

I. DISPOSICIÓN XERAIS

CONSELLERÍA DE CULTURA, EDUCACIÓN E ORDENACIÓN UNIVERSITARIA

DECRETO 45/2016, do 31 de marzo, polo que se establece o currículo do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa.

O Estatuto de autonomía de Galicia, no seu artigo 31, determina que é da competencia plena da Comunidade Autónoma galega o regulamento e a administración do ensino en toda a súa extensión, niveis e graos, modalidades e especialidades, no ámbito das súas competencias, sen prexuízo do disposto no artigo 27 da Constitución e nas leis orgánicas que, conforme a alínea primeira do seu artigo 81, o desenvolvan, das facultades que lle atribúe ao Estado o número 30 do punto 1 do artigo 149 da Constitución, e da alta inspección precisa para o seu cumprimento e a súa garantía.

A Lei orgánica 5/2002, do 19 de xuño, das cualificacións e da formación profesional, ten por obxecto a ordenación dun sistema integral de formación profesional, cualificacións e acreditación que responda con eficacia e transparencia ás demandas sociais e económicas a través das modalidades formativas.

No artigo 10, alíneas 1 e 2, da devandita lei establécese que a Administración xeral do Estado, de conformidade co que se dispón no artigo 149.1, 30ª e 7ª da Constitución española, e logo da consulta ao Consello Xeral de Formación Profesional, determinará os títulos de formación profesional e os certificados de profesionalidade que constituirán as ofertas de formación profesional referidas ao Catálogo nacional de cualificacións profesionais, cuxos contidos poderán ampliar as administracións educativas no ámbito das súas competencias.

No artigo 8.1 establécese, así mesmo, que os títulos de formación profesional e os certificados de profesionalidade terán carácter oficial e validez en todo o territorio do Estado e serán expedidos polas administracións competentes.

A Lei orgánica 2/2006, do 3 de maio, de educación, establece no seu capítulo V do seu título I os principios xerais da formación profesional inicial e dispón no artigo 39.6 que o Goberno, logo da consulta ás comunidades autónomas, establecerá as titulacións correspondentes aos estudos de formación profesional, así como os aspectos básicos do currículo de cada unha delas.



A Lei 2/2011, do 4 de marzo, de economía sustentable, e a Lei orgánica 4/2011, do 11 de marzo, complementaria da Lei de economía sustentable, introduciron modificacións na Lei orgánica 5/2002, do 19 de xuño, e na Lei orgánica 2/2006, do 3 de maio, no marco legal das ensinanzas de formación profesional, que pretenderon, entre outros aspectos, adecuar a oferta formativa ás demandas dos sectores produtivos.

Pola súa vez, a Lei orgánica 8/2013, do 9 de decembro, para a mellora da calidade educativa, modificou a Lei orgánica 2/2006, do 3 de maio, en aspectos que atinxen o procedemento de acceso e admisión ás ensinanzas de formación profesional, e tamén desde estas ensinanzas aos estudos universitarios de grao.

O Real decreto 1147/2011, do 29 de xullo, establece a ordenación xeral da formación profesional do sistema educativo, tomando como base o Catálogo nacional de cualificacións profesionais, as directrices fixadas pola Unión Europea e outros aspectos de interese social.

No seu artigo 8 establece que as administracións educativas, no ámbito das súas competencias, establecerán os currículos correspondentes ampliando e contextualizando os contidos dos títulos á realidade socioeconómica do territorio da súa competencia e respectando o seu perfil profesional.

O Decreto 114/2010, do 1 de xullo, polo que se establece a ordenación xeral da formación profesional do sistema educativo de Galicia, determina nos seus capítulos III e IV, dedicados ao currículo e á organización das ensinanzas, a estrutura que deben seguir os currículos e os módulos profesionais dos ciclos formativos na Comunidade Autónoma de Galicia.

Publicado o Real decreto 1685/2011, do 18 de novembro, polo que se establece o título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa e se fixan as súas ensinanzas mínimas, e de acordo co seu artigo 10.2, correspóndelle á consellería con competencias en materia de educación establecer o currículo correspondente no ámbito da Comunidade Autónoma de Galicia.

Consonte o anterior, este decreto desenvolve o currículo do ciclo formativo de formación profesional de grao superior correspondente ao título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa. Este currículo adapta a nova titulación ao campo profesional e de traballo da realidade socioeconómica galega e ás necesidades de cualificación do sector produtivo canto á especialización e polivalencia, e posibilita unha inserción laboral inmediata e unha proxección profesional futura.



Para estes efectos, e de acordo co establecido no citado Decreto 114/2010, do 1 de xu- llo, determínanse a identificación do título, o seu perfil profesional, o contorno profesional, a perspectiva do título no sector ou nos sectores, as ensinanzas do ciclo formativo, a co- rrespondencia dos módulos profesionais coas unidades de competencia para a súa acre- ditación, validación ou exención, así como os parámetros do contexto formativo para cada módulo profesional no que se refire a espazos, equipamentos, titulacións e especialidades do profesorado, e as súas equivalencias para os efectos de docencia.

Así mesmo, determínanse os accesos a outros estudos, as modalidades e as materias de bacharelato que facilitan a conexión co ciclo formativo, as validacións, exencións e equivalencias, e a información sobre os requisitos necesarios segundo a lexislación vixente para o exercicio profesional, cando proceda.

O currículo que se establece neste decreto desenvólvese tendo en conta o perfil profe- sional do título a través dos obxectivos xerais que o alumnado debe alcanzar ao finalizar o ciclo formativo e os obxectivos propios de cada módulo profesional, expresados a través dunha serie de resultados de aprendizaxe, entendidos como as competencias que deben adquirir os alumnos e as alumnas nun contexto de aprendizaxe, que lles permitirán con- seguir os logros profesionais necesarios para desenvolver as súas funcións con éxito no mundo laboral.

Asociada a cada resultado de aprendizaxe, establécese unha serie de contidos de tipo conceptual, procedemental e actitudinal redactados de xeito integrado, que proporcionarán o soporte de información e destreza preciso para lograr as competencias profesionais, per- soais e sociais propias do perfil do título.

Neste sentido, a inclusión do módulo de Formación en centros de traballo posibilita que o alumnado complete a formación adquirida no centro educativo mediante a realización dun conxunto de actividades de produción e/ou de servizos, que non terán carácter laboral, en situacións reais de traballo no contorno produtivo do centro, de acordo coas exigencias derivadas do Sistema nacional de cualificacións e formación profesional.

O módulo de Proxecto que se inclúe no ciclo formativo de grao superior de Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa permitirá integrar de forma global os aspectos máis salien- tables das competencias profesionais, persoais e sociais características do título que se abordaron no resto dos módulos profesionais, con aspectos relativos ao exercicio profesio- nal e á xestión empresarial.



A formación relativa á prevención de riscos laborais dentro do módulo de Formación e orientación laboral aumenta a empregabilidade do alumnado que supere estas ensinanzas e facilita a súa incorporación ao mundo do traballo ao capacitalo para levar a cabo responsabilidades profesionais equivalentes ás que precisan as actividades de nivel básico en prevención de riscos laborais, establecidas no Real decreto 39/1997, do 17 de xaneiro, polo que se aproba o Regulamento dos servizos de prevención.

De acordo co artigo 10 do citado Decreto 114/2010, do 1 de xullo, establécese a división de determinados módulos profesionais en unidades formativas de menor duración, coa finalidade de facilitar a formación ao longo da vida, respectando, en todo caso, a necesaria coherencia da formación asociada a cada unha delas.

Na súa virtude, por proposta do conselleiro de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria, no exercicio da facultade outorgada polo artigo 34 da Lei 1/1983, do 22 de febreiro, reguladora da Xunta e da súa Presidencia, consultados o Consello Galego de Formación Profesional e o Consello Escolar de Galicia, de acordo co Consello Consultivo e logo de deliberación do Consello da Xunta de Galicia, na súa reunión do día trinta e un de marzo de dous mil dezaseis,

DISPOÑO:

CAPÍTULO I
Disposicións xerais

Artigo 1. *Obxecto*

O presente decreto ten por obxecto establecer o currículo que será de aplicación na Comunidade Autónoma de Galicia para as ensinanzas de formación profesional relativas ao título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa, establecido polo Real decreto 1685/2011, do 18 de novembro.

CAPÍTULO II
Identificación do título, perfil profesional, contorno profesional e prospectiva do título no sector ou nos sectores

Artigo 2. *Identificación*

O título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa identifícase polos seguintes elementos:

– Denominación: Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa.



- Nivel: formación profesional de grao superior.
- Duración: 2.000 horas.
- Familia profesional: Imaxe Persoal.
- Referente europeo: CINE-5b (Clasificación internacional normalizada da educación).
- Nivel do Marco español de cualificacións para a educación superior: nivel 1; técnico superior.

Artigo 3. *Perfil profesional do título*

O perfil profesional do título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa determínase pola súa competencia xeral, polas súas competencias profesionais, persoais e sociais, así como pola relación de cualificacións e, de ser o caso, unidades de competencia do Catálogo nacional de cualificacións profesionais incluídas no título.

Artigo 4. *Competencia xeral*

A competencia xeral do título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa consiste en deseñar e organizar proxectos de asesoramento en imaxe persoal, empresarial e institucional, organizar eventos e planificar os procesos de adestramento persoal en habilidades de comunicación, protocolo e usos sociais, respectando criterios de calidade, seguridade, respecto polo ambiente e deseño universal.

Artigo 5. *Competencias profesionais, persoais e sociais*

As competencias profesionais, persoais e sociais do título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa son as que se relacionan:

- a) Dirixir e xestionar as actividades, organizando os recursos materiais, persoais e técnicos.
- b) Analizar os cambios na moda, adaptando as tendencias do mercado ás expectativas e ás necesidades da clientela.
- c) Xestionar a documentación, utilizando as tecnoloxías da información e da comunicación.



d) Identificar as necesidades da clientela, analizando as súas características e os requisitos.

e) Adestrar a clientela en habilidades de comunicación, elaborando un plan para a adquisición de novas técnicas comunicativas.

f) Asesorar na organización de actos protocolarios e eventos, elaborando un proxecto e coordinando as actividades.

g) Asesorar as empresas para a creación dunha imaxe corporativa, interpretando as súas solicitudes.

h) Elaborar proxectos de cambio de imaxe, controlando a calidade e a documentación relacionada.

i) Asesorar e adestrar a clientela en maquillaxe, peiteado e estética, en función do requirido.

j) Comercializar produtos e servizos de imaxe persoal, utilizando técnicas de márketing.

k) Realizar cambios de estilos a través do vestiario, asesorando sobre indumentaria e complementos.

l) Guiar na compra de vestiario, complementos e cosméticos, calibrando as necesidades da clientela para cubrir as súas expectativas.

m) Adaptarse ás novas situacións laborais, mantendo actualizados os coñecementos científicos, técnicos e tecnolóxicos relativos ao seu ámbito profesional, xestionando a súa formación e os recursos existentes na aprendizaxe ao longo da vida e utilizando as tecnoloxías da información e da comunicación.

n) Resolver situacións, problemas ou continxencias con iniciativa e autonomía no ámbito da súa competencia, con creatividade, innovación e espírito de mellora no traballo persoal e no dos membros do equipo.

ñ) Organizar e coordinar equipos de traballo con responsabilidade e supervisar o seu desenvolvemento, mantendo relacións fluídas, asumindo o liderado e achegando solucións aos conflitos grupais que se presenten.



o) Comunicarse con iguais, superiores, clientela e persoas baixo a súa responsabilidade, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitindo a información e os coñecementos adecuados e respectando a autonomía e a competencia das persoas que interveñen no ámbito do seu traballo.

p) Xerar ámbitos seguros no desenvolvemento do seu traballo e no do seu equipo, supervisando e aplicando os procedementos de prevención de riscos laborais e ambientais de acordo co establecido pola normativa vixente e cos obxectivos da empresa.

q) Supervisar e aplicar procedementos de xestión de calidade e de accesibilidade e deseño universais nas actividades profesionais incluídas nos procesos de produción ou prestación de servizos.

r) Realizar a xestión básica para a creación e o funcionamento dunha pequena empresa e ter iniciativa na súa actividade profesional, con sentido da responsabilidade social.

s) Exercer os dereitos e cumprir as obrigas derivadas da súa actividade profesional, de acordo co establecido na lexislación vixente, participando activamente na vida económica, social e cultural.

Artigo 6. Relación de cualificacións e unidades de competencia do Catálogo nacional de cualificacións profesionais incluídas no título

1. Cualificación profesional completa incluída no título:

Asesoría integral de imaxe persoal, IMP395_3 (Real decreto 327/2008, do 29 de febreiro), que abrangue as seguintes unidades de competencia:

UC1248_3: realizar o estudo da imaxe persoal para propor proxectos de cambio personalizados.

UC1249_3: asesorar a clientela sobre cambios na súa imaxe persoal mediante o coidado e a transformación estética do cabelo e do pelo do rostro.

UC1250_3: asesorar a clientela sobre cambios na súa imaxe persoal mediante coidados estéticos.

