

## I. DISPOSICIONES GENERALES

### CONSELLERÍA DE CULTURA, EDUCACIÓN Y ORDENACIÓN UNIVERSITARIA

*DECRETO 45/2016, de 31 de marzo, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.*

El Estatuto de autonomía de Galicia, en su artículo 31, determina que es de competencia plena de la Comunidad Autónoma de Galicia la regulación y la administración de la enseñanza en toda su extensión, niveles y grados, modalidades y especialidades, en el ámbito de sus competencias, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 27 de la Constitución y en las leyes orgánicas que, conforme al apartado primero de su artículo 81, lo desarrollen, de las facultades que atribuye al Estado el número 30 del apartado 1 del artículo 149 de la Constitución, y de la alta inspección precisa para su cumplimiento y su garantía.

La Ley orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las cualificaciones y de la formación profesional, tiene por objeto la ordenación de un sistema integral de formación profesional, cualificaciones y acreditación que responda con eficacia y transparencia a las demandas sociales y económicas a través de las modalidades formativas.

En el artículo 10, apartados 1 y 2, de dicha ley se establece que la Administración general del Estado, de conformidad con lo que se dispone en el artículo 149.1, 30ª y 7ª de la Constitución española, y previa consulta al Consejo General de Formación Profesional, determinará los títulos de formación profesional y los certificados de profesionalidad que constituirán las ofertas de formación profesional referidas al Catálogo nacional de cualificaciones profesionales, cuyos contenidos podrán ampliar las administraciones educativas en el ámbito de sus competencias.

En el artículo 8.1 se establece, asimismo, que los títulos de formación profesional y los certificados de profesionalidad tendrán carácter oficial y validez en todo el territorio del Estado y serán expedidos por las administraciones competentes.

La Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación, establece en su capítulo V de su título I los principios generales de la formación profesional inicial y dispone en el artículo 39.6 que el Gobierno, previa consulta a las comunidades autónomas, establecerá las titulaciones correspondientes a los estudios de formación profesional, así como los aspectos básicos del currículo de cada una de ellas.



La Ley 2/2011, de 4 de marzo, de economía sostenible, y la Ley orgánica 4/2011, de 11 de marzo, complementaria de la Ley de economía sostenible, introdujeron modificaciones en la Ley orgánica 5/2002, de 19 de junio, y en la Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, en el marco legal de las enseñanzas de formación profesional, que pretendieron, entre otros aspectos, adecuar la oferta formativa a las demandas de los sectores productivos.

A su vez, la Ley orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa, modificó la Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, en aspectos relativos al procedimiento de acceso y admisión a las enseñanzas de formación profesional, y también desde estas enseñanzas a los estudios universitarios de grado.

El Real decreto 1147/2011, de 29 de julio, establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, tomando como base el Catálogo nacional de cualificaciones profesionales, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social.

En su artículo 8 establece que las administraciones educativas, en el ámbito de sus competencias, establecerán los currículos correspondientes ampliando y contextualizando los contenidos de los títulos a la realidad socioeconómica del territorio de su competencia y respetando su perfil profesional.

El Decreto 114/2010, de 1 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo de Galicia, determina en sus capítulos III y IV, dedicados al currículo y a la organización de las enseñanzas, la estructura que deben seguir los currículos y los módulos profesionales de los ciclos formativos en la Comunidad Autónoma de Galicia.

Publicado el Real decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa y se fijan sus enseñanzas mínimas, y de acuerdo con su artículo 10.2, corresponde a la consellería con competencias en materia de educación establecer el currículo correspondiente en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Galicia.

Con arreglo a lo anterior, este decreto desarrolla el currículo del ciclo formativo de formación profesional de grado superior correspondiente al título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa. Este currículo adapta la nueva titulación al campo profesional y de trabajo de la realidad socioeconómica gallega y a las necesidades de cualificación del sector productivo en cuanto a especialización y polivalencia, y posibilita una inserción laboral inmediata y una proyección profesional futura.



A estos efectos, y de acuerdo con lo establecido en el citado Decreto 114/2010, de 1 de julio, se determinan la identificación del título, su perfil profesional, el entorno profesional, la prospectiva del título en el sector o en los sectores, las enseñanzas del ciclo formativo, la correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación, convalidación o exención, así como los parámetros del contexto formativo para cada módulo profesional en lo que se refiere a espacios, equipamientos, titulaciones y especialidades del profesorado, y sus equivalencias a efectos de docencia.

Asimismo, se determinan los accesos a otros estudios, las modalidades y las materias de bachillerato que facilitan la conexión con el ciclo formativo, las convalidaciones, exenciones y equivalencias, y la información sobre los requisitos necesarios según la legislación vigente para el ejercicio profesional, cuando proceda.

El currículo que se establece en este decreto se desarrolla teniendo en cuenta el perfil profesional del título a través de los objetivos generales que el alumnado debe alcanzar al finalizar el ciclo formativo y los objetivos propios de cada módulo profesional, expresados a través de una serie de resultados de aprendizaje, entendidos como las competencias que deben adquirir los alumnos y las alumnas en un contexto de aprendizaje, que les permitirán conseguir los logros profesionales necesarios para desarrollar sus funciones con éxito en el mundo laboral.

Asociada a cada resultado de aprendizaje, se establece una serie de contenidos de tipo conceptual, procedimental y actitudinal redactados de manera integrada, que proporcionarán el soporte de información y destreza precisos para lograr las competencias profesionales, personales y sociales propias del perfil del título.

En este sentido, la inclusión del módulo de Formación en centros de trabajo posibilita que el alumnado complete la formación adquirida en el centro educativo mediante la realización de un conjunto de actividades de producción y/o de servicios, que no tendrán carácter laboral, en situaciones reales de trabajo en el entorno productivo del centro, de acuerdo con las exigencias derivadas del Sistema nacional de cualificaciones y formación profesional.

El módulo de Proyecto que se incluye en el ciclo formativo de grado superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa permitirá integrar de forma global los aspectos más relevantes de las competencias profesionales, personales y sociales características del título que se han abordado en el resto de los módulos profesionales, con aspectos relativos al ejercicio profesional y a la gestión empresarial.



La formación relativa a la prevención de riesgos laborales dentro del módulo de Formación y orientación laboral aumenta la empleabilidad del alumnado que supere estas enseñanzas y facilita su incorporación al mundo del trabajo al capacitarlo para llevar a cabo responsabilidades profesionales equivalentes a las que precisan las actividades de nivel básico en prevención de riesgos laborales, establecidas en el Real decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los servicios de prevención.

De acuerdo con el artículo 10 del citado Decreto 114/2010, de 1 de julio, se establece la división de determinados módulos profesionales en unidades formativas de menor duración, con la finalidad de facilitar la formación a lo largo de la vida, respetando, en todo caso, la necesaria coherencia de la formación asociada a cada una de ellas.

En su virtud, a propuesta del conselleiro de Cultura, Educación y Ordenación Universitaria, en el ejercicio de la facultad otorgada por el artículo 34 de la Ley 1/1983, de 22 de febrero, reguladora de la Xunta y de su Presidencia, consultados el Consejo Gallego de Formación Profesional y el Consejo Escolar de Galicia, de acuerdo con el Consejo Consultivo y previa deliberación del Consello de la Xunta de Galicia, en su reunión del día treinta y uno de marzo de dos mil dieciséis,

DISPONGO:

#### CAPÍTULO I Disposiciones generales

##### Artículo 1. *Objeto*

El presente decreto tiene por objeto establecer el currículo que será de aplicación en la Comunidad Autónoma de Galicia para las enseñanzas de formación profesional relativas al título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, establecido por el Real decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

#### CAPÍTULO II Identificación del título, perfil profesional, entorno profesional y prospectiva del título en el sector o en los sectores

##### Artículo 2. *Identificación*

El título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa se identifica por los siguientes elementos:

– Denominación: Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.



- Nivel: formación profesional de grado superior.
- Duración: 2.000 horas.
- Familia profesional: Imagen Personal.
- Referente europeo: CINE-5b (Clasificación internacional normalizada de la educación).
- Nivel del Marco español de cualificaciones para la educación superior: nivel 1; técnico superior.

### Artículo 3. *Perfil profesional del título*

El perfil profesional del título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa se determina por su competencia general, por sus competencias profesionales, personales y sociales, así como por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo nacional de cualificaciones profesionales incluidas en el título.

### Artículo 4. *Competencia general*

La competencia general del título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa consiste en diseñar y organizar proyectos de asesoramiento en imagen personal, empresarial e institucional, organizar eventos y planificar los procesos de entrenamiento personal en habilidades de comunicación, protocolo y usos sociales, respetando criterios de calidad, seguridad, respeto por el medio ambiente y diseño universal.

### Artículo 5. *Competencias profesionales, personales y sociales*

Las competencias profesionales, personales y sociales del título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa son las que se relacionan:

- a) Dirigir y gestionar las actividades, organizando los recursos materiales, personales y técnicos.
- b) Analizar los cambios en la moda, adaptando las tendencias del mercado a las expectativas y a las necesidades de la clientela.
- c) Gestionar la documentación, utilizando las tecnologías de la información y de la comunicación.



- d) Identificar las necesidades de la clientela, analizando sus características y los requisitos.
- e) Entrenar a la clientela en habilidades de comunicación, elaborando un plan para la adquisición de noticias técnicas comunicativas.
- f) Asesorar en la organización de actos protocolarios y eventos, elaborando un proyecto y coordinando las actividades.
- g) Asesorar a las empresas para la creación de una imagen corporativa, interpretando sus solicitudes.
- h) Elaborar proyectos de cambio de imagen, controlando la calidad y la documentación relacionada.
- i) Asesorar y entrenar a la clientela en maquillaje, peluquería y estética, en función de lo requerido.
- j) Comercializar productos y servicios de imagen personal, utilizando técnicas de *marketing*.
- k) Realizar cambios de estilos a través del vestuario, asesorando sobre indumentaria y complementos.
- l) Guiar en la compra de vestuario, complementos y cosméticos, calibrando las necesidades de la clientela para cubrir sus expectativas.
- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su ámbito profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y de la comunicación.
- n) Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.
- ñ) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad y supervisar su desarrollo, manteniendo relaciones fluidas, asumiendo el liderazgo y aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.



o) Comunicarse con iguales, superiores, clientela y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información y los conocimientos adecuados y respetando la autonomía y la competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

p) Generar ámbitos seguros en el desarrollo de su trabajo y en el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y medioambientales de acuerdo con lo establecido por la normativa vigente y los objetivos de la empresa.

q) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad y de accesibilidad y diseño universales en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

r) Realizar la gestión básica para la creación y el funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional, con sentido de la responsabilidad social.

s) Ejercer los derechos y cumplir las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

Artículo 6. *Relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo nacional de cualificaciones profesionales incluidas en el título*

1. Cualificación profesional completa incluida en el título:

Asesoría integral de imagen personal, IMP395\_3 (Real decreto 327/2008, de 29 de febrero), que incluye las siguientes unidades de competencia:

UC1248\_3: realizar el estudio de la imagen personal para proponer proyectos de cambio personalizados.

UC1249\_3: asesorar a la clientela sobre cambios en su imagen personal mediante el cuidado y la transformación estética del cabello y del vello del rostro.

UC1250\_3: asesorar a la clientela sobre cambios en su imagen personal mediante cuidados estéticos.

UC1251\_3: asesorar a la clientela sobre cambios en su imagen personal mediante la indumentaria y los complementos.



UC1252\_3: asesorar a la clientela en las actuaciones de protocolo y usos sociales relacionados con la imagen personal.

UC1253\_3: asesorar a la clientela en técnicas de comunicación relacionadas con la imagen personal.

2. Cualificaciones profesionales incompletas:

a) Peluquería técnico-artística, IMP249\_3 (Real decreto 790/2007, de 15 de junio):

UC0793\_3: asesorar a la clientela sobre su imagen personal, mediante el cuidado y la transformación estética del cabello y del vello del rostro.

UC0795\_3: dirigir y gestionar las actividades desarrolladas en empresas de imagen personal.

b) Tratamientos capilares estéticos, IMP397\_3 (Real decreto 327/2008, de 29 de febrero):

UC0352\_2: asesorar y vender productos y servicios para la imagen personal.

Artículo 7. *Entorno profesional*

1. Las personas que obtengan el título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa pueden ejercer su actividad en empresas del sector de servicios dedicadas a la asesoría de imagen personal, corporativa y pública, o integrarse en equipos multidisciplinares de cualquier empresa, en departamentos de comunicación o *marketing*. De igual modo, pueden ejercer su actividad en establecimientos dedicados a la venta de vestuario, complementos y cosméticos, en donde desarrollarán tareas en las áreas funcionales de diseño de una nueva imagen personal, pública y corporativa, y en la organización y en la prestación de servicios. Actúan por cuenta propia, con un alto grado de autonomía, asumiendo labores de gestión y dirección, o bien por cuenta ajena, integrándose en un equipo de trabajo con personas de su mismo, inferior o superior nivel de cualificación.

2. Las ocupaciones y los puestos de trabajo más relevantes son los siguientes:

– Director/ora técnico/a y artístico/a en producciones audiovisuales, escénicas y de moda.

– Técnico/a de protocolo y ceremonial en instituciones públicas y privadas.





- Experto/a en etiqueta y usos sociales.
- Asesor/ora consultor/ora de estilismo en el vestir.
- Asesor/ora de estilos y tendencias.
- Asistente técnico/a de imagen política, cultural y artística.
- Asesor/ora en comercios de vestuario y complementos.
- Asesor/ora de imagen en medios audiovisuales y de moda.
- Técnico/a comercial.
- Asesor/ora consultor/ora de imagen corporativa.
- Experto/a en habilidades comunicativas.
- Técnico/a especialista en gabinetes de relaciones públicas.
- Técnico/a especialista en imagen en departamento de *marketing*.
- Director/ora de gabinete de asesoría de imagen.
- Consultor/ora asesor/ora de protocolo y organización de actos y eventos.
- Asesor/ora en la compra de vestuario, complementos, regalos y cosméticos.
- Asistente personal en el cuidado de la imagen.
- Organizador/ora de bodas (*wedding planner*).
- Asesor/ora de prensa especializada en imagen personal.

#### Artículo 8. *Prospectiva del título en el sector o en los sectores*

1. El concepto de imagen está evolucionando; no se limita a la belleza (peinado, maquillaje, cuidados estéticos, etc.), sino que se está ampliando al estilo (indumentaria, complementos y usos sociales) y, sobre todo, a la manera de comunicarse (habilidades comunicativas). El/la asesor/ora deberá integrar una identidad personal con la imagen.



2. El perfil profesional del título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa marca una evolución hacia las competencias relacionadas con la coordinación, la organización y la planificación de la imagen de las personas, de los colectivos y de las empresas. Se trata, por tanto, no sólo de asesoría sino de gestión de la imagen y de establecer el proceso para su puesta en práctica.

3. El ámbito laboral se amplía hacia tres campos de trabajo de asesoría de imagen: la personal, la corporativa y la pública.

4. El incremento de personas que consumen productos y servicios de imagen personal, la amplia oferta de las empresas relacionadas con la indumentaria, con la cosmética y con los regalos, entre otros, el carácter efímero y temporal de la moda, unido a los cambios en el proceso tradicional de compra, hace que surja la figura de guía de compra (*personal shopper*).

5. La evolución tecnológica de carácter digital que se ha producido a nivel mundial en los últimos años, principalmente en el ámbito de las telecomunicaciones, con el uso de internet, ha provocado un flujo adicional de información que deben aprovechar las empresas para generar valor añadido en la calidad de los servicios ofrecidos y un medio de comunicación con la clientela. Se demandan profesionales con un perfil profesional cada vez más cualificado, con conocimientos científico-tecnológicos y con capacidad para la organización y la planificación de procesos, que asuman funciones de calidad y que sean capaces de mantener un espíritu abierto a la innovación.

### CAPÍTULO III

#### Enseñanzas del ciclo formativo y parámetros básicos de contexto

##### Artículo 9. *Objetivos generales*

Los objetivos generales del ciclo formativo de grado superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa son los siguientes:

a) Identificar los recursos personales, materiales y técnicos, organizando las actividades de asesoría, para dirigir y gestionar los procesos.

b) Caracterizar la indumentaria, los estilos de peinado y maquillaje, la comunicación, etc., de los grupos sociales, e identificar los elementos que definen la imagen, para analizar la evolución de las tendencias.

c) Aplicar técnicas de archivo de la documentación utilizada y generada, seleccionando aplicaciones manuales, informáticas y documentales, para gestionar la base de información.



d) Aplicar técnicas de análisis, estudiando las características y los estilos de las personas usuarias, para identificar sus necesidades.

e) Analizar las técnicas de comunicación, seleccionando actividades para diseñar un plan de entrenamiento de habilidades comunicativas.

f) Interpretar las normas de protocolo, analizando los actos sociolaborales u oficiales, para realizar el asesoramiento en la organización de actos protocolarios y eventos.

g) Determinar los modelos de comportamiento y los usos sociales, caracterizando las normas del protocolo social, para realizar el asesoramiento en la organización de actos protocolarios y eventos.

h) Diseñar proyectos de organización de eventos, analizando la estructura de los actos sociales, empresariales y oficiales, para realizar el asesoramiento en la organización de actos protocolarios y eventos.

i) Realizar un manual de identidad corporativa, analizando las características de imagen de empresa, para elaborar el proyecto de imagen corporativa.

j) Diseñar modelos de propuestas y presupuestos, y describir sus fases, para realizar el proyecto.

k) Determinar los cuidados estéticos, de peluquería y de vestuario en relación con las características físicas y con los estilos personales, para desarrollar proyectos de cambio de imagen personal.

l) Realizar procesos de embellecimiento, con identificación de los requisitos técnicos, para entrenar en técnicas de maquillaje y cuidados estéticos.

m) Establecer pautas de asesoramiento en peluquería y en cuidado del vello del rostro, con identificación de los requisitos técnicos, para elaborar un plan de entrenamiento para el mantenimiento del nuevo estilo.

n) Identificar operaciones de venta y técnicas publicitarias y de *merchandising*, evaluando las características y las demandas del mercado, para comercializar productos y servicios de imagen personal.

ñ) Establecer pautas para asesorar en indumentaria, reconociendo y seleccionando las prendas, los tejidos, los accesorios y los complementos, para realizar cambios de estilo a través del vestuario.



o) Establecer el procedimiento de trabajo del guía de compra (*personal shopper*), identificando las fases para guiar en la compra de vestuario, complementos y cosméticos.

p) Analizar las líneas cosméticas, teniendo en cuenta la relación entre las propiedades de los cosméticos y las características cutáneas, para asesorar en la compra y en la aplicación de cosméticos y perfumes.

q) Analizar y utilizar los recursos y las oportunidades de aprendizaje que se relacionan con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector, así como las tecnologías de la información y de la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.

r) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presenten en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.

s) Tomar decisiones fundamentadas, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación, para afrontar y resolver situaciones, problemas o contingencias.

t) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y la coordinación de equipos de trabajo.

u) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se vayan a transmitir, a la finalidad y a las características de las personas receptoras, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

v) Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección medioambiental, y proponer y aplicar medidas de prevención personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar ámbitos seguros.

w) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias para dar respuesta a la accesibilidad y al diseño universales.

x) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y en las actividades que se realizan en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad, y ser capaz de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.

y) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.



z) Reconocer sus derechos y obligaciones como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar en la ciudadanía democrática.

aa) Analizar y valorar la participación, el respeto, la tolerancia y la igualdad de oportunidades, para desarrollar los valores del principio de igualdad de trato y no discriminación entre hombres y mujeres ni discriminación por ninguna otra condición ni circunstancia personal ni social, así como la prevención de la violencia de género y el conocimiento de la realidad homosexual, transexual, transgénero e intersexual.

#### Artículo 10. *Módulos profesionales*

Los módulos profesionales del ciclo formativo de grado superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, que se desarrollan en el anexo I, son los que se relacionan:

MP1071. Dirección y comercialización.

MP1181. Asesoría cosmética.

MP1182. Diseño de imagen integral.

MP1183. Estilismo en vestuario y complementos.

MP1184. Asesoría de peluquería.

MP1185. Protocolo y organización de eventos.

MP1186. Usos sociales.

MP1187. Asesoría estética.

MP1188. Habilidades comunicativas.

MP1189. Imagen corporativa.

MP1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa.

MP1191. Formación y orientación laboral.

MP1192. Empresa e iniciativa emprendedora.

MP1193. Formación en centros de trabajo.



### Artículo 11. *Espacios y equipamientos*

1. Los espacios y los equipamientos mínimos necesarios para el desarrollo de las enseñanzas del ciclo formativo de grado superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa son los establecidos en el anexo II.

2. Los espacios formativos establecidos respetarán la normativa sobre prevención de riesgos laborales, la normativa sobre seguridad y salud en el puesto de trabajo y cuantas otras normas sean de aplicación.

3. Los espacios formativos establecidos pueden ser ocupados por diferentes grupos de alumnado que cursen el mismo u otros ciclos formativos o etapas educativas.

4. No es preciso que los espacios formativos identificados se diferencien mediante cierres.

5. La cantidad y las características de los equipamientos que se incluyen en cada espacio deberán estar en función del número de alumnos y alumnas, y serán los necesarios y suficientes para garantizar la calidad de la enseñanza y la adquisición de los resultados de aprendizaje.

6. El equipamiento dispondrá de la instalación necesaria para su correcto funcionamiento, cumplirá las normas de seguridad y prevención de riesgos y cuantas otras sean de aplicación, y se respetarán los espacios o las superficies de seguridad que exijan las máquinas en funcionamiento.

### Artículo 12. *Profesorado*

1. La docencia de los módulos profesionales que constituyen las enseñanzas del ciclo formativo de grado superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa corresponde al profesorado del cuerpo de catedráticos y catedráticas de enseñanza secundaria, del cuerpo de profesorado de enseñanza secundaria y del cuerpo de profesorado técnico de formación profesional, según proceda, de las especialidades establecidas en el anexo III A).

2. Las titulaciones requeridas para acceder a los cuerpos docentes citados son, con carácter general, las establecidas en el artículo 13 del Real decreto 276/2007, de 23 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de ingreso, accesos y adquisición de nuevas especialidades en los cuerpos docentes a que se refiere la Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación, y se regula el régimen transitorio de ingreso a que se refiere la disposición transitoria decimoséptima de dicha ley. Las titulaciones equivalentes a las anteriores a efectos de docencia, para las especialidades del profesorado, son las recogidas en el anexo III B).



3. Las titulaciones requeridas para la impartición de los módulos profesionales que formen el título, para el profesorado de los centros de titularidad privada o de titularidad pública de otras administraciones distintas de las educativas, se concretan en el anexo III C).

La consellería con competencias en materia de educación establecerá un procedimiento de habilitación para ejercer la docencia, en el que se exigirá el cumplimiento de alguno de los siguientes requisitos:

a) Que las enseñanzas conducentes a las titulaciones citadas engloben los objetivos de los módulos profesionales.

b) Si dichos objetivos no estuvieran incluidos, además de la titulación deberá acreditarse mediante certificación una experiencia laboral de, por lo menos, tres años en el sector vinculado a la familia profesional, realizando actividades productivas en empresas relacionadas implícitamente con los resultados de aprendizaje.

#### CAPÍTULO IV

#### **Accesos y vinculación a otros estudios, y correspondencia de módulos profesionales con las unidades de competencia**

Artículo 13. *Preferencias para el acceso al ciclo formativo de grado superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa en relación con las modalidades y las materias de bachillerato cursadas*

Tendrá preferencia para acceder al ciclo formativo de grado superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa el alumnado que haya cursado la modalidad de bachillerato de Ciencias y Tecnología o la modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales.

Artículo 14. *Acceso y vinculación a otros estudios*

1. El título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa permite el acceso directo para cursar cualquier otro ciclo formativo de grado superior en las condiciones de admisión que se establezcan.

2. El título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa permite el acceso directo a las enseñanzas conducentes a los títulos universitarios de grado previa superación del procedimiento de admisión que se establezca.

3. A efectos de las convalidaciones entre el título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa y las enseñanzas universitarias de grado, la asignación de



créditos entre todos los módulos profesionales de este ciclo formativo es de 120 créditos ECTS, de conformidad con lo establecido en el artículo 14 del Real decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

#### Artículo 15. *Convalidaciones y exenciones*

1. Las convalidaciones entre los módulos profesionales de los títulos de formación profesional establecidos al amparo de la Ley orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de ordenación general del sistema educativo, y los módulos profesionales del título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa se establecen en el anexo IV.

2. Las personas que hayan superado el módulo profesional de Formación y orientación laboral, o el módulo profesional de Empresa e iniciativa emprendedora, en cualquiera de los ciclos formativos correspondientes a los títulos establecidos al amparo de la Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación, tendrán convalidados dichos módulos en cualquier otro ciclo formativo establecido al amparo de la misma ley.

3. Las personas que hayan obtenido la acreditación de todas las unidades de competencia incluidas en el título, mediante el procedimiento establecido en el Real decreto 1224/2009, de 17 de julio, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral, podrán convalidar el módulo de Formación y orientación laboral siempre que:

a) Acrediten, por lo menos, un año de experiencia laboral.

b) Estén en posesión de la acreditación de la formación establecida para el desempeño de las funciones de nivel básico de la actividad preventiva, expedida de acuerdo con lo dispuesto en el Real decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los servicios de prevención.

4. De acuerdo con lo establecido en el artículo 39 del Real decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, podrá determinarse la exención total o parcial del módulo profesional de Formación en centros de trabajo, por su correspondencia con la experiencia laboral, siempre que se acredite una experiencia relacionada con el ciclo formativo de grado superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, en los términos previstos en dicho artículo.

#### Artículo 16. *Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación, convalidación o exención*

1. La correspondencia de las unidades de competencia con los módulos profesionales que forman las enseñanzas del título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa para su convalidación o exención queda determinada en el anexo V A).





2. La correspondencia de los módulos profesionales que forman las enseñanzas del título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa con las unidades de competencia para su acreditación queda determinada en el anexo V B).

## CAPÍTULO V Organización de la impartición

### Artículo 17. *Distribución horaria*

Los módulos profesionales del ciclo formativo de grado superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa se organizarán por el régimen ordinario según se establece en el anexo VI.

### Artículo 18. *Unidades formativas*

1. Con arreglo al artículo 10 del Decreto 114/2010, de 1 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional en el sistema educativo de Galicia, y con la finalidad de promover la formación a lo largo de la vida y servir de referente para su impartición, se establece en el anexo VII la división de determinados módulos profesionales en unidades formativas de menor duración.

2. La consellería con competencias en materia de educación determinará los efectos académicos de la división de los módulos profesionales en unidades formativas.

### Artículo 19. *Módulo de Proyecto*

1. El módulo de Proyecto incluido en el currículo del ciclo formativo de grado superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa tiene por finalidad la integración efectiva de los aspectos más relevantes de las competencias profesionales, personales y sociales características del título que se hayan abordado en el resto de los módulos profesionales, junto con aspectos relativos al ejercicio profesional y a la gestión empresarial. Se organizará sobre la base de la tutoría individual y colectiva. La atribución docente corresponderá al profesorado que imparta docencia en módulos asociados a las unidades de competencia del ciclo formativo correspondiente, preferiblemente en los de segundo curso.

2. Se desarrollará previa evaluación positiva de todos los módulos profesionales de formación en el centro educativo, coincidiendo con la realización de una parte del módulo profesional de Formación en centros de trabajo, y se evaluará después de cursado éste al objeto de posibilitar la incorporación de las competencias adquiridas en él.



Disposición adicional primera. *Oferta en las modalidades semipresencial y a distancia del título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa*

La impartición de las enseñanzas de los módulos profesionales del ciclo formativo de grado superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa en las modalidades semipresencial o a distancia, que se ofrecerán únicamente por el régimen para las personas adultas, requerirá la autorización previa de la consellería con competencias en materia de educación, conforme al procedimiento que se establezca, y garantizará que el alumnado puede conseguir los resultados de aprendizaje de éstos, de acuerdo con lo dispuesto en este decreto.

Disposición adicional segunda. *Titulaciones equivalentes y vinculación con las capacitaciones profesionales*

1. El título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal establecido por el Real decreto 627/1995, de 21 de abril, surtirá los mismos efectos profesionales y académicos que el título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa establecido en el Real decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, y cuyo currículo desarrolla el presente decreto.

2. La formación establecida en este decreto en el módulo profesional de Formación y orientación laboral capacita para llevar a cabo responsabilidades profesionales equivalentes a las que precisan las actividades de nivel básico en prevención de riesgos laborales, establecidas en el Real decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los servicios de prevención.

Disposición adicional tercera. *Regulación del ejercicio de la profesión*

1. Los elementos recogidos en este decreto no constituyen regulación del ejercicio de profesión regulada alguna.

2. Asimismo, las equivalencias de titulaciones académicas establecidas en el punto 1 de la disposición adicional segunda se entenderán sin perjuicio del cumplimiento de las disposiciones que habilitan para el ejercicio de las profesiones reguladas.

Disposición adicional cuarta. *Accesibilidad universal en las enseñanzas del título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa*

1. La consellería con competencias en materia de educación garantizará que el alumnado pueda acceder y cursar el ciclo formativo de grado superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa en las condiciones establecidas en la disposición final segunda del



Real decreto legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley general de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social.

