



ORTHOS

ESCUELA DE FITNESS Y TÉCNICAS MANUALES

DIPLOMA

El Director Académico de Orthos hace constar que

IVAN AGUADO CRUZ

con DNI

52016290L

ha realizado en este centro los estudios del Curso de

Programa Avanzado en Personal Training

La duración total de la formación es de


125 h

Y para que conste a todos los efectos, firma el presente

2 de septiembre de 2021



Miembros fundadores
Europe active


Santiago Jacomet Carrasco
Director Académico

Registro: 510459/22204/2020-21

Estos estudios son de formación no reglada (continuada u ocupacional) tal como se contempla en el marco de la Ley 5/2002 de las Cualificaciones y de la Formación Profesional



**ALUMNI
COMMUNITAS**
MIEMBRO DIPLOMADO

PROGRAMA AVANZADO EN PERSONAL TRAINING

DURACIÓN: 125 horas

OBJETIVO GENERAL

- Diseñar y dirigir sesiones de entrenamiento personal con un objetivo de acondicionamiento físico individualizado. Enseñar y dinamizar actividades básicas de acondicionamiento físico.
- Planificar y dirigir entrenos con una atención personalizada y ajustada a las necesidades de cada usuario.
- Gestionar (por cuenta propia o integrado en una instalación deportiva) una cartera de clientes, estableciendo relaciones de confianza con ellos.
- Usar los nuevos conocimientos, aplicaciones y tendencias en el campo de la gestión y la tecnología aplicadas a la técnica de entreno.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Teórico/prácticos

- Evaluar las capacidades funcionales para poder establecer y hacer un seguimiento de los objetivos. Diseñar los objetivos a conseguir
- Reconocer las contraindicaciones del ejercicio físico y las limitaciones de la persona a la que se dirige. Adecuar los ejercicios a los diferentes niveles y características de cada persona. Vigilar la correcta ejecución de los ejercicios
- Orientar sobre composición corporal, hábitos dietéticos, suplementos y complementos nutricionales a los usuarios
- Crear un modelo de actividad física deportivo y en base a él, planificar, programar y periodizar un periodo. Evaluar la programación
- Elaborar sesiones de trabajo que se ajusten a la planificación. Programar las sesiones según los objetivos establecidos
- Utilizar técnicas psicológicas para la mejora de la atención al cliente.
- Utilizar técnicas de marketing relacional para la mejora y promoción del servicio.

PROGRAMA

Medicina y Tecnología

COACHING. Sesiones de 8 h. sobre herramientas de comunicación (16 h.)

- Aprender y detectar los sistemas de comunicaciones del cliente a través del lenguaje verbal y no verbal (representaciones y sincronización con el lenguaje del cliente). Patrones para generar confianza que facilite la fidelización del cliente ("rapport" y técnicas comunicativas de sugestión).
- Acompañamiento, guía, carisma y motivación. Diseñar objetivos motivadores y asequibles para el cliente (visualización, orientación experiencial, temporal). Analizar y resolver dificultades que se pueden presentar para alcanzar sus propios objetivos (submodalidades, estados de excelencia).

VALORACIÓN INTEGRAL (12 h.)

- Valoración del estado de salud y determinación de riesgo y seguridad en el ejercicio. Enfermedades y medicamentos más comunes entre la población general. Factores de riesgo. Ficha de observación y principales datos de seguimiento. Protocolo de actuación en la 1ª visita a un cliente.
- Valoración del nivel de Fitness: estudio de las capacidades funcionales. Pruebas de evaluación de la condición física. Pruebas de esfuerzo. Resultados y aplicación al cálculo de la intensidad del ejercicio. Test's de fuerza.
- Valoración estructural y postural: estudio de la estructura corporal. Inspección del usuario en tres dimensiones. Postura: alineación, eje de alineación y referencias corporales. Valoración del ROM de las articulaciones y restricciones al movimiento. Valoración del balance muscular.

COMPETENCIAS TÉCNICAS DEL PERSONAL TRAINER (44 h.)

- Entrenamiento del ROM. Barrera al movimiento en tejidos blandos. Sensación de barrera: tipos. Sensación de liberación de barrera. Estiramientos musculares y ampliación del rango de movimiento. Analíticos y globales.

BASES DEL ENTRENAMIENTO Y CUALIDADES FÍSICAS

- BASES DEL ENTRENAMIENTO. La carga (intensidad, volumen y descanso). Dinámica de carga. Teoría del entrenamiento. La Adaptación. Teoría del Umbral. Teoría del Estrés. La Sobrecompensación. La "mala" adaptación (fatiga y sobreentrenamiento).
- LA PLANIFICACIÓN. Objetivos. Ventajas. Teoría de la planificación: tradicional y contemporánea. Estructura, características y ventajas. Ejemplos.
- LA PROGRAMACIÓN. Interacción de las capacidades físicas. LA EVALUACIÓN: Herramienta de adicción al ejercicio físico. PRÁCTICAS.
- Trabajo cardiovascular. Alternativas y adaptaciones de la actividad, duración e intensidad para aplicarlo en los entrenamientos personales. PRÁCTICAS de control de la intensidad.
- Entrenamiento de la fuerza para el Personal Trainer. Diferentes tipos de fuerza. Medios de entrenamiento de la fuerza en diferentes ámbitos. Determinación de la intensidad del entrenamiento. Entrenamiento de cada tipo de fuerza en función de la intensidad del entrenamiento.
- Entrenamiento de la fuerza por medio de resistencias manuales. Ventajas e inconvenientes. Relación e indicaciones al cliente. PRÁCTICAS de ejercicios para diferentes grupos musculares.

PRESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD FÍSICA PARA POBLACIONES ESPECIALES

- Embarazo: cambios fisiológicos y del aparato locomotor. Precauciones y contraindicaciones. Intensidades de trabajo. CASOS PRÁCTICOS
- Obesidad y enfermedades metabólicas. Obesidad: causas, diseño de programas. Diabetes y ejercicio. Cardiopatas, hipertensos y alteraciones del perfil lipídico. Factores de riesgo y beneficios de la AF. Prescripción del ejercicio. Tabaquismo y EPOC. Prescripción del ejercicio. CASOS PRÁCTICOS
- Artrosis y enfermedades degenerativas del aparato locomotor. Desequilibrios musculares. Osteoporosis. Fibromialgia. Prescripción del ejercicio,
- Adaptación de los ejercicios a los dolores de espalda. Origen del dolor de espalda. Anatomía y biomecánica. Herramientas de trabajo

ESTRATEGIAS BÁSICAS DE MARKETING (12 h.)

- Objetivo de Marketing de una instalación. Posicionamiento, segmentación, marketing mix, comunicación. El servicio de PT: visión, herramienta de retención e ingresos adicionales. Exigencias de la instalación: ratios de conversión (1ª visita/ventas, interacción y ventas,...). Proyecciones de negocio (objetivos y estrategias): canal, promociones y comunicación. Ratios de análisis: rentabilidad por franja horaria, por PT, etc.
- Las herramientas de trabajo del entrenador personal. Oportunidades de venta: 1ª visita, interacción y socios interesados. Proceso de venta en dos situaciones: conocedor vs. no conocedor. Los seis pasos de la venta. Role Play. Revisión del proceso de atención al cliente en todas sus etapas y uso de cada módulo del curso para la actividad profesional del PT

TRABAJO FINAL DE CURSO (40 h.)