UC1251_3: asesorar a clientela sobre cambios na súa imaxe persoal mediante a indumentaria e os complementos.



UC1252_3: asesorar a clientela nas actuacións de protocolo e usos sociais relacionados coa imaxe persoal.

UC1253_3: asesorar a clientela en técnicas de comunicación relacionadas coa imaxe persoal.

2. Cualificacións profesionais incompletas:

a) Peiteado técnico-artístico, IMP249_3 (Real decreto 790/2007, do 15 de xuño):

UC0793_3: asesorar a clientela sobre a súa imaxe persoal, mediante o coidado e a transformación estética do cabelo e do pelo do rostro.

UC0795_3: dirixir e xestionar as actividades desenvolvidas en empresas de imaxe persoal.

b) Tratamentos capilares estéticos, IMP397_3 (Real decreto 327/2008, do 29 de febreiro):

UC0352_2: asesorar e vender produtos e servizos para a imaxe persoal.

Artigo 7. *Contorno profesional*

1. As persoas que obteñan o título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa poden exercer a súa actividade en empresas do sector de servizos dedicadas á asesoría de imaxe persoal, corporativa e pública, ou integrarse en equipos multidisciplinares de calquera empresa, en departamentos de comunicación ou márketing. De igual modo, poden exercer a súa actividade en establecementos dedicados á venda de vestiario, complementos e cosméticos, onde desenvolverán tarefas nas áreas funcionais de deseño dunha nova imaxe persoal, pública e corporativa, e na organización e na prestación de servizos. Actúan por conta propia, cun alto grao de autonomía, asumindo labores de xestión e dirección, ou ben por conta allea, integrándose nun equipo de traballo con persoas do seu mesmo, inferior ou superior nivel de cualificación.

2. As ocupacións e os postos de traballo máis salientables son os seguintes:

- Director/ora técnico/a e artístico/a en producións audiovisuais, escénicas e de moda.
- Técnico/a de protocolo e cerimonial en institucións públicas e privadas.



- Experto/a en etiqueta e usos sociais.
- Asesor/ora consultor/ora de estilismo no vestir.
- Asesor/ora de estilos e tendencias.
- Asistente técnico/a de imaxe política, cultural e artística.
- Asesor/ora en comercios de vestiario e complementos.
- Asesor/ora de imaxe en medios audiovisuais e de moda.
- Técnico/a comercial.
- Asesor/ora consultor/ora de imaxe corporativa.
- Experto/a en habilidades comunicativas.
- Técnico/a especialista en gabinetes de relacións públicas.
- Técnico/a especialista en imaxe en departamento de márketing.
- Director/ora de gabinete de asesoría de imaxe.
- Consultor/ora asesor/ora de protocolo e organización de actos e eventos.
- Asesor/ora na compra de vestiario, complementos, regalos e cosméticos.
- Asistente persoal no coidado da imaxe.
- Organizador/ora de vodas (*wedding planner*).
- Asesor/ora de prensa especializada en imaxe persoal.

Artigo 8. *Prospectiva do título no sector ou nos sectores*

1. O concepto de imaxe está a evolucionar; non se limita á beleza (peiteado, maquillaxe, coidados estéticos, etc.), senón que se está a ampliar ao estilo (indumentaria, complementos e usos sociais) e, sobre todo, ao xeito de comunicarse (habilidades comunicativas). O/a asesor/ora deberá integrar unha identidade persoal coa imaxe.



2. O perfil profesional do título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa marca unha evolución cara ás competencias relacionadas coa coordinación, a organización e a planificación da imaxe das persoas, dos colectivos e das empresas. Trátase, xa que logo, non só de asesoría senón de xestión da imaxe e de establecer o proceso para a súa posta en práctica.

3. O ámbito laboral amplíase cara a tres campos de traballo de asesoría de imaxe: a persoal, a corporativa e a pública.

4. O incremento de persoas que consomen produtos e servizos de imaxe persoal, a ampla oferta das empresas relacionadas coa indumentaria, coa cosmética e cos regalos, entre outros, o carácter efémero e temporal da moda, unido aos cambios no proceso tradicional de compra, fai que xurda a figura de guía de compra (*personal shopper*).

5. A evolución tecnolóxica de carácter dixital que se produciu a nivel mundial nos últimos anos, principalmente no ámbito das telecomunicacións, co uso da internet, provocou un fluxo adicional de información que deben aproveitar as empresas para xeraren valor engadido na calidade dos servizos ofrecidos e un medio de comunicación coa clientela. Demándanse profesionais cun perfil profesional cada vez máis cualificado, con coñecementos científico-tecnolóxicos e con capacidade para a organización e a planificación de procesos, que asuman funcións de calidade e que sexan quen de manter un espírito aberto á innovación.

CAPÍTULO III

Ensinanzas do ciclo formativo e parámetros básicos de contexto

Artigo 9. *Obxectivos xerais*

Os obxectivos xerais do ciclo formativo de grao superior de Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa son os seguintes:

a) Identificar os recursos persoais, materiais e técnicos, organizando as actividades de asesoría, para dirixir e xestionar os procesos.

b) Caracterizar a indumentaria, os estilos de peiteado e maquillaxe, a comunicación, etc., dos grupos sociais, e identificar os elementos que definen a imaxe, para analizar a evolución das tendencias.

c) Aplicar técnicas de arquivamento da documentación utilizada e xerada, seleccionando aplicacións manuais, informáticas e documentais, para xestionar a base de información.



d) Aplicar técnicas de análise, estudando as características e os estilos das persoas usuarias, para identificar as súas necesidades.

e) Analizar as técnicas de comunicación, seleccionando actividades para deseñar un plan de adestramento de habilidades comunicativas.

f) Interpretar as normas de protocolo, analizando os actos sociolaborais ou oficiais, para realizar o asesoramento na organización de actos protocolarios e eventos.

g) Determinar os modelos de comportamento e os usos sociais, caracterizando as normas do protocolo social, para realizar o asesoramento na organización de actos protocolarios e eventos.

h) Deseñar proxectos de organización de eventos, analizando a estrutura dos actos sociais, empresariais e oficiais, para realizar o asesoramento na organización de actos protocolarios e eventos.

i) Realizar un manual de identidade corporativa, analizando as características de imaxe de empresa, para elaborar o proxecto de imaxe corporativa.

j) Deseñar modelos de propostas e orzamentos, e describir as súas fases, para realizar o proxecto.

k) Determinar os coidados estéticos, de peiteado e de vestiario en relación coas características físicas e cos estilos persoais, para desenvolver proxectos de cambio de imaxe persoal.

l) Realizar procesos de embelecemento, con identificación dos requisitos técnicos, para adestrar en técnicas de maquillaxe e coidados estéticos.

m) Establecer pautas de asesoramento en peiteado e en coidado do pelo do rostro, con identificación dos requisitos técnicos, para elaborar un plan de adestramento para o mantemento do novo estilo.

n) Identificar operacións de venda e técnicas publicitarias e de *merchandising*, avaliando as características e as demandas do mercado, para comercializar produtos e servizos de imaxe persoal.

ñ) Establecer pautas para asesorar en indumentaria, recoñecendo e seleccionando as pezas de vestir, os tecidos, os accesorios e os complementos, para realizar cambios de estilo a través do vestiario.



o) Establecer o procedemento de traballo do guía de compra (*personal shopper*), identificando as fases para guiar na compra de vestiario, complementos e cosméticos.

p) Analizar as liñas cosméticas, tendo en conta a relación entre as propiedades dos cosméticos e as características cutáneas, para asesorar na compra e na aplicación de cosméticos e perfumes.

q) Analizar e utilizar os recursos e as oportunidades de aprendizaxe que se relacionan coa evolución científica, tecnolóxica e organizativa do sector, así como as tecnoloxías da información e da comunicación, para manter o espírito de actualización e adaptarse a novas situacións laborais e persoais.

r) Desenvolver a creatividade e o espírito de innovación para responder aos retos que se presenten nos procesos e na organización do traballo e da vida persoal.

s) Tomar decisións fundamentadas, analizando as variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito e aceptando os riscos e a posibilidade de equivocación, para afrontar e resolver situacións, problemas ou continxencias.

t) Desenvolver técnicas de liderado, motivación, supervisión e comunicación en contextos de traballo en grupo, para facilitar a organización e a coordinación de equipos de traballo.

u) Aplicar estratexias e técnicas de comunicación, adaptándose aos contidos que se vaian transmitir, á finalidade e ás características das persoas receptoras, para asegurar a eficacia nos procesos de comunicación.

v) Avaliar situacións de prevención de riscos laborais e de protección ambiental, e propor e aplicar medidas de prevención persoais e colectivas, de acordo coa normativa aplicable nos procesos de traballo, para garantir ámbitos seguros.

w) Identificar e propor as accións profesionais necesarias para dar resposta á accesibilidade e ao deseño universais.

x) Identificar e aplicar parámetros de calidade nos traballos e nas actividades que se realizan no proceso de aprendizaxe, para valorar a cultura da avaliación e da calidade, e ser quen de supervisar e mellorar procedementos de xestión de calidade.

y) Utilizar procedementos relacionados coa cultura emprendedora, empresarial e de iniciativa profesional, para realizar a xestión básica dunha pequena empresa ou emprender un traballo.



z) Recoñecer os seus dereitos e deberes como axente activo na sociedade, tendo en conta o marco legal que regula as condicións sociais e laborais, para participar na cidadanía democrática.

aa) Analizar e valorar a participación, o respecto, a tolerancia e a igualdade de oportunidades, para desenvolver os valores do principio de igualdade de trato e non discriminación entre homes e mulleres nin discriminación por ningunha outra condición nin circunstancia persoal nin social, así como a prevención da violencia de xénero e o coñecemento da realidade homosexual, transexual, transxénero e intersexual.

Artigo 10. *Módulos profesionais*

Os módulos profesionais do ciclo formativo de grao superior de Asesoría de Imaxe Personal e Corporativa, que se desenvolven no anexo I, son os que se relacionan:

MP1071. Dirección e comercialización.

MP1181. Asesoría cosmética.

MP1182. Deseño de imaxe integral.

MP1183. Estilismo en vestiario e complementos.

MP1184. Asesoría de peiteado.

MP1185. Protocolo e organización de eventos.

MP1186. Usos sociais.

MP1187. Asesoría estética.

MP1188. Habilidades comunicativas.

MP1189. Imaxe corporativa.

MP1190. Proxecto de asesoría de imaxe persoal e corporativa.

MP1191. Formación e orientación laboral.

MP1192. Empresa e iniciativa emprendedora.

MP1193. Formación en centros de traballo.



Artigo 11. *Espazos e equipamentos*

1. Os espazos e os equipamentos mínimos necesarios para o desenvolvemento das ensinanzas do ciclo formativo de grao superior de Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa son os establecidos no anexo II.

2. Os espazos formativos establecidos respectarán a normativa sobre prevención de riscos laborais, a normativa sobre seguridade e saúde no posto de traballo e cantas outras normas sexan de aplicación.

3. Os espazos formativos establecidos poden ser ocupados por diferentes grupos de alumnado que cursen o mesmo ou outros ciclos formativos, ou etapas educativas.

4. Non cómpre que os espazos formativos identificados se diferencien mediante cerramentos.

5. A cantidade e as características dos equipamentos que se inclúen en cada espazo deberán estar en función do número de alumnos e alumnas, e ser os necesarios e suficientes para garantir a calidade do ensino e a adquisición dos resultados de aprendizaxe.

6. O equipamento disporá da instalación necesaria para o seu correcto funcionamento, cumprirá as normas de seguridade e prevención de riscos e cantas outras sexan de aplicación, e respectaranse os espazos ou as superficies de seguridade que exixan as máquinas en funcionamento.

Artigo 12. Profesorado

1. A docencia dos módulos profesionais que constitúen as ensinanzas do ciclo formativo de grao superior de Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa correspóndelle ao profesorado do corpo de catedráticos e catedráticas de ensino secundario, do corpo de profesorado de ensino secundario e do corpo de profesorado técnico de formación profesional, segundo proceda, das especialidades establecidas no anexo III A).

2. As titulacións requiridas para acceder aos corpos docentes citados son, con carácter xeral, as establecidas no artigo 13 do Real decreto 276/2007, do 23 de febreiro, polo que se aproba o Regulamento de ingreso, accesos e adquisición de novas especialidades nos corpos docentes a que se refire a Lei orgánica 2/2006, do 3 de maio, de educación, e se regula o réxime transitorio de ingreso a que se refire a disposición transitoria decimo sétima da devandita lei. As titulacións equivalentes ás anteriores para os efectos de docencia, para as especialidades do profesorado, son as recollidas no anexo III B).



3. As titulacións requiridas para a impartición dos módulos profesionais que formen o título, para o profesorado dos centros de titularidade privada ou de titularidade pública doutras administracións distintas das educativas, concréntanse no anexo III C).