2. Las programaciones didácticas que desarrollen el currículo establecido en este decreto deberán tener en cuenta el principio de «diseño universal». A tal efecto, recogerán las medidas necesarias a fin de que el alumnado pueda conseguir la competencia general del título, expresada a través de las competencias profesionales, personales y sociales, así como los resultados de aprendizaje de cada uno de los módulos profesionales.

3. En cualquier caso, estas medidas no podrán afectar de forma significativa a la consecución de los resultados de aprendizaje previstos para cada uno de los módulos profesionales.

*Disposición adicional quinta. Autorización a centros privados para la impartición de las enseñanzas reguladas en este decreto*

La autorización a centros privados para la impartición de las enseñanzas del ciclo formativo de grado superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa exigirá que desde el inicio del curso escolar se cumplan los requisitos de profesorado, espacios y equipamientos regulados en este decreto.

*Disposición adicional sexta. Desarrollo del currículo*

1. El currículo establecido en este decreto será objeto de un posterior desarrollo a través de las programaciones elaboradas para cada módulo profesional, con arreglo a lo establecido en el artículo 34 del Decreto 114/2010, de 1 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo de Galicia. Estas programaciones concretarán y adaptarán el currículo a las características del entorno socioproductivo, tomando como referencia el perfil profesional del ciclo formativo a través de sus objetivos generales y de los resultados de aprendizaje establecidos para cada módulo profesional.

2. Los centros educativos desarrollarán este currículo de acuerdo con lo establecido en el artículo 9 del Decreto 79/2010, de 20 de mayo, para el plurilingüismo en la enseñanza no universitaria de Galicia.

*Disposición transitoria única. Centros privados con autorización para impartir el ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal, al amparo de la Ley orgánica 1/1990, de 3 de octubre*

La autorización concedida a los centros educativos de titularidad privada para impartir las enseñanzas del título establecido en el Real decreto 627/1995, de 21 de abril, por el que se establece el título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal, se entenderá referida a las enseñanzas reguladas en este decreto.



Disposición derogatoria única. *Derogación normativa*

Quedan derogadas todas las disposiciones de igual o inferior rango que se opongan a lo dispuesto en este decreto.

Disposición final primera. *Implantación de las enseñanzas recogidas en este decreto*

1. En el curso 2015/16 se implantará el primer curso de las enseñanzas reguladas en este decreto por el régimen ordinario y dejará de impartirse el primer curso de las enseñanzas del título a que se hace referencia en el artículo 1.2 del Real decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

2. En el curso 2016/17 se implantará el segundo curso de las enseñanzas reguladas en este decreto por el régimen ordinario y dejará de impartirse el segundo curso de las enseñanzas del título a que se hace referencia en el artículo 1.2 del Real decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

3. En el curso 2015/16 se implantarán las enseñanzas reguladas en este decreto por el régimen para las personas adultas.

Disposición final segunda. *Desarrollo normativo*

1. Se autoriza a la persona titular de la consellería con competencias en materia de educación a dictar las disposiciones que sean necesarias para el desarrollo de lo establecido en este decreto.

2. Se autoriza a la persona titular de la consellería con competencias en materia de educación para modificar el anexo II B), relativo a equipamientos, cuando por razones de obsolescencia o actualización tecnológica así se justifique.

Disposición final tercera. *Entrada en vigor*

Este decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el *Diario Oficial de Galicia*.

Santiago de Compostela, treinta y uno de marzo de dos mil dieciséis

Alberto Núñez Feijóo  
Presidente

Román Rodríguez González  
Conselleiro de Cultura, Educación y Ordenación Universitaria



1. Anexo I. Módulos profesionales.

1.1. Módulo profesional: Dirección y comercialización.

- Equivalencia en créditos ECTS: 6.
- Código: MP1071.
- Duración: 87 horas.

1.1.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

• RA1. Aplica técnicas de organización del establecimiento de imagen personal determinando infraestructuras y recursos.

– CE1.1. Se han identificado los tipos de empresas de imagen personal.

– CE1.2. Se han establecido las condiciones generales de las instalaciones y equipos asociados.

– CE1.3. Se han valorado las variables que influyen en el diseño de espacios y equipos.

– CE1.4. Se han identificado y se han distribuido las zonas y los anexos.

– CE1.5. Se han seleccionado las instalaciones complementarias necesarias.

– CE1.6. Se han identificado instalaciones, equipos y recursos adecuados a cada zona.

– CE1.7. Se han aplicado los parámetros que identifican la imagen de la empresa.

• RA2. Aplica técnicas de organización y coordinación de profesionales, determinando los puestos de trabajo y sus funciones.

– CE2.1. Se han descrito los principios de organización de una empresa y los posibles modelos organizativos.

– CE2.2. Se ha especificado el organigrama del establecimiento de imagen personal.

– CE2.3. Se han descrito los puestos de trabajo, y las funciones y responsabilidades de cada uno de ellos.



- CE2.4. Se han identificado la competencia profesional y los requisitos necesarios para desempeñar los puestos de trabajo.
- CE2.5. Se han establecido los sistemas de planificación de la plantilla.
- CE2.6. Se han relacionado los criterios de selección de personal con la política empresarial.
- CE2.7. Se han aplicado técnicas de selección de personal en casos prácticos, realizando simulaciones de situaciones.
- CE2.8. Se han diseñado el plan y el manual de acogida de la empresa en casos prácticos.
- CE2.9. Se han identificado pautas para la motivación del personal y la promoción dentro de la empresa.
- CE2.10. Se han establecido los criterios de asignación de los horarios de trabajo del personal.
- CE2.11. Se ha planificado la distribución del trabajo entre el equipo técnico en casos prácticos.
- CE2.12. Se han establecido pautas para la coordinación entre profesionales en empresas de imagen personal.
- RA3. Diseña normas de atención y comunicación interpersonales, analizando sus elementos y aplicando normas deontológicas.
- CE3.1. Se han establecido las diferencias entre comunicación externa e interna en la empresa.
- CE3.2. Se han descrito los tipos de comunicación.
- CE3.3. Se han aplicado estrategias de comunicación eficaz.
- CE3.4. Se han elaborado protocolos de comunicación externa con clientela y proveedores.
- CE3.5. Se han elaborado protocolos de comunicación interna de la empresa.
- CE3.6. Se han realizado protocolos de comunicación en diversos medios y soportes (prensa, radio, televisión, internet, etc.).



- CE3.7. Se han establecido pautas y normas para la atención y la comunicación con la clientela.
- CE3.8. Se han establecido los pasos que se van a seguir para resolver conflictos.
- CE3.9. Se han establecido las normas deontológicas aplicadas a las actividades de imagen personal.
- CE3.10. Se han establecido las leyes básicas de la dirección de equipos y los estilos de liderazgo.
- CE3.11. Se han establecido pautas para la organización de reuniones de trabajo.
- RA4. Diseña planes de formación e información, estableciendo el procedimiento de trabajo.
- CE4.1. Se han determinado los elementos de los planes de formación.
- CE4.2. Se han reconocido los objetivos del plan de formación.
- CE4.3. Se han establecido los instrumentos de análisis para detectar necesidades formativas.
- CE4.4. Se han establecido las pautas para diseñar las acciones formativas.
- CE4.5. Se han identificado los tipos de acciones formativas.
- CE4.6. Se han realizado casos prácticos de organización de acciones formativas, diferenciando las fases operativa y logística.
- CE4.7. Se han comparado los instrumentos de comunicación para presentar la propuesta de formación.
- CE4.8. Se han establecido los criterios para realizar el seguimiento de las acciones formativas.
- CE4.9. Se han establecido los elementos para realizar el proceso de evaluación.
- RA5. Realiza operaciones de gestión técnica del establecimiento, interpretando documentación y aplicando herramientas informáticas.
- CE5.1. Se ha identificado la documentación que se maneja en los procesos de gestión de un establecimiento de imagen personal.



- CE5.2. Se han determinado los sistemas para archivar la documentación.
- CE5.3. Se han identificado las aplicaciones informáticas empleadas en empresas de imagen personal.
- CE5.4. Se ha configurado la aplicación informática de gestión que se va a utilizar.
- CE5.5. Se ha verificado el funcionamiento de la aplicación.
- CE5.6. Se ha aplicado la legislación sobre protección de datos.
- CE5.7. Se han identificado los sistemas de protección, seguridad y acceso a la información de la aplicación empleada.
- CE5.8. Se han establecido los criterios para asignar a las personas usuarias al programa de gestión.
- CE5.9. Se han introducido los datos referidos a la gestión en cuanto a clientela, productos, servicios y personal.
- RA6. Elabora el plan de comercialización, diseñando estrategias y acciones.
- CE6.1. Se ha descrito el concepto de *marketing* y se han identificado los tipos.
- CE6.2. Se han establecido los objetivos del plan de comercialización.
- CE6.3. Se ha determinado la imagen que se quiere proyectar de la empresa.
- CE6.4. Se han identificado los tipos de clientela y los mecanismos de fidelización.
- CE6.5. Se ha diseñado la oferta de los productos y servicios de imagen personal.
- CE6.6. Se ha determinado en casos prácticos la imagen de la empresa que se quiere proyectar.
- CE6.7. Se han descrito las características específicas de la asesoría de ventas de productos y servicios de imagen personal.
- CE6.8. Se han aplicado técnicas de venta a un servicio o producto de imagen personal.
- CE6.9. Se han establecido estrategias de intervención en reclamaciones o quejas.





– CE6.10. Se han establecido los objetivos y los instrumentos empleados en una campaña promocional.

– CE6.11. Se han aplicado técnicas de promoción de un producto o servicio de imagen personal.

• RA7. Organiza la aplicación de técnicas de publicidad y *merchandising*, analizando su impacto en el proceso de comercialización de productos y servicios.

– CE7.1. Se han establecido los objetivos del plan de publicidad y *merchandising*.

– CE7.2. Se han diseñado las estrategias para realizar el plan de publicidad y *merchandising*.

– CE7.3. Se han identificado la publicidad y el *merchandising* como herramientas del proceso de venta de productos y servicios.

– CE7.4. Se han analizado los factores que intervienen en la publicidad.

– CE7.5. Se han aplicado técnicas de publicidad a un producto o servicio de imagen personal.

– CE7.6. Se han relacionado la ambientación y la organización de los espacios con el proceso de venta.

– CE7.7. Se han realizado escaparates promocionales.

– CE7.8. Se ha realizado la publicidad de los productos en el lugar de venta (PLV).

• RA8. Establece criterios de calidad de los procesos de imagen personal, evaluando la dinámica global, y propone medidas correctoras.

– CE8.1. Se han identificado los indicadores de calidad.

– CE8.2. Se ha caracterizado la figura del personal consultor-evaluador en los establecimientos de imagen personal.

– CE8.3. Se ha organizado un plan de evaluación para la detección de desviaciones en la empresa.

– CE8.4. Se han establecido los parámetros para evaluar los procesos.



– CE8.5. Se han propuesto medidas para optimizar la prestación del servicio y corregir errores.

– CE8.6. Se han diseñado acciones para resolver deficiencias que afectan a la calidad del servicio.

– CE8.7. Se han establecido sistemas de evaluación del grado de satisfacción de la clientela.

#### 1.1.2. Contenidos básicos.

BC1. Aplicación de técnicas de organización del establecimiento de imagen personal.

• Modelos organizativos de empresas de imagen personal:

– Las empresas tradicionales de imagen personal.

– Nuevas tendencias empresariales.

– Franquicias.

• Instalaciones generales de los establecimientos de imagen personal: diseño y distribución.

– Recepción y zona administrativa.

– Instalaciones para realizar los servicios.

– Áreas para profesionales.

– Áreas e instalaciones complementarias.

• Recursos técnicos. Organización de equipos, herramientas, cosméticos y útiles.

• Imagen empresarial. Elementos que la conforman.

BC2. Aplicación de técnicas de organización y coordinación de profesionales.

• Organización de la empresa. Principios de la organización. Modelos organizativos.

• Organigrama del centro. Estructura jerárquica.



- Puestos de trabajo, funciones y responsabilidades.
- Necesidades de personal según el tipo y estructura de la empresa.
- Cualificación de profesionales:
  - Competencia profesional.
  - Niveles de competencia.
  - Requisitos generales y específicos según el puesto de trabajo.
- Planificación de la plantilla: proceso de selección de personal.
  - Diseño de la oferta de trabajo.
  - Técnicas de selección.
  - Proceso de selección de aspirantes.
- Diseño del plan de acogida en la empresa.
- Gestión de recursos humanos. Motivación de profesionales. Promoción dentro de la empresa.
  - Organización y coordinación del horario de trabajo del personal.
    - Horarios de la empresa según tipos y necesidades.
    - Turnos, vacaciones y sustituciones. Bolsa de trabajo.
  - Organización y coordinación del equipo de trabajo y de los medios materiales:
    - Distribución del trabajo a lo largo de la jornada laboral.
    - Agenda de trabajo. Coordinación entre profesionales.
- BC3. Diseño de normas de atención y comunicación interpersonales.
  - Comunicación. Comunicación externa e interna en la empresa: tipos, características y diferencias.



- Técnicas de comunicación eficaz:
  - Escucha activa: elementos que facilitan la escucha y elementos que se deben evitar.
  - *Feedback*, claridad, concreción, asertividad, empatía, etc.
- Claves para una comunicación efectiva en un equipo de trabajo.
- Comunicación externa con clientela y proveedores:
  - Comunicación personal: atención a la clientela, equipos de ventas y *marketing* directo.
  - Comunicación no personal o masiva: publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas.
  - Comunicación en diferentes medios: prensa, radio, televisión, internet, etc.
  - Normas de atención a la clientela. Protocolo de comunicación con la clientela.
- Problemas en la comunicación externa: tipos y técnicas para resolver situaciones de crisis.
- Comunicación interna en la empresa:
  - Comunicación interna vertical: ascendente y descendente.
  - Comunicación interna horizontal.
  - Técnicas para transmitir la información a los equipos de trabajo.
- Técnicas de resolución de conflictos.
- Deontología profesional:
  - Normas deontológicas aplicadas a la imagen personal.
  - Secreto profesional.
  - Ley de protección de datos.
- Liderazgo. Leyes básicas de la dirección de equipos.



• Otros tipos de comunicación o comunicación mixta: reuniones de trabajo y *briefing*. Tipos y fases de una reunión. Pautas para la organización de reuniones.

BC4. Diseño de planes de formación e información.

• Plan de formación e información: concepto y finalidad. Identificación de la política de formación.

• Objetivos del plan de formación de la empresa de imagen personal.

• Fase de análisis: detección de necesidades formativas.

• Diseño de las acciones formativas: estructura, características y planificación.

– Tipos de acciones formativas: cursos, ponencias, conferencias, demostraciones profesionales, jornadas, ferias, congresos, etc.

– Planificación operativa: contenidos, actividades y métodos.

– Planificación logística: personal de formación, organización, secuencia, temporalización, presupuesto y recursos.

• Comunicación y convocatoria del plan: contenidos, propuesta de formación e instrumentos de comunicación.

• Fase de desarrollo y aplicación: características, secuencia y documentación.

• Fase de seguimiento y evaluación. Instrumentos de evaluación.

BC5. Realización de operaciones de gestión técnica.

• Documentación: tipos de documentación técnica y comercial.

• Sistemas y métodos de archivo de la documentación:

– Archivo en papel y en soportes informáticos.

– Normas de seguridad y acceso a los archivos.

– Organización del archivo.



- Aplicaciones informáticas específicas del sector: tipos, características y utilidades.
  - Configuración de la aplicación: asistencia técnica.
  - Protección de datos: legislación, sistemas de seguridad, protección y confidencialidad de la información.
  - Personas usuarias del programa de gestión: criterios de asignación.
  - Creación de la base de datos y tratamiento de la información:
    - Gestión de servicios, productos, clientela y personal.
    - Mantenimiento y seguridad.
- BC6. Elaboración del plan de comercialización.
- Definición y conceptos básicos de *marketing*. Utilidad práctica del *marketing*: para las empresas, la población consumidora y la sociedad.
  - *Marketing* estratégico y *marketing* operativo.
  - Plan de comercialización de la empresa: objetivos. La imagen de la empresa.
  - Clientela:
    - Tipos de clientela. Comportamiento.
    - Relaciones con la clientela: servicios, atención y fidelización.
  - Productos y servicios en imagen personal. Diseño de ofertas de productos y servicios. Desarrollo y lanzamiento de nuevos productos y/o servicios.
  - Técnicas de venta. Fases del proceso de la venta.
  - Personal asesor de ventas: cualidades, aptitudes, actitudes y habilidades.
  - Tratamiento y resolución de quejas y reclamaciones.
  - Promociones: concepto y clasificación.
  - Campaña promocional. Diseño de una campaña promocional en imagen personal.



BC7. Organización de técnicas de publicidad y *merchandising*.

- Plan de publicidad y *merchandising*: concepto y objetivos del plan.
- Publicidad: concepto; objetivos.
- Elementos que conforman la publicidad como técnica de venta. Medios de comunicación para la publicidad. Estrategias.
- Publicidad de los productos y servicios en imagen personal.
- *Merchandising* en una empresa de imagen personal: concepto. Elementos del *merchandising*. Ambientación general, puntos de venta, elementos exteriores del establecimiento y publicidad en el lugar de venta (PLV).

BC8. Establecimiento de los criterios de calidad de los procesos de imagen personal.

- Calidad: indicadores.
- Figura del personal consultor-evaluador.
- Plan de evaluación del proyecto empresarial.
- Objetivos de la evaluación.
- Métodos de análisis.
- Evaluación de recursos técnicos y humanos, y de instalaciones.
- Evaluación de la gestión técnica y comercial.
- Evaluación de la imagen corporativa.
- Evaluación de la comercialización de productos y servicios.
- Evaluación de la comunicación integral de la empresa.
- Evaluación de los procesos técnicos y de los protocolos de trabajo.
- Evaluación del entorno de la empresa.



- Plan de intervención para la corrección de las desviaciones.
- Valoración de las expectativas de la clientela y grado de satisfacción.

### 1.1.3. Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de dirección de empresas de imagen personal y comercialización de los productos y servicios asociados.

La definición de estas funciones incluye aspectos como:

- Organización de las instalaciones y los recursos técnicos.
- Coordinación y organización del equipo profesional.
- Aplicación de técnicas de comunicación.
- Elaboración de propuestas de formación para el personal de la empresa.
- Utilización de aplicaciones informáticas para realizar la gestión de la empresa.
- Elaboración del plan de comercialización y organización de la publicidad y el *merchandising*.
- Establecimiento de los criterios de calidad de los servicios de peluquería.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Establecimiento de estructuras organizativas.
- Definición de los procesos y servicios de la empresa.
- Control y evaluación de la dinámica global de todos los procesos y servicios.
- Gestión técnica y comercial.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales del ciclo formativo a), c), n), q), s), t), u), w) y x) y las competencias a), c), j), m), n), ñ), o) y q).





Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza y aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Organización de las instalaciones y de los recursos técnicos y profesionales.
- Diseño de protocolos de atención y comunicación con la clientela y el personal de la empresa.
- Elaboración de propuestas de formación e información para personas colaboradoras de la entidad.
- Utilización de medios informáticos para poder llevar a cabo la gestión del establecimiento.
- Elaboración del plan de comercialización, publicidad y *merchandising* del establecimiento.
- Control de calidad de los servicios.

#### 1.2. Módulo profesional: Asesoría cosmética.

- Equivalencia en créditos ECTS: 8.
- Código: MP1181.
- Duración: 133 horas.

##### 1.2.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

- RA1. Elabora el protocolo de trabajo del/de la asesor/ora de cosméticos y perfumes identificando su campo de actuación.
  - CE1.1. Se han especificado las fases de un protocolo de asesoría cosmética.
  - CE1.2. Se ha elaborado la base de información sobre líneas cosméticas y firmas comerciales, se ha realizado el análisis de las tendencias, y se han clasificado y se han archivado los datos.
  - CE1.3. Se han analizado las características y se han identificado las necesidades de las personas usuarias.



- CE1.4. Se ha establecido el procedimiento de actuación en la fase de asesoramiento en cosméticos y perfumes.
- CE1.5. Se han realizado la evaluación y el control del proceso.
- CE1.6. Se han establecido las funciones y el campo de actuación del/de la asesor/ora de cosméticos.
- CE1.7. Se han identificado los ingredientes que componen los cosméticos.
- CE1.8. Se han descrito los elementos que constituyen la parte externa de los cosméticos.
- CE1.9. Se han especificado las características cosméticas de cada forma de presentación.
- CE1.10. Se han determinado los mecanismos de actuación de los cosméticos sobre la piel.
- RA2. Realiza el estudio estético para la asesoría cosmética aplicando técnicas de análisis del órgano cutáneo, del cabello y de la morfología corporal.
  - CE2.1. Se han especificado las características de la piel eudérmica.
  - CE2.2. Se han establecido las diferencias entre los tipos de piel.
  - CE2.3. Se han reconocido las necesidades cosméticas en función del tipo de piel.
  - CE2.4. Se han especificado las reacciones que puede presentar la piel ante diversos agentes externos.
  - CE2.5. Se ha realizado el análisis de la piel.
  - CE2.6. Se han caracterizado los tipos de cabello.
  - CE2.7. Se ha realizado el análisis del estado del cabello y del cuero cabelludo.
  - CE2.8. Se han empleado las técnicas idóneas para realizar el estudio de la morfología corporal.
- RA3. Determina los cosméticos para la piel teniendo en cuenta la relación de los ingredientes y las formas de presentación con sus indicaciones cosméticas.
  - CE3.1. Se ha establecido la clasificación de los cosméticos para la piel según su función.



- CE3.2. Se han relacionado los ingredientes activos de los cosméticos de higiene y complementarios con su mecanismo de actuación.
- CE3.3. Se han establecido las indicaciones de los cosméticos de mantenimiento, protección y tratamiento de la piel.
- CE3.4. Se han descrito los productos de uso en medicina estética.
- CE3.5. Se ha valorado la importancia del empleo de nutricosméticos como complemento a los tratamientos estéticos.
- CE3.6. Se han especificado las líneas de cosmética masculina.
- CE3.7. Se ha valorado la necesidad de mantenerse informado/a de las novedades cosméticas.
- CE3.8. Se han determinado los ingredientes y el modo de empleo de los nutricosméticos.
- RA4. Determina los cosméticos para los anexos córneos teniendo en cuenta la relación de los ingredientes y las formas de presentación con sus indicaciones cosméticas.
- CE4.1. Se ha establecido la clasificación de los cosméticos capilares.
- CE4.2. Se han especificado los cosméticos de higiene, acondicionado, y cambios de forma y color del cabello, según el tipo y el estado del cabello.
- CE4.3. Se han relacionado los principios activos de los cosméticos de tratamiento capilar con sus indicaciones.
- CE4.4. Se ha valorado la importancia de mantener el cabello en buen estado, empleando los productos cosméticos adecuados.
- CE4.5. Se han establecido los tipos de cosméticos capilares para hombre.
- CE4.6. Se han establecido los criterios para la elección de los tipos de cosméticos depilatorios.
- CE4.7. Se ha valorado la importancia del empleo de decolorantes del vello.
- CE4.8. Se han relacionado los tipos de cosméticos de manicura y pedicura con su mecanismo de acción.



- CE4.9. Se han especificado los nutricosméticos para el cabello y las uñas.
- RA5. Elabora propuestas personalizadas de tratamientos cosméticos estableciendo pautas de entrenamiento de los nuevos hábitos.
  - CE5.1. Se han determinado las necesidades cosméticas de la clientela.
  - CE5.2. Se han especificado las fases de un protocolo de tratamiento cosmético personalizado.
  - CE5.3. Se han determinado los objetivos.
  - CE5.4. Se han utilizado las técnicas de aplicación de los tipos de cosméticos propuestos.
  - CE5.5. Se han establecido las pautas de hábitos de vida y los consejos necesarios para mejorar el efecto cosmético.
  - CE5.6. Se ha realizado el plan de formación en cuidados cosméticos.
  - CE5.7. Se ha realizado el *dossier* sobre la asesoría cosmética propuesta.
- RA6. Determina pautas de asesoramiento en la elección de perfumes analizando las variables personales y sociolaborales.
  - CE6.1. Se ha establecido la composición general de un perfume.
  - CE6.2. Se han identificado las notas que forman la estructura del perfume.
  - CE6.3. Se han diferenciado los tipos de formas perfumantes.
  - CE6.4. Se ha elegido el perfume en función de las necesidades de la clientela.
  - CE6.5. Se han descrito los factores que influyen en la variación del olor de un mismo perfume en distintas personas.
  - CE6.6. Se han especificado los factores que influyen en la elección del perfume.
  - CE6.7. Se ha especificado cómo, cuándo y en qué zonas se debe realizar la aplicación del perfume.



- CE6.8. Se han establecido los criterios para la compra de un perfume.
- RA7. Establece pautas para el asesoramiento en la compra de cosméticos, para lo cual analiza los establecimientos de venta e identifica las líneas comerciales.
- CE7.1. Se ha caracterizado a los establecimientos de venta de cosméticos.
- CE7.2. Se han diferenciado las líneas de cosméticos en función del tipo de establecimiento.
- CE7.3. Se ha valorado la importancia de la relación entre calidad y precio.
- CE7.4. Se han identificado los factores que hay que tener en cuenta para comprar cosméticos.
- CE7.5. Se han especificado las características para comprar cosmética específica para el hombre.
- CE7.6. Se han aplicado las técnicas de comunicación en la compra de cosméticos.
- CE7.7. Se han identificado productos asociados a la venta de los cosméticos.
- CE7.8. Se han elaborado lotes y paquetes de regalos de cosméticos.

#### 1.2.2. Contenidos básicos.

BC1. Elaboración del protocolo de trabajo del/de la asesor/ora de cosméticos y perfumes.

- Protocolo de actuación: fases de la asesoría de cosméticos.
- Fase de documentación. Elaboración de la base de información de líneas de cosméticos, firmas comerciales, etc.
- Fase de análisis de las características y de las necesidades de las personas usuarias. Protocolo de estudio estético. Procedimiento de identificación de las demandas de la persona usuaria.
- Fase de asesoramiento en cosméticos y perfumes.
- Fase de evaluación y control del proceso.
- Campo de actuación del/de la asesor/ora de cosméticos y perfumes: concepto y funciones. Conocimientos técnicos y profesionales de los productos.



- Productos cosméticos: concepto y composición general (principios activos, excipientes y aditivos).

- Parte externa del cosmético: elementos que la conforman.

- Forma cosmética: concepto, tipos y características.

- Actuación de los cosméticos sobre la piel. Penetrabilidad.

BC2. Realización del estudio estético para la asesoría cosmética.

- Piel eudérmica: aspecto externo y características principales.

- Tipología cutánea en la asesoría cosmética: características. Necesidades cosméticas generales.

- Reacción de la piel ante agentes externos y cosmetológicos.

- Valoración del tipo de piel: protocolo de reconocimiento; observación visual y palpación.

- Tipos de cabello: características.

- Valoración del estado del cabello y del cuero cabelludo: observación visual y exploración.

- Valoración de la morfología corporal.

BC3. Determinación de los cosméticos para la piel.

- Clasificación de los cosméticos.

- Cosméticos de higiene y complementarios. Cosméticos faciales y corporales: tipos, ingredientes activos principales, forma de presentación, indicaciones y criterios de selección.

- Cosméticos de mantenimiento, protección y tratamiento de la piel. Cosméticos faciales y corporales: clasificación, características, sustancias activas, indicaciones y criterios de selección.

- Cosmética específica para medicina estética: tipos, funciones, composición, formas de presentación, precauciones y criterios de elección.



- Nutricosmética para la piel: concepto, objetivos, clasificación e indicaciones, principales ingredientes y modo de empleo.

- Cosmética masculina: clasificación, características, ingredientes e indicaciones.

BC4. Determinación de los cosméticos para los anexos córneos.

- Cosméticos capilares: clasificación.

- Cosméticos para la higiene y el acondicionado capilar: concepto, manera de actuar, ingredientes activos principales, indicaciones y criterios de elección.

- Cosméticos para cambios de forma y de color del cabello: clasificación, manera de actuar, principales ingredientes, indicaciones, precauciones y criterios de elección.

- Cosméticos para alteraciones del cabello y del cuero cabelludo: clasificación, principales activos, manera de actuar, indicaciones y criterios de elección.

- Cosméticos para el mantenimiento y la protección del cabello y del cuero cabelludo (hidratantes, protectores solares, etc.): indicaciones, manera de actuar y formas cosméticas.

- Cosméticos capilares masculinos: clasificación, indicaciones, ingredientes y formas cosméticas.

- Cosméticos para la eliminación del vello: clasificación (depilatorios químicos y por tracción), manera de actuar, indicaciones, precauciones y criterios de elección. Cosméticos anteriores y posteriores a la depilación.

- Cosméticos decolorantes del vello: composición, mecanismo de acción, formas cosméticas, indicaciones, precauciones y criterios de elección.

- Productos para manicura y pedicura: clasificación, función, principales ingredientes, formas cosméticas y criterios de elección.

- Nutricosmética para el cabello y las uñas: indicaciones e ingredientes activos.

BC5. Elaboración de propuestas personalizadas de tratamientos cosméticos.

- Elaboración del protocolo de tratamiento personalizado: preparación e higiene, núcleo del tratamiento y finalización.



• Técnicas de aplicación de cosméticos de preparación e higiene de la piel: secuencia. Consejos de higiene.

• Técnicas de aplicación de cosméticos de mantenimiento y protección.

• Técnicas de aplicación de cosméticos de tratamiento, faciales y corporales: secuencia.

