



A.N.E.P.
Consejo de Educación Técnico Profesional
(Universidad del Trabajo del Uruguay)

ESQUEMA DE DISEÑO CURRICULAR

DEFINICIONES	
Tipo de Curso	Capacitación Profesional Básica
Orientación	Fragancias
Perfil de Ingreso	Egresados de Primaria Completa y 15 años
Duración	20 hs
Perfil de Egreso	Las competencias adquiridas en este curso le permitirán al egresado: <ul style="list-style-type: none">- Conocer los diferentes tipos de fragancias, su concentración, y los factores que alteran el mismo.- Saber en qué consiste la elaboración de un perfume- Clasificarlos según sus componentes- Recomendar en forma exitosa un perfume
Crédito Educativo	Capacitación Profesional Básica en Fragancias
Certificación	Certificado



A.N.E.P.

**Consejo de Educación Técnico Profesional
(Universidad del Trabajo del Uruguay)**

	DESCRIPCIÓN	CÓDIGO
TIPO DE CURSO	CAPACITACIÓN PROFESIONAL BÁSICA	058
PLAN	2007	2007
ORIENTACIÓN	FRAGANCIAS	712
SECTOR DE ESTUDIOS	BELLEZA	17
AÑO	ÚNICO	00
MÓDULO	N/C	00
ÁREA DE ASIGNATURA	FRAGANCIAS	419
ASIGNATURA	FRAGANCIAS	3296
ESPACIO CURRICULAR	N/C	N/C

TOTAL DE HORAS/CURSO	
DURACIÓN DEL CURSO	20 hs.
DISTRIB. DE HS /SEMANALES	

FECHA DE PRESENTACIÓN	15.4.11
FECHA DE APROBACIÓN	Exp 1472/11 11.5.11
RESOLUCIÓN CETP	Res 808/11 Acta 38

**PROGRAMA PLANEAMIENTO EDUCATIVO
ÁREA DISEÑO Y DESARROLLO CURRICULAR**

FUNDAMENTACIÓN

El olfato fue en la antigüedad la habilidad principal del hombre para relacionarse con el medio ambiente y con el medio social; alimentarse, reproducirse y defenderse de peligros.

Con la evolución, según la teoría, el humano se irguió ampliando su campo visual y alejándose del suelo, donde se concentran las partículas olfativas. Comenzó a agudizar el sentido de la vista hasta que éste se volvió el más importante para su vida.

Dejados de lado, los olores quedaron como mensajes misteriosos, disparadores de sensaciones y reacciones casi inexplicables. Tal vez esto se deba a que el estímulo odorífero tiene una ruta neurológica directa hasta el bulbo olfativo, en el sistema límbico cerebral, donde se cree, radican los sentimientos, los afectos, la emotividad.

Ello explicaría el gusto del hombre por el perfume y la importancia que le da cotidianamente. Está en cosméticos y limpiadores, se aplica en el cuerpo, la ropa, en el ambiente, y hasta en los aires acondicionados. Incluso los alimentos caseros y envasados tienen aromatizantes.

Así, la industria de perfumes y sabores se diversifica constantemente y ofrece nuevas propuestas.

OBJETIVOS

Esta capacitación desarrolla el tema de la composición, clasificación y características de los perfumes. Descubre por qué los seres humanos usamos perfumes; cuales han sido las causas y la utilidad de los perfumes desde la antigüedad. En qué consiste la elaboración de un perfume, y cuáles son las claves para conseguir un perfume de calidad, los distintos tipos de perfumes y la forma adecuada para recomendar exitosamente un perfume.

Objetivos específicos

Al finalizar la capacitación el alumno será capaz de:

- Conocer los diferentes tipos de fragancias, su concentración, y los factores que alteran el mismo.
- Saber en qué consiste la elaboración de un perfume
- Clasificarlos según sus componentes
- Recomendar en forma exitosa un perfume

PERFIL DE INGRESO

15 años – Primaria completa

CRÉDITO EDUCATIVO

Certificación Constancia de asistencia

CONTENIDOS

1 – INTRODUCCIÓN A LA MATERIA

- 1.1 – Requisitos y objetivos del curso.