A consellería con competencias en materia de educación establecerá un procedemento de habilitación para exercer a docencia, no cal se exixirá o cumprimento dalgún dos seguintes requisitos:

a) Que as ensinanzas conducentes ás titulacións citadas engloben os obxectivos dos módulos profesionais.

b) Se os devanditos obxectivos non están incluídos, ademais da titulación deberá acreditarse mediante certificación unha experiencia laboral de, polo menos, tres anos no sector vinculado á familia profesional, realizando actividades produtivas en empresas relacionadas implicitamente cos resultados de aprendizaxe.

CAPÍTULO IV

Accesos e vinculación a outros estudos, e correspondencia de módulos profesionais coas unidades de competencia

Artigo 13. Preferencias para o acceso ao ciclo formativo de grao superior de Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa en relación coas modalidades e as materias de bacharelato cursadas

Terá preferencia para acceder ao ciclo formativo de grao superior de Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa o alumnado que cursase a modalidade de bacharelato de Ciencias e Tecnoloxía ou a modalidade de Humanidades e Ciencias Sociais.

Artigo 14. Acceso e vinculación a outros estudos

1. O título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa permite o acceso directo para cursar calquera outro ciclo formativo de grao superior nas condicións de admisión que se establezan.

2. O título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa permite o acceso directo ás ensinanzas conducentes aos títulos universitarios de grao logo da superación do procedemento de admisión que se estableza.

3. Para os efectos das validacións entre o título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa e as ensinanzas universitarias de grao, a asignación de créditos



entre todos os módulos profesionais deste ciclo formativo é de 120 créditos ECTS, de conformidade co establecido no artigo 14 do Real decreto 1685/2011, do 18 de novembro.

Artigo 15. *Validacións e exencións*

1. As validacións entre os módulos profesionais dos títulos de formación profesional establecidos ao abeiro da Lei orgánica 1/1990, do 3 de outubro, de ordenación xeral do sistema educativo, e os módulos profesionais do título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa establécense no anexo IV.

2. As persoas que superasen o módulo profesional de Formación e orientación laboral, ou o módulo profesional de Empresa e iniciativa emprendedora, en calquera dos ciclos formativos correspondentes aos títulos establecidos ao abeiro da Lei orgánica 2/2006, do 3 de maio, de educación, terán validados os ditos módulos en calquera outro ciclo formativo establecido ao abeiro da mesma lei.

3. As persoas que obtivesen a acreditación de todas as unidades de competencia incluídas no título, mediante o procedemento establecido no Real decreto 1224/2009, do 17 de xullo, de recoñecemento das competencias profesionais adquiridas por experiencia laboral, poderán validar o módulo de Formación e orientación laboral sempre que:

a) Acrediten, polo menos, un ano de experiencia laboral.

b) Estean en posesión da acreditación da formación establecida para o desempeño das funcións de nivel básico da actividade preventiva, expedida de acordo co disposto no Real decreto 39/1997, do 17 de xaneiro, polo que se aproba o Regulamento dos servizos de prevención.

4. De acordo co establecido no artigo 39 do Real decreto 1147/2011, do 29 de xullo, polo que se establece a ordenación xeral da formación profesional do sistema educativo, poderá determinarse a exención total ou parcial do módulo profesional de Formación en centros de traballo, pola súa correspondencia coa experiencia laboral, sempre que se acredite unha experiencia relacionada co ciclo formativo de grao superior de Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa, nos termos previstos no dito artigo.

Artigo 16. *Correspondencia dos módulos profesionais coas unidades de competencia para a súa acreditación, validación ou exención*

1. A correspondencia das unidades de competencia cos módulos profesionais que forman as ensinanzas do título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa para a súa validación ou exención queda determinada no anexo V A).



2. A correspondencia dos módulos profesionais que forman as ensinanzas do título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa coas unidades de competencia para a súa acreditación queda determinada no anexo V B).

CAPÍTULO V Organización da impartición

Artigo 17. *Distribución horaria*

Os módulos profesionais do ciclo formativo de grao superior de Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa organizaranse polo réxime ordinario segundo se establece no anexo VI.

Artigo 18. *Unidades formativas*

1. Consonte o artigo 10 do Decreto 114/2010, do 1 de xullo, polo que se establece a ordenación xeral da formación profesional no sistema educativo de Galicia, e coa finalidade de promover a formación ao longo da vida e servir de referente para a súa impartición, establécese no anexo VII a división de determinados módulos profesionais en unidades formativas de menor duración.

2. A consellería con competencias en materia de educación determinará os efectos académicos da división dos módulos profesionais en unidades formativas.

Artigo 19. *Módulo de Proxecto*

1. O módulo de Proxecto incluído no currículo do ciclo formativo de grao superior de Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa ten por finalidade a integración efectiva dos aspectos máis salientables das competencias profesionais, persoais e sociais características do título que se abordasen no resto dos módulos profesionais, xunto con aspectos relativos ao exercicio profesional e á xestión empresarial. Organizarase sobre a base da titoría individual e colectiva. A atribución docente corresponderá ao profesorado que imparta docencia en módulos asociados ás unidades de competencia do ciclo formativo correspondente, preferiblemente nos de segundo curso.

2. Desenvolverase logo da avaliación positiva de todos os módulos profesionais de formación no centro educativo, coincidindo coa realización dunha parte do módulo profesional de Formación en centros de traballo, e avaliarase logo de cursado este co obxecto de posibilitar a incorporación das competencias adquiridas nel.



Disposición adicional primeira. *Oferta nas modalidades semipresencial e a distancia do título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa*

A impartición das ensinanzas dos módulos profesionais do ciclo formativo de grao superior de Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa nas modalidades semipresencial ou a distancia, que se ofrecerán unicamente polo réxime para as persoas adultas, requirirá a autorización previa da consellería con competencias en materia de educación, conforme o procedemento que se estableza, e garantirá que o alumnado pode conseguir os resultados de aprendizaxe destes, de acordo co disposto neste decreto.

Disposición adicional segunda. *Titulacións equivalentes e vinculación coas capacidades profesionais*

1. O título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal establecido polo Real decreto 627/1995, do 21 de abril, producirá os mesmos efectos profesionais e académicos que o título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa establecido no Real decreto 1685/2011, do 18 de novembro, e cuxo currículo desenvolve o presente decreto.

2. A formación establecida neste decreto no módulo profesional de Formación e orientación laboral capacita para levar a cabo responsabilidades profesionais equivalentes ás que precisan as actividades de nivel básico en prevención de riscos laborais, establecidas no Real decreto 39/1997, do 17 de xaneiro, polo que se aproba o Regulamento dos servizos de prevención.

Disposición adicional terceira. *Regulación do exercicio da profesión*

1. Os elementos recollidos neste decreto non constitúen regulación do exercicio de profesión regulada ningunha.

2. Así mesmo, as equivalencias de titulacións académicas establecidas no punto 1 da disposición adicional segunda entenderanse sen prexuízo do cumprimento das disposicións que habilitan para o exercicio das profesións reguladas.

Disposición adicional cuarta. *Accesibilidade universal nas ensinanzas do título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa*

1. A consellería con competencias en materia de educación garantirá que o alumnado poida acceder e cursar o ciclo formativo de grao superior de Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa nas condicións establecidas na disposición derradeira segunda do Real decre-



to legislativo 1/2013, do 29 de novembro, polo que se aproba o texto refundido da Lei xeral de dereitos das persoas con discapacidade e da súa inclusión social.

2. As programacións didácticas que desenvolvan o currículo establecido neste decreto deberán ter en conta o principio de «deseño universal». Para tal efecto, recollerán as medidas necesarias co fin de que o alumnado poida conseguir a competencia xeral do título, expresada a través das competencias profesionais, persoais e sociais, así como os resultados de aprendizaxe de cada un dos módulos profesionais.

3. En calquera caso, estas medidas non poderán afectar de forma significativa a consecución dos resultados de aprendizaxe previstos para cada un dos módulos profesionais.

Disposición adicional quinta. *Autorización a centros privados para a impartición das ensinanzas reguladas neste decreto*

A autorización a centros privados para a impartición das ensinanzas do ciclo formativo de grao superior de Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa exixirá que desde o inicio do curso escolar se cumpran os requisitos de profesorado, espazos e equipamentos regulados neste decreto.

Disposición adicional sexta. *Desenvolvemento do currículo*

1. O currículo establecido neste decreto será obxecto dun posterior desenvolvemento a través das programacións elaboradas para cada módulo profesional, consonte o establecido no artigo 34 do Decreto 114/2010, do 1 de xullo, polo que se establece a ordenación xeral da formación profesional do sistema educativo de Galicia. Estas programacións concretarán e adaptarán o currículo ás características do contorno socioproductivo, tomando como referencia o perfil profesional do ciclo formativo a través dos seus obxectivos xerais e dos resultados de aprendizaxe establecidos para cada módulo profesional.

2. Os centros educativos desenvolverán este currículo de acordo co establecido no artigo 9 do Decreto 79/2010, do 20 de maio, para o plurilingüismo no ensino non universitario de Galicia.

Disposición transitoria única. *Centros privados con autorización para impartir o ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal, ao abeiro da Lei orgánica 1/1990, do 3 de outubro*

A autorización concedida aos centros educativos de titularidade privada para impartir as ensinanzas do título establecido no Real decreto 627/1995, do 21 de abril, polo que se establece o título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal, entenderase referida ás ensinanzas reguladas neste decreto.



Disposición derogatoria única. *Derrogación normativa*

Quedan derogadas todas as disposicións de igual ou inferior rango que se opoñan ao disposto neste decreto.

Disposición derradeira primeira. *Implantación das ensinanzas recollidas neste decreto*

1. No curso 2015/16 implantarase o primeiro curso das ensinanzas reguladas neste decreto polo réxime ordinario e deixará de impartirse o primeiro curso das ensinanzas do título a que se fai referencia no artigo 1.2 do Real decreto 1685/2011, do 18 de novembro, polo que se establece o título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa.

2. No curso 2016/17 implantarase o segundo curso das ensinanzas reguladas neste decreto polo réxime ordinario e deixará de impartirse o segundo curso das ensinanzas do título a que se fai referencia no artigo 1.2 do Real decreto 1685/2011, do 18 de novembro, polo que se establece o título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa.

3. No curso 2015/16 implantaranse as ensinanzas reguladas neste decreto polo réxime para as persoas adultas.

Disposición derradeira segunda. *Desenvolvemento normativo*

1. Autorízase a persoa titular da consellería con competencias en materia de educación para ditar as disposicións que sexan necesarias para o desenvolvemento do establecido neste decreto.

2. Autorízase a persoa titular da consellería con competencias en materia de educación para modificar o anexo II B), relativo a equipamentos, cando por razóns de obsolescencia ou actualización tecnolóxica así se xustifique.

Disposición derradeira terceira. *Entrada en vigor*

Este decreto entrará en vigor o día seguinte ao da súa publicación no *Diario Oficial de Galicia*.

Santiago de Compostela, trinta e un de marzo de dous mil dezaseis

Alberto Núñez Feijóo
Presidente

Román Rodríguez González
Conselleiro de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria



1. Anexo I. Módulos profesionais.

1.1. Módulo profesional: Dirección e comercialización.

- Equivalencia en créditos ECTS: 6.

- Código: MP1071.

- Duración: 87 horas.

1.1.1. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación.

- RA1. Aplica técnicas de organización do establecemento de imaxe persoal determinando infraestruturas e recursos.

- CA1.1. Identificáronse os tipos de empresas de imaxe persoal.

- CA1.2. Establecéronse as condicións xerais das instalacións e equipamentos asociados.

- CA1.3. Valoráronse as variables que inflúen no deseño de espazos e equipamentos.

- CA1.4. Identificáronse e distribuíronse as zonas e os anexos.

- CA1.5. Seleccionáronse as instalacións complementarias necesarias.

- CA1.6. Identificáronse instalacións, equipamentos e recursos adecuados a cada zona.

- CA1.7. Aplicáronse os parámetros que identifican a imaxe da empresa.

- RA2. Aplica técnicas de organización e coordinación de profesionais, determinando os postos de traballo e as súas funcións.

- CA2.1. Describíronse os principios de organización dunha empresa e os posibles modelos organizativos.

- CA2.2. Especificouse o organigrama do establecemento de imaxe persoal.

- CA2.3. Describíronse os postos de traballo, e as funcións e responsabilidades de cada un deles.



- CA2.4. Identificáronse a competencia profesional e os requisitos necesarios para desempeñar os postos de traballo.
- CA2.5. Establecéronse os sistemas de planificación do cadro de persoal.
- CA2.6. Relacionáronse os criterios de selección de persoal coa política empresarial.
- CA2.7. Aplicáronse técnicas de selección de persoal en casos prácticos, realizando simulacións de situacións.
- CA2.8. Deseñáronse o plan e o manual de acollemento da empresa en casos prácticos.
- CA2.9. Identificáronse pautas para a motivación do persoal e a promoción dentro da empresa.
- CA2.10. Establecéronse os criterios de asignación dos horarios de traballo do persoal.
- CA2.11. Planificouse a distribución do traballo entre o equipo técnico en casos prácticos.
- CA2.12. Establecéronse pautas para a coordinación entre profesionais en empresas de imaxe persoal.
- RA3. Deseña normas de atención e comunicación interpersoais, analizando os seus elementos e aplicando normas deontolóxicas.
 - CA3.1. Establecéronse as diferenzas entre comunicación externa e interna na empresa.
 - CA3.2. Describíronse os tipos de comunicación.
 - CA3.3. Aplicáronse estratexias de comunicación eficaz.
 - CA3.4. Elaboráronse protocolos de comunicación externa con clientela e provedores.
 - CA3.5. Elaboráronse protocolos de comunicación interna da empresa.
 - CA3.6. Realizáronse protocolos de comunicación en diversos medios e soportes (prensa, radio, televisión, internet, etc.).