• Técnicas de aplicación de productos capilares (champú, acondicionador, cosméticos para alteraciones, etc.).

• Técnicas de aplicación de cosméticos para las manos y los pies.

• Plan de actividades para la formación de la clientela en cuidados cosméticos.

• Presentación de la propuesta. *Dossier* de asesoría cosmética: análisis y estudios realizados, selección de cosméticos que se puedan emplear, pautas de aplicación, frecuencia, distribución, horario y plan de mantenimiento.

BC6. Determinación de las pautas de asesoramiento en la elección de perfumes.

• Perfumes: concepto y composición general (activos y excipientes).

• Estructura de un perfume. Pirámide olfativa.

• Tipos de perfumes: perfumería alcohólica.

• Relación del tipo de perfume con las características y las necesidades personales, profesionales y sociales de la clientela.

• Factores que influyen en la elección de un perfume y criterios para realizar la elección.

• Zonas de aplicación del perfume.

• Cómo y cuándo hay que perfumarse.

• Criterios para realizar la compra del perfume.

BC7. Establecimiento de pautas para el asesoramiento en la compra de cosméticos.

• Clasificación de establecimientos donde se venden cosméticos: características, tipos de cosméticos de venta y criterios de elección.





- Líneas de cosméticos faciales, capilares y corporales de venta al público y/o a profesionales.

- Relación entre calidad y precio en la compra de cosméticos.

- Claves para la asesoría de compra de cosméticos faciales, capilares, corporales y decorativos.

- Asesoría de compra de cosmética masculina.

- Comunicación aplicada a la asesoría para la compra de cosméticos.

- Cosmético como artículo de regalo. Presentación externa. Elaboración de lotes y paquetes de regalos. Productos asociados a la venta de cosméticos.

### 1.2.3. Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de asesoramiento sobre el empleo y la compra de productos cosméticos.

Esta función incluye aspectos como:

- Reconocimiento de las fases de asesoría de cosméticos.

- Identificación de los ingredientes de un cosmético, su manera de actuar, sus indicaciones y las formas de presentación.

- Realización del análisis de la piel y del cabello para determinar las necesidades cosméticas.

- Análisis de los grupos cosméticos en el mercado y las innovaciones cosméticas.

- Realización de la propuesta de asesoría cosmética.

- Asesoramiento sobre la compra de perfumes y cosméticos.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Asesoramiento a la clientela acerca del uso y la aplicación de cosméticos.

- Asesoramiento sobre la elección de perfumes para los ámbitos personal, público y corporativo.



- Guía en la compra de cosméticos.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales d), n), o), p) y q) del ciclo formativo y las competencias d), j), l) y m).

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza y aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Elaboración del protocolo de actuación del/de la asesor/ora de cosméticos y perfumes.
- Realización del estudio estético para la asesoría cosmética.
- Determinación de los cosméticos para la piel.
- Determinación de los cosméticos para los anexos córneos.
- Elaboración de propuestas personalizadas de tratamientos cosméticos.
- Determinación de las pautas de asesoramiento en la elección y en la compra de perfumes.
- Establecimiento de las pautas para el asesoramiento en la compra de cosméticos.

### 1.3. Módulo profesional: Diseño de imagen integral.

- Equivalencia en créditos ECTS: 10.

- Código: MP1182.

- Duración: 158 horas.

#### 1.3.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

• RA1. Caracteriza la iconología teniendo en cuenta la relación entre su percepción y la repercusión en asesoría.

- CE1.1. Se ha identificado la historia de la iconología.

– CE1.2. Se han definido los iconos y se han determinado sus características y sus tipos.



- CE1.3. Se han establecido los valores asociados a la iconología.
- CE1.4. Se ha relacionado el uso de los elementos iconológicos con su aplicación en la asesoría de imagen.
- CE1.5. Se han identificado los códigos, los signos y los símbolos iconológicos.
- CE1.6. Se han establecido las características de la percepción.
- CE1.7. Se han establecido relaciones entre las percepciones y las sensaciones asociadas.
- CE1.8. Se ha relacionado los elementos iconológicos con los sentidos.
- CE1.9. Se han establecido los niveles de percepción y sus condicionantes.
- CE1.10. Se ha justificado la importancia de la objetividad en el análisis iconológico, haciendo diferencias entre la percepción y las emociones.
- CE1.11. Se ha reconocido la importancia del color, las formas y los volúmenes en la conformación de la imagen.
- RA2. Elabora documentación para la asesoría de imagen aplicando técnicas de búsqueda y clasificación.
- CE2.1. Se han determinado las bases de información para realizar un proyecto integral de asesoría de imagen.
- CE2.2. Se ha realizado el archivo de especialistas colaboradores/as.
- CE2.3. Se han identificado las fuentes documentales para la obtención de información.
- CE2.4. Se han establecido estrategias de búsqueda de información y se ha determinado su fiabilidad.
- CE2.5. Se han identificado los sistemas de archivo y se ha clasificado la información en diferentes formatos.
- CE2.6. Se han caracterizado los cuestionarios necesarios para el/la asesor/ora.
- CE2.7. Se han establecido los criterios, la estructura y los apartados que deben tener los documentos de la asesoría.



- CE2.8. Se han identificado las características de los cuestionarios básicos y específicos necesarios para la asesoría de imagen.
- CE2.9. Se han elaborado cuestionarios de asesoría de imagen.
- CE2.10. Se han diseñado los cuestionarios específicos con los datos relativos a las características, las cualidades y las necesidades de la persona usuaria.
- CE2.11. Se han elaborado los tipos de cuestionarios específicos (de belleza, cosmetológicos, de visagismo, antropomórficos, etc.).
- CE2.12. Se han establecido pautas para la revisión y la mejora de los documentos para la asesoría de imagen.
- RA3. Diseña documentos gráficos para la asesoría de imagen aplicando técnicas de expresión gráfica, fotográficas, audiovisuales e informáticas.
- CE3.1. Se han identificado las técnicas de expresión gráficas (fotográficas, audiovisuales e informáticas) asociadas al proyecto de asesoría.
- CE3.2. Se han diseñado bocetos asociados al cambio de imagen.
- CE3.3. Se han elaborado fotografías y otros materiales audiovisuales.
- CE3.4. Se han determinado las características técnicas y las indicaciones de los programas informáticos con aplicación en el proyecto de asesoría.
- CE3.5. Se han utilizado aplicaciones informáticas para el tratamiento de la imagen.
- CE3.6. Se han utilizado herramientas virtuales de diseño y edición de imágenes.
- CE3.7. Se han identificado los medios audiovisuales con repercusión en asesoría.
- CE3.8. Se han creado vídeos, se ha elaborado su guión y la línea de tiempo, y se han seleccionado escenas y sus transiciones.
- CE3.9. Se ha relacionado la teoría del color con el tratamiento de la imagen.
- CE3.10. Se han determinado los códigos de asesoría de imagen.



- CE3.11. Se han analizado las líneas, los colores, las formas, los volúmenes y la expresividad corporal, así como los elementos sensoriales asociados a la imagen.
- CE3.12. Se ha valorado la importancia del empleo del lenguaje iconológico.
- RA4. Realiza el estudio integral de la imagen empleando métodos y técnicas de análisis.
- CE4.1. Se han especificado las técnicas de análisis y evaluación de las características físicas de la clientela.
- CE4.2. Se han establecido pautas para la autovaloración y la observación de la clientela.
- CE4.3. Se han determinado los documentos, los soportes y los materiales necesarios para el estudio integral de la imagen.
- CE4.4. Se han aplicado técnicas de análisis y evaluación de la imagen integral.
- CE4.5. Se ha identificado el ámbito sociocultural y laboral sobre el que se hace el estudio de la imagen.
- CE4.6. Se han identificado el estilo y los criterios estéticos del/de la cliente/a.
- CE4.7. Se han establecido los métodos para analizar las necesidades y las demandas de la clientela.
- CE4.8. Se ha determinado el tipo de asesoramiento que se va a realizar: de imagen parcial o integral, de belleza, de imagen profesional, de imagen corporativa, etc.
- CE4.9. Se han seleccionado los tipos de cuestionarios que hay que utilizar para la realización del asesoramiento.
- CE4.10. Se han establecido los soportes de grabación de la clientela (cámara fotográfica, cámara de vídeo, grabadora, etc.).
- CE4.11. Se han determinado los elementos que se van a analizar en el/la cliente/a (características estéticas, físicas, expresivas, psicológicas, de personalidad, etc.).
- CE4.12. Se han relacionado las cualidades o las características físicas con los elementos iconológicos.



- CE4.13. Se han evaluado los resultados del estudio integral de la imagen.
- CE4.14. Se han elaborado un registro y un control de toda la información.
- RA5. Elabora propuestas personalizadas de asesoría de imagen determinando las fases del proceso de elaboración.
- CE5.1. Se ha determinado la estructura de la propuesta de asesoría.
- CE5.2. Se han identificado las fases del proceso de elaboración del proyecto de asesoría de imagen.
- CE5.3. Se han determinado las pautas para la elaboración del proyecto de asesoría.
- CE5.4. Se han identificado las necesidades y las demandas de la clientela.
- CE5.5. Se han identificado las características que se deben potenciar y/o modificar.
- CE5.6. Se ha determinado el nuevo estilo que se quiere proponer.
- CE5.7. Se han descrito las técnicas y los procesos necesarios para realizar el cambio de imagen.
- CE5.8. Se ha establecido la documentación técnica y económica asociada a la propuesta, y se han determinado el presupuesto y las alternativas de pago.
- CE5.9. Se han identificado con los criterios de selección de profesionales que colaboren en el proyecto de asesoría de imagen.
- CE5.10. Se han identificado los medios, los espacios y los recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto.
- CE5.11. Se han aplicado herramientas manuales, gráficas e informáticas para la elaboración de diseños.
- CE5.12. Se han establecido la secuencia, la temporalización y los medios técnicos y personales necesarios para llevar a cabo la propuesta de asesoría de imagen.
- CE5.13. Se han diseñado propuestas de asesoría.



– CE5.14. Se han realizado simulaciones de presentación de propuestas en diferentes casos prácticos.

• RA6. Define un plan de control y seguimiento para los servicios de asesoría de imagen interpretando las demandas de las personas usuarias y la calidad establecida.

– CE6.1. Se han reconocido las demandas de las personas usuarias en los servicios de asesoría.

– CE6.2. Se han identificado los aspectos que se deben evaluar en la calidad del servicio prestado.

– CE6.3. Se han establecido las normas de calidad en todas las fases del proceso.

– CE6.4. Se ha elaborado un plan de evaluación para el servicio de asesoría de imagen.

– CE6.5. Se han identificado las principales causas que pueden dar lugar a deficiencias en el servicio prestado.

– CE6.6. Se han seleccionado técnicas que permitan detectar objeciones a las propuestas de asesoría.

– CE6.7. Se han propuesto medidas correctoras para mejorar los servicios prestados y el grado de satisfacción de las personas usuarias.

– CE6.8. Se han realizado supuestos prácticos de valoración de los resultados.

– CE6.9. Se han aplicado técnicas de argumentación ante objeciones a las propuestas.

1.3.2. Contenidos básicos.

BC1. Caracterización de la iconología.

- Iconología: características. Historia de la iconología.
- Iconos: definición, tipos y características.
- Valores morales y estéticos asociados a la iconología. Conceptos filosóficos y su simbología.
- Códigos, signos y símbolos: definición, características, tipos y soportes.



- Percepción iconológica: tipos. Fisiología y psicología de la percepción.
  - Sentidos e iconología.
  - Objetividad y relatividad. Diferenciación entre percepción y emociones.
  - Elementos que conforman la imagen: líneas, colores (percepción del color y sus sensaciones; aplicación del color en la asesoría; teoría del color), formas y volúmenes. Expresividad corporal y elementos sensoriales.
  - Uso del lenguaje iconológico.
  - Niveles de percepción y sus condicionantes. Variaciones en función de su intensidad o de su grado.
- BC2. Elaboración de documentación para la asesoría de imagen.
- Bases de información general. Identificación de las fuentes documentales: escrituras, gráficas, audiovisuales, etc.
  - Archivo de especialistas colaboradores/as.
  - Métodos de obtención de la información: estrategias de búsqueda y selección.
  - Fiabilidad de la información.
  - Técnicas de clasificación en diferentes ámbitos.
  - Actualización de la información: control, seguimiento y conservación.
  - Cuestionarios de asesoría: concepto, tipos, características, finalidad, objetivos, etc.
  - Cuestionarios básicos: información general; necesidades y motivaciones de la persona usuaria; características y cualidades que se desean transmitir, que se transmiten y que se deben potenciar o neutralizar, etc.
  - Cuestionarios específicos: concepto, características, finalidad, objetivos, tipos (belleza, hábitos de salud, cosmetológicos, antropomórficos, de color, de expresión, de visagismo, de comunicación, de hábitos sociales, de maquillaje, de vestuario, etc.).





- Elaboración y diseño de cuestionarios de asesoría: criterios y características. Adaptación de los cuestionarios.

- Elementos de revisión y mejora de los cuestionarios. Control de calidad aplicado a los cuestionarios.

- Otros documentos de asesoría: concepto y características. Documentos internos. Tipos de documentos y modelos. Documentos de proyección externa.

BC3. Diseño de documentos gráficos para la asesoría de imagen.

- Técnicas de expresión gráfica, fotográfica, audiovisual e informática.

- Elaboración de bocetos: técnicas, elementos y útiles de dibujo. Elementos básicos del dibujo y su aplicación en asesoría.

- Fotografía analógica y digital: concepto y principios; funcionamiento básico, uso de la cámara, técnicas básicas utilizadas en fotografía; iluminación; composición.

- Retoque fotográfico: sus elementos.

- Aplicaciones informáticas como medio de tratamiento de la imagen personal. Iniciación al tratamiento digital de fotografías.

- Medios audiovisuales: tipos y características; postproducción.

BC4. Realización del estudio integral de la imagen.

- Técnicas de análisis y evaluación de las características físicas de la clientela.

- Identificación del estilo, criterios estéticos, y necesidades y demandas de la clientela.

- Métodos para detectar los criterios estéticos, las necesidades y las demandas: entrevista, autovaloración de la clientela y observación (secuencia y aplicación de pautas de observación).

- Determinación del tipo de asesoramiento que se va a realizar: imagen parcial o integral, belleza, imagen profesional o imagen corporativa.



- Aplicación de la documentación para el análisis de la clientela.
  - Determinación del aspecto estético externo (vestuario, peluquería, maquillaje facial y ungular, características físicas destacadas, etc.), la expresión (oral, gestual y corporal), la cultura y el marco social (entorno personal y profesional), la personalidad, las características psicológicas, la conducta, los hábitos, etc.
  - Determinación de las medidas antropométricas (peso, altura, talla, medidas corporales, etc.).
  - Determinación de los colores. Sistemas según criterios profesionales, personales, etc.
  - Determinación de los inestetismos o elementos que hay que corregir: pautas para su detección.
  - Determinación de las cualidades actuales y futuras de la clientela. Sistemas de detección. Relación con las características iconológicas. Aplicación del lenguaje iconológico.
  - Uso de soportes de grabación para el análisis de la clientela: cámara fotográfica, cámara de vídeo, grabadora, etc.
  - Evaluación del estudio integral. Procesado de los datos obtenidos.
  - Registro y control de la información.
- BC5. Elaboración de propuestas personalizadas de asesoría imagen.
- Proyecto de asesoría: concepto, fases, tipos y características.
  - Diseño de propuestas personalizadas de cambios de imagen. Estructura específica de la propuesta.
  - Descripción de las necesidades y demandas.
  - Conclusión del análisis integral de la imagen: características que se deben potenciar y/o modificar.
  - Caracterización del nuevo estilo.



- Técnicas y procesos necesarios para el cambio de imagen. Selección de técnicas: cambios de forma y color del cabello, maquillaje facial y de uñas, tratamientos faciales y corporales, vestuario y complementos, y comunicación verbal y no verbal.

- Documentación técnica y económica anexa a la propuesta: tipos y características. Presupuesto.

- Elaboración de diseños gráficos: bocetos para la asesoría de imagen. Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.

- Relación de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Proveedores/as y diferentes profesionales. Criterios de selección de profesionales colaboradores/as.

- Plan de actuación: calendario de actuación. Temporalización. Coordinación de trabajos.

- Presentación de propuestas. Aplicación de técnicas de comunicación.

- Conclusión de las propuestas: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.

BC6. Definición de un plan de control y seguimiento para los servicios de asesoría de imagen.

- Elementos del plan de evaluación del servicio de asesoría. Causas de las deficiencias.

- Técnicas para detectar objeciones a las propuestas de asesoría.

- Técnicas de argumentación ante objeciones a las propuestas.

- Técnicas para corregir las desviaciones producidas.

### 1.3.3. Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de asesoramiento en relación con los elementos implicados en la imagen y su simbología en cualquiera de sus facetas.

Esta función incluye aspectos como:

- Identificación de las fuentes documentales de información.



- Análisis de la imagen actual y futura.
- Diseño y elaboración de los cuestionarios y los documentos de la asesoría.
- Reconocimiento de la tipología de la clientela y su tratamiento.
- Uso de técnicas de expresión gráfica, fotográficas, audiovisuales e informáticas de dibujo.
- Realización del estudio integral de la imagen.
- Realización de propuestas de asesoría.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Información y asesoramiento en cambios de imagen integral a través del proyecto de asesoría.
- Coordinación de profesionales y colaboradores/as necesarios/as para el cambio de imagen.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales b), c), d), j), q) y r) del ciclo formativo y las competencias b), c), d), h), m) y n).

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza y aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Organización y planificación de los recursos necesarios para poder realizar una asesoría de imagen.
- Aplicación de métodos de observación para determinar las características que determinan la imagen.
- Determinación de los elementos que hay que modificar o potenciar.
- Propuesta de una nueva imagen.
- Elaboración y presentación de propuestas de asesoramiento de imagen personal o corporativa.
- Aplicación de normativas de calidad en el proceso de asesoramiento.



#### 1.4. Módulo profesional: Estilismo en vestuario y complementos.

- Equivalencia en créditos ECTS: 13.
- Código: MP1183.
- Duración: 213 horas.

##### 1.4.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

• RA1. Elabora el protocolo de actuación del/de la asesor/ora en estilismo del vestuario identificando su campo de trabajo.

- CE1.1. Se han identificado los protocolos para realizar la asesoría en estilismo.
- CE1.2. Se han reconocido el campo de actuación del/de la asesor/ora de imagen y los perfiles profesionales relacionados.
- CE1.3. Se han identificado las fases de actuación del/de la asesor/ora en estilismo.
- CE1.4. Se ha definido la terminología relacionada con el vestuario y la moda.
- CE1.5. Se ha identificado la importancia económica de las tendencias y la moda.
- CE1.6. Se han identificado y se han descrito los tipos de estilos.
- CE1.7. Se han identificado las características de la tendencias actuales y se han diferenciado los tipos (*prêt-à-porter*, alta costura, etc.).
- CE1.8. Se han identificado las características de los desfiles de moda.
- CE1.9. Se han descrito las bases del estilismo creativo y las diferencias con el estilismo dirigido.
- CE1.10. Se han reconocido las fuentes documentales para la obtención de información sobre estilismo.
- CE1.11. Se ha clasificado la información temáticamente.
- CE1.12. Se han elaborado muestrarios de referencia.



- CE1.13. Se han identificado las fases del protocolo de actuación en estilismo.
- RA2. Caracteriza la moda y sus tendencias a lo largo de la historia identificando los cánones y los estilos estéticos.
  - CE2.1. Se han caracterizado las funciones del vestuario.
  - CE2.2. Se han diferenciado los cánones estéticos en estilismo de cada época histórica.
  - CE2.3. Se han establecido los elementos de vestuario y complementos en cada época histórica.
  - CE2.4. Se han relacionado los cambios sociales con la evolución en el vestuario.
  - CE2.5. Se ha identificado a los/las diseñadores/as con influencia en la historia de la moda.
  - CE2.6. Se ha valorado la repercusión de la alta costura y del *prêt-à-porter* en la evolución de la moda.
  - CE2.7. Se han detallado los aspectos más relevantes de los/las nuevos/as creadores/as y de las nuevas tendencias en la moda.
  - RA3. Realiza el estudio corporal, de color y de estilo en vestuario y complementos, aplicando técnicas de análisis.
    - CE3.1. Se han establecido los métodos y los equipos para el estudio de la clientela.
    - CE3.2. Se ha organizado el lugar de trabajo para la realización del análisis.
    - CE3.3. Se han descrito los patrones habituales en estilismo y moda.
    - CE3.4. Se han elaborado la ficha técnica de la clientela y otros documentos necesarios para realizar la asesoría en diferentes soportes.
    - CE3.5. Se han determinado y se han identificado las características corporales con influencia en la indumentaria.
    - CE3.6. Se ha realizado la toma de medidas corporales que determinan la figura.
    - CE3.7. Se ha identificado la tipología corporal.



- CE3.8. Se ha relacionado el uso del color con su simbolismo social y cultural.
- CE3.9. Se ha realizado el test del color para la selección de la gama cromática del vestuario.
- CE3.10. Se ha identificado el estilo de vestuario de las personas usuarias y su graduación.
- CE3.11. Se ha establecido un método de identificación de las necesidades sociolaborales.
- CE3.12. Se han relacionado el tipo y el estilo de los complementos con la imagen externa.
- CE3.13. Se han registrado los datos obtenidos en la ficha técnica.
- RA4. Determina los cambios que se pueden realizar en la figura a través de la indumentaria seleccionando los tejidos y las prendas de vestir.
  - CE4.1. Se han identificado las características corporales que se deben corregir o potenciar a través de la indumentaria.
  - CE4.2. Se ha analizado la repercusión en la nueva imagen de las líneas, los volúmenes, los colores, etc.
  - CE4.3. Se han identificado las características del vestuario masculino, femenino y unisex.
  - CE4.4. Se han caracterizado las prendas y sus elementos.
  - CE4.5. Se han identificado los materiales y los tejidos, y se han establecido criterios para su selección y pautas para su conservación.
  - CE4.6. Se han identificado los elementos que caracterizan una prenda (costuras, pa-samanería, botones, cremalleras, etc.).
  - CE4.7. Se han seleccionado las prendas en función de las necesidades.
  - CE4.8. Se ha valorado el uso de tejidos y materiales ecológicos y éticos.
  - CE4.9. Se han identificado la información y el simbolismo utilizados en las etiquetas.
  - CE4.10. Se han propuesto consejos para la conservación y el mantenimiento de las prendas.
  - CE4.11. Se han diferenciado los elementos de vestuario social, profesional y de etiqueta.



- CE4.12. Se ha analizado la adecuación de la ropa interior al atuendo utilizado.
- CE4.13. Se han establecido pautas para lograr la armonía en el vestuario.
- CE4.14. Se ha analizado la relación de los complementos (zapatos, sombreros, paños y fulares, corbatas, guantes, joyas, etc.) con la creación de estilos.
  - RA5. Diseña propuestas personalizadas de cambio de estilismo en vestuario y complementos elaborando bocetos, documentos y presupuestos.
    - CE5.1. Se han clasificado los tipos de propuestas.
    - CE5.2. Se han establecido la estructura y las fases de la propuesta.
    - CE5.3. Se han determinado los documentos que van a formar parte de la propuesta.
    - CE5.4. Se han diseñado los documentos y los expedientes que se van a utilizar para realizar las propuestas.
    - CE5.5. Se han realizado diseños en distintos soportes.
    - CE5.6. Se ha elaborado el *dossier* de asesoría en estilismo.
    - CE5.7. Se han establecido las bases para la elaboración del presupuesto.
    - CE5.8. Se ha establecido el plan de trabajo para la puesta en marcha del cambio de imagen.
    - CE5.9. Se ha personalizado la propuesta y se ha adaptado a la demanda.
    - CE5.10. Se ha presentado la propuesta de manera oral y escrita con la argumentación adecuada.
    - CE5.11. Se han establecido los métodos de archivo de la propuesta y su información base.
      - RA6. Establece pautas para guiar en la compra de vestuario y complementos seleccionando fuentes de información y establecimientos.
        - CE6.1. Se han establecido criterios para identificar las demandas en la compra de vestuario.
        - CE6.2. Se han identificado los puntos de venta de vestuario y complementos.





- CE6.3. Se han seleccionado tiendas especializadas, diseñadores/as y firmas de ropa.
- CE6.4. Se ha determinado el vestuario básico que compone el fondo de armario.
- CE6.5. Se han determinado las prendas necesarias para el equipaje básico en distintas actividades.
- CE6.6. Se han determinado pautas para la elección y la combinación de prendas y complementos.
- CE6.7. Se han proporcionado técnicas para la correcta combinación de colores.
- CE6.8. Se han seleccionado las prendas en función de las variables de la persona usuaria.
- CE6.9. Se han realizado las pruebas de vestuario necesarias.
- CE6.10. Se han establecido valoraciones en la relación entre calidad y precio de los establecimientos de venta.
- CE6.11. Se han aplicado técnicas para evaluar el grado de satisfacción de la clientela.

#### 1.4.2. Contenidos básicos.

BC1. Elaboración del protocolo de actuación del/de la asesor/ora en estilismo en vestuario.

- Asesoría en estilismo: campo de actuación; definición y competencias; perfiles profesionales relacionados.
- Concepto de estilismo. *Vestiteca, showroom, outlet*, etc.
- Elegancia y estilo. Clasificación general de estilos.
- Tendencias y moda. Importancia económica.
- *Prêt-à-porter* y alta costura.
- Colección: concepto y tipos.
- Desfiles: terminología asociada y características.



- Estilismo creativo y estilismo dirigido.
- Protocolo de actuación en estilismo. Elaboración del protocolo: partes, tipos, fases, contenidos y documentos de apoyo.
- Bases de información del estilismo en el vestir. Elaboración de muestrarios de referencia.

#### BC2. Caracterización de la moda y sus tendencias a lo largo de la historia.

- Función del vestuario.
- El vestido en la prehistoria.
- El vestuario en el mundo antiguo: desde Egipto a Bizancio. Características principales y su repercusión.
- Edad Media y Renacimiento. Influencia de las cortes. El vestido y sus variaciones.
- Barroco y corte francesa. Rococó.
- Revolución Francesa. Romanticismo. Dandismo.
- Modernismo. Revolución Industrial: su repercusión en el vestuario. Nacimiento de la alta costura.
- Felices años 20: androginia.
- Años 30: moda y cine.
- Moda y Surrealismo.
- *New look* y teatro de la moda. Nuevos diseñadores y su influencia.
- Estilo de vida americano: pantalones vaqueros. La juventud y sus revoluciones.
- Cine y televisión.
- Moda americana y nueva silueta. Fin de la alta costura.
- Moda y edad.
- Nuevos diseñadores nacionales e internacionales.



BC3. Realización del estudio corporal, de color y de estilo en vestuario y complementos.

- Estudio y análisis de la clientela: métodos y equipos.
- Aplicación de los métodos de observación.
- Patrones habituales en estilismo y moda.
- Detección de necesidades: sociolaborales, artísticas, etc.
- Identificación del ámbito de aplicación y las cualidades de la imagen que se desee proyectar.
- Registro de la información: registros manuales y soportes informáticos. Ficha técnica de la clientela.
- Técnicas de preparación de la clientela.
- Antropometría de la figura humana masculina y femenina. Proporciones ideales y reales. Percepción de las proporciones.
- Características corporales con influencia en la indumentaria y en los complementos.
- Tallas: determinación de las medidas corporales.
- Representación gráfica de la figura humana. Determinación de la tipología corporal. Registro de datos.
- Test de color. Técnicas para la elección de colores personales.
- Elementos que definen el estilo en el vestir: color, líneas formas y volúmenes. Aplicación en el vestuario y en los complementos.
- Determinación del estilo de la clientela. Tipos: clásico, informal, deportivo, casual, romántico, funcional, vanguardista, etc.
- Análisis de los complementos y su combinación con la indumentaria.



BC4. Determinación de los cambios que se pueden realizar en la figura a través de la indumentaria.

- Correcciones corporales mediante el vestuario. Inestetismos y asimetrías: conceptos, tipos y características.

- Repercusión de las líneas, los volúmenes, los colores, etc. en los cambios de imagen a través del vestuario.

- Indumentaria masculina y femenina: estilo unisex.

- Tipos de prendas y criterios de selección.

- Elementos y características de las prendas y su repercusión en la imagen: escotes, cuellos, mangas, etc.

- Materiales y tejidos utilizados en estilismo: fibras textiles y no textiles, pieles naturales, etc.

- Elementos que caracterizan una prenda: costuras, pasamanería, botones, cremalleras, etc.

- Etiquetado de las prendas: normativa, simbología; consejos de lavado, planchado y conservación.

- Vestuario profesional. Importancia de la imagen en el ámbito profesional.

- Vestuario de etiqueta. Características de los tejidos y de los materiales. Complementos permitidos. Otros elementos de uso protocolario y sus características. Etiqueta masculina y femenina.

- Vestuario en celebraciones sociales.

- Ropa interior: concepto, tipos y características; adecuación al atuendo.

- El vestuario y su armonía. Maneras de lucir las prendas de vestir.

- Los complementos y su relación con la creación de estilos: zapatos, sombreros, corbatas, pañuelos y fulares, guantes, joyas, etc.

BC5. Diseño de propuestas personalizadas de cambio de estilismo en vestuario y complementos.

- Propuesta personalizada para el cambio de imagen a través de la indumentaria: concepto, estructura y fases.