2 – EL PERFUME EN LA HISTORIA

- 2.1 El perfume en la antigüedad
- 2.2 De la Edad media a los clásicos
- 2.3 El siglo de las Luces
- 2.4 Nacimiento de la fragancia moderna
- 2.5 El perfume en la actualidad

3 – COMPONENTES DEL PERFUME

- 3.1 Materias primas de origen animal
- 3.2 Materias primas de origen vegetal
- 3.3 Materias primas sintéticas

4 - PROCEDIMIENTOS DE FABRICACIÓN

- 4.1 Enflorado en frío y en calor.
- 4.2 Destilación
- 4.3 Extracción con disolventes volátiles
- 4.4 La presión en frío
- 4.5 Fórmula: Maceración y Acondicionamiento

5 - CLASIFICACIÓN DE LOS PERFUMES

- 5.1 Familia olfativa
 - 5.1.1 Nota olfativa
- 5.2 Familia de las notas Frutales
- 5.3 Familia de las notas Hespérides
- 5.4 Familia de las notas Florales
 - 5.4.1 Sub familia bouquet
- 5.5 Familia de las notas Chipre
- 5.6 Familia de las notas amaderadas-maderables
- 5.7 Familia de las notas orientales
- 5.8 Familia de las notas cueros
- 5.9 Familia de las notas fougere

6 - CARACTERÍSTICAS DE UN PERFUME

- 6.1 Tenacidad, sustentividad, volatilidad.
- 6.2 La estructura olfativa
 - 6.2.1 Notas de cabeza
 - 6.2.2 Notas de corazón
 - 6.2.3 Notas de fondo
- 6.3 Concentración
 - 6.3.1 Perfume
 - 6.3.2 Eau de Parfum
 - 6.3.3 Eau de Toilette
 - 6.3.4 Eau Fraiche
 - 6.3.5 Eau de Cologne
 - 6.3.6 Lociones refrescantes
 - 6.3.7 Agua de Rosas

7 FACTORES QUE ALTERAN LA FRAGANCIA

- 7.1 Fatiga olfativa
- 7.2 Clima
- 7.3 Uso de otros productos cosméticos
- 7.4 Estado físico-salud
- 7.5 Actividades diarias
- 7.6 Tipo de piel
- 7.7 Transpiración- sudoración
- 7.8 Edad del Perfume

8 TECNICISMOS DEL PERFUMISTA

- 8.1 Glosario del Comité Francés del Perfume

PROPUESTA METODOLÓGICA

Se impartirán clases magistrales para los contenidos teóricos fundamentalmente, y para el resto de contenidos la metodología será activa y participativa implicando al alumno en la resolución de ejercicios prácticos y fomentando así su reflexión-acción exponiéndole experiencias concretas, fomentando su aprendizaje activo.

Sugerencias de actividades:

- Generar un rol activo del alumno frente a la realidad que ha de aprender.
- Propiciar el espíritu de búsqueda e investigación.
- Dejar margen a la creatividad.
- Promover la participación individual y grupal, desarrollando actitudes de cooperación, respeto, comunicación, organización.
- Vincular los contenidos con ejemplos y demostraciones prácticas, que incidan en el logro de los objetivos.
- Incentivar la actualización profesional permanente, relacionando el proceso evolutivo (los cambios permanentes a través del tiempo)
- Usar recursos pedagógicos que posibiliten atender aspectos importantes del proceso enseñanza-aprendizaje, tales como: textos, obras de teatro, TV, cine, transparencias, láminas, videos, programas de ordenadores, centros de estética, exposiciones afines.

EVALUACIÓN

La evaluación tendrá como finalidad comprobar los logros obtenidos en el proceso enseñanza-aprendizaje.

Contemplará: conocimientos y destrezas adquiridos, aptitudes y actitudes alcanzadas por el alumno.

Se regirá por el REPAG vigente.

BIBLIOGRAFÍA

- | | |
|---------------------------------------|---|
| CHASTRETTE Maurice | L'art des parfum,
Hachette, |
| COMITÉ FRANÇAIS
DU PERFUM | Classification des parfum. 1990 |
| COLETTE FELLOUS | Guerlain
Denoel 1987 |
| SYLVIE GIRARD | Le livre du parfum
Messidor 1990 |
| FRANCOIS GIROUD | Christian Dior
Editions du Regard 1987 |
| JACQUELINE
DEMORNEX | Lancome
Editions du regard 1985 |
| MAURICE MAURIN
JEAN-FRANCOIS BLAYN | Dictionnarire du langage parfumé
Editions Quarante Huit Publicité 1993 |
| MARIE-FRANCEPOCHNA | Nina Ricci
Editions du Regard 1992 |
| PAUL MORAND | Chanel
Hermann 1976 |
| MEREDITH
ETHERINGTON-SMITH | Patou
Denoel 1987 |
| EUGENE RIMMEL | Le livre des parfums
Les Editions 1990, 1990 |

EQUIPAMIENTO

Los Free shops proporcionan los materiales correspondiente.