- CA3.7. Establecéronse pautas e normas para a atención e a comunicación coa clientela.
- CA3.8. Establecéronse os pasos que se van seguir para resolver conflitos.
- CA3.9. Establecéronse as normas deontolóxicas aplicadas ás actividades de imaxe persoal.
- CA3.10. Establecéronse as leis básicas da dirección de equipos e os estilos de liderado.
- CA3.11. Establecéronse pautas para a organización de reunións de traballo.
- RA4. Deseña plans de formación e información, establecendo o procedemento de traballo.
 - CA4.1. Determináronse os elementos dos plans de formación.
 - CA4.2. Recoñecéronse os obxectivos do plan de formación.
 - CA4.3. Establecéronse os instrumentos de análise para detectar necesidades formativas.
 - CA4.4. Establecéronse as pautas para deseñar as accións formativas.
 - CA4.5. Identificáronse os tipos de accións formativas.
 - CA4.6. Realizáronse casos prácticos de organización de accións formativas, diferenciando as fases operativa e loxística.
 - CA4.7. Comparáronse os instrumentos de comunicación para presentar a proposta de formación.
 - CA4.8. Establecéronse os criterios para realizar o seguimento das accións formativas.
 - CA4.9. Establecéronse os elementos para realizar o proceso de avaliación.
- RA5. Realiza operacións de xestión técnica do establecemento, interpretando documentación e aplicando ferramentas informáticas.
 - CA5.1. Identificáronse a documentación que se manexa nos procesos de xestión dun establecemento de imaxe persoal.



- CA5.2. Determináronse os sistemas para archivar a documentación.
- CA5.3. Identificáronse as aplicacións informáticas empregadas en empresas de imaxe persoal.
- CA5.4. Configurouse a aplicación informática de xestión que se vai utilizar.
- CA5.5. Verificouse o funcionamento da aplicación.
- CA5.6. Aplicouse a lexislación sobre protección de datos.
- CA5.7. Identificáronse os sistemas de protección, seguridade e acceso á información da aplicación empregada.
- CA5.8. Establecéronse os criterios para asignar as persoas usuarias ao programa de xestión.
- CA5.9. Introducíronse os datos referidos á xestión canto a clientela, produtos, servizos e persoal.
- RA6. Elabora o plan de comercialización, deseñando estratexias e accións.
 - CA6.1. Describiuse o concepto de márketing e identificáronse os tipos.
 - CA6.2. Establecéronse os obxectivos do plan de comercialización.
 - CA6.3. Determinouse a imaxe que se quere proxectar da empresa.
 - CA6.4. Identificáronse os tipos de clientela e os mecanismos de fidelización.
 - CA6.5. Deseñouse a oferta dos produtos e servizos de imaxe persoal.
 - CA6.6. Determinouse en casos prácticos a imaxe da empresa que se quere proxectar.
 - CA6.7. Describíronse as características específicas da asesoría de vendas de produtos e servizos de imaxe persoal.
 - CA6.8. Aplicáronse técnicas de venda a un servizo ou produto de imaxe persoal.
 - CA6.9. Establecéronse estratexias de intervención en reclamacións ou queixas.



- CA6.10. Establecéronse os obxectivos e os instrumentos empregados nunha campaña promocional.
- CA6.11. Aplicáronse técnicas de promoción dun produto ou servizo de imaxe persoal.
- RA7. Organiza a aplicación de técnicas de publicidade e *merchandising*, analizando o seu impacto no proceso de comercialización de produtos e servizos.
 - CA7.1. Establecéronse os obxectivos do plan de publicidade e *merchandising*.
 - CA7.2. Deseñáronse as estratexias para realizar o plan de publicidade e *merchandising*.
 - CA7.3. Identificáronse a publicidade e o *merchandising* como ferramentas do proceso de venda de produtos e servizos.
 - CA7.4. Analizáronse os factores que interveñen na publicidade.
 - CA7.5. Aplicáronse técnicas de publicidade a un produto ou servizo de imaxe persoal.
 - CA7.6. Relacionáronse a ambientación e a organización dos espazos co proceso de venda.
 - CA7.7. Realizáronse escaparates promocionais.
 - CA7.8. Realizouse a publicidade dos produtos no lugar de venda (PLV).
- RA8. Establece criterios de calidade dos procesos de imaxe persoal, avaliando a dinámica global, e propón medidas correctoras.
 - CA8.1. Identificáronse os indicadores de calidade.
 - CA8.2. Caracterizouse a figura do persoal consultor-avaliador nos establecementos de imaxe persoal.
 - CA8.3. Organizouse un plan de avaliación para a detección de desviacións na empresa.
 - CA8.4. Establecéronse os parámetros para avaliar os procesos.



- CA8.5. Propuxéronse medidas para optimizar a prestación do servizo e corrixir erros.
- CA8.6. Deseñáronse accións para resolver deficiencias que afectan a calidade do servizo.

- CA8.7. Establecéronse sistemas de avaliación do grao de satisfacción da clientela.

1.1.2. Contidos básicos.

BC1. Aplicación de técnicas de organización do establecemento de imaxe persoal.

- Modelos organizativos de empresas de imaxe persoal.
 - Empresas tradicionais de imaxe persoal.
 - Novas tendencias empresariais.
 - Franquías.
- Instalacións xerais dos establecementos de imaxe persoal: deseño e distribución.
 - Recepción e zona administrativa.
 - Instalacións para realizar os servizos.
 - Áreas para profesionais.
 - Áreas e instalacións complementarias.
- Recursos técnicos. Organización de equipamentos, ferramentas, cosméticos e utensilios.
 - Imaxe empresarial: elementos que a conforman.

BC2. Aplicación de técnicas de organización e coordinación de profesionais.

- Organización da empresa. Principios da organización. Modelos organizativos.
- Organigrama do centro. Estrutura xerárquica.



- Postos de traballo, funcións e responsabilidades.
- Necesidades de persoal segundo o tipo e a estrutura da empresa.
- Cualificación de profesionais.
- Competencia profesional.
- Niveis de competencia.
- Requisitos xerais e específicos segundo o posto de traballo.
- Planificación do cadro de persoal: proceso de selección de persoal.
- Deseño da oferta de traballo.
- Técnicas de selección.
- Proceso de selección de aspirantes.
- Deseño do plan de acollemento na empresa.
- Xestión de recursos humanos. Motivación de profesionais. Promoción dentro da empresa.
- Organización e coordinación do horario de traballo do persoal.
- Horarios da empresa segundo tipos e necesidades.
- Quendas, vacacións e substitucións. Bolsa de traballo.
- Organización e coordinación do equipo de traballo e dos medios materiais.
- Distribución do traballo ao longo da xornada laboral.
- Axenda de traballo. Coordinación entre profesionais.
- BC3. Deseño de normas de atención e comunicación interpersoais.
- Comunicación. Comunicación externa e interna na empresa: tipos, características e diferenzas.



- Técnicas de comunicación eficaz.
 - escoita activa: elementos que facilitan a escoita e elementos que se deben evitar.
 - Retroalimentación, claridade, concreción, asertividade, empatía, etc.
- Claves para unha comunicación efectiva nun equipo de traballo.
- Comunicación externa con clientela e provedores.
 - Comunicación persoal: atención á clientela, equipos de vendas e márketing directo.
 - Comunicación non persoal ou masiva: publicidade, relacións públicas e promoción de vendas.
 - Comunicación en diferentes medios: prensa, radio, televisión, internet, etc.
 - Normas de atención á clientela. Protocolo de comunicación coa clientela.
- Problemas na comunicación externa: tipos e técnicas para resolver situacións de crise.
- Comunicación interna na empresa.
 - Comunicación interna vertical: ascendente e descendente.
 - Comunicación interna horizontal.
 - Técnicas para transmitir a información aos equipos de traballo.
- Técnicas de resolución de conflitos.
- Deontoloxía profesional.
 - Normas deontolóxicas aplicadas á imaxe persoal.
 - Segredo profesional.
 - Lei de protección de datos.
- Liderado. Leis básicas da dirección de equipamentos.



• Outros tipos de comunicación ou comunicación mixta: reunións de traballo e *briefing*. Tipos e fases dunha reunión. Pautas para a organización de reunións.

BC4. Deseño de plans de formación e información.

• Plan de formación e información: concepto e finalidade. Identificación da política de formación.

• Obxectivos do plan de formación da empresa de imaxe persoal.

• Fase de análise: detección de necesidades formativas.

• Deseño das accións formativas: estrutura, características e planificación.

– Tipos de accións formativas: cursos, relatorios, conferencias, demostracións profesionais, xornadas, feiras, congresos, etc.

– Planificación operativa: contidos, actividades e métodos.

– Planificación loxística: persoal de formación, organización, secuencia, temporalización, orzamento e recursos.

• Comunicación e convocatoria do plan: contidos, proposta de formación e instrumentos de comunicación.

• Fase de desenvolvemento e aplicación: características, secuencia e documentación.

• Fase de seguimento e avaliación. Instrumentos de avaliación.

BC5. Realización de operacións de xestión técnica.

• Documentación: tipos de documentación técnica e comercial.

• Sistemas e métodos de arquivamento da documentación.

– Arquivamento en papel e en soportes informáticos.

– Normas de seguridade e acceso aos arquivos.

– Organización do arquivo.



- Aplicacións informáticas específicas do sector: tipos, características e utilidades.
 - Configuración da aplicación: asistencia técnica.
 - Protección de datos: lexislación, sistemas de seguridade, protección e confidencialidade da información.
 - Persoas usuarias do programa de xestión: criterios de asignación.
 - Creación da base de datos e tratamento da información.
 - Xestión de servizos, produtos, clientela e persoal.
 - Mantemento e seguridade.
- BC6. Elaboración do plan de comercialización.
- Definición e conceptos básicos de márketing. Utilidade práctica do márketing: para as empresas, a poboación consumidora e a sociedade.
 - Márketing estratéxico e márketing operativo.
 - Plan de comercialización da empresa: obxectivos. A imaxe da empresa.
 - Clientela: tipos de clientela; comportamento. Relacións coa clientela: servizos, atención e fidelización.
 - Produtos e servizos en imaxe persoal. Deseño de ofertas de produtos e servizos. Desenvolvemento e lanzamento de novos produtos e/ou servizos.
 - Técnicas de venda. Fases do proceso da venda.
 - Persoal asesor de vendas: calidades, aptitudes, actitudes e habilidades.
 - Tratamento e resolución de queixas e reclamacións.
 - Promocións: concepto e clasificación.
 - Campaña promocional. Deseño dunha campaña promocional en imaxe persoal.



BC7. Organización de técnicas de publicidade e *merchandising*.

- Plan de publicidade e *merchandising*: concepto e obxectivos do plan.
- Publicidade: concepto; obxectivos.
- Elementos que conforman a publicidade como técnica de venda. Medios de comunicación para a publicidade. Estratexias.
- Publicidade dos produtos e servizos en imaxe persoal.
- *Merchandising* nunha empresa de imaxe persoal: concepto. Elementos do *merchandising*. Ambientación xeral, puntos de venda, elementos exteriores do establecemento e publicidade no lugar de venda (PLV).

BC8. Establecemento dos criterios de calidade dos procesos de imaxe persoal.

- Calidade: indicadores.
- Figura do persoal consultor-avaliador.
- Plan de avaliación do proxecto empresarial.
- Obxectivos da avaliación.
- Métodos de análise.
- Avaliación de recursos técnicos e humanos, e de instalacións.
- Avaliación da xestión técnica e comercial.
- Avaliación da imaxe corporativa.
- Avaliación da comercialización de produtos e servizos.
- Avaliación da comunicación integral da empresa.
- Avaliación dos procesos técnicos e dos protocolos de traballo.
- Avaliación do contorno da empresa.



- Plan de intervención para a corrección das desviacións.
- Valoración das expectativas da clientela e grao de satisfacción.

1.1.3. Orientacións pedagóxicas.

Este módulo profesional contén a formación necesaria para desempeñar as funcións de dirección de empresas de imaxe persoal e comercialización dos produtos e servizos asociados.

A definición destas funcións abrangue aspectos como:

- Organización das instalacións e dos recursos técnicos.
- Coordinación e organización do equipo profesional.
- Aplicación de técnicas de comunicación.
- Elaboración de propostas de formación para o persoal da empresa.
- Utilización de aplicacións informáticas para realizar a xestión da empresa.
- Elaboración do plan de comercialización e organización da publicidade e do *merchandising*.
- Establecemento dos criterios de calidade dos servizos de peiteado.