- Tipos de propuestas.
  - Documentación base: *dossier* de asesoría en estilismo (organización y estructura) y *dossier* fotográfico.
  - Documentación técnica anexa: tipos y características. Diseños gráficos y audiovisuales. Aplicación de herramientas manuales, gráficas e informáticas.
  - Documentación económica: presupuesto.
  - Planificación de acciones: plan de trabajo.
  - Personalización y adecuación de la propuesta a la demanda.
  - Presentación de la propuesta: aplicación de técnicas de comunicación para la presentación de la propuesta.
  - Procesado y archivo de la documentación.
- BC6. Establecimiento de pautas para guiar en la compra de vestuario y complementos.
- Puntos de venta de vestuario y complementos.
  - Criterios de selección de vestuario, tejidos y complementos: identificación de la demanda. Tablas de equivalencia de las tallas del vestuario en otros países.
  - Criterios de selección de tiendas especializadas, diseñadores y firmas de ropa.
  - Fondo de armario femenino y masculino: composición; revisión y actualización.
  - Equipaje básico en distintas actividades.
  - Selección y combinación de colores en prendas, accesorios y complementos.
  - Pautas para la elección y combinación de prendas y complementos.
  - Pruebas de vestuario: coordinación y supervisión.
  - Técnicas de seguimiento y mantenimiento del proceso de asesoría en el vestir.
  - Evaluación del grado de satisfacción de la clientela.



#### 1.4.3. Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de asesoramiento en el estilismo de vestir.

Esta función incluye aspectos como:

- Análisis de la repercusión de la moda y sus tendencias en la imagen final.
- Estudio de la figura corporal y sus correcciones.
- Aplicación del test de color.
- Identificación de los tipos de elementos del vestuario y su estilo asociado.
- Conocimiento de los usos de vestuario según las situaciones personales o profesionales.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Asesoramiento a la clientela sobre vestuario y complementos.
- Asesoramiento en la elección de líneas de vestuario en tiendas de ropa, *showrooms* y pasarelas.
- Guía en la compra de ropa, accesorios y regalos.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales b), c), d), k), ñ), o), q) y s) del ciclo formativo y las competencias b), c), d), h), k), l), m) y n).

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza y aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Organización y planificación de los recursos necesarios para poder realizar un asesoramiento en estilismo.
- Aplicación de métodos de observación para determinar las características que determinan el estilo de la clientela.
- Realización de estudios corporales, de color y de estilo, para determinar los elementos que haya que modificar o potenciar.



- Propuesta de correcciones en la figura corporal, en tejidos y en tipos de vestuario.
- Elaboración y presentación de propuestas personalizadas de asesoramiento.
- Elaboración de pautas de seguimiento en la adquisición de los elementos de la nueva propuesta.

#### 1.5. Módulo profesional: Asesoría de peluquería.

- Equivalencia en créditos ECTS: 10.
- Código: MP1184.
- Duración: 187 horas.

##### 1.5.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

- RA1. Elabora el protocolo de actuación del/de la asesor/a de peluquería identificando su campo de actuación.
  - CE1.1. Se ha identificado el campo de actuación del/de la asesor/a de peluquería en el ámbito de la imagen personal.
  - CE1.2. Se ha establecido el protocolo de actuación del/de la asesor/a de peluquería.
  - CE1.3. Se han identificado las fases de actuación del/de la asesor/a.
  - CE1.4. Se han reconocido las fuentes documentales para la obtención de datos.
  - CE1.5. Se han aplicado métodos para la clasificación y el archivo de la documentación.
  - CE1.6. Se han aplicado protocolos de estudio estético de la clientela identificando sus demandas y sus necesidades.
  - CE1.7. Se han aplicado técnicas de comunicación en la fase de toma de datos.
  - CE1.8. Se ha realizado un muestrario de estilos de peluquería.
  - CE1.9. Se ha realizado una ordenación de los datos y su archivo.
  - CE1.10. Se han establecido el proceso para el análisis de las características y de las necesidades de la persona usuaria y su entorno.



- CE1.11. Se han establecido la secuencia y el método para el desarrollo de la fase de asesoramiento y evaluación del proceso.
- CE1.12. Se ha descrito el campo de actuación del/de la asesor/a de peluquería.
  - RA2. Realiza el estudio estético para la asesoría de peluquería aplicando técnicas de análisis capilar y de morfología corporal.
- CE2.1. Se ha preparado el espacio de trabajo.
- CE2.2. Se han aplicado los equipos y los medios de diagnóstico para el estudio facial y corporal.
- CE2.3. Se han aplicado medidas de atención y preparación de la clientela.
- CE2.4. Se han aplicado técnicas para identificar las demandas y las necesidades de la clientela.
- CE2.5. Se han identificado las características, el aspecto y el estado del cabello y del cuero cabelludo.
- CE2.6. Se han aplicado técnicas de análisis del cabello y del cuero cabelludo.
- CE2.7. Se han relacionado los procesos y las técnicas con el daño capilar.
- CE2.8. Se han identificado las alteraciones capilares y del cuero cabelludo con influencia en la imagen personal.
- CE2.9. Se han identificado los diseños y las formas del vello facial aplicando técnicas de visagismo masculino.
- CE2.10. Se ha reconocido la morfología corporal y de la cabeza, y su relación con el peinado.
- CE2.11. Se han determinado los patrones habituales de peinado, maquillaje, vestuario y complementos de la persona usuaria.
- CE2.12. Se ha establecido el método de detección de las necesidades sociolaborales, artísticas, etc.





– CE2.13. Se han cumplimentado las fichas de registro de los datos obtenidos en el análisis.

• RA3. Determina los cuidados y los tratamientos capilares necesarios para realizar el asesoramiento.

– CE3.1. Se han reconocido los tratamientos capilares necesarios para la creación de la nueva imagen.

– CE3.2. Se han establecido las técnicas electroestéticas y manuales asociadas a los tratamientos capilares.

– CE3.3. Se ha justificado el empleo de los productos de cuidados del cabello.

– CE3.4. Se han establecido los criterios para seleccionar pelucas y prótesis capilares.

– CE3.5. Se han seleccionado los cuidados capilares en función de las necesidades.

– CE3.6. Se han establecido mecanismos de colaboración con profesionales especialistas en cuidados y tratamientos capilares.

• RA4. Determina los cambios de imagen necesarios para crear el nuevo estilo identificando los procedimientos y las técnicas.

– CE4.1. Se han identificado las características de la imagen que se va a potenciar, neutralizar y modificar a través de la asesoría de peluquería y barbería.

– CE4.2. Se han elaborado formularios valorativos de las preferencias, los hábitos y las costumbres de la clientela.

– CE4.3. Se han determinado los estilos de imagen a través de los peinados y las técnicas de peluquería y barbería.

– CE4.4. Se han identificado los elementos del peinado que forman la nueva imagen.

– CE4.5. Se han establecido los criterios para determinar el largo, la forma y el color del cabello en la nueva imagen.

– CE4.6. Se han determinado los criterios para diseñar el estilo de la barba, del bigote y de las patillas.



- CE4.7. Se han caracterizado las técnicas de corte y los cambios de forma y de color.
- CE4.8. Se ha justificado la elección del tipo de peinado y recogido.
- CE4.9. Se ha justificado la necesidad del uso de prótesis capilares.
- CE4.10. Se han caracterizado las técnicas para realizar estilismos masculinos.
- CE4.11. Se ha valorado la importancia de los complementos en la creación de estilos.
- RA5. Elabora la propuesta de cambio de imagen teniendo en cuenta las variables personales y sociolaborales y, en su caso, los requisitos escénicos.
  - CE5.1. Se ha establecido la estructura de la propuesta.
  - CE5.2. Se han diseñado propuestas de cambio de imagen a través de modificaciones en el cabello.
  - CE5.3. Se han realizado cambios de imagen en soporte informático.
  - CE5.4. Se han realizado bocetos de estilos de peinados.
  - CE5.5. Se han seleccionado técnicas de peinado y cuidados capilares para el cambio de imagen.
  - CE5.6. Se han especificado los medios, los espacios y los recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto.
  - CE5.7. Se han programado la secuencia y la temporalización para el cambio de imagen.
  - CE5.8. Se ha presentado la propuesta personalizada en asesoría de peluquería.
  - CE5.9. Se ha establecido la propuesta de asesoramiento para producciones audiovisuales, de fotografía y de moda.
  - CE5.10. Se han establecido las pautas para el análisis del proyecto artístico.
- RA6. Establece pautas para el mantenimiento de la nueva imagen utilizando técnicas y equipos para el entrenamiento personal.
  - CE6.1. Se han determinado las pautas para asesorar en el mantenimiento de la nueva imagen.



– CE6.2. Se ha establecido un calendario de actividades para la aplicación de procedimientos y cosméticos para mantener el estilo propuesto.

– CE6.3. Se han identificado las actividades para el mantenimiento y el cuidado del nuevo estilo de peinado y barba.

– CE6.4. Se han manejado secadores, tenazas, placas alisadoras, etc.

– CE6.5. Se han propuesto las pautas de aplicación de productos para el mantenimiento del peinado.

– CE6.6. Se ha mantenido una actitud profesional a lo largo del proceso.

#### 1.5.2. Contenidos básicos.

##### BC1. Elaboración del protocolo de actuación del/de la asesor/a de peluquería.

- Campo de actuación del/de la asesor/a de peluquería en el ámbito de la asesoría de imagen personal: imagen y belleza capilar (personal, profesional, corporativa, etc.); producciones audiovisuales, escénicas y de moda, estilismos masculinos, actos y eventos, y cambios de estilo.

- Protocolos de actuación del/de la asesor/a de peluquería: tipos, fases, contenidos y documentos de apoyo.

- Fase de documentación. Elaboración de la base de información de patrones estéticos de peinados: datos de estilos capilares (elaboración de un muestrario de estilos); fuentes documentales (webs de internet, revistas de moda, de peinados y de maquillajes, *magazines*, actualidad, especializadas y técnico-científicas); libros, cine y televisión. Clasificación y archivo de documentación.

- Fase de análisis de las características y las necesidades de la persona usuaria y su entorno: protocolo de estudio estético; protocolo para el estudio de la imagen de la clientela; procedimiento de identificación de demandas de la persona usuaria; identificación de las necesidades y las demandas de peluquería y barbería; identificación de necesidades y demandas en la presentación en medios audiovisuales, escénicos y de moda; identificación de los requisitos sociales y laborales.

- Fase de asesoramiento en peluquería y estilismo masculino.

- Fase de evaluación y control del proceso.



BC2. Realización del estudio estético para la asesoría de peluquería.

- Preparación del espacio de trabajo: higiene y mantenimiento.
- Imagen del/de la profesional. Actitudes y habilidades necesarias.
- Atención y recepción de la clientela.
- Técnicas para detectar las demandas, las necesidades y las expectativas de la persona usuaria.
- Análisis del cuero cabelludo y del cabello. Métodos y equipos de evaluación del estado del cabello y del cuero cabelludo. Análisis del estado del cuero cabelludo. Características y condiciones que influyen en el estado del cabello: aspecto y propiedades físicas, color, porcentaje de canas, etc. Análisis morfológico de la cabeza: configuración del rostro; técnicas de psicomorfología y visagismo; cánones de belleza. Visagismo masculino.
- Estudio de la morfología corporal y su relación con el peinado.
- Análisis de patrones de peinado habituales en la clientela.
- Análisis de patrones de maquillaje, complementos y vestuario de la clientela.
- Determinación de las necesidades sociolaborales, artísticas, etc.
- Soportes de documentación técnica: ficha de registro. Cuestionarios valorativos iniciales. El cuestionario de costumbres, aficiones y hábitos de cuidados estéticos.

BC3. Determinación de los cuidados y de los tratamientos capilares necesarios.

- Clasificación y descripción de los tratamientos capilares necesarios para la creación de la nueva imagen: de higiene y acondicionado, de mantenimiento (cuidados preventivos), para las alteraciones del tallo capilar y del cuero cabelludo, y otros tratamientos médico-estéticos.
- Técnicas electroestéticas y manuales para el tratamiento capilar: corrientes galvánicas, alta frecuencia, ondas electromagnéticas, ozono, etc. Masaje y drenaje linfáticos. Cosméticos asociados a los tratamientos capilares. Asesoramiento sobre el uso de prótesis capilares.



- Identificación de los tratamientos capilares necesarios para los cambios de imagen.
- Profesionales colaboradores/as para el cuidado y los tratamientos capilares.

BC4. Determinación de los cambios de imagen necesarios para crear el nuevo estilo.

- Aspectos de la imagen que se van a potenciar, neutralizar y modificar a través de la asesoría de peluquería y barbería.

- Cuestionario valorativo de las preferencias de la clientela.

- Concreción del nuevo estilo y creación de la nueva imagen. Estilos a través de los peinados y de las técnicas de peluquería y barbería.

- Determinación de los elementos del peinado que forman la nueva imagen: análisis de líneas, formas, colores y volúmenes; correcciones ópticas a través del cabello (del óvalo, de las facciones, del cráneo, del perfil, del cabello y de los hombros); determinación del largo, la forma, el color y el estilo del cabello de la nueva imagen; determinación del estilo masculino (barba, bigote, patillas, etc.); complementos de peluquería en la creación de estilos.

- Procesos técnicos de peluquería para el cambio de longitud (corte básico, estilos de corte, forma y color): pautas.

- Procesos técnicos en peluquería para el cambio de forma (permanente y moldeado): pautas de realización. Cambio de forma temporal.

- Procesos técnicos en peluquería para el cambio de color (coloración, decoloración y mechas): pautas de realización.

- Peinado y técnica de secado. Cambios de forma. Parámetros que influyen directamente en el volumen del cabello.

- Recogidos y extensiones. Posticería y prótesis capilares.

- Técnicas de barbería y estilismo masculino.

BC5. Elaboración de propuestas de cambio de imagen.

- Diseño de propuestas personalizadas de cambios de imagen a través de tratamientos y técnicas de peluquería y barbería. Estructura específica de la propuesta. Informe técnico de la asesoría de peluquería.



- Evaluación de la información obtenida en el estudio de demandas y necesidades, y en el estudio de la imagen. Variables personales y sociolaborales (estilo de vida, personalidad, características estéticas, acontecimientos, ámbito laboral, etc.). Interpretación de informes profesionales. Valoración de los resultados del estudio de la imagen personal: características que se pueden potenciar o modificar.
- Caracterización del nuevo estilo. Relación de los trabajos de peluquería y barbería necesarios para el cambio de imagen. Selección de trabajos técnicos de peluquería, de tratamientos estéticos capilares o asociados a tratamientos, de peinados y recogidos, de complementos capilares asociados al nuevo peinado, y del tipo de barba, bigote o patilla.
- Recomendaciones para la realización de tratamientos médico-estéticos. Informe de remisión.
- Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características.
- Elaboración de diseños gráficos y fotográficos: boceto sobre estilos de peluquería, barba y bigote.
- Medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Criterios de selección de profesionales colaboradores.
- Planificación de acciones: calendario de actuación, temporalización y coordinación de trabajos.
- Documentación económica: elaboración del presupuesto.
- Presentación de la propuesta personalizada: selección del formato de presentación.
- Selección del material visual: fotos, esquemas, bocetos y programas informáticos.
- Argumentos de la propuesta personalizada.
- Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso. Cumplimiento de la autorización de puesta en marcha del proceso.
- Propuestas para producciones audiovisuales de asesoramiento de imagen a través de la peluquería: requisitos escénicos. Análisis del proyecto artístico.
- Propuestas para producciones de fotografía y moda.



BC6. Establecimiento de pautas para el mantenimiento de la nueva imagen.

- Asesoría de mantenimiento de la nueva imagen.
- Plan de actividades para la formación de la clientela en cuidados capilares. Modo de aplicación y frecuencia.
- Pautas de orientación en la selección de cosméticos de higiene, mantenimiento, protección y cuidados capilares.
- Mantenimiento de prótesis capilares.
- Entrenamiento de técnicas de manejo de secador, útiles, tenazas, placas alisadoras y productos de apoyo y mantenimiento del peinado.

#### 1.5.3. Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de asesoramiento de imagen en peluquería.

Esta función incluye aspectos como:

- Elaboración de documentación técnica.
- Exploración y estudio capilar, facial y corporal.
- Diferenciación de las técnicas para el cuidado capilar.
- Reconocimiento de las aplicaciones de las técnicas electroestéticas.
- Identificación de los tipos de peinado.
- Determinación de técnicas y procesos de peluquería.
- Organización y actualización de archivos.
- Pautas de orientación para selección y aplicación de cosméticos y cuidados personales.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Protocolos de asesoramiento en cuidados estéticos capilares y en el peinado.



– Asesoramiento sobre el cambio de imagen a través del peinado.

– Asesoramiento sobre el proceso y las técnicas de peinado.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales d), j), k), m), q), r), s), u) y v) del ciclo formativo y las competencias d), h), i), m), n), o) y p).

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza y aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

– Identificación de las necesidades o demandas de la persona usuaria.

– Realización del estudio estético capilar.

– Asesoramiento sobre tratamientos capilares, sobre peluquería y sobre el cambio de imagen.

– Selección de la técnica y del proceso de peluquería.

– Elaboración de propuestas personalizadas de asesoría.

– Determinación de pautas para la selección y la aplicación de cosméticos y cuidados personales, así como de mantenimiento de la nueva imagen.

1.6. Módulo profesional: Protocolo y organización de eventos.

• Equivalencia en créditos ECTS: 8.

• Código: MP1185.

• Duración: 140 horas.

1.6.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

• RA1. Caracteriza el protocolo oficial identificando la normativa asociada.

– CE1.1. Se ha establecido el campo de actuación de la asesoría en protocolo y organización de eventos.

– CE1.2. Se han analizado la normativa y los ámbitos de aplicación del protocolo oficial español (Casa Real, Fuerzas Armadas y poder ejecutivo, legislativo y judicial).





- CE1.3. Se ha identificado la legislación en actos oficiales.
- CE1.4. Se han determinado el organigrama y las características de las instituciones públicas y privadas.
- CE1.5. Se han identificado los decretos de protocolo de los gobiernos autónomos.
- CE1.6. Se han identificado los preceptos protocolarios de las corporaciones locales, ayuntamientos y diputaciones.
- CE1.7. Se han caracterizado los regímenes de títulos, tratamientos, honores y distinciones.
- CE1.8. Se ha identificado la legislación sobre el uso de símbolos heráldicos y banderas.
- CE1.9. Se han identificado las fuentes de consulta en legislación protocolaria.
- CE1.10. Se ha definido una metodología de actuación en protocolo.
- RA2. Caracteriza los actos protocolarios oficiales y no oficiales identificando sus elementos.
  - CE2.1. Se han identificado los actos públicos oficiales y no oficiales.
  - CE2.2. Se han especificado las características de los actos no oficiales.
  - CE2.3. Se han relacionado las características de los actos religiosos con las normas de comportamiento y con la tradición.
  - CE2.4. Se han identificado los actos protocolarios del ámbito universitario.
  - CE2.5. Se han definido los elementos que conforman el protocolo en los actos militares.
  - CE2.6. Se han especificado las normas de carácter moral, social o jurídico aplicadas a los actos protocolarios oficiales y no oficiales.
  - CE2.7. Se ha identificado el ámbito de aplicación del protocolo en los actos oficiales y no oficiales.
  - CE2.8. Se ha valorado la importancia del conocimiento y del seguimiento de las normas de protocolo.



– CE2.9. Se han descrito los principales elementos simbólicos y/o de representación en los actos institucionales (banderas, himnos, etc.).

• RA3. Planifica actos protocolarios determinando cada fase.

– CE3.1. Se ha valorado la importancia de la adecuada planificación del acto protocolario.

– CE3.2. Se han identificado las fases del proyecto organizativo del acto protocolario.

– CE3.3. Se han elaborado el programa y el cronograma para el desarrollo del acto protocolario.

– CE3.4. Se han establecido los recursos humanos y materiales, y los espacios físicos necesarios.

– CE3.5. Se han establecido profesionales colaboradores, personal de apoyo y proveedores/as.

– CE3.6. Se han especificado los criterios para la elaboración de listados de asistentes.

– CE3.7. Se han diseñado los comunicados y las invitaciones.

– CE3.8. Se ha seleccionado la línea de imagen del evento para la decoración del acto.

– CE3.9. Se han aplicado criterios de precedencia para la ordenación de personalidades y para la distribución de las personas asistentes.

– CE3.10. Se ha valorado la importancia de la inauguración, de la clausura y de la comunicación en los actos protocolarios.

– CE3.11. Se han tenido en cuenta los requisitos informáticos, telefónicos, de traducción simultánea, etc. para los discursos de las personas invitadas.

– CE3.12. Se ha organizado el evento cumpliendo las normas de calidad y de seguridad y atendiendo a las normas de protocolo.

• RA4. Elabora la propuesta de organización de actos protocolarios adaptados al acontecimiento.

– CE4.1. Se ha diseñado la propuesta de organización del acto protocolario.



- CE4.2. Se ha establecido la estructura de la propuesta.
- CE4.3. Se ha elaborado el *dossier* del acto.
- CE4.4. Se ha seleccionado a profesionales colaboradores/as y proveedores/as.
- CE4.5. Se han especificado medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto.
- CE4.6. Se ha definido y/o se ha cumplimentado la documentación necesaria según el acto, para su correcto desarrollo.
- CE4.7. Se han programado la secuencia y la temporalización para la organización del evento.
- CE4.8. Se han determinado los medios necesarios para la difusión y la promoción del acto o evento.
- CE4.9. Se ha calculado el presupuesto económico del acto que se va a organizar.
- CE4.10. Se han elaborado las propuestas en soporte manual e informático.
- CE4.11. Se han analizado los aspectos de seguridad adecuados y la correcta coordinación con los servicios de seguridad de las instituciones implicadas en un acto protocolario.
  - RA5. Caracteriza el protocolo internacional estableciendo pautas de actuación.
- CE5.1. Se ha identificado la importancia del protocolo internacional en el mundo actual.
- CE5.2. Se ha relacionado el protocolo diplomático con el internacional y con el empresarial.
- CE5.3. Se han establecido las características de los grupos mundiales dominantes.
- CE5.4. Se han caracterizado los hábitos, las costumbres y la cultura social de cada grupo mundial.
- CE5.5. Se han relacionado las variaciones protocolarias con los países y con los grupos sociales y religiosos.
- CE5.6. Se ha reconocido la influencia de determinados países en materia de normas protocolarias.



- CE5.7. Se ha reconocido la influencia religiosa en el protocolo.
  - CE5.8. Se han identificado y se han descrito las diferencias protocolarias entre los grupos de países y sus áreas de influencia analizando las particularidades de cada uno.
  - CE5.9. Se han identificado los modelos de funcionamiento de otras culturas en relación con el protocolo.
  - CE5.10. Se ha valorado la influencia del protocolo en las relaciones internacionales.
  - CE5.11. Se han establecido las pautas de actuación en protocolo internacional.
  - RA6. Establece el protocolo empresarial aplicando criterios de imagen corporativa.
  - CE6.1. Se han identificado los departamentos de la empresa con repercusión en el protocolo.
  - CE6.2. Se han especificado las precedencias y las presidencias empresariales.
  - CE6.3. Se han establecido las actuaciones empresariales en que interviene el protocolo.
  - CE6.4. Se ha determinado el funcionamiento general de los actos empresariales de carácter público y privado.
  - CE6.5. Se ha justificado la importancia de la difusión mediática de los actos empresariales.
  - CE6.6. Se han relacionado los actos sociales empresariales con su repercusión en la imagen de la empresa.
  - CE6.7. Se han analizado y se han descrito los tipos de actos sociales empresariales en los que hay que realizar acciones de promoción y patrocinio.
  - CE6.8. Se han realizado acciones de difusión promocional en los medios de comunicación.
- 1.6.2. Contenidos básicos.
- BC1. Caracterización del protocolo oficial.
- Asesoría en protocolo: campo de actuación y perfiles profesionales relacionados. Origen e historia. Relevancia social. Principios de la práctica del protocolo.



- Protocolo oficial español: Casa Real, Fuerzas Armadas y poder ejecutivo, legislativo y judicial. Normativa protocolaria.
  - Protocolo en las comunidades autónomas y en las administraciones locales.
  - Legislación aplicada al protocolo: leyes y decretos que lo regulan; régimen de títulos, honores y distinciones.
  - Bases de información en protocolo: fuentes y departamentos de consulta de normativa y/o legislación protocolaria.
  - Instituciones públicas y privadas: concepto, organigrama, organización y características.
  - Distinciones protocolarias y su simbología.
  - Simbología heráldica y vexilología.
  - Tratamientos honoríficos: tipos de tratamiento y su aplicación.
  - Distinciones nobiliarias.
  - Metodología en la asesoría en protocolo: fases. Documentación de apoyo.
- BC2. Caracterización de los actos protocolarios oficiales y no oficiales.
- Clasificación de los actos: públicos oficiales, no oficiales y privados.
  - Actos públicos oficiales y no oficiales: características y tipos.
  - Actos privados y/o no oficiales: características y tipos de actos no protocolarios.
  - Protocolo y actos religiosos: características.
  - Protocolo y actos universitarios: características, tipos, precedencia y organigrama.
  - Protocolo y actos militar: organigrama de los cuerpos militares y su precedencia; tipos de actos; tributación de honores militares.
  - Identificación del tipo de acto, las características y las cualidades que se pueden proyectar. Elementos que hay que evaluar. Normas de carácter moral, social o jurídico aplicables.



- Ámbito de aplicación del protocolo en los actos oficiales y no oficiales: presidencia, precedencias, símbolos, intervenciones y comportamiento social.

BC3. Establecimiento de las fases en la organización de los actos protocolarios.

- Técnicas de organización de actos: generalidades; necesidad de protocolo; importancia de los medios de comunicación.

- Proyecto organizativo: fases.

- Fase previa: objetivos del acto. Identificación del acto y su proyecto organizativo. Necesidades organizativas. Aplicación de métodos de observación.

- Fase de planificación: elaboración del programa y cronograma.

- Requisitos del acto: recursos humanos y materiales, y espacios físicos del evento. Colaboradores/as, personal soporte y proveedores/as. Espacio físico del evento o acto: espacios y planos. Imagen y comunicación del evento o del acto. Organización del transporte y del alojamiento. Público asistente (invitaciones). Seguridad y atención sanitaria. Medios técnicos para los discursos y la traducción simultánea.

- Fase de desarrollo del evento: logística de la actividad. Inauguración (recepción de personas invitadas y ordenación de personalidades y de las intervenciones) y clausura del acto.

- Comunicación en los actos protocolarios: relaciones con los medios de comunicación; ruedas de prensa.

- Fase de evaluación del acto y/o evento. Seguimiento de la difusión del acto.

- Aplicación del control de calidad del acto.

BC4. Elaboración de la propuesta de organización de actos protocolarios.

- Diseño de propuestas de organización de actos protocolarios. Estructura específica de la propuesta. *Dossier* del acto: criterio organizador general, orden del día, temporalización, ordenación de mesas y organización de las intervenciones.

- Descripción de las características y de los requisitos del acto protocolario.



- Relación de la logística y de las actividades necesarias para el acto protocolario. Planificación de las medidas de seguridad y de la atención sanitaria.
  - Selección de medios, espacios y recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el acto protocolario. Proveedores/as y profesionales.
  - Planificación de acciones: programa y cronograma.
  - Actos protocolarios y comunicados de prensa.
  - Documentación técnica anexa a la propuesta (invitaciones, inscripción y certificados de asistencia).
  - Documentación económica: elaboración del presupuesto.
  - Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.
  - Presentación de la propuesta personalizada.
  - Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.
- BC5. Caracterización del protocolo internacional.
- Protocolo internacional: protocolo extranjero y diplomático. Recepciones diplomáticas: modelos de comportamiento.
  - Protocolo internacional y su relación con el mundo empresarial. Grupos dominantes mundiales.
  - Unión Europea: concepto, historia y características. Simbología asociada. Costumbres, hábitos y cultura social de los principales países constituyentes de la UE.
  - Países del Este: costumbres, hábitos y cultura social.
  - Canadá: divisiones idiomáticas y culturales.
  - EE.UU.: costumbres, hábitos y cultura social.
  - América latina: hábitos, costumbres y cultura social.



- Mundo árabe: religión, hábitos, costumbres y cultura social.
- África subsahariana: países constituyentes; costumbres y cultura social común.
- Culturas orientales: hábitos, costumbres y cultura social de cada zona.
- Diferencias protocolarias entre los grupos de países y sus áreas de influencia.
- Relaciones internacionales y su repercusión en el protocolo.
- Pautas de actuación en el protocolo internacional.

#### BC6. Establecimiento del protocolo empresarial.

- Empresas: organización. Departamentos con repercusión en protocolo empresarial.
- Actos empresariales públicos y privados: ámbito de aplicación, simbología, patrocinio externo, etc.
- Precedencias empresariales.
- Presidencia de los actos.
- Importancia de la difusión mediática de los actos empresariales.
- Actuaciones empresariales con repercusión en protocolo: presentaciones personales, autopresentación y presentación de la empresa.
- Visitas y otros actos sociales empresariales: viajes de negocios; presentaciones internacionales.
- Comidas de negocios: tipos y características.
- Actos de carácter empresarial privado: reuniones, juntas, consejos de administración, etc.
- Organización de actos de promoción empresarial externos e internos: tipos y características.
- Patrocinio empresarial: características; criterios de selección.





- Elementos de la promoción empresarial: imagen y comunicación; interacción con los medios de comunicación.

