpretazione estetica e traduzione in progetto tecnico.
- Connessione tra estetica, comunicazione visiva e proposta professionale.
- Analisi dei sottotoni, stagioni cromatiche e contrasti.
- Scelta del colore per valorizzare incarnato, occhi e stile personale.
- Connessione tra taglio, colore, volume e percezione estetica.
- Metodo per integrare l'armocromia nella consulenza professionale.

3.6 CONSULENZA D'IMMAGINE - 32 ORE

Obiettivo

Accompagnare i partecipanti a sviluppare le competenze teoriche e pratiche della consulenza d'immagine, imparando a utilizzare metodi e strumenti contemporanei per valorizzare l'identità estetica del cliente.

Contenuti

- Principi, metodi e strumenti della consulenza d'immagine nella contemporaneità.
- Scelta di servizi funzionali all'armonia dei movimenti, forme e colori.
- Il processo della consulenza d'immagine applicata alle varie tipologie di clienti.
- Ritualità di benessere per capelli e cute nell'ottica di creare un'area beauty spa per trattamenti con metodologie di analisi scelte e applicazione di prodotti (zona lavaggi).

3.7 DESIGN E COMFORT DEL SALONE - 8 ORE

Obiettivo

Accompagnare alla progettazione consapevole di un salone, comprendendo come spazi, ergonomia, materiali, luci e tecnologie influenzino l'esperienza del cliente e l'efficienza del lavoro. Il modulo

integra un approccio architettonico e narrativo, favorendo una visione professionale e progettuale del salone.

Contenuti

- Interpretare la pianta del salone e individuare le aree funzionali (accoglienza, attesa, lavaggio, taglio, colore, area tecnica, deposito).
- Altezza delle postazioni, distanze, movimenti corretti per ridurre il carico fisico.
- Scelta e disposizione delle attrezzature in funzione del lavoro.
- Materiali più adatti: durabilità, manutenzione, igiene, sostenibilità.
- Studio delle luci per taglio, colore, styling (temperature, intensità, direzionalità).
- Analisi di tecnologie integrate: illuminazione smart, specchi intelligenti, sistemi di prenotazione e gestione.
- Acustica e climatizzazione: comfort percepito.
- Sostenibilità energetica e gestione dei consumi.

3.8 IL SALONE VERSO OBIETTIVI DI SOSTENIBILITA' - 8 ORE

Obiettivo

Il modulo permette di valutare l'impatto delle proprie scelte professionali e costruire soluzioni operative per rendere il salone più sostenibile, competitivo e in linea con le richieste del mercato.

Contenuti

- La sostenibilità nel salone di acconciatura: pratiche di lavoro virtuose, attenzioni per le persone e i clienti, utilizzo di materiali e prodotti ecosostenibili, scelte degli ambienti, uso di fonti rinnovabili e altre azioni.
- Il valore della sostenibilità per il mercato e per l'azienda "Leggere le etichette": come interpretare e valutare i componenti presenti nei prodotti.
- Laboratorio di soluzioni sostenibili rielaborazioni delle informazioni raccolte e valutazione per un orientamento più sostenibile del salone.

METODOLOGIA

Tutti e tre le aree adottano una metodologia **fortemente laboratoriale ed esperienziale**, centrata sulla valorizzazione dell'esperienza professionale dei partecipanti come punto di partenza del processo formativo. Ogni area **integra momenti di teoria guidata, simulazioni ed esercitazioni pratiche**, in modo da favorire l'apprendimento attraverso il fare e la riflessione sulle proprie pratiche gestionali. Le attività sono progettate per stimolare il confronto tra pari, la condivisione di casi reali e la costruzione di soluzioni operative personalizzate per il proprio salone. L'approccio didattico privilegia il **learning by doing, in cui i concetti di strategia, analisi economico-finanziaria e comunicazione vengono tradotti in strumenti immediatamente applicabili**.

Ogni partecipante è accompagnato nell'elaborazione del proprio piano di sviluppo d'impresa, con **momenti di coaching** dedicati e con esercitazioni che riproducono situazioni decisionali concrete. Il percorso mira così a trasformare l'esperienza pregressa in competenza consapevole, promuovendo autonomia, capacità di analisi e visione imprenditoriale evoluta, da mettere a terra nel proprio salone.

SCHEMA RIASSUNTIVO DEI MODULI FORMATIVI E DURATA COMPLESSIVA DEL PERCORSO

n. modulo	percorso formativo - MAESTRO ARTIGIANO e MAESTRO PROFESSIONALE ACCONCIATORE	N.ore
1.	AREA GESTIONE D'IMPRESA	
1.1	SCENARI DI MERCATO E STRATEGIE AZIENDALI	24
1.2	PROCESSI ORGANIZZATIVI E CULTURA AZIENDALE	16
1.3	COMPETENZE RELAZIONALI E COMUNICAZIONE	16
1.4	MARKETING, WEB MARKETING E PROMOZIONE DEL BRAND	24
1.5	GESTIONE ECONOMICO FINANZIARIA DELL'IMPRESA	32
		112
2.	AREA INSEGNAMENTO DEL MESTIERE	
2.1	LA TRASMISSIONE DEI SAPERI IN UN CONTESTO CHE CAMBIA	16
2.2	CURARE LA RELAZIONE COME STRATEGIA DI TRASMISSIONE DEL MESTIERE	16
2.3	PROGETTARE, ATTUARE E VALUTARE PERCORSI DI APPRENDIMENTO	16
		48
3.	AREA TECNICO PROFESSIONALE	
3.1	TAGLIO WOMEN AND MAN	16
3.2	COLORAZIONE E DECOLORAZIONE	16
3.3	UPDO E ACCONCIATURE	16
3.4	ARRICCIATURA E MOVIMENTO	16
3.5	MOODBOARD, RICERCA MODA ED ARMOCROMIA	40
3.6	CONSULENZA DI IMMAGINE	32
3.7	DESIGN E COMFORT DEL SALONE	8
3.8	IL SALONE VERSO OBIETTIVI DI SOSTENIBILITA'	8
		152
	TOTALE COMPLESSIVO	312