As actividades profesionais asociadas a esta función aplícanse en:

- Establecemento de estruturas organizativas.
- Definición dos procesos e servizos da empresa.
- Control e avaliación da dinámica global de todos os procesos e servizos.
- Xestión técnica e comercial.

A formación do módulo contribúe a alcanzar os obxectivos xerais do ciclo formativo a), c), n), q), s), t), u), w) e x) e as competencias a), c), j), m), n), ñ), o) e q).



As liñas de actuación no proceso de ensino e aprendizaxe que permiten alcanzar os obxectivos do módulo versarán sobre:

- Organización das instalacións e dos recursos técnicos e profesionais.
- Deseño de protocolos de atención e comunicación coa clientela e co persoal da empresa.
- Elaboración de propostas de formación e información para persoas colaboradoras da entidade.
- Utilización de medios informáticos para poder levar a cabo a xestión do establecemento.
- Elaboración do plan de comercialización, publicidade e *merchandising* do establecemento.
- Control de calidade dos servizos.

1.2. Módulo profesional: Asesoría cosmética.

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

1.2.1. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación.

- RA1. Elabora o protocolo de traballo do/da asesor/ora de cosméticos e perfumes identificando o seu campo de actuación.
 - CA1.1. Especificáronse as fases dun protocolo de asesoría cosmética.
 - CA1.2. Elaborouse a base de información sobre liñas cosméticas e casas comerciais, realizouse a análise das tendencias, e clasificáronse e arquiváronse os datos.
 - CA1.3. Analizáronse as características e identificáronse as necesidades das persoas usuarias.



- CA1.4. Estableceuse o procedemento de actuación na fase de asesoramento en cosméticos e perfumes.
- CA1.5. Realizáronse a avaliación e o control do proceso.
- CA1.6. Establecéronse as funcións e o campo de actuación do/da asesor/ora de cosméticos.
- CA1.7. Identificáronse os ingredientes que compoñen os cosméticos.
- CA1.8. Describíronse os elementos que constitúen a parte externa dos cosméticos.
- CA1.9. Especificáronse as características cosméticas de cada forma de presentación.
- CA1.10. Determináronse os mecanismos de actuación dos cosméticos sobre a pel.
- RA2. Realiza o estudo estético para a asesoría cosmética aplicando técnicas de análise do órgano cutáneo, do cabelo e da morfoloxía corporal.
 - CA2.1. Especificáronse as características da pel eudérmica.
 - CA2.2. Establecéronse as diferenzas entre os tipos de pel.
 - CA2.3. Recoñecéronse as necesidades cosméticas en función do tipo de pel.
 - CA2.4. Especificáronse as reaccións que pode presentar a pel ante diversos axentes externos.
 - CA2.5. Realizouse a análise da pel.
 - CA2.6. Caracterizáronse os tipos de cabelo.
 - CA2.7. Realizouse a análise do estado do cabelo e do coiro cabeludo.
 - CA2.8. Empregáronse as técnicas axeitadas para realizar o estudo da morfoloxía corporal.
- RA3. Determina os cosméticos para a pel tendo en conta a relación dos ingredientes e as formas de presentación coas súas indicacións cosméticas.
 - CA3.1. Estableceuse a clasificación dos cosméticos para a pel segundo a súa función.



- CA3.2. Relacionáronse os ingredientes activos dos cosméticos de hixiene e complementarios co seu mecanismo de actuación.
- CA3.3. Establecéronse as indicacións dos cosméticos de mantemento, protección e tratamento da pel.
- CA3.4. Describíronse os produtos de uso en medicina estética.
- CA3.5. Valorouse a importancia do emprego de nutricosméticos como complemento aos tratamentos estéticos.
- CA3.6. Especificáronse as liñas de cosmética masculina.
- CA3.7. Valorouse a necesidade de manterse informado/da das novidades cosméticas.
- CA3.8. Determináronse os ingredientes e o modo de emprego dos nutricosméticos.
- RA4. Determina os cosméticos para os anexos córneos tendo en conta a relación dos ingredientes e as formas de presentación coas súas indicacións cosméticas.
- CA4.1. Estableceuse a clasificación dos cosméticos capilares.
- CA4.2. Especificáronse os cosméticos de hixiene, acondicionamento, e cambios de forma e cor do cabelo, segundo o tipo e o estado do cabelo.
- CA4.3. Relacionáronse os principios activos dos cosméticos de tratamento capilar coas súas indicacións.
- CA4.4. Valorouse a importancia de manter o cabelo en bo estado, empregando os produtos cosméticos axeitados.
- CA4.5. Establecéronse os tipos de cosméticos capilares para home.
- CA4.6. Establecéronse os criterios para a elección dos tipos de cosméticos depilatorios.
- CA4.7. Valorouse a importancia do emprego de descolorantes da peluxe.
- CA4.8. Relacionáronse os tipos de cosméticos de manicura e pedicura co seu mecanismo de acción.



- CA4.9. Especificáronse os nutricosméticos para o cabelo e as uñas.
- RA5. Elabora propostas personalizadas de tratamentos cosméticos establecendo pautas de adestramento dos novos hábitos.
 - CA5.1. Determináronse as necesidades cosméticas da clientela.
 - CA5.2. Especificáronse as fases dun protocolo de tratamento cosmético personalizado.
 - CA5.3. Determináronse os obxectivos.
 - CA5.4. Utilizáronse as técnicas de aplicación dos tipos de cosméticos propostos.
 - CA5.5. Establecéronse as pautas de hábitos de vida e os consellos necesarios para mellorar o efecto cosmético.
 - CA5.6. Realizouse o plan de formación en coidados cosméticos.
 - CA5.7. Realizouse o expediente sobre a asesoría cosmética proposta.
- RA6. Determina pautas de asesoramento na elección de perfumes analizando as variables persoais e sociolaborais.
 - CA6.1. Estableceuse a composición xeral dun perfume.
 - CA6.2. Identificáronse as notas que forman a estrutura do perfume.
 - CA6.3. Diferenciáronse os tipos de formas perfumantes.
 - CA6.4. Elixíuse o perfume en función das necesidades da clientela.
 - CA6.5. Describíronse os factores que inflúen na variación do olor dun mesmo perfume en distintas persoas.
 - CA6.6. Especificáronse os factores que inflúen na elección do perfume.
 - CA6.7. Especificouse como, cando e en que zonas se debe realizar a aplicación do perfume.



- CA6.8. Establecéronse os criterios para a compra dun perfume.
 - RA7. Establece pautas para o asesoramento na compra de cosméticos, para o cal analiza os establecementos de venda e identifica as liñas comerciais.
 - CA7.1. Caracterizáronse os establecementos de venda de cosméticos.
 - CA7.2. Diferenciáronse as liñas de cosméticos en función do tipo de establecemento.
 - CA7.3. Valorouse a importancia da relación entre calidade e prezo.
 - CA7.4. Identificáronse os factores que cómpre ter en conta para mercar cosméticos.
 - CA7.5. Especificáronse as características para comprar cosmética específica para o home.
 - CA7.6. Aplicáronse as técnicas de comunicación na compra de cosméticos.
 - CA7.7. Identificáronse produtos asociados á venda dos cosméticos.
 - CA7.8. Elaboráronse lotes e paquetes de regalos de cosméticos.
- 1.2.2. Contidos básicos.
- BC1. Elaboración do protocolo de traballo do/da asesor/ora de cosméticos e perfumes.
- Protocolo de actuación: fases da asesoría de cosméticos.
 - Fase de documentación. Elaboración da base de información de liñas de cosméticos, casas comerciais, etc.
 - Fase de análise das características e das necesidades das persoas usuarias. Protocolo de estudo estético. Procedemento de identificación das demandas da persoa usuaria.
 - Fase de asesoramento en cosméticos e perfumes.
 - Fase de avaliación e control do proceso.
 - Campo de actuación do/da asesor/ora de cosméticos e perfumes: concepto e funcións. Coñecementos técnicos e profesionais dos produtos.



- Produtos cosméticos: concepto e composición xeral (principios activos, excipientes e aditivos).

- Parte externa do cosmético: elementos que a conforman.

- Forma cosmética: concepto, tipos e características.

- Actuación dos cosméticos sobre a pel. Penetrabilidade.

BC2. Realización do estudo estético para a asesoría cosmética.

- Pel eudérmica: aspecto externo e características principais.

- Tipoloxía cutánea na asesoría cosmética: características. Necesidades cosméticas xerais.

- Reacción da pel ante axentes externos e cosmetolóxicos.

- Valoración do tipo de pel: protocolo de recoñecemento; observación visual e palpación.

- Tipos de cabelo: características.

- Valoración do estado do cabelo e do coiro cabeludo: observación visual e exploración.

- Valoración da morfoloxía corporal.

BC3. Determinación dos cosméticos para a pel.

- Clasificación dos cosméticos.

- Cosméticos de hixiene e complementarios. Cosméticos faciais e corporais: tipos, ingredientes activos principais, forma de presentación, indicacións e criterios de selección.

- Cosméticos de mantemento, protección e tratamento da pel. Cosméticos faciais e corporais: clasificación, características, substancias activas, indicacións e criterios de selección.

- Cosmética específica para medicina estética: tipos, funcións, composición, formas de presentación, precaucións e criterios de elección.



- Nutricosmética para a pel: concepto, obxectivos, clasificación e indicacións, principais ingredientes e modo de emprego.

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

BC4. Determinación dos cosméticos para os anexos córneos.

- Cosméticos capilares: clasificación.

- Cosméticos para a hixiene e o acondicionamento capilar: concepto, xeito de actuar, ingredientes activos principais, indicacións e criterios de elección.

- Cosméticos para cambios de forma e de cor do cabelo: clasificación, xeito de actuar, principais ingredientes, indicacións, precaucións e criterios de elección.

- Cosméticos para alteracións do cabelo e do coiro cabeludo: clasificación, principais activos, xeito de actuar, indicacións e criterios de elección.

- Cosméticos para o mantemento e a protección do cabelo e do coiro cabeludo (hidrantes, protectores solares, etc.): indicacións, xeito de actuar e formas cosméticas.

- Cosméticos capilares masculinos: clasificación, indicacións, ingredientes e formas cosméticas.

- Cosméticos para a eliminación da peluxe: clasificación (depilatorios químicos e por tracción), xeito de actuar, indicacións, precaucións e criterios de elección. Cosméticos anteriores e posteriores á depilación.

- Cosméticos descolorantes da peluxe: composición, mecanismo de acción, formas cosméticas, indicacións, precaucións e criterios de elección.

- Produtos para manicura e pedicura: clasificación, función, principais ingredientes, formas cosméticas e criterios de elección.

- Nutricosmética para o cabelo e as uñas: indicacións e ingredientes activos.

BC5. Elaboración de propostas personalizadas de tratamentos cosméticos.

- Elaboración do protocolo de tratamento personalizado: preparación e hixiene, núcleo do tratamento e finalización.



• Técnicas de aplicación de cosméticos de preparación e hixiene da pel: secuencia. Consellos de hixiene.

• Técnicas de aplicación de cosméticos de mantemento e protección.

• Técnicas de aplicación de cosméticos de tratamento, faciais e corporais: secuencia.

• Técnicas de aplicación de produtos capilares (xampú, acondicionador, cosméticos para alteracións, etc.).

• Técnicas de aplicación de cosméticos para as mans e os pés.

• Plan de actividades para a formación da clientela en coidados cosméticos.

• Presentación da proposta. Expediente de asesoría cosmética: análises e estudos realizados, selección de cosméticos que se poidan empregar, pautas de aplicación, frecuencia, distribución, horario e plan de mantemento.

BC6. Determinación das pautas de asesoramento na elección de perfumes.

• Perfumes: concepto e composición xeral (activos e excipientes).

• Estrutura dun perfume. Pirámide olfactiva.

• Tipos de perfumes: perfumaría alcohólica.

• Relación do tipo de perfume coas características e as necesidades persoais, profesionais e sociais da clientela.

• Factores que inflúen na elección dun perfume e criterios para realizar a elección.

• Zonas de aplicación do perfume.

• Como e cando hai que perfumarse.

• Criterios para realizar a compra do perfume.

BC7. Establecemento de pautas para o asesoramento na compra de cosméticos.

• Clasificación de establecementos onde se venden cosméticos: características, tipos de cosméticos de venda e criterios de elección.



- Liñas de cosméticos faciais, capilares e corporais de venda ao público e/ou a profesionais.

- Relación entre calidade e prezo na compra de cosméticos.

- Claves para a asesoría de compra de cosméticos faciais, capilares, corporais e decorativos.

- Asesoría de compra de cosmética masculina.

- Comunicación aplicada á asesoría para a compra de cosméticos.

- Cosmético como artigo de regalo. Presentación externa. Elaboración de lotes e paquetes de regalos. Produtos asociados á venda de cosméticos.

1.2.3. Orientacións pedagóxicas.

Este módulo profesional contén a formación necesaria para desempeñar a función de asesoramento sobre o emprego e a compra de produtos cosméticos.