- Promoción empresarial en el exterior: actos internacionales.

### 1.6.3. Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de asesoramiento en protocolo y su aplicación en diferentes tipos de actos oficiales.

La función de asesoramiento en protocolo incluye aspectos como:

- Determinación de la normativa protocolaria y su aplicación.
- Establecimiento de la relación entre las distinciones protocolarias y su simbología.
- Interpretación de actos públicos de diferentes ámbitos y su repercusión.
- Identificación y justificación de la presidencia de los actos protocolarios.
- Identificación del proyecto organizativo de un acto.
- Organización y diseño de la documentación necesaria para la organización de un acto protocolario.
- Estudio de las relaciones con los medios de comunicación en el ámbito del protocolo.
- Interpretación del protocolo internacional y sus características.
- Análisis del protocolo empresarial y sus actuaciones.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en el asesoramiento en protocolo y en la organización de eventos de diversa índole.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales a), c), d), f), g), h), j), q), s), t), u), w) y x) del ciclo formativo y las competencias a), c), d), f), h), m), n), ñ), o) y q).

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza y aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Identificación y utilización de normativas de protocolo.



– Aplicación de métodos de análisis para determinar las características de los actos públicos.

– Utilización de fichas, cuestionarios y otros soportes para la obtención de información y síntesis de características de los actos protocolarios.

– Organización y planificación de los recursos materiales y personales necesarios para poder realizar un acto protocolario.

– Elaboración de los documentos de soporte vinculados al acto.

– Aplicación de técnicas de organización de eventos.

– Propuesta de pautas para la realización de actos protocolarios.

– Aplicación de los protocolos de calidad en la organización de los actos protocolarios.

#### 1.7. Módulo profesional: Usos sociales.

• Equivalencia en créditos ECTS: 5.

• Código: MP1186.

• Duración: 87 horas.

##### 1.7.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

• RA1. Identifica el campo de actuación del/de la asesor/ora en usos sociales utilizando técnicas de estudio y análisis.

– CE1.1. Se ha identificado la historia del protocolo social.

– CE1.2. Se han descrito las características del protocolo social y se ha reconocido la necesidad de utilizar códigos de comunicación y conducta.

– CE1.3. Se ha reconocido la obligatoriedad o la relatividad en la utilización de usos sociales.

– CE1.4. Se han descrito y se han identificado los conceptos básicos del saber ser y saber estar, de la urbanidad y de la etiqueta social.



- CE1.5. Se han relacionado las características personales con el protocolo social.
- CE1.6. Se ha reconocido la importancia de la comunicación verbal y no verbal en el comportamiento social.
- CE1.7. Se han interpretado los signos del lenguaje corporal en la comunicación para usos sociales.
- CE1.8. Se ha determinado el ámbito de aplicación de la asesoría en usos sociales.
- CE1.9. Se ha caracterizado la figura del/de la asesor/ora en usos sociales.
- CE1.10. Se han aplicado técnicas para detectar las necesidades y las demandas de la clientela en usos sociales.
- CE1.11. Se han utilizado sistemas de procesado de archivos de información.
- RA2. Determina las normas y los usos protocolarios en las relaciones sociales identificando modelos establecidos.
  - CE2.1. Se han identificado los aspectos que determinan las relaciones sociales.
  - CE2.2. Se han determinado normas de etiqueta social en distintas situaciones.
  - CE2.3. Se ha aplicado la etiqueta social en el vestir según la situación.
  - CE2.4. Se han establecido normas protocolarias en las visitas.
  - CE2.5. Se ha especificado el comportamiento social relacionado con los regalos.
  - CE2.6. Se han establecido los criterios de elección del regalo según las circunstancias personales, sociales y laborales.
  - CE2.7. Se ha determinado el protocolo social en las relaciones laborales.
  - CE2.8. Se ha valorado la importancia de los usos sociales en las relaciones sociales.
  - RA3. Determina los usos sociales ligados a la presentación y a la comunicación personal utilizando protocolos establecidos.
    - CE3.1. Se han representado distintos tipos de saludos según los requisitos sociales.



- CE3.2. Se han identificado y se han diseñado invitaciones de diferentes tipos.
- CE3.3. Se han caracterizado presentaciones diversas según los requisitos sociales establecidos.
- CE3.4. Se han descrito las normas de la proxemia aplicadas a los saludos y a las presentaciones.
- CE3.5. Se han especificado las normas de cortesía en la correspondencia y en el uso de las nuevas tecnologías (correo electrónico...).
- CE3.6. Se han establecido pautas para la utilización del lenguaje oral en sociedad.
- CE3.7. Se ha asesorado sobre aspectos para mantener o iniciar conversaciones en sociedad.
- CE3.8. Se han establecido pautas para utilizar normas sociales en la comunicación telefónica o de redes y medios sociales.
- CE3.9. Se han identificado aspectos negativos que pueden perjudicar la comunicación en su uso social.
- CE3.10. Se han establecido pautas para el entrenamiento en habilidades sociales relacionadas con la presentación y con la comunicación.
- CE3.11. Se han realizado simulaciones de entrenamiento en diferentes situaciones relacionadas con presentaciones o comunicaciones personales.
- RA4. Caracteriza los usos sociales en la mesa estableciendo los modelos de comportamiento y los elementos que la integran.
  - CE4.1. Se han especificado las pautas de comportamiento en la mesa.
  - CE4.2. Se han determinado los criterios para la preparación de la mesa.
  - CE4.3. Se han analizado los elementos para la decoración de la mesa.
  - CE4.4. Se han determinado los parámetros para el manejo de los elementos que integran la mesa.



- CE4.5. Se ha pautado el asesoramiento sobre la forma de servir, trinchar y tomar diferentes alimentos.
- CE4.6. Se han establecido los criterios de colocación de comensales en la mesa.
- CE4.7. Se ha relacionado la elección de menú con el evento o la situación (social, laboral, etc.) y con la hora de celebración.
- CE4.8. Se han establecido criterios de selección de vinos.
- CE4.9. Se han justificado modelos de comportamiento en establecimientos de restauración.
- CE4.10. Se han establecido pautas para el entrenamiento en habilidades sociales relacionadas con el comportamiento en la mesa.
- CE4.11. Se han realizado simulaciones de entrenamiento en diversas situaciones relacionadas con el comportamiento en la mesa.
- RA5. Elabora propuestas de asesoramiento en usos sociales y/u organización de actos y reuniones sociales utilizando documentación y aplicaciones informáticas.
- CE5.1. Se ha determinado la estructura de la propuesta personalizada.
- CE5.2. Se han diseñado propuestas personalizadas en usos sociales.
- CE5.3. Se han establecido los criterios para el análisis de las demandas y de las necesidades de la clientela, así como sus variables personales, sociales y laborales.
- CE5.4. Se han valorado los resultados del estudio de las características personales y del lenguaje corporal y oral.
- CE5.5. Se han determinado los cambios y las nuevas habilidades necesarias en los usos sociales.
- CE5.6. Se han especificado medios, espacios y recursos humanos y materiales para la propuesta.
- CE5.7. Se ha planificado y se ha establecido el cronograma de actividades.



– CE5.8. Se han aplicado las técnicas de comunicación para la presentación de las propuestas.

– CE5.9. Se han determinado pautas para la presentación de las propuestas.

– CE5.10. Se han realizado casos prácticos y simulaciones de presentación y argumentación de propuestas.

– CE5.11. Se han diseñado los documentos necesarios para llevar a cabo la propuesta con la conformidad de la clientela.

• RA6. Establece pautas de organización de actos y reuniones sociales, identificando los requisitos y programando las actividades que se van a realizar.

– CE6.1. Se han identificado situaciones sociales que requieren asesoramiento.

– CE6.2. Se han establecido normas básicas para recibir en casa.

– CE6.3. Se han determinado los tipos de reuniones externas y actos sociales (celebraciones, aniversarios, funerales, etc.).

– CE6.4. Se ha identificado el reparto de actividades y funciones en la organización de reuniones.

– CE6.5. Se han determinado modelos de comportamiento y recomendaciones de vestuario e imagen personal.

– CE6.6. Se han determinado las necesidades y los requisitos en celebraciones y actos familiares de carácter civil o religioso.

– CE6.7. Se han caracterizado los tipos de aniversarios y las formas de celebrarlos.

– CE6.8. Se han determinado las necesidades organizativas de otros actos protocolarios no oficiales (presentaciones en sociedad, actos culturales, deportivos, etc.).

• RA7. Organiza eventos singulares adaptados a las demandas de la clientela y justifica el procedimiento.

– CE7.1. Se han caracterizado los eventos singulares y sus particularidades.



– CE7.2. Se han descrito las funciones, el perfil profesional y las habilidades necesarias del/de la organizador/ora de bodas.

– CE7.3. Se han establecido las necesidades materiales y personales de cada tipo de eventos.

– CE7.4. Se han elaborado los documentos asociados al acto.

– CE7.5. Se han identificado las precedencias y las presidencias en cada tipo de acto.

– CE7.6. Se han relacionado los espacios y sus características con el tipo de acto.

– CE7.7. Se han propuesto modelos de decoración asociados a la simbología del acto.

– CE7.8. Se han tenido en cuenta las necesidades asociadas a la planificación de los actos, como la accesibilidad, el alojamiento, los reportajes fotográficos, la música, etc.

– CE7.9. Se han establecido los criterios para diseñar el menú teniendo en cuenta las particularidades de las personas invitadas, las tradiciones culturales y los aspectos religiosos.

– CE7.10. Se han propuesto listas de regalos y otros elementos recordatorios de los actos singulares.

#### 1.7.2. Contenidos básicos.

##### BC1. Identificación del campo de actuación del/de la asesor/ora en usos sociales.

- Protocolo social. Usos sociales: definición, características y conceptos asociados. Historia del protocolo social.

- Usos del protocolo social. Necesidad de códigos de comunicación y conducta: relatividad u obligatoriedad de los usos sociales.

- Conceptos básicos del saber ser y del saber estar: naturalidad y sencillez, respeto, prudencia y discreción, tolerancia, cortesía, empatía, sentido del humor, puntualidad, etc.

- Urbanidad, buenas maneras y habilidades sociales.

- Etiqueta: nuevos manuales de urbanidad.

- Acciones del protocolo social: normas, hábitos y costumbres; acciones que deben evitarse.



- Estudio de las características personales asociadas al protocolo social: aspectos que se deben potenciar.
  - Aplicación de la inteligencia emocional en el comportamiento social.
  - Comunicación verbal y no verbal en el protocolo social: comunicación oral y escrita (aspectos básicos) y comunicación no verbal (importancia e interpretación de los gestos como medio de comunicación en usos sociales).
  - Estudio del ámbito de aplicación de los usos sociales: comportamiento personal y vida en sociedad (clasificación de los actos y reuniones sociales).
  - Repercusión de la multiculturalidad en los usos sociales: características y factores diferenciales. Implicaciones en el comportamiento social.
  - Figura del/de la asesor/ora en usos sociales: campo de actuación.
  - Técnicas para detectar características, necesidades y demandas de la clientela en usos sociales.
  - Registro y control de la información.
- BC2. Determinación de usos y normas protocolarias en las relaciones sociales.
- Relaciones sociales.
  - Etiqueta social, personal, laboral, etc. Normas de comportamiento en sociedad: aspectos positivos y negativos. Normas de comportamiento en la vía pública, en los transportes públicos y en los espacios públicos, y urbanidad al volante. Aplicación de la etiqueta social en el vestir: etiqueta femenina y masculina; importancia de la imagen personal; conceptos de elegancia y extravagancia.
  - Técnicas protocolarias en usos sociales elementales.
  - Normas protocolarias en las visitas. Visitas personales. Visitas concertadas. Atención a las visitas. Criterios de selección del momento y de la duración de la visita. Normas de actuación en visitas singulares: inesperadas, a personas enfermas, de pésame, etc.





- Comportamiento social relacionado con los regalos. Tipos de regalos. Criterios de elección: adecuación del regalo a las circunstancias personales, sociales y laborales. Presentación y entrega de regalos, y comportamiento en su recepción.

- Comportamiento en el ámbito laboral. Protocolo social en las relaciones laborales. Jerarquía en el trabajo. Diferencias jerárquicas. Convivencia laboral.

BC3. Determinación de los usos sociales ligados a la presentación y a la comunicación personal.

- Saludos: modelos en distintos ámbitos, países y culturas. Tratamientos. Proxemia.
- Invitaciones: tipos principales. Respuesta a las invitaciones.
- Presentaciones: elementos de presentación; presentación de familiares; presentación en sociedad y en la vida profesional; autopresentación; tarjetas de presentación; despedida.
- Correspondencia: normas de cortesía y lenguaje. Elementos soporte: papel de carta, papel timbrado y sobres. Tipos de correspondencia: cartas personales, correspondencia comercial, cartas postales, felicitaciones escritas y otros documentos (informes y memorias).
- Protocolo en los documentos escritos en internet. Comunicación a través de las nuevas tecnologías. Etiqueta en la red.
- Lenguaje y códigos en usos sociales. Arte de conversar en sociedad. Lenguaje coloquial: expresiones que se deben evitar. Conversaciones en la mesa. Conversaciones telefónicas y a través de videoconferencia.

- Entrenamiento de habilidades sociales en actos relacionados con la presentación y la comunicación: pautas y consejos.

BC4. Caracterización de los usos sociales en la mesa.

- Habilidades sociales en la mesa: comportamiento; uso de los elementos (servilletas, cubiertos, vasos, copas, etc.); arte de servir y trinchar; maneras de tomar los alimentos.
- Preparación de la mesa: decoración de la mesa; orden de sus elementos (loza, cristalería y cubiertos); comensales (tipos, características, clasificación, categoría con respecto al acto, criterios de colocación y particularidades de los/las comensales infantiles).



- Elección del menú y la hora. Tipos de menús. Menús según las características y las condiciones de las personas comensales (vegetarianas, aptos según criterios religiosos y de costumbres, etc.). Selección de vinos.

- Modelos de comportamiento en establecimientos de restauración. Tendencias actuales en la restauración y en la elección de menús. Arte de invitar: comidas sociales y de negocios.

- Entrenamiento de habilidades sociales en la mesa: pautas y consejos.

BC5. Elaboración de propuestas de asesoramiento en usos sociales y/u organización de actos y reuniones sociales.

- Diseño de propuestas personalizadas: definición y estructura.

- Descripción de necesidades y demandas. Análisis de las variables personales, sociales y laborales de la clientela.

- Evaluación de las necesidades en usos sociales y características personales del lenguaje corporal, oral, etc.

- Determinación de los cambios necesarios en usos sociales.

- La propuesta: elaboración y preparación de materiales, y selección del material visual (fotos, esquemas, bocetos y programas informáticos); relación de medios, espacios y recursos humanos, y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto (criterios de selección de profesionales colaboradores/as); tipos y características de la documentación técnica y económica (presupuesto).

- Planificación de acciones: cronograma, temporalización y coordinación de trabajos.

- Elaboración de propuestas en distintos soportes.

- Presentación de una propuesta personalizada. Argumentación de la propuesta. Técnicas de comunicación.

- Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.

- Plan de entrenamiento en los nuevos usos sociales.



BC6. Establecimiento de pautas de organización de actos y reuniones sociales.

- Pautas de organización de reuniones en el domicilio: concepto y tipos. Recepción en casa. Normas básicas de recepción. Deber de la persona anfitriona y de las personas invitadas.

- Pautas de organización de celebraciones familiares de carácter civil o religioso. Identificación y reparto de actividades y funciones. Comunicación del acto e invitaciones. Normas de comportamiento de las personas invitadas. Recomendaciones sobre vestuario e imagen personal.

- Necesidades para la organización de aniversarios. Identificación y reparto de actividades y funciones. Comunicación del acto e invitaciones. Deberes de la persona anfitriona y de las personas invitadas.

- Necesidades organizativas en los funerales. Comunicación del acto. Normas de comportamiento. Vestuario de luto.

- Normas de comportamiento en actos con autoridades civiles, religiosas y militares.

- Necesidades organizativas en otros actos protocolarios no oficiales: presentación en sociedad, actos culturales (exposiciones, conciertos, etc.), eventos deportivos, etc. Normas de comportamiento.

BC7. Organización de eventos singulares.

- Pautas de organización de banquetes: definición y características. Tipos de banquetes protocolarios. Personas invitadas y precedencia. Colocación de comensales. Elaboración de documentos asociados al banquete: invitaciones, minutas, tarjetas de comensales, etc. El menú y sus características: diseño, tipos y connotaciones culturales y religiosas.

- Figura del/de la organizador/ora de bodas: funciones, perfil profesional y habilidades necesarias.

- Tipos de ceremonias de bodas (civiles, religiosas, etc.): características y diferencias regionales, religiosas, étnicas, etc. Petición de mano.

- Organización del lugar de la boda: decoración y accesibilidad.



- Ceremonia de boda: aspectos que se deben considerar antes, en su transcurso y después. Criterios para la colocación de asistentes. Distribución de la mesa nupcial y la de las personas invitadas.

- Regalos, recordatorios y listas de boda.

- Necesidades asociadas a la planificación de la boda: vestuario, vehículo, música, fotografía y vídeo, alojamientos, viaje de novios, etc.

- Segundas ceremonias nupciales.

- Necesidades organizativas de otros eventos singulares: fiestas, bailes, exhibiciones de arte, etc.

### 1.7.3. Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de asesoramiento en usos y habilidades sociales, y de organización de eventos singulares según las demandas de la clientela.

Estas funciones abarcan aspectos como:

- Determinación de los usos sociales.
- Caracterización de las habilidades sociales personales con repercusión en la imagen.
- Estudio de los usos sociales según diferentes situaciones.
- Aplicación de las habilidades sociales en situaciones concretas.
- Identificación de las habilidades sociales y su aplicación en el ámbito laboral.
- Organización de eventos ligados a los usos sociales, como bodas, banquetes, etc.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Organización y realización de procesos de información y asistencia para el asesoramiento en usos sociales.

- Prestación de servicios en la organización de actos y reuniones sociales.



La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales d), f), g), h), s) y x) del ciclo formativo y las competencias d), f), n) y q).

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza y aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Aplicación de métodos de observación para determinar las habilidades sociales.
- Organización y planificación de los recursos necesarios para poder realizar un asesoramiento en habilidades sociales.
- Elaboración y presentación de propuestas personalizadas de asesoramiento en habilidades sociales.
- Propuesta de modelos de entrenamiento en habilidades sociales.
- Aplicación de técnicas de organización de eventos singulares.

#### 1.8. Módulo profesional: Asesoría estética.

- Equivalencia en créditos ECTS: 11.
- Código: MP1187.
- Duración: 187 horas.

##### 1.8.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

- RA1. Elabora el protocolo de actuación del/de la asesor/ora de estética identificando su campo de actuación.
  - CE1.1. Se ha identificado el campo de actuación del/de la asesor/ora de estética en el ámbito de la imagen personal.
  - CE1.2. Se ha elaborado un manual de estilos.
  - CE1.3. Se ha reconocido la legislación referente a la propiedad intelectual.
  - CE1.4. Se han elaborado los protocolos de actuación de asesoría estética.



- CE1.5. Se han especificado las fases de actuación del/de la asesor/ora de imagen en cuidados estéticos y maquillaje.
- CE1.6. Se han establecido los criterios de selección de la información para la asesoría estética.
- CE1.7. Se han aplicado métodos para la clasificación y el archivo de la documentación.
- CE1.8. Se han aplicado técnicas de comunicación en la fase de toma de datos.
- CE1.9. Se han aplicado protocolos de estudio estético de la clientela identificando sus demandas y necesidades.
- CE1.10. Se han determinado los métodos para detectar las necesidades y las demandas de la persona usuaria.
- CE1.11. Se han aplicado pautas para el asesoramiento a la clientela sobre cuidados estéticos y de maquillaje.
- CE1.12. Se ha clasificado la información temáticamente.
- CE1.13. Se ha establecido el registro de la información en diferentes formatos.
- CE1.14. Se ha elaborado el *dossier* de profesionales colaboradores/as.
- CE1.15. Se han aplicado criterios para realizar el seguimiento y el control del trabajo técnico realizado.
- RA2. Realiza el estudio de la imagen física para la asesoría estética aplicando técnicas de análisis de la piel y de la morfología corporal.
- CE2.1. Se ha preparado el espacio de trabajo.
- CE2.2. Se han aplicado medidas de atención y preparación de la clientela.
- CE2.3. Se han establecido los sistemas de comunicación con diferentes profesionales.
- CE2.4. Se han aplicado técnicas para identificar las demandas y las necesidades de la clientela.



- CE2.5. Se han establecido los métodos para la realización del análisis facial y corporal.
- CE2.6. Se han justificado los criterios de selección de los equipos y de los medios técnicos para el estudio estético.
- CE2.7. Se han manejado los equipos para el análisis estético.
- CE2.8. Se han identificado las alteraciones de la piel y de sus anexos con repercusión en la imagen personal.
- CE2.9. Se han identificado las alteraciones estéticas corporales.
- CE2.10. Se ha responsabilizado de la aplicación de normas de seguridad e higiene en los procesos de análisis.
- CE2.11. Se han interpretado los resultados obtenidos en el análisis de la imagen.
- CE2.12. Se han establecido los criterios para la derivación a diferentes profesionales.
- CE2.13. Se han cumplimentado las fichas de registro de los datos obtenidos en el análisis.
- CE2.14. Se ha organizado la documentación según los criterios establecidos.
- RA3. Determina los tratamientos faciales y corporales para el asesoramiento estético analizando las técnicas empleadas.
  - CE3.1. Se han determinado los tratamientos estéticos faciales y corporales para el asesoramiento estético.
  - CE3.2. Se han identificado las técnicas para la eliminación y la decoloración del vello.
  - CE3.3. Se han seleccionado los cuidados y los tratamientos estéticos de las manos y de los pies.
  - CE3.4. Se han relacionado los tratamientos de medicina y cirugía estética con las alteraciones que pueden corregir.
  - CE3.5. Se han determinado los criterios de asesoramiento y derivación a profesionales especialistas.
  - CE3.6. Se han identificado las aplicaciones de las técnicas electroestéticas, mecánicas, fototerápicas, etc. y sus criterios de selección.



- CE3.7. Se han especificado las técnicas manuales asociadas a los tratamientos estéticos.
- CE3.8. Se han seleccionado cosméticos de tratamiento facial y corporal.
- CE3.9. Se han determinado las técnicas hidrotermales con aplicación en los tratamientos faciales y corporales.
- RA4. Realiza el estudio morfológico del rostro para el asesoramiento en estilos de maquillaje, aplicando técnicas de visagismo, y determina sus características.
  - CE4.1. Se ha representado gráficamente el canon de la cabeza humana.
  - CE4.2. Se han analizado los elementos y las características físicas del rostro.
  - CE4.3. Se han determinado los tipos de óvalos y sus correcciones a través del maquillaje.
  - CE4.4. Se han realizado diseños gráficos de los tipos de óvalos y facciones.
  - CE4.5. Se han relacionado las desproporciones del rostro con su corrección a través del maquillaje y/o técnicas de micropigmentación.
  - CE4.6. Se ha elaborado la ficha de visagismo.
  - CE4.7. Se han establecido los criterios para determinar la armonía del color del maquillaje.
  - CE4.8. Se ha justificado la elección del color para la armonía en el maquillaje.
  - CE4.9. Se han relacionado las características del estilo de maquillaje con los actos sociales.
  - CE4.10. Se han aplicado técnicas de dibujo y herramientas informáticas para el diseño de bocetos de cambios de estilo.
- RA5. Aplica técnicas de automaquillaje adaptadas a la morfología y a las circunstancias sociolaborales.
  - CE5.1. Se han justificado las operaciones previas al automaquillaje.
  - CE5.2. Se han realizado el diseño y la corrección de las cejas.





- CE5.3. Se han determinado los criterios para la elección de los cosméticos de maquillaje según el tono y la textura.
- CE5.4. Se han relacionado los tipos de cosméticos de maquillaje con el modo de aplicación.
- CE5.5. Se han aplicado cosméticos de maquillaje mediante técnicas de batido, arrastre, difuminado, delineado, etc.
- CE5.6. Se han aplicado las correcciones en el propio rostro.
- CE5.7. Se han seleccionado técnicas para el maquillaje de los ojos.
- CE5.8. Se ha reconocido la forma de corrección de los labios y de los pómulos según la morfología del propio rostro.
- CE5.9. Se han realizado diferentes estilos de maquillaje según la edad y la circunstancia.
- CE5.10. Se ha responsabilizado de la aplicación de normas de seguridad e higiene en los procesos de maquillaje.
- RA6. Elabora propuestas personalizadas de cambios de imagen a través de tratamientos estéticos y maquillaje, con planificación de las fases para su realización.
- CE6.1. Se ha establecido la estructura de la propuesta.
- CE6.2. Se han valorado variables personales y sociolaborales, y los resultados del estudio de la imagen personal.
- CE6.3. Se han reconocido los criterios para seleccionar a profesionales colaboradores/as.
- CE6.4. Se han seleccionado las técnicas y los tratamientos faciales, corporales o asociados a tratamientos de cirugía estética, maquillajes y micropigmentación, para el cambio de imagen.
- CE6.5. Se han realizado bocetos de estilos de maquillaje.
- CE6.6. Se han diseñado bocetos de cambios de imagen a través del maquillaje y los cuidados estéticos.



– CE6.7. Se han especificado medios, espacios y recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el cambio de imagen.

– CE6.8. Se han programado la secuencia y la temporalización para el cambio de imagen.

– CE6.9. Se ha seleccionado el formato de presentación de la propuesta personalizada.

– CE6.10. Se ha presentado la propuesta personalizada en asesoría estética.

• RA7. Establece pautas para el mantenimiento de la nueva imagen diseñando actividades de entrenamiento en maquillaje y cuidados estéticos.

– CE7.1. Se han establecido las actividades para la formación de la clientela en cuidados estéticos y maquillaje.

– CE7.2. Se han especificado las técnicas para la realización de la higiene y preparación de la piel.

– CE7.3. Se han seleccionado cosméticos de higiene, mantenimiento, protección y tratamientos facial y corporales de uso personal.

– CE7.4. Se ha orientado en la selección de cosméticos decorativos.

– CE7.5. Se han aplicado cosméticos decorativos.

– CE7.6. Se han manejado los útiles de maquillaje.

– CE7.7. Se ha realizado el entrenamiento en automaquillaje.

– CE7.8. Se ha reconocido la importancia de los planes de formación de la clientela para el mantenimiento de la imagen.

– CE7.9. Se han identificado las técnicas de mantenimiento de los tratamientos estéticos y de medicina estética.

1.8.2. Contenidos básicos.

BC1. Elaboración del protocolo de actuación del/de la asesor/ora de estética.

• Campo de actuación del/de la asesor/ora de imagen: asesoría de los cuidados estéticos. Asesoramiento en actos y eventos. Asesoramiento puntual para evento (personal,



profesional, pasarela y moda, etc.). Asesoramiento estético para los medios audiovisuales y de moda. Cambio de *look* total a través de nuevos estilos de maquillaje.

- Elaboración de un manual de estilos: fuentes documentales de estilos, maquillaje tipo, estilismos que modifican la imagen, maquilladores/as famosos/as y tendencias que marcan moda.

- Aplicación de la Ley de propiedad intelectual: derechos de autoría.

- Protocolos de asesoría de estética. Fases de actuación del/de la asesor/ora de imagen en cuidados estéticos y maquillaje.

- Fase de documentación: métodos de obtención de la información (estrategias de búsqueda y criterios de selección); métodos de organización e integración de los resultados de la búsqueda (análisis y clasificación de la información); expediente de colaboradores/as profesionales (criterios para la elaboración y la actualización de archivos de especialistas de estética, peluquería, dermatología, cirugía estética, endocrinología, oftalmología y estomatología).

- Fase de análisis de las características, las necesidades y las demandas de las personas usuarias y de su entorno. Técnicas de comunicación para la toma de datos. Protocolo para el estudio de la clientela.

- Fase de asesoramiento en cuidados estéticos y maquillaje: determinación de cambios de imagen; elaboración y presentación de propuestas; establecimiento de pautas para el mantenimiento.

- Fase de evaluación y control: supervisión de las realizaciones técnicas.

BC2. Realización del estudio de la imagen física para la asesoría estética.

- Preparación del área de trabajo. Adecuación de la cabina. Higiene y mantenimiento.

- Técnicas de preparación del/de la profesional, y de acomodación y preparación de la clientela. Comportamiento frente a la clientela, a los/las compañeros/as de trabajo y a los/las superiores. Atención a la clientela: técnicas de comunicación.

- Aplicación de protocolos de técnicas de análisis facial y corporal. Fases del proceso. Métodos para la exploración. Técnicas para detectar demandas, necesidades y expectativas de la persona usuaria.



- Manejo de equipos para el análisis estético: clasificación; técnicas de aplicación; precauciones; criterios de selección; normas de mantenimiento. Seguridad e higiene en los procesos de análisis facial y corporal.

- Identificación del estado de la piel y de los anexos. Identificación de alteraciones cutáneas faciales con repercusión en la imagen personal.

- Identificación del tipo de piel: clasificación y características de los tipos de piel.

- Identificación de alteraciones estéticas corporales: celulitis, obesidad, estrías, flaccidez, vello, etc.

- Interpretación de resultados y valoración profesional.

- Criterios para la derivación a profesionales de cirugía estética, de odontología, dietistas, de dermatología, etc.

- Documentación técnica: historial estético. Ficha para el análisis de la piel. Ficha para la exploración corporal. Ficha con pautas de aplicación de cosméticos recomendados. Informes para derivación a profesionales. Consentimiento informado.

- Registro y control de la documentación. Confidencialidad.

BC3. Determinación de los tratamientos faciales y corporales para el asesoramiento estético.

- Tratamientos estéticos faciales y corporales: clasificación (hidratantes, seborreguladores, despigmentantes, preventivos y paliativos del envejecimiento cutáneo, reductores, reafirmantes, de la circulación periférica, etc.), indicaciones y criterios de selección.

- Tratamientos para la eliminación y la decoloración del vello: técnicas de depilación mecánica y eléctrica, de fotodepilación y de decoloración del vello. Indicaciones, contraindicaciones y criterios de selección.

- Cuidados de las manos y de los pies (manicura, pedicura y uñas artificiales): indicaciones. Tratamientos de manos y pies: indicaciones y criterios de selección.

- Medicina y cirugía estética. Clasificación de tratamientos médico-estéticos y de cirugía estética: indicaciones; criterios de asesoramiento y derivación a profesionales especialistas.



- Técnicas electroestéticas, mecánicas, fototerápicas, etc.: clasificación, indicaciones y contraindicaciones, efectos, aplicaciones y criterios de selección.

- Técnicas manuales: clasificación, efectos, indicaciones y criterios de selección.

- Técnicas cosmetológicas: clasificación y criterios de selección.

- Técnicas hidrotermales: clasificación, efectos, indicaciones y criterios de selección.

BC4. Realización del estudio morfológico del rostro para el asesoramiento en estilos de maquillaje.

- Estudio del rostro y de la cabeza humana: proporciones, facciones y simetrías. Representación gráfica.

- Geometría del rostro: tipos de óvalo.

- Estudio de los elementos del rostro: cejas, ojos, nariz, boca, pómulos, barbilla y frente.

- Armonía del color de la piel, los ojos, el vello y las cejas para la selección de cosméticos de maquillaje.

- Ficha de visagismo.

- Color en el maquillaje: aplicación del círculo cromático; colores cálidos y fríos; armonía y contraste de colores.

- Influencia de los colores del maquillaje en la imagen personal. Aspectos relacionados con el maquillaje: edad y personalidad, momento y circunstancias, indumentaria, etc.

- Técnicas de visagismo: correcciones del rostro a través del maquillaje. Técnica del clarooscuro. Disposición de líneas.

- Tipos de estilos de maquillaje: características de los estilos y relación con los actos sociales.

- Esbozo de cambios de estilo de maquillaje.

- Aplicación de técnicas de dibujo: iniciación a las técnicas de expresión gráfica.

- Aplicación de herramientas informáticas. Manejo de programas actuales.



BC5. Aplicación de técnicas de automaquillaje.

- Selección de cosméticos decorativos: clasificación, tipos y formas de presentación. Tonos y texturas.

- Selección de útiles y materiales: tipos y características.

- Técnicas previas a la aplicación de maquillaje: desmaquillaje y preparación de la piel.

- Técnicas de corrección y diseño personalizado de las cejas.

- Técnicas de aplicación de productos cosméticos decorativos. Maquillaje de fondo: técnica de batido, arrastre y difuminado. Parámetros que se deben tener en cuenta para la aplicación de bases de maquillaje, polvos, colorete, correctores, sombras y delineadores cosméticos labiales: zonas de aplicación, dirección, material de aplicación, color, maniobras, etc.

- Técnicas de aplicación de correcciones en el rostro mediante el maquillaje.

- Maquillaje de ojos, de labios y de pómulos.

- Proceso de realización de los estilos de maquillaje y su adecuación al/a la modelo, al sexo, a la edad y a la circunstancia: fases y secuencia.

- Seguridad e higiene en los procesos de maquillaje.

BC6. Elaboración de propuestas personalizadas de cambios de imagen a través de tratamientos estéticos y maquillaje.

- Estructura específica de la propuesta. Descripción de necesidades y demandas. Variables personales y sociolaborales: estilos de vida, personalidad, características estéticas, acontecimientos, ámbito laboral, etc. Interpretación de informes profesionales. Valoración de los resultados del estudio de la imagen personal (características que se deben potenciar y/o modificar). Caracterización del nuevo estilo. Relación de los trabajos técnicos de estética y maquillaje necesarios para el cambio de imagen. Selección de tratamientos y cuidados estéticos faciales y corporales. Selección de tratamientos asociados a técnicas de cirugía y medicina estética. Selección de estilos de maquillaje. Selección del tipo de maquillaje permanente.

- Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características.



- Elaboración de diseños gráficos y fotográficos: los bocetos sobre estilos de maquillaje.
- Medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto.
- Planificación de acciones: calendario de actuación, temporalización y coordinación de trabajos.
- Presentación de la propuesta personalizada. Orientación económica. Conclusión de la propuesta.

BC7. Establecimiento de pautas para el mantenimiento de la nueva imagen.

- Plan de actividades para la formación de la clientela en cuidados estéticos.
- Técnicas para la higiene y la preparación de la piel.
- Cuidados de higiene, mantenimiento, protección y tratamientos faciales y corporales de uso personal.
- Pautas de orientación en la selección de cosméticos decorativos: color, textura y zona de aplicación. Pautas de aplicación, manipulación y conservación. Set básico de maquillaje.
- Automaquillaje: estudio y valoración del rostro, del estilo, de la personalidad, del momento y de las circunstancias. Preparación y cuidados básicos de la piel.
- Entrenamiento para el manejo de útiles para el automaquillaje.
- Aplicación del automaquillaje.
- Técnicas de finalización del automaquillaje.
- Pautas de cuidados posteriores a los tratamientos estéticos de cambio de imagen.

1.8.3. Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de asesoramiento en cuidados estéticos y maquillaje.



Esta función incluye aspectos como:

- Elaboración de documentación técnica.
- Exploración y estudio facial y corporal.
- Diferenciación de las técnicas estéticas para el cuidado facial y corporal.
- Reconocimiento de las aplicaciones de las técnicas electroestéticas.
- Identificación de los tipos de maquillaje.
- Determinación de las técnicas de automaquillaje.
- Organización y actualización de archivos.
- Pautas de orientación para la selección y la aplicación de cosméticos y cuidados personales.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en protocolos de asesoramiento en cuidados estéticos y en maquillaje, y en procesos de automaquillaje.

La formación del módulo contribuye a lograr los objetivos generales b), c), d), j), k), l), q), r), s), t), u), v) y x) del ciclo formativo y las competencias b), c), d), h), i), m), n), ñ), o), p) y q).

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza y aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Identificación de las necesidades o demandas de la persona usuaria.
- Realización del estudio estético.
- Asesoramiento sobre tratamientos estéticos, faciales y corporales.
- Asesoramiento en maquillaje.
- Asesoramiento en cambios de imagen.
- Selección y aplicación de cosméticos para el automaquillaje.





– Elaboración de propuestas personalizadas de asesoría.

– Determinación de pautas para la selección y aplicación de cosméticos y cuidados personales.

1.9. Módulo profesional: Habilidades comunicativas.

• Equivalencia en créditos ECTS: 7.

• Código: MP1188.

• Duración: 133 horas.

1.9.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

• RA1. Caracteriza los tipos de comunicación identificando los elementos que intervienen en el proceso.

– CE1.1. Se han identificado los elementos que intervienen en el proceso de comunicación.

– CE1.2. Se han analizado las herramientas propias de la comunicación escrita analizando su estructura y su vocabulario.

– CE1.3. Se han especificado las noticias técnicas de comunicación escrita (correo electrónico, SMS, etc.).

– CE1.4. Se ha analizado la comunicación verbal y no verbal.

– CE1.5. Se han analizado las herramientas propias de la comunicación oral.

– CE1.6. Se han identificado las pautas para el desarrollo de una adecuada comunicación no verbal.

– CE1.7. Se han establecido las diferencias entre la comunicación interpersonal, social y laboral.

– CE1.8. Se ha determinado el lenguaje que se va a emplear en distintos tipos de comunicación pública (discurso, entrevista, actos protocolarios, sociales, etc.).

– CE1.9. Se han identificado los tipos de público.



- CE1.10. Se han valorado las novedades en técnicas de comunicación.
- CE1.11. Se han establecido las características de la imagen personal que influyen en la comunicación.
  - RA2. Elabora el plan de actuación del/de la asesor/ora en técnicas de comunicación identificando su campo de trabajo.
- CE2.1. Se han especificado la estructura y los elementos que debe incluir un plan de asesoramiento en técnicas de comunicación.
- CE2.2. Se han determinado las fases de actuación del/de la asesor/ora de habilidades comunicativas.
- CE2.3. Se ha identificado y se ha descrito la documentación técnica necesaria para el análisis de las características, las necesidades y las demandas de la persona usuaria y de su entorno.
- CE2.4. Se han especificado la temporalización y los medios técnicos del plan.
- CE2.5. Se ha elaborado el expediente de profesionales colaboradores/as.
- CE2.6. Se ha realizado un plan de intervención para la mejora de habilidades comunicativas y se han determinado los objetivos y los medios técnicos utilizados.
- CE2.7. Se han planificado las actividades que se realizarán para conseguir la mejora de las habilidades comunicativas.
- CE2.8. Se han identificado los aspectos de la imagen que influyen en la comunicación.
- CE2.9. Se han establecido pautas para realizar el seguimiento del proceso y detectar desviaciones, y se han propuesto las correcciones oportunas.
- CE2.10. Se ha determinado el campo de actuación del/de la asesor/ora.
  - RA3. Aplica técnicas de análisis de las habilidades comunicativas utilizando cuestionarios y procedimientos de observación.
- CE3.1. Se ha especificado la metodología para el análisis de las habilidades comunicativas de la clientela o de las personas usuarias.



- CE3.2. Se han utilizado medios audiovisuales para realizar el análisis en comunicación.
- CE3.3. Se han establecido las pautas para realizar la entrevista con el/la cliente/a y detectar sus necesidades.
- CE3.4. Se han realizado grabaciones de audio y vídeo, y se han analizado los gestos, el tono de voz, el ritmo y la intensidad de la expresión oral y otros factores.
- CE3.5. Se han analizado los elementos que intervienen en los ámbitos personales, sociales, culturales y profesionales de la persona usuaria.
- CE3.6. Se ha cumplimentado la documentación y se han registrado los datos en la ficha personal.
- CE3.7. Se han observado y se han analizado las habilidades comunicativas del/de la cliente/a mediante la observación visual.
- CE3.8. Se han identificado en la persona usuaria los aspectos de la comunicación que hay que potenciar, modificar o adquirir.
- CE3.9. Se han analizado los registros de comunicación correspondientes a cada situación.
- CE3.10. Se ha registrado la información garantizando el cumplimiento de la Ley de protección de datos de carácter personal.
- RA4. Presenta propuestas técnicas de comunicación definiendo las fases de elaboración.
  - CE4.1. Se han determinado la estructura y la información que conforma la propuesta de asesoría en técnicas de comunicación.
  - CE4.2. Se han identificado los factores que condicionan o modifican la propuesta.
  - CE4.3. Se han establecido pautas para personalizar la propuesta según las necesidades de la clientela.
  - CE4.4. Se han diferenciado los tipos de soportes que se pueden emplear para la elaboración de la propuesta.
  - CE4.5. Se han utilizado soportes de diferentes tipos para elaborar las propuestas.



- CE4.6. Se ha presentado la propuesta empleando la comunicación oral y escrita.
- CE4.7. Se han especificado los mecanismos para resolver las dudas presentadas.
- CE4.8. Se ha cumplimentado el documento para la autorización del proceso.
- RA5. Aplica técnicas de entrenamiento en comunicación y las adapta a las necesidades de la persona usuaria.
- CE5.1. Se han establecido las actividades para mejorar la comunicación interpersonal.
- CE5.2. Se han especificado las actividades para mejorar la comunicación social y profesional.
- CE5.3. Se han establecido las pautas para realizar diferentes tipos de comparecencias e intervenciones ante público y audiencias.
- CE5.4. Se han identificado las características de las comparecencias y de las intervenciones que influyen en la imagen.
- CE5.5. Se han determinado las actividades para modificar la comunicación escrita, oral y/o gestual.
- CE5.6. Se han aplicado técnicas de comunicación para hablar en público.
- CE5.7. Se han elaborado documentos escritos aplicando criterios lingüísticos y de estilo.
- CE5.8. Se han realizado exposiciones orales y se han analizado su estructura y el lenguaje empleado.
- CE5.9. Se han realizado actividades de entrenamiento con distintas herramientas de comunicación.
- CE5.10. Se han establecido los parámetros para realizar el seguimiento y la evaluación de la asesoría en comunicación.
- RA6. Aplica técnicas de asesoramiento para la comparecencia en los medios de comunicación y analiza sus características.
- CE6.1. Se han especificado los tipos y las funciones de los medios de comunicación.



– CE6.2. Se han identificado las características de los medios que influyen en la comunicación.

– CE6.3. Se ha valorado la influencia de la imagen en diferentes medios.

– CE6.4. Se han justificado las habilidades comunicativas como herramienta para transmitir una imagen.

– CE6.5. Se han identificado los tipos de mensajes que se pueden transmitir a través de los medios de comunicación.

– CE6.6. Se ha caracterizado el lenguaje verbal y no verbal en los medios (dicción, expresión, tipos de oraciones, etc.).

– CE6.7. Se ha asesorado sobre el lenguaje que hay que utilizar según el medio (audiovisual, gráfico, etc.) y el tipo de intervención.

– CE6.8. Se ha relacionado la imagen personal con la comunicación a través de diferentes medios de comunicación.

– CE6.9. Se ha relacionado el tipo de público con el medio que hay que emplear y se ha determinado el tipo de lenguaje que deba utilizarse.

#### 1.9.2. Contenidos básicos.

##### BC1. Caracterización de los tipos de comunicación.

- Comunicación: aspectos generales; elementos de la comunicación.
- Comunicación escrita: herramientas de escritura; estructura y vocabulario.
- Noticias técnicas y nuevos medios de comunicación escrita: correo electrónico, SMS, MMS, blogs, etc. Importancia en la comunicación de la etiqueta en la red.
- Comunicación verbal: herramientas de la expresión oral.
- Comunicación no verbal: expresión corporal, facial, de las manos, etc.
- Comunicación interpersonal, social y laboral: características y tipos.
- Comunicación pública: características. Tipos de público. Lenguaje en la comunicación pública: discursos, entrevistas, actos protocolarios y sociales, etc.



- Técnicas de comunicación en la actualidad: *couching*, etc.
- Imagen personal y comunicación.

BC2. Elaboración del plan de actuación del/de la asesor/ora en técnicas de comunicación.

- Plan general de asesoramiento en técnicas de comunicación: estructura y elementos. Fases de actuación del/de la asesor/ora de habilidades comunicativas.

- Fase de documentación. Métodos de obtención de la información. Expediente de colaboradores/as profesionales: criterios para la elaboración y la actualización de archivos de especialistas.

- Fase de análisis de las características, las necesidades y las demandas de la persona usuaria y de su entorno.

- Fase de desarrollo: plan de intervención para la mejora de habilidades de comunicación en distintos ámbitos de actuación: objetivos, medios técnicos, temporalización y planificación de actividades. Elementos de la imagen que influyen en la comunicación.

- Fase de evaluación y control: pautas para realizar el seguimiento del plan y evitar desviaciones.

- Campo de actuación del/de la asesor/ora.

BC3. Aplicación de técnicas de análisis de las habilidades comunicativas.

- Métodos para el análisis de las habilidades comunicativas. Observación directa de la clientela. Observación a través de medios audiovisuales.

- Análisis de los elementos que intervienen en la comunicación.

- Análisis de los elementos que intervienen en distintos ámbitos de actuación: personal, social, cultural y profesional.

- Detección de las necesidades y de las demandas de la clientela: entrevista personal.

- Ficha del/de la cliente/a: datos personales, profesionales y técnicos.



- Estudio previo del/de la cliente/a a través de grabaciones de vídeo y audio. Análisis gestual, del tono de voz, del ritmo y la intensidad de la expresión oral, etc.

- Conclusiones resultantes del proceso de análisis: carencias en el área de comunicación; técnicas de comunicación que hay que potenciar, modificar o adquirir.

- Registro y control de la información. Cumplimentación y custodia de la documentación.

BC4. Presentación de la propuesta técnica de comunicación.

- Propuesta de asesoría en técnicas de comunicación: estructura, información y secuencia. Factores que condicionan o modifican la propuesta. Propuestas personalizadas.

- Tipos de soportes para la elaboración y preparación de documentos: papel, medios informáticos, medios audiovisuales, etc.

- Elaboración de la propuesta en diferentes tipos de soportes.

- Técnicas de comunicación de la propuesta o del plan de actuación. Ventajas y desventajas de la comunicación oral y escrita.

- Técnicas para la resolución de dudas.

- Cumplimentación de documentación: acuerdos y autorización del proceso.

BC5. Aplicación de técnicas de entrenamiento en comunicación.

- Actividades para desarrollar habilidades comunicativas personales e interpersonales, sociales y profesionales.

- Comparecencias ante público y audiencias: técnica vocal, personalidad y mensaje. Tipos de comparecencias: oficiales, privadas, etc.

- Características de las comparecencias y de las intervenciones en público que condicionan la imagen.

- Hablar en público: técnicas y estrategias para mejorar las habilidades.

- Actividades para la modificación de la comunicación escrita, oral y/o gestual: elaboración de documentos escritos (cartas, tarjetas, etc.); elaboración de exposiciones orales



(presentaciones, conferencias, entrevistas, etc.), con análisis de la estructura y del lenguaje empleado, y métodos para potenciar los recursos expresivos.

- Actividades para la modificación de los elementos de la imagen que influyen en la comunicación. Importancia del atuendo, el color, la luz, etc.

- Entrenamiento en herramientas de la comunicación (teléfono, fax, comunicaciones escritas, internet, correo electrónico, blogs, páginas web, etc.): tipos de lenguaje y técnicas que se deben emplear.

- Técnicas de seguimiento del proceso de asesoría en comunicación. Evaluación del proceso.

BC6. Aplicación de técnicas de asesoramiento para la comparecencia en medios de comunicación.

- Medios de comunicación: tipos (masivos e interpersonales) y funciones.
- Características de los medios con influencia en la comunicación.
- Comunicación en diferentes medios (radio, televisión, cine, publicidad, prensa, videoconferencias, internet, etc.).
- Tipos de mensajes en diversos medios de comunicación.
- Imagen en la comunicación ante los medios. Elementos visuales que influyen en la comunicación. Características de los medios que condicionan la imagen.
- Características del lenguaje verbal y no verbal en los medios de comunicación.
- Adaptación del mensaje y del lenguaje al tipo de público y al medio de comunicación.

### 1.9.3. Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de asesoramiento sobre habilidades de comunicación.

Esta función incluye aspectos como:

- Caracterización de los tipos de comunicación.





– Aplicación de procedimientos de análisis para detectar las necesidades de la clientela en técnicas de comunicación.

– Organización del plan de actuación.

– Presentación de la propuesta de asesoría.

– Aplicación de técnicas de entrenamiento en las técnicas de comunicación.

– Asesoramiento para comparecer en distintos medios de comunicación.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

– Organización y realización de procesos de información y asistencia para el asesoramiento en habilidades comunicativas.

– Prestación de servicios de asesoramiento en comparecencias públicas y privadas, y en medios de comunicación.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales b), c), d), e) y q) del ciclo formativo y las competencias b), c), d), e) y m).

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza y aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

– Caracterización de los tipos de comunicación.

– Aplicación de procedimientos de análisis.

– Organización del asesoramiento.

– Presentación de la propuesta de asesoramiento.

– Aplicación de técnicas de entrenamiento en comunicación.

– Aplicación de técnicas de asesoramiento para la comparecencia en medios de comunicación.



### 1.10. Módulo profesional: Imagen corporativa.

- Equivalencia en créditos ECTS: 6.
- Código: MP1189.
- Duración: 105 horas.

#### 1.10.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

- RA1. Realiza el estudio de la identidad corporativa aplicando técnicas de análisis.
  - CE1.1. Se ha identificado el campo de actuación del/de la asesor/ora de imagen corporativa.
  - CE1.2. Se ha establecido el asesoramiento en distintos tipos de imagen (personal, arquitectónica, logística, iconográfica, de gestión, etc.).
  - CE1.3. Se han definido la personalidad y la cultura corporativa de la organización.
  - CE1.4. Se han desarrollado habilidades sociales y de interrelación profesional y corporativa para la transmisión de la cultura corporativa.
  - CE1.5. Se ha analizado la ideología corporativa de las personas fundadoras, del equipo directivo y de los/las profesionales de la entidad.
  - CE1.6. Se ha relacionado la filosofía corporativa con el producto y/o el servicio y con su público.
  - CE1.7. Se ha analizado la repercusión sobre el público objetivo y sobre el público potencial.
  - CE1.8. Se han establecido los métodos y las técnicas para realizar la concreción de la identidad corporativa (técnica DAFO).
  - CE1.9. Se han analizado imágenes corporativas públicas y privadas nacionales e internacionales.
  - CE1.10. Se han establecido las relaciones entre el tipo de entidad y su imagen corporativa.
  - CE1.11. Se han identificado los sistemas de percepción social de la imagen.
  - CE1.12. Se han analizado la percepción social de la imagen y los valores corporativos.



• RA2. Determina los elementos que definen la imagen corporativa de las entidades analizando su diseño y los códigos iconológicos.

– CE2.1. Se han caracterizado los signos de identificación visual de la imagen corporativa (nombre, marca, logotipo, imago tipo, colores corporativos, etc.).

– CE2.2. Se han analizado las aplicaciones de la identidad gráfica de la empresa en varios soportes.

– CE2.3. Se han establecido las líneas de diseño básicas de los elementos visuales de la imagen corporativa.

– CE2.4. Se han identificado los espacios y la arquitectura, y su relación con la imagen corporativa, teniendo en cuenta los estilos y las características de los materiales empleados, así como el tipo de decoración utilizado.

– CE2.5. Se ha aplicado el método iconológico a la asesoría de imagen corporativa.

– CE2.6. Se han identificado y se han clasificado los soportes en donde se aplican los elementos identificadores de la imagen corporativa.

– CE2.7. Se ha especificado el simbolismo de los elementos distintivos y su diseño.

– CE2.8. Se ha analizado la evolución en los elementos de identificación y sus cambios.

• RA3. Determina la imagen de los colectivos profesionales, identificando los elementos que la forman, y evalúa su efecto en la imagen corporativa.

– CE3.1. Se han analizado los aspectos de la identidad corporativa que van a transmitir los colectivos profesionales.

– CE3.2. Se ha realizado el estudio de la imagen, la expresión, los estilos y las habilidades de interrelación del equipo de trabajo.

– CE3.3. Se han adecuados los elementos, las características y los símbolos para crear la imagen colectiva.

– CE3.4. Se ha diseñado la propuesta de asesoría de imagen colectiva.



- CE3.5. Se han determinado los/las profesionales colaboradores/as.
- CE3.6. Se ha realizado el asesoramiento en imagen externa: en peluquería y en automaquillaje.
- CE3.7. Se ha realizado el asesoramiento en expresión oral, gestual y corporal.
- CE3.8. Se ha realizado el asesoramiento en habilidades de comunicación (habilidades de interrelación personal, social, profesional y corporativa).
- CE3.9. Se han establecido las pautas para la puesta en práctica de la nueva imagen colectiva y/o profesional, como los uniformes y otras formas de expresión personal.
- RA4. Elabora proyectos de asesoría de imagen corporativa determinando el plan de acción y secuenciando sus fases.
- CE4.1. Se han establecido las fases del proyecto de asesoría de imagen corporativa.
- CE4.2. Se ha realizado la fase de investigación y validación de la identidad corporativa.
- CE4.3. Se han especificado las pautas para la puesta en práctica de la imagen corporativa en distintos ámbitos y campos de aplicación, así como en los productos o servicios.
- CE4.4. Se ha elaborado un estudio externo teniendo en cuenta los perfiles de mercado, los hábitos y las costumbres del público y de la competencia.
- CE4.5. Se ha realizado un estudio de la personalidad corporativa analizando su imagen y concretando la identidad futura.
- CE4.6. Se ha realizado el protocolo de imagen y estilo elaborando el manual de procedimiento.
- CE4.7. Se ha planificado la fase de mantenimiento y control.
- CE4.8. Se han especificado los indicadores de calidad para el mantenimiento de la imagen corporativa.
- CE4.9. Se ha elaborado la documentación técnica y económica de la propuesta.



- CE4.10. Se han seleccionado las herramientas y las técnicas para la elaboración del proyecto de asesoría.
- CE4.11. Se ha seleccionado el formato de presentación de la propuesta.
- CE4.12. Se ha elaborado la propuesta en soporte manual e informático.
- CE4.13. Se han establecido las acciones y el calendario de actuación para el desarrollo del proyecto.
- CE4.14. Se ha elaborado el presupuesto económico.
- CE4.15. Se ha argumentado la propuesta personalizada.
- CE4.16. Se han seleccionado el formato de presentación y el tipo de material.
- CE4.17. Se han resuelto las dudas, se han establecido los acuerdos y se ha concretado la autorización del proceso.
- RA5. Elabora el manual de imagen corporativa y lo adapta a las características de la entidad.
  - CE5.1. Se han establecido los objetivos y la estructura de los manuales de imagen corporativa y de los libros de estilo de las compañías.
  - CE5.2. Se han determinado los elementos gráficos de identidad visual (logotipo, isotipo, imagotipo y marca).
  - CE5.3. Se han justificado las normas referidas a la aplicación del diseño y a la identidad gráfica.
  - CE5.4. Se ha reconocido la función comunicativa de la identidad visual.
  - CE5.5. Se han identificado manuales corporativos de interés para la asesoría de imagen corporativa.
  - CE5.6. Se han elaborado los manuales corporativos de los partidos políticos y sus elementos identificadores.
  - CE5.7. Se han caracterizado los manuales corporativos de los principales medios de comunicación.



- CE5.8. Se han identificado sus características y las diferencias entre las opciones.
- CE5.9. Se han elaborado los manuales de estilo en distintos ámbitos de la asesoría de imagen corporativa.
- CE5.10. Se ha establecido un mecanismo de seguimiento de la evolución del manual de imagen.
  - RA6. Pone en práctica las estrategias de comunicación estableciendo el plan de actuación y los elementos de promoción corporativa.
- CE6.1. Se han establecido las políticas de imagen y comunicación corporativa.
- CE6.2. Se ha diseñado un plan de comunicación empresarial.
- CE6.3. Se han definido los objetivos, las estrategias, los mensajes y el calendario de actuación.
- CE6.4. Se han evaluado los costes y se ha realizado un seguimiento del plan.
- CE6.5. Se han determinado los instrumentos del plan de comunicación empresarial (relaciones públicas y campañas de comunicación).
- CE6.6. Se han analizado la comunicación escrita, sus estrategias de redacción, los modelos de cartas y las memorias.
- CE6.7. Se han evaluado la comunicación verbal, sus pautas y la estructura de los discursos.
- CE6.8. Se ha analizado la comunicación no verbal.
- CE6.9. Se han determinado las estrategias de prensa.
- CE6.10. Se han analizado las nuevas formas de comunicación vinculadas a la tecnología.
- CE6.11. Se ha aplicado el manual de comunicación estratégica.
- CE6.12. Se han establecido pautas de relación con los medios y las agencias de comunicación.
- CE6.13. Se han seleccionado los elementos de promoción corporativa.



– CE6.14. Se ha utilizado la creación de marcas asociadas a valores para recordar los compromisos de la empresa.

– CE6.15. Se ha valorado la repercusión social de las acciones de patrocinio y mecenazgo.

#### 1.10.2. Contenidos básicos.

##### BC1. Realización del estudio de la identidad corporativa.

- Campo de actuación del/de la asesor/ora de imagen corporativa: asesoramiento en imagen de los espacios y de las personas, en imagen iconográfica y cultura corporativa, y en imagen de la gestión.

- Personalidad corporativa de la organización. Cultura corporativa.

- Transmisión de la cultura corporativa: habilidades sociales y habilidades de interrelación profesional y corporativa.

- Ideología o filosofía corporativa de la organización: ideología de las personas fundadoras (adscripciones y niveles de compromiso), del equipo directivo y de los recursos humanos. Público objetivo y público potencial.

- Identidad corporativa e institucional: identificación de la imagen corporativa.

- Métodos y técnicas para realizar la concreción de la identidad corporativa: argumento corporativo, parrilla técnica y técnica DAFO.

- Estudio de imágenes corporativas públicas y privadas de ámbito nacional e internacional.

- Relación entre imagen corporativa y tipos de empresa y/o entidad.

- Percepción social de la imagen y de los valores corporativos. Análisis de la percepción.

##### BC2. Determinación de los elementos que definen la imagen corporativa de las entidades.

- Signos visuales que determinan la imagen corporativa: nombre o razón social, marca, logotipos, imatipos, rotulado, tipografía, colores corporativos y firma corporativa.



- Soportes donde se aplican los elementos gráficos corporativos: uniformes, etiquetas, embalajes, artículos promocionales, vehículos corporativos, elementos multimedia e informáticos, folletos corporativos, catálogos de productos, etc.

- Líneas de diseño elementales para la creación de la identidad gráfica.

- Espacios interiores y exteriores: la arquitectura corporativa. Estilos y materiales. Decoración y escaparates.

- Condicionantes y principios perceptivos de la imagen iconográfica: vinculación sensorial.