Esta función abrangue aspectos como:

- Recoñecemento das fases de asesoría de cosméticos.

- Identificación dos ingredientes dun cosmético, o seu xeito de actuar, as súas indicacións e as formas de presentación.

- Realización da análise da pel e do cabelo para determinar as necesidades cosméticas.

- Análise dos grupos cosméticos no mercado e as innovacións cosméticas.

- Realización da proposta de asesoría cosmética.

- Asesoramento sobre a compra de perfumes e cosméticos.

As actividades profesionais asociadas a esta función aplícanse en:

- Asesoramento á clientela acerca do uso e da aplicación de cosméticos.

- Asesoramento sobre a elección de perfumes para os ámbitos persoal, público e corporativo.



- Guía na compra de cosméticos.

A formación do módulo contribúe a alcanzar os obxectivos xerais d), n), o), p) e q) do ciclo formativo e as competencias d), j), l) e m).

As liñas de actuación no proceso de ensino e aprendizaxe que permiten alcanzar os obxectivos do módulo versarán sobre:

- Elaboración do protocolo de actuación do/da asesor/ora de cosméticos e perfumes.
- Realización do estudo estético para a asesoría cosmética.
- Determinación dos cosméticos para a pel.
- Determinación dos cosméticos para os anexos córneos.
- Elaboración de propostas personalizadas de tratamentos cosméticos.
- Determinación das pautas de asesoramento na elección e na compra de perfumes.
- Establecemento das pautas para o asesoramento na compra de cosméticos.

1.3. Módulo profesional: Deseño de imaxe integral.

- Equivalencia en créditos ECTS: 10.
- Código: MP1182.
- Duración: 158 horas.

1.3.1. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación.

• RA1. Caracteriza a iconoloxía tendo en conta a relación entre a súa percepción e a repercusión en asesoría.

- CA1.1. Identificouse a historia da iconoloxía.

– CA1.2. Definíronse as iconas e determináronse as súas características e os seus tipos.



- CA1.3. Establecéronse os valores asociados á iconoloxía.
- CA1.4. Relacionáronse o uso dos elementos iconolóxicos coa súa aplicación na asesoría de imaxe.
- CA1.5. Identificáronse os códigos, os signos e os símbolos iconolóxicos.
- CA1.6. Establecéronse as características da percepción.
- CA1.7. Establecéronse relacións entre as percepcións e as sensacións asociadas.
- CA1.8. Relacionáronse os elementos iconolóxicos cos sentidos.
- CA1.9. Establecéronse os niveis de percepción e os seus condicionantes.
- CA1.10. Xustificouse a importancia da obxectividade na análise iconolóxica, facendo diferenzas entre a percepción e as emocións.
- CA1.11. Recoñeceuse a importancia da cor, as formas e os volumes na conformación da imaxe.
- RA2. Elabora documentación para a asesoría de imaxe aplicando técnicas de procura e clasificación.
 - CA2.1. Determináronse as bases de información para realizar un proxecto integral de asesoría de imaxe.
 - CA2.2. Realizouse o ficheiro de especialistas colaboradores/as.
 - CA2.3. Identificáronse as fontes documentais para a obtención de información.
 - CA2.4. Establecéronse estratexias de procura de información e determinouse a súa fiabilidade.
 - CA2.5. Identificáronse os sistemas de arquivamento e clasificouse a información en diferentes formatos.
 - CA2.6. Caracterizáronse os cuestionarios necesarios para o/a asesor/ora.
 - CA2.7. Establecéronse os criterios, a estrutura e os apartados que deben ter os documentos da asesoría.



- CA2.8. Identificáronse as características dos cuestionarios básicos e específicos necesarios para a asesoría de imaxe.
- CA2.9. Elaboráronse cuestionarios de asesoría de imaxe.
- CA2.10. Deseñáronse os cuestionarios específicos cos datos relativos ás características, ás calidades e ás necesidades da persoa usuaria.
- CA2.11. Elaboráronse os tipos de cuestionarios específicos (de beleza, cosmetolóxicos, de visaxismo, antropomórficos, etc.).
- CA2.12. Establecéronse pautas para a revisión e a mellora dos documentos para a asesoría de imaxe.
- RA3. Deseña documentos gráficos para a asesoría de imaxe aplicando técnicas de expresión gráfica, fotográficas, audiovisuais e informáticas.
 - CA3.1. Identificáronse as técnicas de expresión gráfica (fotográficas, audiovisuais e informáticas) asociadas ao proxecto de asesoría.
 - CA3.2. Deseñáronse bosquexos asociados ao cambio de imaxe.
 - CA3.3. Elaboráronse fotografías e outros materiais audiovisuais.
 - CA3.4. Determináronse as características técnicas e as indicacións dos programas informáticos con aplicación no proxecto de asesoría.
 - CA3.5. Utilizáronse aplicacións informáticas para o tratamento da imaxe.
 - CA3.6. Utilizáronse ferramentas virtuais de deseño e edición de imaxes.
 - CA3.7. Identificáronse os medios audiovisuais con repercusión en asesoría.
 - CA3.8. Creáronse vídeos, elaborouse o seu guión e a liña de tempo, e seleccionáronse escenas e as súas transicións.
 - CA3.9. Relacionouse a teoría da cor co tratamento da imaxe.
 - CA3.10. Determináronse os códigos de asesoría de imaxe.



- CA3.11. Analizáronse as liñas, as cores, as formas, os volumes e a expresividade corporal, así como os elementos sensoriais asociados á imaxe.
- CA3.12. Valorouse a importancia do emprego da linguaxe iconolóxica.
- RA4. Realiza o estudo integral da imaxe, empregando métodos e técnicas de análise.
- CA4.1. Especificáronse as técnicas de análise e avaliación das características físicas da clientela.
- CA4.2. Establecéronse pautas para a autovaloración e a observación da clientela.
- CA4.3. Determináronse os documentos, os soportes e os materiais necesarios para o estudo integral da imaxe.
- CA4.4. Aplicáronse técnicas de análise e avaliación da imaxe integral.
- CA4.5. Identificáronse o ámbito sociocultural e laboral sobre o cal se fai o estudo da imaxe.
- CA4.6. Identificáronse o estilo e os criterios estéticos do/da cliente/a.
- CA4.7. Establecéronse os métodos para analizar as necesidades e as demandas da clientela.
- CA4.8. Determinouse o tipo de asesoramento que se vai realizar: de imaxe parcial ou integral, de beleza, de imaxe profesional, de imaxe corporativa, etc.
- CA4.9. Seleccionáronse os tipos de cuestionarios que cómpre utilizar para a realización do asesoramento.
- CA4.10. Establecéronse os soportes de gravación da clientela (cámara fotográfica, cámara de vídeo, gravadora, etc.).
- CA4.11. Determináronse os elementos que se van analizar no/na cliente/a (características estéticas, físicas, expresivas, psicolóxicas, de personalidade, etc.).
- CA4.12. Relacionáronse as calidades ou as características físicas cos elementos iconolóxicos.



- CA4.13. Avaliáronse os resultados do estudo integral da imaxe.
- CA4.14. Elaboráronse un rexistro e un control de toda a información.
- RA5. Elabora propostas personalizadas de asesoría de imaxe determinando as fases do proceso de elaboración.
- CA5.1. Determinouse a estrutura da proposta de asesoría.
- CA5.2. Identificáronse as fases do proceso de elaboración do proxecto de asesoría de imaxe.
- CA5.3. Determináronse as pautas para a elaboración do proxecto de asesoría.
- CA5.4. Identificáronse as necesidades e as demandas da clientela.
- CA5.5. Identificáronse as características que se deben potenciar e/ou modificar.
- CA5.6. Determinouse o novo estilo que se quere propor.
- CA5.7. Describíronse as técnicas e os procesos necesarios para realizar o cambio de imaxe.
- CA5.8. Estableceuse a documentación técnica e económica asociada á proposta, e determináronse o orzamento e as alternativas de pagamento.
- CA5.9. Identificáronse cos criterios de selección de profesionais que colaboran no proxecto de asesoría de imaxe.
- CA5.10. Identificáronse os medios, os espazos e os recursos humanos e materiais necesarios para levar a cabo o proxecto.
- CA5.11. Aplicáronse ferramentas manuais, gráficas e informáticas para a elaboración de deseños.
- CA5.12. Establecéronse a secuencia, a temporalización e os medios técnicos e persoais necesarios para levar a cabo a proposta de asesoría de imaxe.
- CA5.13. Deseñáronse propostas de asesoría.



– CA5.14. Realizáronse simulacións de presentación de propostas en diferentes casos prácticos.

• RA6. Define un plan de control e seguimento para os servizos de asesoría de imaxe interpretando as demandas das persoas usuarias e a calidade establecida.

– CA6.1. Recoñecéronse as demandas das persoas usuarias nos servizos de asesoría.

– CA6.2. Identificáronse os aspectos que se deben avaliar na calidade do servizo prestado.

– CA6.3. Establecéronse as normas de calidade en todas as fases do proceso.

– CA6.4. Elaborouse un plan de avaliación para o servizo de asesoría de imaxe.

– CA6.5. Identificáronse as principais causas que poden dar lugar a deficiencias no servizo prestado.

– CA6.6. Seleccionáronse técnicas que permitan detectar obxeccións ás propostas de asesoría.

– CA6.7. Propuxéronse medidas correctoras para mellorar os servizos prestados e o grao de satisfacción das persoas usuarias.

– CA6.8. Realizáronse supostos prácticos de valoración dos resultados.

– CA6.9. Aplicáronse técnicas de argumentación ante obxeccións ás propostas.

1.3.2. Contidos básicos.

BC1. Caracterización da iconoloxía.

- Iconoloxía: características. Historia da iconoloxía.
- Iconas: definición, tipos e características.
- Valores morais e estéticos asociados á iconoloxía. Conceptos filosóficos e a súa simboloxía.
- Códigos, signos e símbolos: definición, características, tipos e soportes.



- Percepción iconolóxica: tipos. Fisioloxía e psicoloxía da percepción.
 - Sentidos e iconoloxía.
 - Obxectividade e relatividade. Diferenciación entre percepción e emocións.
 - Elementos que conforman a imaxe: liñas, cores (percepción da cor e as súas sensacións; aplicación da cor na asesoría; teoría da cor), formas e volumes. Expresividade corporal e elementos sensoriais.
 - Uso da linguaxe iconolóxica.
 - Niveis de percepción e os seus condicionantes. Variacións en función da súa intensidade ou do seu grao.
- BC2. Elaboración de documentación para a asesoría de imaxe.
- Bases de información xeral. Identificación das fontes documentais: escritas, gráficas, audiovisuais, etc.
 - Ficheiro de especialistas colaboradores/as.
 - Métodos de obtención da información: estratexias de procura e selección.
 - Fiabilidade da información.
 - Técnicas de clasificación en diferentes ámbitos.
 - Actualización da información: control, seguimento e conservación.
 - Cuestionarios de asesoría: concepto, tipos, características, finalidade, obxectivos, etc.
 - Cuestionarios básicos: información xeral; necesidades e motivacións da persoa usuaria; características e calidades que se desexan transmitir, que se transmiten e que se deben potenciar ou neutralizar, etc.
 - Cuestionarios específicos: concepto, características, finalidade, obxectivos, tipos (beleza, hábitos de saúde, cosmetolóxicos, antropomórficos, de cor, de expresión, de visaxismo, de comunicación, de hábitos sociais, de maquillaxe, de vestiario, etc.).



- Elaboración e deseño de cuestionarios de asesoría: criterios e características. Adaptación dos cuestionarios.

- Elementos de revisión e mellora dos cuestionarios. Control de calidade aplicado aos cuestionarios.

- Outros documentos de asesoría: concepto e características. Documentos internos. Tipos de documentos e modelos. Documentos de proxección externa.

BC3. Deseño de documentos gráficos para a asesoría de imaxe.

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

- Elaboración de bosquexos: técnicas, elementos e utensilios de debuxo. Elementos básicos do debuxo e a súa aplicación en asesoría.

- Fotografía analóxica e dixital: concepto e principios; funcionamento básico, uso da cámara, técnicas básicas utilizadas en fotografía; iluminación; composición.

- Retoque fotográfico: os seus elementos.

- Aplicacións informáticas como medio de tratamento da imaxe persoal. Iniciación ao tratamento dixital de fotografías.

- Medios audiovisuais: tipos e características; posproducción.

BC4. Realización do estudo integral da imaxe.

- Técnicas de análise e avaliación das características físicas da clientela.

- Identificación do estilo, criterios estéticos, e necesidades e demandas da clientela.

- Métodos para detectar os criterios estéticos, as necesidades e as demandas: entrevista, autovaloración da clientela e observación (secuencia e aplicación de pautas de observación).

- Determinación do tipo de asesoramento que se vai realizar: imaxe parcial ou integral, beleza, imaxe profesional ou imaxe corporativa.