- Método iconológico aplicado a la asesoría de imagen corporativa.

- Relación entre los elementos identificadores y la filosofía corporativa. Elementos que se van a potenciar, neutralizar o eliminar.

- Simbolismo de los elementos distintivos y su diseño: diferenciación con la competencia.

- Evolución de los elementos de identificación.

BC3. Determinación de la imagen de los colectivos profesionales.

- Imagen corporativa a través de los colectivos profesionales.

- Análisis del equipo de profesionales: imagen, expresión, estilos y habilidades de interrelación.

- Determinación de los elementos, las características y los símbolos para crear la imagen colectiva.

- Propuesta de asesoría de imagen colectiva. Pautas para la creación de la imagen colectiva. Profesionales colaboradores/as.

- Asesoramiento en la transmisión de imagen corporativa: asesoramiento en imagen externa (peluquería y automaquillaje), en expresión oral, gestual y corporal, y en habilidades de comunicación (habilidades de interrelación personal, social, profesional y corporativa).

- Puesta en práctica de la imagen colectiva. Imagen profesional: imagen externa, uniformes corporativos y nuevas formas de expresión personal.





BC4. Elaboración de proyectos de asesoría de imagen corporativa.

- Asesoría de imagen corporativa: protocolo de imagen o de estilo.
- Fase de investigación y validación de la identidad corporativa.
- Análisis de los perfiles de mercado y de los hábitos y costumbres del público y de la competencia.
- Estudio de la personalidad corporativa.
- Análisis de su imagen y concreción de la identidad futura.
- Fase de puesta en práctica de la imagen corporativa en distintos ámbitos y campos de aplicación.
- Fase de mantenimiento y control de la imagen corporativa: establecimiento de los indicadores de calidad.
- Documentación técnica anexa a la propuesta.
- Herramientas y técnicas para la elaboración de los proyectos de imagen corporativa.
- Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.
- Planificación de acciones.
- Documentación económica: elaboración del presupuesto.
- Presentación de la propuesta personalizada.
- Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.

BC5. Elaboración del manual de imagen corporativa.

- Manual de estilo o manual de imagen corporativa: estructura y objetivos.
- Definición de elementos gráficos de identidad visual: logotipo, imago tipo, isotipo o símbolo y marca.
- Normas referidas a la aplicación del diseño y a la identidad gráfica.



- Manuales de estilo en diversos ámbitos de imagen corporativa.
  - Libros de estilo.
  - Manuales corporativos de interés en asesoría de imagen corporativa, en partidos políticos, medios de comunicación y otras entidades públicas y privadas.
  - Gestión de la imagen corporativa en la comunicación visual.
  - Evolución del manual de imagen: seguimiento, evaluación y propuestas de mejora.
- BC6. Puesta en práctica de estrategias de comunicación.
- Políticas de imagen y comunicación empresarial e institucional.
  - Plan de comunicación empresarial: definición de objetivos, definición de estrategias y mensajes, calendario de actuación, evaluación de costes y seguimiento del plan.
  - Análisis y aplicación del plan de comunicación empresarial: comunicación escrita (estrategias de redacción; modelos de cartas y memorias), comunicación verbal (pautas y estructura de discursos) y comunicación no verbal; estrategias de prensa; tecnología y comunicación en la imagen corporativa; importancia de las redes sociales.
  - Relaciones externas con repercusión en la imagen empresarial o institucional.
  - Relaciones con los medios y las agencias de comunicación: selección de la información de la empresa y análisis de la información producida por los medios de comunicación.
  - Promoción institucional y/o corporativa.
  - Elementos de promoción corporativa. Creación de marcas asociadas a valores.
  - Acciones de patrocinio y mecenazgo: patrocinio deportivo, artístico y cultural, edición de libros, bolsas, proyectos de investigación y premios académicos.
- 1.10.3. Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para identificar los elementos responsables de la imagen corporativa y su simbolismo. Todos ellos contribuyen a definir



las características en imagen de una entidad, así como sus estrategias en comunicación con el público y la promoción de sus productos o servicios.

Las funciones de asesoría en imagen corporativa abarcan aspectos como:

- Análisis de la imagen corporativa, sus elementos identificadores, su significado y su percepción social.

- Identificación de la filosofía corporativa.

- Estudio de imágenes corporativas de gran repercusión social.

- Aplicación de los elementos de imagen corporativa en la arquitectura y en los espacios.

- Identificación de los elementos con repercusión en la imagen empresarial y la relación con la libertad de expresión.

- Elaboración del proyecto en asesoría de imagen corporativa y del manual de imagen corporativa.

- Establecimiento de la relación entre las distinciones protocolarias y su simbología.

- Determinación de las estrategias de comunicación y de promoción empresarial.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Asesoramiento a la clientela sobre la identidad visual de la imagen corporativa.

- Asesoramiento en la elección de vestuario para los colectivos profesionales.

- Asesoramiento sobre las políticas de comunicación empresarial.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales c), d), i), j), q), r) y s) del ciclo formativo y las competencias c), d), g), h), m) y n).

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza y aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Identificación de los elementos identificativos de la imagen corporativa mediante el análisis de imágenes corporativas conocidas.



– Utilización de fichas, cuestionarios y otros soportes para la obtención de información y síntesis de características de los elementos de la imagen corporativa.

– Elaboración de propuestas para la realización de asesorías de imagen corporativa.

– Organización del material en el manual de imagen corporativa.

– Aplicación de estrategias de comunicación y promoción corporativas.

1.11. Módulo profesional: Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa.

• Equivalencia en créditos ECTS: 5.

• Código: MP1190.

• Duración: 26 horas.

1.11.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

• RA1. Identifica necesidades del sector productivo en relación con proyectos tipo que las puedan satisfacer.

– CE1.1. Se han clasificado las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecen.

– CE1.2. Se han caracterizado las empresas tipo y se han indicado su estructura organizativa y las funciones de cada departamento.

– CE1.3. Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.

– CE1.4. Se han valorado las oportunidades de negocio previsibles en el sector.

– CE1.5. Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.

– CE1.6. Se han determinado las características específicas requeridas al proyecto.

– CE1.7. Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos, y sus condiciones de aplicación.



- CE1.8. Se han identificado las ayudas y las subvenciones para la incorporación de nuevas tecnologías de producción o de servicio que se propongan.
- CE1.9. Se ha elaborado el guión de trabajo a seguir en la elaboración del proyecto.
- RA2. Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, en donde incluye y desarrolla las fases que lo componen.
  - CE2.1. Se ha recopilado información relativa a los aspectos que se van a tratar en el proyecto.
  - CE2.2. Se ha realizado el estudio de la viabilidad técnica del proyecto.
  - CE2.3. Se han identificado las fases o las partes que componen el proyecto, y su contenido.
  - CE2.4. Se han establecido los objetivos buscados y se ha identificado su alcance.
  - CE2.5. Se han previsto los recursos materiales y personales necesarios para realizar el proyecto.
  - CE2.6. Se ha realizado el presupuesto correspondiente.
  - CE2.7. Se han identificado las necesidades de financiación para la puesta en marcha del proyecto.
  - CE2.8. Se ha definido y se ha elaborado la documentación necesaria para su diseño.
  - CE2.9. Se han identificado los aspectos que se deben controlar para garantizar la calidad del proyecto.
- RA3. Planifica la puesta en práctica o la ejecución del proyecto, para lo cual determina el plan de intervención y la documentación asociada.
  - CE3.1. Se ha establecido la secuencia de actividades ordenadas en función de las necesidades de puesta en práctica.
  - CE3.2. Se han determinado los recursos y la logística necesarios para cada actividad.
  - CE3.3. Se han identificado las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.



– CE3.4. Se han determinado los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.

– CE3.5. Se han identificado los riesgos inherentes a la puesta en práctica y se han definido el plan de prevención de riesgos, así como los medios y los equipos necesarios.

– CE3.6. Se han planificado la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.

– CE3.7. Se ha hecho la valoración económica que da respuesta a las condiciones de la puesta en práctica.

– CE3.8. Se ha definido y se ha elaborado la documentación necesaria para la puesta en práctica o ejecución.

• RA4. Define los procedimientos para el seguimiento y el control en la ejecución del proyecto, y justifica la selección de las variables y de los instrumentos empleados.

– CE4.1. Se ha definido el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.

– CE4.2. Se han definido los indicadores de calidad para realizar la evaluación.

– CE4.3. Se han definido el procedimiento para la evaluación de las incidencias que se pueden presentar durante la realización de las actividades, así como su solución y su registro.

– CE4.4. Se ha definido el procedimiento para gestionar los cambios en los recursos y en las actividades, incluyendo el sistema para su registro.

– CE4.5. Se ha definido y se ha elaborado la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto.

– CE4.6. Se ha establecido el procedimiento para la participación en la evaluación de las personas usuarias o de la clientela y se han elaborado los documentos específicos.

– CE4.7. Se ha establecido un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto cuando éste exista.

• RA5. Elabora y expone el informe del proyecto realizado y justifica el procedimiento seguido.

– CE5.1. Se han enunciado los objetivos del proyecto.



- CE5.2. Se ha descrito el proceso seguido para la identificación de las necesidades de las empresas del sector.
- CE5.3. Se ha descrito la solución adoptada a partir de la documentación generada en el proceso de diseño.
- CE5.4. Se han descrito las actividades en que se divide la ejecución del proyecto.
- CE5.5. Se han justificado las decisiones tomadas de planificación de la ejecución del proyecto.
- CE5.6. Se han justificado las decisiones tomadas de seguimiento y control en la ejecución del proyecto.
- CE5.7. Se han planteado las conclusiones del trabajo realizado en relación con las necesidades del sector productivo.
- CE5.8. Se han formulado, en su caso, propuestas de mejora.
- CE5.9. Se han realizado, en su caso, las aclaraciones solicitadas en la exposición.
- CE5.10. Se han empleado herramientas informáticas para la presentación de los resultados.

#### 1.11.2. Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional complementa la formación establecida para el resto de los módulos profesionales que integran el título en las funciones de análisis del contexto, diseño del proyecto y organización de la ejecución.

La función de análisis del contexto abarca las subfunciones de recopilación de información, identificación de necesidades y estudio de viabilidad.

La función de diseño del proyecto tiene como objetivo establecer las líneas generales para dar respuesta a las necesidades planteadas, concretando los aspectos relevantes para su realización. Incluye las subfunciones de definición del proyecto, planificación de la intervención y elaboración de la documentación.

La función de organización de la ejecución incluye las subfunciones de programación de actividades, gestión de recursos y supervisión de la intervención.



Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se desarrollan en el sector de la asesoría de imagen personal y corporativa.

Se fomentarán y se valorarán la creatividad, el espíritu crítico y la capacidad de innovación en los procesos realizados, así como la adaptación de la formación recibida en supuestos laborales y en nuevas situaciones.

El equipo docente ejercerá la tutoría de las siguientes fases de realización del trabajo, que se realizarán fundamentalmente de manera no presencial: estudio de las necesidades del sector productivo, diseño, planificación y seguimiento de la ejecución del proyecto.

La exposición del informe, que realizará todo el alumnado, es parte esencial del proceso de evaluación y se defenderá ante el equipo docente.

Por sus propias características, la formación del módulo se relaciona con todos los objetivos generales del ciclo y con todas las competencias profesionales, personales y sociales, excepto en lo relativo a la puesta en práctica de diversos aspectos de la intervención diseñada.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza y aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo están relacionadas con:

- Ejecución de trabajos en equipo.
- Responsabilidad y autoevaluación del trabajo realizado.
- Autonomía e iniciativa personal.
- Uso de las TIC.

#### 1.12. Módulo profesional: Formación y orientación laboral.

- Equivalencia en créditos ECTS: 5.
- Código: MP1191.
- Duración: 107 horas.

##### 1.12.1. Unidad formativa 1: Prevención de riesgos laborales.

- Código MP1191\_12.
- Duración: 45 horas.





#### 1.12.1.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

- RA1. Reconoce los derechos y las obligaciones de las personas trabajadoras y empresarias relacionados con la seguridad y la salud laboral.

- CE1.1. Se han relacionado las condiciones laborales con la salud de la persona trabajadora.

- CE1.2. Se han distinguido los principios de la acción preventiva que garantizan el derecho a la seguridad y a la salud de las personas trabajadoras.

- CE1.3. Se ha apreciado la importancia de la información y de la formación como medio para la eliminación o la reducción de los riesgos laborales.

- CE1.4. Se han comprendido las actuaciones idóneas ante situaciones de emergencia y riesgo laboral grave e inminente.

- CE1.5. Se han valorado las medidas de protección específicas de personas trabajadoras sensibles a determinados riesgos, así como las de protección de la maternidad y la lactancia, y de menores.

- CE1.6. Se han analizado los derechos a la vigilancia y protección de la salud en el sector de la asesoría de imagen personal.

- CE1.7. Se ha asumido la necesidad de cumplir las obligaciones de las personas trabajadoras en materia de prevención de riesgos laborales.

- RA2. Evalúa las situaciones de riesgo derivadas de su actividad profesional analizando las condiciones de trabajo y los factores de riesgo más habituales del sector asesoría de imagen personal.

- CE2.1. Se han determinado las condiciones de trabajo con significación para la prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

- CE2.2. Se han clasificado los factores de riesgo en la actividad y los daños derivados de ellos.

- CE2.3. Se han clasificado y se han descrito los tipos de daños profesionales, con especial referencia a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, relacionados con el perfil profesional de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.



– CE2.4. Se han identificado las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo de las personas con la titulación de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

– CE2.5. Se ha llevado a cabo la evaluación de riesgos en un entorno de trabajo, real o simulado, relacionado con el sector de actividad.

• RA3. Participa en la elaboración de un plan de prevención de riesgos e identifica las responsabilidades de todos los agentes implicados.

– CE3.1. Se ha valorado la importancia de los hábitos preventivos en todos los ámbitos y en todas las actividades de la empresa.

– CE3.2. Se han clasificado las formas de organización de la prevención en la empresa en función de los criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales.

– CE3.3. Se han determinado las formas de representación de las personas trabajadoras en la empresa en materia de prevención de riesgos.

– CE3.4. Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.

– CE3.5. Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa que incluya la secuencia de actuaciones a realizar en caso de emergencia.

– CE3.6. Se ha establecido el ámbito de una prevención integrada en las actividades de la empresa y se han determinado las responsabilidades y las funciones de cada uno/a.

– CE3.7. Se ha definido el contenido del plan de prevención en un centro de trabajo relacionado con el sector profesional de la titulación de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

– CE3.8. Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación para una pequeña o mediana empresa del sector de actividad del título.

• RA4. Determina las medidas de prevención y protección en el entorno laboral de la titulación de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

– CE4.1. Se han definido las técnicas y las medidas de prevención y de protección que se deben aplicar para evitar o disminuir los factores de riesgo o para reducir sus consecuencias en el caso de materializarse.



– CE4.2. Se han analizado el significado y el alcance de la señalización de seguridad de diversos tipos.

– CE4.3. Se ha seleccionado a los equipos de protección individual (EPI) adecuados a las situaciones de riesgo encontradas.

– CE4.4. Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia.

– CE4.5. Se han identificado las técnicas de clasificación de personas heridas en caso de emergencia, en donde existan víctimas de diversa gravedad.

– CE4.6. Se han identificado las técnicas básicas de primeros auxilios que se deben aplicar en el lugar del accidente ante daños de diversos tipos, así como la composición y el uso del botiquín.

#### 1.12.1.2. Contenidos básicos.

##### BC1. Derechos y obligaciones en seguridad y salud laboral.

- Relación entre trabajo y salud. Influencia de las condiciones de trabajo sobre la salud.
- Conceptos básicos de seguridad y salud laboral.
- Análisis de los derechos y de las obligaciones de las personas trabajadoras y empresarias en prevención de riesgos laborales.

• Actuación responsable en el desarrollo del trabajo para evitar las situaciones de riesgo en su entorno laboral.

- Protección de personas trabajadoras especialmente sensibles a determinados riesgos.

##### BC2. Evaluación de riesgos profesionales.

• Análisis de factores de riesgo ligados a condiciones de seguridad, ambientales, ergonómicas y psicosociales.

• Determinación de los daños a la salud de la persona trabajadora que se pueden derivar de las condiciones de trabajo y de los factores de riesgo detectados.



- Riesgos específicos en el sector de la asesoría de imagen personal en función de las probables consecuencias, del tiempo de exposición y de los factores de riesgo implicados.

- Evaluación de los riesgos encontrados en situaciones potenciales de trabajo en el sector de la asesoría de imagen personal.

BC3. Planificación de la prevención de riesgos en la empresa.

- Gestión de la prevención en la empresa: funciones y responsabilidades.
- Órganos de representación y participación de las personas trabajadoras en prevención de riesgos laborales.

- Organismos estatales y autonómicos relacionados con la prevención de riesgos.

- Planificación de la prevención en la empresa.

- Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.

- Elaboración de un plan de emergencia en una empresa del sector.

- Participación en la planificación y en la puesta en práctica de los planes de prevención.

BC4. Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa.

- Medidas de prevención y protección individual y colectiva.

- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.

- Aplicación de las técnicas de primeros auxilios.

- Actuación responsable en situaciones de emergencias y primeros auxilios.

1.12.2. Unidad formativa 2: Equipos de trabajo, derecho del trabajo y de la seguridad social, y búsqueda de empleo.

- Código: MP1191\_22.

- Duración: 62 horas.



#### 1.12.2.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

- RA1. Participa responsablemente en equipos de trabajo eficientes que contribuyan a la consecución de los objetivos de la organización.

- CE1.1. Se ha identificado a los equipos de trabajo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa y se han valorado sus ventajas sobre el trabajo individual.

- CE1.2. Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz frente a las de los equipos ineficaces.

- CE1.3. Se han adoptado responsablemente los papeles asignados para la eficiencia y la eficacia del equipo de trabajo.

- CE1.4. Se han empleado adecuadamente las técnicas de comunicación en el equipo de trabajo para recibir y transmitir instrucciones y coordinar las tareas.

- CE1.5. Se han determinado procedimientos para la resolución de los conflictos identificados en el seno del equipo de trabajo.

- CE1.6. Se han aceptado de forma responsable las decisiones adoptadas en el seno del equipo de trabajo.

- CE1.7. Se han analizado los objetivos alcanzados por el equipo de trabajo en relación con los objetivos establecidos y con la participación responsable y activa de sus miembros.

- RA2. Identifica los derechos y las obligaciones que se derivan de las relaciones laborales y los reconoce en diferentes situaciones de trabajo.

- CE2.1. Se han identificado el ámbito de aplicación, las fuentes y los principios de aplicación del derecho del trabajo.

- CE2.2. Se han distinguido los principales organismos que intervienen en las relaciones laborales.

- CE2.3. Se han identificado los elementos esenciales de un contrato de trabajo.

- CE2.4. Se han analizado las principales modalidades de contratación y se han identificado las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.



– CE2.5. Se han valorado los derechos y las obligaciones que se recogen en la normativa laboral.

– CE2.6. Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en el convenio colectivo aplicable o, en su defecto, las condiciones habituales en el sector profesional relacionado con el título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

– CE2.7. Se han valorado las medidas establecidas por la legislación para la conciliación de la vida laboral y familiar y para la igualdad efectiva entre hombres y mujeres.

– CE2.8. Se ha analizado el recibo de salarios y se han identificado los principales elementos que lo integran.

– CE2.9. Se han identificado las causas y los efectos de la modificación, la suspensión y la extinción de la relación laboral.

– CE2.10. Se han identificado los órganos de representación de las personas trabajadoras en la empresa.

– CE2.11. Se han analizado los conflictos colectivos en la empresa y los procedimientos de solución.

– CE2.12. Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.

• RA3. Determina la acción protectora del sistema de la Seguridad Social ante las contingencias cubiertas e identifica las clases de prestaciones.

– CE3.1. Se ha valorado el papel de la seguridad social como pilar esencial del estado social y para la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.

– CE3.2. Se ha delimitado el funcionamiento y la estructura del sistema de Seguridad Social.

– CE3.3. Se han identificado, en un supuesto sencillo, las bases de cotización de una persona trabajadora y las cuotas correspondientes a ella y a la empresa.

– CE3.4. Se han determinado las principales prestaciones contributivas de la Seguridad Social, sus requisitos y su duración, y se ha realizado el cálculo de su cuantía en algunos supuestos prácticos.



– CE3.5. Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo en supuestos prácticos sencillos y se ha realizado el cálculo de la duración y de la cuantía de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico.

• RA4. Planifica su itinerario profesional seleccionando alternativas de formación y oportunidades de empleo a lo largo de la vida.

– CE4.1. Se han valorado las propias aspiraciones, motivaciones, actitudes y capacidades que permiten la toma de decisiones profesionales.

– CE4.2. Se ha tomado conciencia de la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.

– CE4.3. Se han valorado las oportunidades de formación y empleo en otros Estados de la Unión Europea.

– CE4.4. Se ha valorado el principio de no discriminación y de igualdad de oportunidades en el acceso al empleo y en las condiciones de trabajo.

– CE4.5. Se han diseñado los itinerarios formativos profesionales relacionados con el perfil profesional de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

– CE4.6. Se han determinado las competencias y las capacidades requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título, y se ha seleccionado la formación precisa para mejorarlas y permitir una idónea inserción laboral.

– CE4.7. Se han identificado las principales fuentes de empleo y de inserción laboral para las personas con la titulación de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

– CE4.8. Se han empleado adecuadamente las técnicas y los instrumentos de búsqueda de empleo.

– CE4.9. Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.

1.12.2.2. Contenidos básicos.

BC1. Gestión del conflicto y equipos de trabajo.

• Diferenciación entre grupo y equipo de trabajo.



- Valoración de las ventajas y los inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.

- Equipos en el sector de la asesoría de imagen personal según las funciones que desempeñen.

- Dinámicas de grupo.

- Equipos de trabajo eficaces y eficientes.

- Participación en el equipo de trabajo: desempeño de papeles, comunicación y responsabilidad.

- Conflicto: características, tipos, causas y etapas.

- Técnicas para la resolución o la superación del conflicto.

BC2. Contrato de trabajo.

- Derecho del trabajo.

- Organismos públicos (administrativos y judiciales) que intervienen en las relaciones laborales.

- Análisis de la relación laboral individual.

- Derechos y obligaciones derivados de la relación laboral.

- Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional de la titulación de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

- Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación.

- Análisis de las principales condiciones de trabajo: clasificación y promoción profesional, tiempo de trabajo, retribución, etc.

- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.

- Sindicatos y asociaciones empresariales.





- Representación de las personas trabajadoras en la empresa.
- Conflictos colectivos.
- Nuevos entornos de organización del trabajo.

#### BC3. Seguridad social, empleo y desempleo.

- La seguridad social como pilar del estado social.
- Estructura del sistema de la Seguridad Social.
- Determinación de los principales obligaciones de las personas empresarias y de las trabajadoras en materia de seguridad social.
- Protección por desempleo.
- Prestaciones contributivas de la Seguridad Social.

#### BC4. Búsqueda activa de empleo.

- Conocimiento de los propios intereses y de las propias capacidades formativo-profesionales.
- Importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional de las personas con la titulación de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.
- Itinerarios formativos relacionados con la titulación de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Definición y análisis del sector profesional del título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Proceso de toma de decisiones.
- Proceso de búsqueda de empleo en el sector de actividad.
- Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo.



### 1.12.3. Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para que el alumnado se pueda insertar laboralmente y desarrollar su carrera profesional en el sector de la asesoría de imagen personal.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales q), r), s), t), v) y z) del ciclo formativo y las competencias m), n), ñ), p) y s).

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza y aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Manejo de las fuentes de información para la elaboración de itinerarios formativo-profesionalizadores, en especial en lo referente al sector de la imagen personal.
- Puesta en práctica de técnicas activas de búsqueda de empleo.
- Realización de pruebas de orientación y dinámicas sobre las propias aspiraciones, competencias y capacidades.
- Manejo de fuentes de información, incluidos los recursos de internet, para la búsqueda de empleo.
- Preparación y realización de cartas de presentación y currículos (se potenciará el empleo de otros idiomas oficiales en la Unión Europea en el manejo de información y elaboración del currículo Europass).
- Familiarización con las pruebas de selección de personal, en particular la entrevista de trabajo.
- Identificación de ofertas de empleo público a las que se puede acceder en función de la titulación, y respuesta a su convocatoria.
- Formación de equipos en el aula para la realización de actividades mediante el empleo de técnicas de trabajo en equipo.
- Estudio de las condiciones de trabajo del sector de la imagen personal a través del manejo de la normativa laboral, de los contratos más comúnmente utilizados y del convenio colectivo de aplicación en el sector de la asesoría de imagen personal.



– Superación de cualquier forma de discriminación en el acceso al empleo y en el desarrollo profesional.

– Análisis de la normativa de prevención de riesgos laborales que le permita la evaluación de los riesgos derivados de las actividades desarrolladas en el sector productivo, así como la colaboración en la definición de un plan de prevención para la empresa y de las medidas necesarias para su puesta en práctica.

El correcto desarrollo de este módulo exige la disposición de medios informáticos con conexión a internet y que, por lo menos, dos sesiones de trabajo semanales sean consecutivas.

#### 1.13. Módulo profesional: Empresa e iniciativa emprendedora.

- Equivalencia en créditos ECTS: 4.

- Código: MP1192.

- Duración: 53 horas.

##### 1.13.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

- RA1. Desarrolla su espíritu emprendedor identificando las capacidades asociadas a él y definiendo ideas emprendedoras caracterizadas por la innovación y la creatividad.

- CE1.1. Se han identificado el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento en el bienestar de los individuos.

- CE1.2. Se han analizado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como dinamizador del mercado laboral y fuente de bienestar social.

- CE1.3. Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación, la responsabilidad y la colaboración como requisitos indispensables para tener éxito en la actividad emprendedora.

- CE1.4. Se han analizado las características de las actividades emprendedoras en el sector de la asesoría de imagen personal.

- CE1.5. Se ha valorado el concepto de riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora.



– CE1.6. Se han valorado ideas emprendedoras caracterizadas por la innovación, por la creatividad y por su factibilidad.

– CE1.7. Se ha decidido, a partir de las ideas emprendedoras, una determinada idea de negocio del ámbito de la asesoría de imagen personal, que servirá de punto de partida para la elaboración del proyecto empresarial.

– CE1.8. Se ha analizado la estructura de un proyecto empresarial y se ha valorado su importancia como paso previo a la creación de una pequeña empresa.

• RA2. Decide la oportunidad de creación de una pequeña empresa para el desarrollo de la idea emprendedora, tras el análisis de la relación entre la empresa y el entorno, del proceso productivo, de la organización de los recursos humanos y de los valores culturales y éticos.

– CE2.1. Se ha valorado la importancia de las pequeñas y medianas empresas en el tejido empresarial gallego.

– CE2.2. Se han analizado el impacto medioambiental de la actividad empresarial y la necesidad de introducir criterios de sostenibilidad en los principios de actuación de las empresas.

– CE2.3. Se han identificado los principales componentes del entorno general que rodea a la empresa y, en especial, en los aspectos tecnológico, económico, social, medioambiental, demográfico y cultural.

– CE2.4. Se ha apreciado la influencia en la actividad empresarial de las relaciones con la clientela, con proveedores/as, con las administraciones públicas, con las entidades financieras y con la competencia como principales integrantes del entorno específico.

– CE2.5. Se han determinado los elementos del entorno general y específico de una pequeña o mediana empresa de asesoría de imagen personal en función de su posible ubicación.

– CE2.6. Se han analizado el fenómeno de la responsabilidad social de las empresas y su importancia como un elemento de la estrategia empresarial.

– CE2.7. Se ha valorado la importancia del balance social de una empresa relacionada con la asesoría de imagen personal y se han descrito los principales costes sociales en que incurren estas empresas, así como los beneficios sociales que producen.

– CE2.8. Se han identificado, en empresas de asesoría de imagen personal, prácticas que incorporen valores éticos y sociales.



– CE2.9. Se han definido los objetivos empresariales incorporando valores éticos y sociales.

– CE2.10. Se han analizado los conceptos de cultura empresarial, y de comunicación e imagen corporativas, así como su relación con los objetivos empresariales.

– CE2.11. Se han descrito las actividades y los procesos básicos que se realizan en una empresa de asesoría de imagen personal y se han delimitado las relaciones de coordinación y dependencia dentro del sistema empresarial.

– CE2.12. Se ha elaborado un plan de empresa que incluye la idea de negocio, la ubicación, la organización del proceso productivo y de los recursos necesarios, la responsabilidad social y el plan de *marketing*.

• RA3. Selecciona la forma jurídica teniendo en cuenta las implicaciones legales asociadas y el proceso para su constitución y puesta en marcha.

– CE3.1. Se han analizado el concepto de persona empresaria, así como los requisitos que hacen falta para desarrollar la actividad empresarial.

– CE3.2. Se han analizado las formas jurídicas de la empresa y se han determinado las ventajas y las desventajas de cada una en relación con su idea de negocio.

– CE3.3. Se ha valorado la importancia de las empresas de economía social en el sector de la asesoría de imagen personal.

– CE3.4. Se ha especificado el grado de responsabilidad legal de las personas propietarias de la empresa en función de la forma jurídica elegida.

– CE3.5. Se ha diferenciado el tratamiento fiscal establecido para cada forma jurídica de empresa.

– CE3.6. Se han identificado los trámites exigidos por la legislación para la constitución de una pequeña o mediana empresa en función de su forma jurídica.

– CE3.7. Se han identificado las vías de asesoramiento y gestión administrativa externas a la hora de poner en marcha una pequeña o mediana empresa.