- Aplicación da documentación para a análise da clientela.
 - Determinación do aspecto estético externo (vestiario, peiteado, maquillaxe facial e ungular, características físicas destacadas, etc.), a expresión (oral, xestual e corporal), a cultura e o marco social (contorno persoal e profesional), a personalidade, as características psicolóxicas, a conduta, os hábitos, etc.
 - Determinación das medidas antropométricas (peso, altura, talle, medidas corporais, etc.).
 - Determinación das cores. Sistemas segundo criterios profesionais, persoais, etc.
 - Determinación dos inestetismos ou elementos que cómpre corrixir: pautas para a súa detección.
 - Determinación das calidades actuais e futuras da clientela. Sistemas de detección. Relación coas características iconolóxicas. Aplicación da linguaxe iconolóxica.
 - Uso de soportes de gravación para a análise da clientela: cámara fotográfica, cámara de vídeo, gravadora, etc.
 - Avaliación do estudo integral. Procesamento dos datos obtidos.
 - Rexistro e control da información.
- BC5. Elaboración de propostas personalizadas de asesoría imaxe.
- Proxecto de asesoría: concepto, fases, tipos e características.
 - Deseño de propostas personalizadas de cambios de imaxe. Estrutura específica da proposta.
 - Descrición das necesidades e demandas.
 - Conclusión da análise integral da imaxe: características que se deben potenciar e/ou modificar.
 - Caracterización do novo estilo.



- Técnicas e procesos necesarios para o cambio de imaxe. Selección de técnicas: cambios de forma e cor do cabelo, maquillaxe facial e de uñas, tratamentos faciais e corporais, vestuario e complementos, e comunicación verbal e non verbal.

- Documentación técnica e económica anexa á proposta: tipos e características. Orzamento.

- Elaboración de deseños gráficos: bosquejos para a asesoría de imaxe. Elaboración de propostas en soporte manual e informático.

- Relación de medios, espazos, recursos humanos e materiais necesarios para levar a cabo o proxecto. Provedores/as e diferentes profesionais. Criterios de selección de profesionais colaboradores/as.

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

- Presentación de propostas. Aplicación de técnicas de comunicación.

- Conclusión das propostas: resolución de dúbidas, acordos e autorización do proceso.

BC6. Definición dun plan de control e seguimento para os servizos de asesoría de imaxe.

- Elementos do plan de avaliación do servizo de asesoría. Causas das deficiencias.

- Técnicas para detectar obxeccións ás propostas de asesoría.

- Técnicas de argumentación ante obxeccións ás propostas.

- Técnicas para corrixir as desviacións producidas.

1.3.3. Orientacións pedagóxicas.

Este módulo profesional contén a formación necesaria para desempeñar a función de asesoramento en relación cos elementos implicados na imaxe e a súa simboloxía en calquera das súas facetas.

Esta función abrangue aspectos como:

- Identificación das fontes documentais de información.



- Análise da imaxe actual e futura.
- Deseño e elaboración dos cuestionarios e dos documentos da asesoría.
- Recoñecemento da tipoloxía da clientela e o seu tratamento.
- Uso de técnicas de expresión gráfica, fotográficas, audiovisuais e informáticas de debuxo.
- Realización do estudo integral da imaxe.
- Realización de propostas de asesoría.

As actividades profesionais asociadas a esta función aplícanse en:

- Información e asesoramento en cambios de imaxe integral a través do proxecto de asesoría.
- Coordinación de profesionais e colaboradores/as necesarios/as para o cambio de imaxe.

A formación do módulo contribúe a alcanzar os obxectivos xerais b), c), d), j), q) e r) do ciclo formativo e as competencias b), c), d), h), m) e n).

As liñas de actuación no proceso de ensino e aprendizaxe que permiten alcanzar os obxectivos do módulo versarán sobre:

- Organización e planificación dos recursos necesarios para poder realizar unha asesoría de imaxe.
- Aplicación de métodos de observación para determinar as características que determinan a imaxe.
- Determinación dos elementos que cómpre modificar ou potenciar.
- Proposta dunha nova imaxe.
- Elaboración e presentación de propostas de asesoramento de imaxe persoal ou corporativa.
- Aplicación de normativas de calidade no proceso de asesoramento.



1.4. Módulo profesional: Estilismo en vestiario e complementos.

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

1.4.1. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación.

- RA1. Elabora o protocolo de actuación do/da asesor/ora en estilismo do vestiario identificando o seu campo de traballo.
 - CA1.1. Identifícanse os protocolos para realizar a asesoría en estilismo.
 - CA1.2. Recoñécense o campo de actuación do/da asesor/ora de imaxe e os perfís profesionais relacionados.
 - CA1.3. Identifícanse as fases de actuación do/da asesor/ora en estilismo.
 - CA1.4. Defínense a terminoloxía relacionada co vestiario e a moda.
 - CA1.5. Identifícase a importancia económica das tendencias e a moda.
 - CA1.6. Identifícanse e describíronse os tipos de estilos.
 - CA1.7. Identifícanse as características das tendencias actuais e diferéncianse os tipos (*prêt-à-porter*, alta costura, etc.).
 - CA1.8. Identifícanse as características dos desfiles de moda.
 - CA1.9. Describíronse as bases do estilismo creativo e as diferenzas co estilismo dirixido.
 - CA1.10. Recoñécense as fontes documentais para a obtención de información sobre estilismo.
 - CA1.11. Clasifícase a información tematicamente.
 - CA1.12. Elaboráronse mostrarios de referencia.



- CA1.13. Identificáronse as fases do protocolo de actuación en estilismo.
 - RA2. Caracteriza a moda e as súas tendencias ao longo da historia identificando os canons e os estilos estéticos.
 - CA2.1. Caracterizáronse as funcións do vestiario.
 - CA2.2. Diferenciáronse os canons estéticos en estilismo de cada época histórica.
 - CA2.3. Establecéronse os elementos de vestiario e complementos en cada época histórica.
 - CA2.4. Relacionáronse os cambios sociais coa evolución no vestiario.
 - CA2.5. Identificáronse os/as deseñadores/as con influencia na historia da moda.
 - CA2.6. Valorouse a repercusión da alta costura e do *prêt-à-porter* na evolución da moda.
 - CA2.7. Detalláronse os aspectos máis salientables dos/das novos/as creadores/as e das novas tendencias na moda.
 - RA3. Realiza o estudo corporal, de cor e de estilo en vestiario e complementos, aplicando técnicas de análise.
 - CA3.1. Establecéronse os métodos e os equipamentos para o estudo da clientela.
 - CA3.2. Organizouse o lugar de traballo para a realización da análise.
 - CA3.3. Describíronse os patróns habituais en estilismo e moda.
 - CA3.4. Elaboráronse a ficha técnica da clientela e outros documentos necesarios para realizar a asesoría en diferentes soportes.
 - CA3.5. Determináronse e identificáronse as características corporais con influencia na indumentaria.
 - CA3.6. Realizouse a toma de medidas corporais que determinan a figura.
 - CA3.7. Identificouse a tipoloxía corporal.



- CA3.8. Relacionouse o uso da cor co seu simbolismo social e cultural.
- CA3.9. Realizouse o test da cor para a selección da gama cromática do vestiario.
- CA3.10. Identificouse o estilo de vestiario das persoas usuarias e a súa gradación.
- CA3.11. Estableceuse un método de identificación das necesidades sociolaborais.
- CA3.12. Relacionáronse o tipo e o estilo dos complementos coa imaxe externa.
- CA3.13. Rexistráronse os datos obtidos na ficha técnica.
- RA4. Determina os cambios que se poden realizar na figura a través da indumentaria seleccionando os tecidos e as pezas de vestir.
 - CA4.1. Identificáronse as características corporais que se deben corrixir ou potenciar a través da indumentaria.
 - CA4.2. Analizouse a repercusión na nova imaxe das liñas, os volumes, as cores, etc.
 - CA4.3. Identificáronse as características do vestiario masculino, feminino e unisex.
 - CA4.4. Caracterizáronse as pezas de vestir e os seus elementos.
 - CA4.5. Identificáronse os materiais e os tecidos, e establecéronse criterios para a súa selección e pautas para a súa conservación.
 - CA4.6. Identificáronse os elementos que caracterizan unha peza de vestir (costuras, pasamanaría, botóns, cremalleiras, etc.).
 - CA4.7. Seleccionáronse as pezas en función das necesidades.
 - CA4.8. Valorouse o uso de tecidos e materiais ecolóxicos e éticos.
 - CA4.9. Identificáronse a información e o simbolismo utilizados nas etiquetas.
 - CA4.10. Propuxéronse consellos para a conservación e o mantemento das pezas.
 - CA4.11. Diferenciáronse os elementos de vestiario social, profesional e de etiqueta.



- CA4.12. Analizouse a adecuación da roupa interior á vestimenta utilizada.
- CA4.13. Establecéronse pautas para lograr a harmonía no vestiario.
- CA4.14. Analizouse a relación dos complementos (zapatos, chapeus, panos e fulares, gravatas, luvas, xoias, etc.) coa creación de estilos.
- RA5. Deseña propostas personalizadas de cambio de estilismo en vestiario e complementos elaborando bosquejos, documentos e orzamentos.
 - CA5.1. Clasificáronse os tipos de propostas.
 - CA5.2. Estableceuse a estrutura e as fases da proposta.
 - CA5.3. Determináronse os documentos que van formar parte da proposta.
 - CA5.4. Deseñáronse os documentos e os expedientes que se van utilizar para realizar as propostas.
 - CA5.5. Realizáronse deseños en distintos soportes.
 - CA5.6. Elaborouse o expediente de asesoría en estilismo.
 - CA5.7. Establecéronse as bases para a elaboración do orzamento.
 - CA5.8. Estableceuse o plan de traballo para a posta en marcha do cambio de imaxe.
 - CA5.9. Personalizouse a proposta e adaptouse á demanda.
 - CA5.10. Presentouse a proposta de xeito oral e escrito coa argumentación adecuada.
 - CA5.11. Establecéronse os métodos de arquivamento da proposta e a súa información base.
- RA6. Establece pautas para guiar na compra de vestiario e complementos seleccionando fontes de información e establecementos.
 - CA6.1. Establecéronse criterios para identificar as demandas na compra de vestiario.
 - CA6.2. Identificáronse os puntos de venda de vestiario e complementos.



- CA6.3. Seleccionáronse tendas especializadas, deseñadores/as e casas de roupa.
- CA6.4. Determinouse o vestiario básico que compón o fondo de armario.
- CA6.5. Determináronse as pezas de vestir necesarias para a equipaxe básica en distintas actividades.
- CA6.6. Determináronse pautas para a elección e a combinación de pezas de vestir e complementos.
- CA6.7. Proporcionáronse técnicas para a correcta combinación de cores.
- CA6.8. Seleccionáronse as pezas de vestir en función das variables da persoa usuaria.
- CA6.9. Realizáronse as probas de vestiario necesarias.
- CA6.10. Establecéronse valoracións na relación entre calidade e prezo dos establecementos de venda.
- CA6.11. Aplicáronse técnicas para avaliar o grao de satisfacción da clientela.

1.4.2. Contidos básicos.

BC1. Elaboración do protocolo de actuación do/da asesor/ora en estilismo en vestiario.

- Asesoría en estilismo: campo de actuación; definición e competencias; perfís profesionais relacionados.
- Concepto de estilismo. *Vestiteca, showroom, outlet, etc.*
- Elegancia e estilo. Clasificación xeral de estilos.
- Tendencias e moda. Importancia económica.
- *Prêt-à-porter* e alta costura.
- Colección: concepto e tipos.
- Desfiles: terminoloxía asociada e características.



- Estilismo creativo e estilismo dirixido.
 - Protocolo de actuación en estilismo. Elaboración do protocolo: partes, tipos, fases, contidos e documentos de apoio.
 - Bases de información do estilismo no vestir. Elaboración de mostrarios de referencia.
- BC2. Caracterización da moda e as súas tendencias ao longo da historia.
- Función do vestiario.
 - O vestido na prehistoria.
 - O vestiario no mundo antigo: desde Exipto a Bizancio. Características principais e a súa repercusión.
 - Idade Media e Renacemento. Influencia das cortes. O vestido e as súas variacións.
 - Barroco e corte francesa. Rococó.
 - Revolución Francesa. Romanticismo. Dandismo.
 - Modernismo. Revolución Industrial: a súa repercusión no vestiario. Nacemento da alta costura.
 - Felices anos 20: androxinia.
 - Anos 30: moda e cine.
 - Moda e Surrealismo.
 - *New look* e teatro da moda. Novos deseñadores e a súa influencia.
 - Estilo de vida americano: pantalóns vaqueiros. A xuventude e as súas revolucións.
 - Cine e televisión.
 - Moda americana e nova silueta. Fin da alta costura.
 - Moda e idade.
 - Novos deseñadores nacionais e internacionais.



BC3. Realización do estudo corporal, de cor e de estilo en vestiario e complementos.