– CE3.8. Se han analizado las ayudas y subvenciones para la creación y puesta en marcha de empresas de asesoría de imagen personal teniendo en cuenta su ubicación.



– CE3.9. Se ha incluido en el plan de empresa información relativa a la elección de la forma jurídica, los trámites administrativos, las ayudas y las subvenciones.

• RA4. Realiza actividades de gestión administrativa y financiera básica de una pequeña o mediana empresa, identifica las principales obligaciones contables y fiscales, y cumple la documentación.

– CE4.1. Se han analizado los conceptos básicos de contabilidad, así como las técnicas de registro de la información contable: activo, pasivo, patrimonio neto, ingresos, gastos y cuentas anuales.

– CE4.2. Se han descrito las técnicas básicas de análisis de la información contable, en especial en lo referente al equilibrio de la estructura financiera y a la solvencia, a la liquidez y a la rentabilidad de la empresa.

– CE4.3. Se han definido las obligaciones fiscales (declaración censal, IAE, liquidaciones trimestrales, resúmenes anuales, etc.) de una pequeña y de una mediana empresa relacionadas con la asesoría de imagen personal, y se han diferenciado los tipos de impuestos en el calendario fiscal (liquidaciones trimestrales y liquidaciones anuales).

– CE4.4. Se ha cumplimentado con corrección, mediante procesos informáticos, la documentación básica de carácter comercial y contable (notas de pedido, albaranes, facturas, recibos, cheques, pagarés y letras de cambio) para una pequeña y una mediana empresa de asesoría de imagen personal y se han descrito los circuitos que recorre esa documentación en la empresa.

– CE4.5. Se ha elaborado el plan financiero y se ha analizado la viabilidad económica y financiera del proyecto empresarial.

1.13.2. Contenidos básicos.

BC1. Iniciativa emprendedora.

• Innovación y desarrollo económico. Principales características de la innovación en la actividad de asesoría de imagen personal (materiales, tecnología, organización de la producción, etc.).

• La cultura emprendedora en la Unión Europea, en España y en Galicia.



- Factores clave de las personas emprendedoras: iniciativa, creatividad, formación, responsabilidad y colaboración.
- Actuación de las personas emprendedoras en el sector de la asesoría de imagen personal.
- El riesgo como factor inherente a la actividad emprendedora.
- Valoración del trabajo por cuenta propia como fuente de realización personal y social.
- Ideas emprendedoras: fuentes de ideas, maduración y evaluación de éstas.
- Proyecto empresarial: importancia y utilidad, estructura y aplicación en el ámbito de la asesoría de imagen personal.

#### BC2. La empresa y su entorno.

- La empresa como sistema: concepto, funciones y clasificaciones.
- Análisis del entorno general de una pequeña o mediana empresa de asesoría de imagen personal: aspectos tecnológico, económico, social, medioambiental, demográfico y cultural.
- Análisis del entorno específico de una pequeña o mediana empresa de asesoría de imagen personal: clientela, proveedores/as, administraciones públicas, entidades financieras y competencia.
- Ubicación de la empresa.
- La persona empresaria. Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial.
- Responsabilidad social de la empresa y compromiso con el desarrollo sostenible.
- Cultura empresarial y comunicación e imagen corporativas.
- Actividades y procesos básicos en la empresa. Organización de los recursos disponibles. Externalización de actividades de la empresa.
- Descripción de los elementos y estrategias del plan de producción y del plan de *marketing*.

#### BC3. Creación y puesta en marcha de una empresa.

- Formas jurídicas de las empresas.



- Responsabilidad legal del empresario.
- La fiscalidad de la empresa como variable para la elección de la forma jurídica.
- Proceso administrativo de constitución y puesta en marcha de una empresa.
- Vías de asesoramiento para la elaboración de un proyecto empresarial y para la puesta en marcha de la empresa.
- Ayudas y subvenciones para la creación de una empresa de asesoría de imagen personal.
- Plan de empresa: elección de la forma jurídica, trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones.

#### BC4. Función administrativa.

- Análisis de las necesidades de inversión y de las fuentes de financiación de una pequeña y de una mediana empresa en el sector de la asesoría de imagen personal.
- Concepto y nociones básicas de contabilidad: activo, pasivo, patrimonio neto, ingresos, gastos y cuentas anuales.
- Análisis de la información contable: equilibrio de la estructura financiera y ratios financieras de solvencia, liquidez y rentabilidad de la empresa.
- Plan financiero: estudio de la viabilidad económica y financiera.
- Obligaciones fiscales de una pequeña y de una mediana empresa.
- Ciclo de gestión administrativa en una empresa de asesoría de imagen personal: documentos administrativos y documentos de pago.
- Cuidado en la elaboración de la documentación administrativo-financiera.

#### 1.13.3. Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desarrollar la propia iniciativa en el ámbito empresarial, tanto de cara al autoempleo como de cara a la asunción de responsabilidades y funciones en el empleo por cuenta ajena.





La formación del módulo permite alcanzar los objetivos generales r), s) e y) del ciclo formativo y las competencias n) y r).

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza y aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

– Manejo de las fuentes de información sobre el sector de las empresas de asesoría de imagen personal, incluyendo el análisis de los procesos de innovación sectorial en marcha.

– Realización de casos y dinámicas de grupo que permitan comprender y valorar las actitudes de las personas emprendedoras y ajustar su necesidad al sector de la imagen personal.

– Utilización de programas de gestión administrativa y financiera para pequeñas y medianas empresas del sector.

– Realización de un proyecto empresarial relacionado con la actividad de asesoría de imagen, compuesto por un plan de empresa y un plan financiero y que incluya todas las facetas de puesta en marcha de un negocio.

El plan de empresa incluirá los siguientes aspectos: maduración de la idea de negocio, ubicación, organización de la producción y de los recursos, justificación de su responsabilidad social, plan de *marketing*, elección de la forma jurídica, trámites administrativos y ayudas y subvenciones.

El plan financiero incluirá el plan de tesorería, la cuenta de resultados provisional y el balance previsional, así como el análisis de su viabilidad económica y financiera.

Es aconsejable que el proyecto empresarial se vaya realizando conforme se desarrollen los contenidos relacionados en los resultados de aprendizaje.

El correcto desarrollo de este módulo exige la disposición de medios informáticos con conexión a internet y que, por lo menos, dos sesiones de trabajo sean consecutivas.

1.14. Módulo profesional: Formación en centros de trabajo.

- Equivalencia en créditos ECTS: 22.
- Código: MP1193.
- Duración: 384 horas.



#### 1.14.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

- RA1. Identifica la estructura y organización de la empresa en relación con el tipo de servicio que presta.

- CE1.1. Se han identificado la estructura organizativa de la empresa y las funciones de cada área.

- CE1.2. Se ha comparado la estructura de la empresa con las organizaciones empresariales tipo existentes en el sector.

- CE1.3. Se han relacionado las características del servicio y el tipo de clientela con el desarrollo de la actividad empresarial.

- CE1.4. Se han identificado los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación de servicio.

- CE1.5. Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de la actividad.

- CE1.6. Se ha valorado la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en esta actividad.

- RA2. Aplica hábitos éticos y laborales en el desarrollo de su actividad profesional de acuerdo con las características del puesto de trabajo y con los procedimientos establecidos en la empresa.

- CE2.1. Se han reconocido y se han justificado:

- Disponibilidad personal y temporal necesarias en el puesto de trabajo.

- Actitudes personales (puntualidad, empatía, etc.) y profesionales (orden, limpieza, responsabilidad, etc.) necesarias para el puesto de trabajo.

- Requisitos actitudinales ante la prevención de riesgos en la actividad profesional.

- Requisitos actitudinales referidos a la calidad en la actividad profesional.

- Actitudes relacionales con el propio equipo de trabajo y con la jerarquía establecida en la empresa.



– Actitudes relacionadas con la documentación de las actividades realizadas en el ámbito laboral.

– Necesidades formativas para la inserción y la reinserción laboral en el ámbito científico y técnico del buen hacer profesional.

– CE2.2. Se han identificado las normas de prevención de riesgos laborales y los aspectos fundamentales de la Ley de prevención de riesgos laborales de aplicación en la actividad profesional.

– CE2.3. Se han puesto en marcha los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa.

– CE2.4. Se ha mantenido una actitud de respeto por el medio ambiente en las actividades desarrolladas.

– CE2.5. Se han mantenido organizados, limpios y libres de obstáculos el puesto de trabajo y el área correspondiente al desarrollo de la actividad.

– CE2.6. Se ha responsabilizado del trabajo asignado interpretando y cumpliendo las instrucciones recibidas.

– CE2.7. Se ha establecido una comunicación eficaz con la persona responsable en cada situación y con los miembros del equipo.

– CE2.8. Se ha coordinado con el resto del equipo comunicando las incidencias relevantes que se presenten.

– CE2.9. Se ha valorado la importancia de su actividad y la necesidad de adaptación a los cambios de tareas.

– CE2.10. Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y de los procedimientos en el desarrollo de su trabajo.

• RA3. Realiza operaciones de preparación de la actividad laboral aplicando técnicas y procedimientos de acuerdo con instrucciones y normas establecidas.

– CE3.1. Se han interpretado las instrucciones recibidas de la persona responsable de la tutoría en la empresa.



- CE3.2. Se ha valorado la propia imagen personal como imagen de empresa cuidando aspectos como la higiene personal, maquillaje, peluquería, indumentaria, etc.
- CE3.3. Se han manejado diferentes tipos de información y documentación utilizada y generada, asociada a la preparación de los procesos laborales.
- CE3.4. Se han gestionado los archivos de servicios, personal empleado, clientela, productos y proveedores/as.
- CE3.5. Se han organizado los documentos, expedientes y manuales de la empresa de manera manual o informatizada.
- CE3.6. Se ha colaborado en la elaboración de protocolos técnicos, comerciales, de seguridad e higiene, de calidad, etc.
- CE3.7. Se ha trabajado en equipo en los planes de la empresa, mostrando iniciativa e interés.
- RA4. Identifica las necesidades de la clientela analizando su imagen personal y/o corporativa.
  - CE4.1. Se ha obtenido información sobre las demandas y los requisitos de la clientela.
  - CE4.2. Se han identificado las características y las necesidades de la piel y del vello.
  - CE4.3. Se han identificado las características físicas que se van a corregir o potenciar a través de la asesoría de imagen personal.
  - CE4.4. Se ha realizado el estudio morfológico del rostro.
  - CE4.5. Se ha colaborado en la caracterización del perfil psicosocial y profesional de la clientela.
  - CE4.6. Se han detectado las carencias y las habilidades de la clientela en el área de la comunicación.
  - CE4.7. Se han utilizado métodos de observación y medios audiovisuales para analizar los modelos de comportamiento y/o usos sociales de la persona usuaria.
  - CE4.8. Se han analizado los elementos internos y externos que conforman la imagen corporativa.



– CE4.9. Se han aplicado normas de atención a la clientela a través de una comunicación eficaz.

• RA5. Propone estilos de peinado, maquillaje y cuidados estéticos determinando los cambios para la creación de la nueva imagen.

– CE5.1. Se han identificado las fichas, los formularios y los cuestionarios que se emplean en la asesoría de imagen personal.

– CE5.2. Se han utilizado fuentes documentales y manuales de estilos para el asesoramiento en el cambio de imagen personal.

– CE5.3. Se han establecido los cambios que se van a realizar en el estilo de peinado, el tipo de maquillaje y los tratamientos y cuidados estéticos.

– CE5.4. Se ha entrenado a la clientela en técnicas de automaquillaje.

– CE5.5. Se han especificado las técnicas de peluquería, cuidados estéticos y de medicina y cirugía estética necesarias para realizar el cambio de estilo.

– CE5.6. Se ha organizado el plan de actuación para la puesta en marcha del cambio de imagen.

– CE5.7. Se ha elaborado el expediente de asesoría de imagen del/de la cliente/a con los datos obtenidos y las propuestas realizadas.

– CE5.8. Se ha establecido un plan de mantenimiento de la nueva imagen.

• RA6. Asesora en cambios de imagen a través de la indumentaria, seleccionando vestuario y complementos para la creación de la nueva imagen.

– CE6.1. Se ha obtenido información sobre las preferencias en estilo de vestuario y complementos del/de la cliente/a.

– CE6.2. Se han identificado las características físicas con influencia en la elección de vestuario.

– CE6.3. Se han determinado los cambios en la indumentaria para crear el nuevo estilo.

– CE6.4. Se han seleccionado las prendas, sus materiales y los textiles.



- CE6.5. Se han identificado los colores y los tonos más recomendables según las características de la clientela.
- CE6.6. Se ha relacionado el nuevo estilo de indumentaria con el maquillaje y el peinado.
- CE6.7. Se ha asesorado sobre la elección y la combinación de prendas de vestir y complementos.
- CE6.8. Se han propuesto establecimientos, marcas y firmas para comprar prendas de ropa y complementos.
- CE6.9. Se han identificado las normas de etiqueta, en materia de indumentaria y complemento, de diversas situaciones sociales, de las empresas, etc.
- CE6.10. Se ha mantenido un comportamiento profesional.
- RA7. Colabora en la organización de actos protocolarios y eventos aplicando normas de protocolo, etiqueta y usos sociales.
- CE7.1. Se han establecido los requisitos en protocolo, usos sociales, etiqueta y materiales para el acto protocolario y/o evento.
- CE7.2. Se ha aplicado la normativa protocolaria para establecer las precedencias oficiales.
- CE7.3. Se han organizado la distribución de las personas asistentes y la secuencia de sus intervenciones orales.
- CE7.4. Se ha colaborado en la puesta en marcha de los actos y de los eventos organizados por la empresa.
- CE7.5. Se ha diseñado el plan de entrenamiento de la clientela en usos sociales.
- CE7.6. Se ha entrenado a la clientela en habilidades comunicativas para las comparecencias públicas y/o privadas en distintos ámbitos y medios.
- CE7.7. Se ha asesorado sobre los requisitos de imagen de cada acto protocolario.
- CE7.8. Se han aplicado criterios de imagen corporativa para actos organizados por las empresas.



– CE7.9. Se ha controlado el proceso y se han seguido las normas de calidad de la empresa.

• RA8. Le presenta al/a la cliente/a la propuesta técnica del cambio de imagen, aplicando técnicas de comunicación.

– CE8.1. Se ha colaborado en el diseño de la propuesta técnica de asesoría personal y/o corporativa.

– CE8.2. Se ha organizado y se ha cumplimentado la documentación asociada a la propuesta.

– CE8.3. Se ha elaborado la propuesta en soporte manual o informático.

– CE8.4. Se han aplicado técnicas de comunicación en la presentación al/a la cliente/a de la propuesta y del presupuesto.

– CE8.5. Se han aplicado técnicas de argumentación ante objeciones a las propuestas.

– CE8.6. Se han aplicado las normas deontológicas y la Ley de protección de datos de carácter personal.

#### 1.14.2. Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contribuye a completar las competencias del título de técnico superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, y los objetivos generales del ciclo, tanto los que se hayan alcanzado en el centro educativo como los de difícil consecución en él.

## 2. Anexo II.

### A) Espacios mínimos.

| Espacio formativo                   | Superficie en m <sup>2</sup><br>(30 alumnos/as) | Superficie en m <sup>2</sup><br>(20 alumnos/as) | Grado de utilización |
|-------------------------------------|---|---|----------------------|
| Aula polivalente.                   | 60  | 40  | 55 %                 |
| Aula técnica de asesoría de imagen. | 120   | 90  | 45 %                 |

• La consellería con competencias en materia de educación podrá autorizar unidades para menos de treinta puestos escolares, por lo que será posible reducir los espacios formativos proporcionalmente al número de alumnos y alumnas, tomando como referencia para la determinación de las superficies necesarias las cifras indicadas en las columnas segunda y tercera de la tabla.



- El grado de utilización expresa en tanto por ciento la ocupación en horas del espacio prevista para la impartición de las enseñanzas en el centro educativo, por un grupo de alumnado, respecto de la duración total de éstas.
- En el margen permitido por el grado de utilización, los espacios formativos establecidos pueden ser ocupados por otros grupos de alumnos o alumnas que cursen el mismo u otros ciclos formativos, u otras etapas educativas.
- En todo caso, las actividades de aprendizaje asociadas a los espacios formativos (con la ocupación expresada por el grado de utilización) podrán realizarse en superficies utilizadas también para otras actividades formativas afines.

### B) Equipamientos mínimos.

| Equipamiento   |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipos informáticos instalados en red y con conexión a internet.</li> <li>- Equipos audiovisuales. Cámara de vídeo y fotográfica. Fondo para fotografía.</li> <li>- Mobiliario idóneo para cada espacio.</li> <li>- Mobiliario específico: asientos de peluquería, lavacabezas (dos servicios), mesillas-carrito con bandeja y tocadores con espejo y luz.</li> <li>- Aparatos de calor seco: placa de alisar, placa de rizar, secadores de mano y tenazas con termostato.</li> <li>- Cabezas maniquí de madera y de pórex.</li> <li>- Equipos para el análisis capilar: lupas, luz de <i>wood</i>, medidor de hidratación, sebómetro, microcámara, microvisor, etc.</li> <li>- Equipos para el análisis corporal: tallímetro, plicómetro, medidor de índice de masa corporal y medidor de grasa corporal.</li> <li>- Esterilizador por radiaciones UVC de calor seco y autoclave.</li> <li>- Infrarrojos.</li> <li>- Material de laboratorio de peluquería.</li> <li>- Muestrario de pelucas y postizos.</li> </ul> |

### 3. Anexo III.

A) Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de grado superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

| Módulo profesional  | Especialidad del profesorado            | Cuerpo   |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP1071. Dirección y comercialización.</li> </ul> | Asesoría y Procesos de Imagen Personal. | Catedráticos/as de enseñanza secundaria.<br>Profesorado de enseñanza secundaria. |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP1181. Asesoría cosmética.</li> </ul>           | Asesoría y Procesos de Imagen Personal. | Catedráticos/as de enseñanza secundaria.<br>Profesorado de enseñanza secundaria. |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP1182. Diseño de imagen integral.</li> </ul>    | Asesoría y Procesos de Imagen Personal. | Catedráticos/as de enseñanza secundaria.<br>Profesorado de enseñanza secundaria. |





| Módulo profesional   | Especialidad del profesorado            | Cuerpo   |
|--|---|--|
| • MP1183. Estilismo en vestuario y complementos.                 | Asesoría y Procesos de Imagen Personal. | Catedráticos/as de enseñanza secundaria.<br>Profesorado de enseñanza secundaria. |
| • MP1184. Asesoría de peluquería.                                | Peluquería.                             | Profesorado técnico de formación profesional.                                    |
| • MP1185. Protocolo y organización de eventos.                   | Asesoría y Procesos de Imagen Personal. | Catedráticos/as de enseñanza secundaria.<br>Profesorado de enseñanza secundaria. |
| • MP1186. Usos sociales.   | Asesoría y Procesos de Imagen Personal. | Catedráticos/as de enseñanza secundaria.<br>Profesorado de enseñanza secundaria. |
| • MP1187. Asesoría estética.                                     | Estética.                               | Profesorado técnico de formación profesional.                                    |
| • MP1188. Habilidades comunicativas.                             | Asesoría y Procesos de Imagen Personal. | Catedráticos/as de enseñanza secundaria.<br>Profesorado de enseñanza secundaria. |
| • MP1189. Imagen corporativa.                                    | Asesoría y Procesos de Imagen Personal. | Catedráticos/as de enseñanza secundaria.<br>Profesorado de enseñanza secundaria. |
| • MP1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa. | Peluquería.<br>Estética.                | Profesorado técnico de formación profesional.                                    |
|  | Asesoría y Procesos de Imagen Personal. | Catedráticos/as de enseñanza secundaria.<br>Profesorado de enseñanza secundaria. |
| • MP1191. Formación y orientación laboral.                       | Formación y Orientación Laboral.        | Catedráticos/as de enseñanza secundaria.<br>Profesorado de enseñanza secundaria. |
| • MP1192. Empresa e iniciativa emprendedora.                     | Formación y Orientación Laboral.        | Catedráticos/as de enseñanza secundaria.<br>Profesorado de enseñanza secundaria. |

**B) Titulaciones equivalentes a efectos de docencia.**

| Cuerpos   | Especialidades                   | Titulaciones   |
|---|----------------------------------|--|
| • Profesorado de enseñanza secundaria.          | Formación y Orientación Laboral. | – Diplomado/a en Ciencias Empresariales.<br>– Diplomado/a en Relaciones Laborales.<br>– Diplomado/a en Trabajo Social.<br>– Diplomado/a en Educación Social.<br>– Diplomado/a en Gestión y Administración Pública. |
| • Profesorado técnico de formación profesional. | Peluquería.                      | – Técnico/a superior en Asesoría de Imagen Personal u otros títulos equivalentes.  |
|   | Estética.                        | – Técnico/a superior en Estética u otros títulos equivalentes.   |



C) Titulaciones requeridas para la impartición de los módulos profesionales que conforman el título para los centros de titularidad privada y de otras administraciones distintas de la educativa, y orientaciones para la Administración educativa.

| Módulos profesionales   | Titulaciones   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP1071. Dirección y comercialización.</li> <li>• MP1181. Asesoría cosmética.</li> <li>• MP1182. Diseño de imagen integral.</li> <li>• MP1183. Estilismo en vestuario y complementos.</li> <li>• MP1185. Protocolo y organización de eventos.</li> <li>• MP1186. Usos sociales.</li> <li>• MP1188. Habilidades comunicativas.</li> <li>• MP1189. Imagen corporativa.</li> <li>• MP1191. Formación y orientación laboral.</li> <li>• MP1192. Empresa e iniciativa emprendedora.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciado/a, ingeniero/a, arquitecto/a o el título de grado correspondiente, u otros títulos equivalentes a efectos de docencia.</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP1184. Asesoría de peluquería.</li> <li>• MP1187. Asesoría estética.</li> <li>• MP1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciado/a, ingeniero/a, arquitecto/a o el título de grado correspondiente, u otros títulos equivalentes.</li> <li>• Diplomado/a, ingeniero/a técnico/a o arquitecto/a técnico/a, o el título de grado correspondiente, u otros títulos equivalentes.</li> <li>• Técnico/a superior en Estética u otros títulos equivalentes.</li> <li>• Técnico/a superior en Asesoría de Imagen Personal u otros títulos equivalentes.</li> </ul> |

#### 4. Anexo IV.

Convalidaciones entre módulos profesionales de títulos establecidos al amparo de la Ley orgánica 1/1990 (LOGSE) y los establecidos en el título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa al amparo de la Ley orgánica 2/2006.

| Módulos profesionales incluidos en los ciclos formativos establecidos en la LOGSE  | Módulos profesionales del ciclo formativo (LOE): Asesoría de Imagen Personal y Corporativa   |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesoría de belleza.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP1182. Diseño de imagen integral.</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilismo en el vestir.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP1183. Estilismo en vestuario y complementos.</li> </ul>                                 |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas de embellecimiento personal.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP1184. Asesoría de peluquería.</li> <li>• MP1187. Asesoría estética.</li> </ul>          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Protocolo y usos sociales.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP1185. Protocolo y organización de eventos.</li> <li>• MP1186. Usos sociales.</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagen personal y comunicación.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP1188. Habilidades comunicativas.</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa.</li> </ul>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP1192. Empresa e iniciativa emprendedora.</li> </ul>                                     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación en centro de trabajo del título de técnico superior en Asesoría de Imagen.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP1193. Formación en centros de trabajo.</li> </ul>                                       |



## 5. Anexo V.

A) Correspondencia de las unidades de competencia acreditadas con arreglo a lo establecido en el artículo 8 de la Ley orgánica 5/2002, de 19 de junio, con los módulos profesionales para su convalidación.

| Unidades de competencia acreditadas   | Módulos profesionales convalidables  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>UC0795_3: dirigir y gestionar las actividades desarrolladas en empresas de imagen personal.</li> <li>UC0352_2: asesorar y vender productos y servicios para la imagen personal.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>MP1071. Dirección y comercialización.</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>UC1248_3: realizar el estudio de la imagen personal para proponer proyectos de cambio personalizados.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>MP1182. Diseño de imagen integral.</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>UC1251_3: asesorar a la clientela sobre cambios en su imagen personal mediante la indumentaria y los complementos.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>MP1183. Estilismo en vestuario y complementos.</li> </ul>                               |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>UC0793_3: asesorar a la clientela sobre su imagen personal mediante el cuidado y la transformación estética del cabello y del pelo del rostro.</li> <li>UC1249_3: asesorar a la clientela sobre cambios en su imagen personal mediante el cuidado y la transformación estética del cabello y del pelo del rostro.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>MP1184. Asesoría de peluquería.</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>UC1252_3: asesorar a la clientela en las actuaciones de protocolo y usos sociales relacionados con la imagen personal.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>MP1185. Protocolo y organización de eventos.</li> <li>MP1186. Usos sociales.</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>UC1250_3: asesorar a la clientela sobre cambios en su imagen personal mediante cuidados estéticos.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>MP1187. Asesoría estética.</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>UC1253_3: asesorar a la clientela en técnicas de comunicación relacionadas con la imagen personal.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>MP1188. Habilidades comunicativas.</li> </ul>   |

Nota: las personas matriculadas en este ciclo formativo que tengan acreditadas todas las unidades de competencias incluidas en el título, de acuerdo con el procedimiento establecido en el Real decreto 1224/2009, de 17 de julio, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral, tendrán convalidado el módulo profesional «MP1181. Asesoría cosmética».

B) Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación.

| Módulos profesionales superados   | Unidades de competencia acreditables  |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>MP1071. Dirección y comercialización.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>UC0795_3: dirigir y gestionar las actividades desarrolladas en empresas de imagen personal.</li> <li>UC0352_2: asesorar y vender productos y servicios para la imagen personal.</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>MP1182. Diseño de imagen integral.</li> </ul>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>UC1248_3: realizar el estudio de la imagen personal para proponer proyectos de cambio personalizados.</li> </ul>   |



| Módulos profesionales superados  | Unidades de competencia acreditables  |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP1183. Estilismo en vestuario y complementos.</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• UC1251_3: asesorar a la clientela sobre cambios en su imagen personal mediante la indumentaria y los complementos.</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP1184. Asesoría de peluquería.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• UC0793_3: asesorar a la clientela sobre su imagen personal mediante el cuidado y la transformación estética del cabello y del pelo del rostro.</li> <li>• UC1249_3: asesorar a la clientela sobre cambios en su imagen personal mediante el cuidado y la transformación estética del cabello y del pelo del rostro.</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP1185. Protocolo y organización de eventos.</li> <li>• MP1186. Usos sociales.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• UC1252_3: asesorar a la clientela en las actuaciones de protocolo y usos sociales relacionados con la imagen personal.</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP1187. Asesoría estética.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• UC1250_3: asesorar a la clientela sobre cambios en su imagen personal mediante cuidados estéticos.</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP1188. Habilidades comunicativas.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• UC1253_3: asesorar a la clientela en técnicas de comunicación relacionadas con la imagen personal.</li> </ul>  |

## 6. Anexo VI.

Organización de los módulos profesionales del ciclo formativo de grado superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa para el régimen ordinario.

| Curso          | Módulo   | Duración | Especialidad del profesorado  |
|----------------|--|----------|---|
| 1º             | • MP1181. Asesoría cosmética.                                    | 133      | Asesoría y Procesos de Imagen Personal.                             |
| 1º             | • MP1183. Estilismo en vestuario y complementos.                 | 213      | Asesoría y Procesos de Imagen Personal.                             |
| 1º             | • MP1184. Asesoría de peluquería.                                | 187      | Peluquería.   |
| 1º             | • MP1187. Asesoría estética.                                     | 187      | Estética.   |
| 1              | • MP1188. Habilidades comunicativas.                             | 133      | Asesoría y Procesos de Imagen Personal.                             |
| 1º             | • MP1191. Formación y orientación laboral.                       | 107      | Formación y Orientación Laboral.                                    |
| Total 1º (FCE) |  | 960      |   |
| 2º             | • MP1185. Protocolo y organización de eventos.                   | 140      | Asesoría y Procesos de Imagen Personal.                             |
| 2º             | • MP1186. Usos sociales.   | 87       | Asesoría y Procesos de Imagen Personal.                             |
| 2º             | • MP1182. Diseño de imagen integral.                             | 158      | Asesoría y Procesos de Imagen Personal.                             |
| 2º             | • MP1189. Imagen corporativa.                                    | 105      | Asesoría y Procesos de Imagen Personal.                             |
| 2º             | • MP1071. Dirección y comercialización.                          | 87       | Asesoría y Procesos de Imagen Personal.                             |
| 2º             | • MP1192. Empresa e iniciativa emprendedora.                     | 53       | Formación y Orientación Laboral.                                    |
| Total 2º (FCE) |  | 630      |   |
| 2º             | • MP1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa. | 26       | Peluquería.<br>Estética.<br>Asesoría y Procesos de Imagen Personal. |
| 2º             | • MP1193. Formación en centros de trabajo.                       | 384      |   |



## 7. Anexo VII.

Organización de los módulos profesionales en unidades formativas de menor duración.

| Módulo profesional                         | Unidades formativas   | Duración |
|--|---|----------|
| • MP1191. Formación y orientación laboral. | • MP1191_12. Prevención de riesgos laborales.   | 45       |
|  | • MP1191_22. Equipos de trabajo, derecho del trabajo y de la seguridad social, y búsqueda de empleo | 62       |