- Estudo e análise da clientela: métodos e equipamentos.
- Aplicación dos métodos de observación.
- Patróns habituais en estilismo e moda.
- Detección de necesidades: sociolaborais, artísticas, etc.
- Identificación do ámbito de aplicación e as calidades da imaxe que se desexe proxectar.
- Rexistro da información: rexistros manuais e soportes informáticos. Ficha técnica da clientela.
- Técnicas de preparación da clientela.
- Antropometría da figura humana masculina e feminina. Proporcións ideais e reais. Percepción das proporcións.
- Características corporais con influencia na indumentaria e nos complementos.
- Talles: determinación das medidas corporais.
- Representación gráfica da figura humana. Determinación da tipoloxía corporal. Rexistro de datos.
- Test de cor. Técnicas para a elección de cores persoais.
- Elementos que definen o estilo no vestir: cor, liñas formas e volumes. Aplicación no vestiario e nos complementos.
- Determinación do estilo da clientela. Tipos: clásico, informal, deportivo, casual, romántico, funcional, vangardista, etc.
- Análise dos complementos e a súa combinación coa indumentaria.



BC4. Determinación dos cambios que se poden realizar na figura a través da indumentaria.

- Correccións corporais mediante o vestiario. Inestetismos e asimetrías: conceptos, tipos e características.

- Repercusión das liñas, os volumes, as cores, etc. nos cambios de imaxe a través do vestiario.

- Indumentaria masculina e feminina: estilo unisex.

- Tipos de pezas de vestir e criterios de selección.

- Elementos e características das pezas de vestir e a súa repercusión na imaxe: escotes, colos, mangas, etc.

- Materiais e tecidos utilizados en estilismo: fibras téxtiles e non téxtiles, peles naturais, etc.

- Elementos que caracterizan unha peza: costuras, pasamanaría, botóns, cremalleiras, etc.

- Etiquetaxe das pezas de roupa: normativa, simboloxía; consellos de lavado, pasadura do ferro e conservación.

- Vestiario profesional. Importancia da imaxe no ámbito profesional.

- Vestiario de etiqueta. Características dos tecidos e dos materiais. Complementos permitidos. Outros elementos de uso protocolario e as súas características. Etiqueta masculina e feminina.

- Vestiario en celebracións sociais.

- Roupa interior: concepto, tipos e características; adecuación á vestimenta.

- O vestiario e a súa harmonía. Xeitos de lucir as pezas de vestir.

- Os complementos e a súa relación coa creación de estilos: zapatos, chapeus, gravatas, panos e fulares, luvas, xoias, etc.

BC5. Deseño de propostas personalizadas de cambio de estilismo en vestiario e complementos.

- Proposta personalizada para o cambio de imaxe a través da indumentaria: concepto, estrutura e fases.



- Tipos de propostas.
 - Documentación base: expediente de asesoría en estilismo (organización e estrutura) e expediente fotográfico.
 - Documentación técnica anexa: tipos e características. Deseños gráficos e audiovisuais. Aplicación de ferramentas manuais, gráficas e informáticas.
 - Documentación económica: orzamento.
 - Planificación de accións: plan de traballo.
 - Personalización e adecuación da proposta á demanda.
 - Presentación da proposta: aplicación de técnicas de comunicación para a presentación da proposta.
 - Procesamento e arquivamento da documentación.
- BC6. Establecemento de pautas para guiar na compra de vestiario e complementos.
- Puntos de venda de vestiario e complementos.
 - Criterios de selección de vestiario, tecidos e complementos: identificación da demanda. Táboas de equivalencia dos talles do vestiario noutros países.
 - Criterios de selección de tendas especializadas, deseñadores e casas de roupa.
 - Fondo de armario feminino e masculino: composición; revisión e actualización.
 - Equipaxe básica en distintas actividades.
 - Selección e combinación de cores en pezas de vestir, accesorios e complementos.
 - Pautas para a elección e combinación de pezas e complementos.
 - Probas de vestiario: coordinación e supervisión.
 - Técnicas de seguimento e mantemento do proceso de asesoría no vestir.
 - Avaliación do grao de satisfacción da clientela.



1.4.3. Orientacións pedagóxicas.

Este módulo profesional contén a formación necesaria para desempeñar a función de asesoramento no estilismo de vestir.

Esta función abrangue aspectos como:

- Análise da repercusión da moda e as súas tendencias na imaxe final.
- Estudo da figura corporal e as súas correccións.
- Aplicación do test de cor.
- Identificación dos tipos de elementos do vestiario e o seu estilo asociado.
- Coñecemento dos usos de vestiario segundo as situacións persoais ou profesionais.

As actividades profesionais asociadas a esta función aplícanse en:

- Asesoramento á clientela sobre vestiario e complementos.
- Asesoramento na elección de liñas de vestiario en tendas de roupa, *showrooms* e pasarelas.
- Guía na compra de roupa, accesorios e regalos.

A formación do módulo contribúe a alcanzar os obxectivos xerais b), c), d), k), ñ), o), q) e s) do ciclo formativo e as competencias b), c), d), h), k), l), m) e n).

As liñas de actuación no proceso de ensino e aprendizaxe que permiten alcanzar os obxectivos do módulo versarán sobre:

- Organización e planificación dos recursos necesarios para poder realizar un asesoramento en estilismo.
- Aplicación de métodos de observación para determinar as características que determinan o estilo da clientela.
- Realización de estudos corporais, de cor e de estilo, para determinar os elementos que cumpra modificar ou potenciar.



- Proposta de correccións na figura corporal, en tecidos e en tipos de vestiario.
- Elaboración e presentación de propostas personalizadas de asesoramento.
- Elaboración de pautas de seguimento na adquisición dos elementos da nova proposta.

1.5. Módulo profesional: Asesoría de peiteado.

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

1.5.1. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación.

- RA1. Elabora o protocolo de actuación do/da asesor/a de peiteado identificando o seu campo de actuación.
 - CA1.1. Identificouse o campo de actuación do/da asesor/a de peiteado no ámbito da imaxe persoal.
 - CA1.2. Estableceuse o protocolo de actuación do/da asesor/a de peiteado.
 - CA1.3. Identificáronse as fases de actuación do/da asesor/a.
 - CA1.4. Recoñecéronse as fontes documentais para a obtención de datos.
 - CA1.5. Aplicáronse métodos para a clasificación e o arquivamento da documentación.
 - CA1.6. Aplicáronse protocolos de estudo estético da clientela identificando as súas demandas e as súas necesidades.
 - CA1.7. Aplicáronse técnicas de comunicación na fase de toma de datos.
 - CA1.8. Realizouse un mostrario de estilos de peiteado.
 - CA1.9. Realizouse unha ordenación dos datos e o seu arquivamento.
 - CA1.10. Estableceuse o proceso para a análise das características e das necesidades da persoa usuaria e do seu contorno.



- CA1.11. Establecéronse a secuencia e o método para o desenvolvemento da fase de asesoramento e avaliación do proceso.
- CA1.12. Describiuse o campo de actuación do/da asesor/a de peiteado.
- RA2. Realiza o estudo estético para a asesoría de peiteado aplicando técnicas de análise capilar e de morfoloxía corporal.
- CA2.1. Preparouse o espazo de traballo.
- CA2.2. Aplicáronse os equipamentos e os medios de diagnóstico para o estudo facial e corporal.
- CA2.3. Aplicáronse medidas de atención e preparación da clientela.
- CA2.4. Aplicáronse técnicas para identificar as demandas e as necesidades da clientela.
- CA2.5. Identificáronse as características, o aspecto e o estado do cabelo e do coiro cabeludo.
- CA2.6. Aplicáronse técnicas de análise do cabelo e do coiro cabeludo.
- CA2.7. Relacionáronse os procesos e as técnicas co dano capilar.
- CA2.8. Identificáronse as alteracións capilares e do coiro cabeludo con influencia na imaxe persoal.
- CA2.9. Identificáronse os deseños e as formas do pelo facial aplicando técnicas de visaxismo masculino.
- CA2.10. Recoñeceuse a morfoloxía corporal e da cabeza, e a súa relación co peiteado.
- CA2.11. Determináronse os patróns habituais de peiteado, maquillaxe, vestuario e complementos da persoa usuaria.
- CA2.12. Estableceuse o método de detección das necesidades sociolaborais, artísticas, etc.



- CA2.13. Formalizáronse as fichas de rexistro dos datos obtidos na análise.
- RA3. Determina os coidados e os tratamentos capilares necesarios para realizar o asesoramento.
 - CA3.1. Recoñecéronse os tratamentos capilares necesarios para a creación da nova imaxe.
 - CA3.2. Establecéronse as técnicas electroestéticas e manuais asociadas aos tratamentos capilares.
 - CA3.3. Xustificouse o emprego dos produtos de coidados do cabelo.
 - CA3.4. Establecéronse os criterios para seleccionar perrucas e próteses capilares.
 - CA3.5. Seleccionáronse os coidados capilares en función das necesidades.
 - CA3.6. Establecéronse mecanismos de colaboración con profesionais especialistas en coidados e tratamentos capilares.
- RA4. Determina os cambios de imaxe necesarios para crear o novo estilo identificando os procedementos e as técnicas.
 - CA4.1. Identificáronse as características da imaxe que se vai potenciar, neutralizar e modificar a través da asesoría de peiteado e barbaría.
 - CA4.2. Elaboráronse formularios valorativos das preferencias, os hábitos e os costumes da clientela.
 - CA4.3. Determináronse os estilos de imaxe a través dos peiteados e das técnicas de peiteado e barbaría.
 - CA4.4. Identificáronse os elementos do peiteado que forman a nova imaxe.
 - CA4.5. Establecéronse os criterios para determinar o longo, a forma e a cor do cabelo na nova imaxe.
 - CA4.6. Determináronse os criterios para deseñar o estilo da barba, do bigote e das patillas.



- CA4.7. Caracterizáronse as técnicas de corte e os cambios de forma e de cor.
- CA4.8. Xustificouse a elección do tipo de peiteado e recollido.
- CA4.9. Xustificouse a necesidade do uso de próteses capilares.
- CA4.10. Caracterizáronse as técnicas para realizar estilismos masculinos.
- CA4.11. Valorouse a importancia dos complementos na creación de estilos.
- RA5. Elabora a proposta de cambio de imaxe tendo en conta as variables persoais e sociolaborais e, de ser o caso, os requisitos escénicos.
 - CA5.1. Estableceuse a estrutura da proposta.
 - CA5.2. Deseñáronse propostas de cambio de imaxe a través de modificacións no cabelo.
 - CA5.3. Realizáronse cambios de imaxe en soporte informático.
 - CA5.4. Realizáronse bosquejos de estilos de peiteados.
 - CA5.5. Seleccionáronse técnicas de peiteado e coidados capilares para o cambio de imaxe.
 - CA5.6. Especificáronse os medios, os espazos e os recursos humanos e materiais necesarios para levar a cabo o proxecto.
 - CA5.7. Programáronse a secuencia e a temporalización para o cambio de imaxe.
 - CA5.8. Presentouse a proposta personalizada en asesoría de peiteado.
 - CA5.9. Estableceuse a proposta de asesoramento para producións audiovisuais, de fotografía e de moda.
 - CA5.10. Establecéronse as pautas para a análise do proxecto artístico.
- RA6. Establece pautas para o mantemento da nova imaxe utilizando técnicas e equipamentos para o adestramento persoal.
 - CA6.1. Determináronse as pautas para asesorar no mantemento da nova imaxe.



– CA6.2. Estableceuse un calendario de actividades para a aplicación de procedementos e cosméticos para manter o estilo proposto.

– CA6.3. Identificáronse as actividades para o mantemento e o coidado do novo estilo de peiteado e barba.

– CA6.4. Manexáronse secadores, tenaces, pranchas alisadoras, etc.

– CA6.5. Propuxéronse as pautas de aplicación de produtos para o mantemento do peiteado.

– CA6.6. Mantívose unha actitude profesional ao longo do proceso.

1.5.2. Contidos básicos.

BC1. Elaboración do protocolo de actuación do/da asesor/a de peiteado.

- Campo de actuación do/da asesor/a de peiteado no ámbito da asesoría de imaxe persoal: imaxe e beleza capilar (persoal, profesional, corporativa, etc.); producións audiovisuais, escénicas e de moda, estilismos masculinos, actos e eventos, e cambios de estilo.

- Protocolos de actuación do/da asesor/a de peiteado: tipos, fases, contidos e documentos de apoio.

- Fase de documentación. Elaboración da base de información de patróns estéticos de peiteados: datos de estilos capilares (elaboración dun mostrario de estilos); fontes documentais (webs de internet, revistas de moda, de peiteados e de maquillaxes, *magazines*, actualidade, especializadas e técnico-científicas); libros, cine e televisión. Clasificación e arquivamento de documentación.

- Fase de análise das características e das necesidades da persoa usuaria e do seu contorno: protocolo de estudo estético; protocolo para o estudo da imaxe da clientela; procedemento de identificación de demandas da persoa usuaria; identificación das necesidades e das demandas de peiteado e barbaría; identificación de necesidades e demandas na presentación en medios audiovisuais, escénicos e de moda; identificación dos requisitos sociais e laborais.

- Fase de asesoramento en peiteado e estilismo masculino.

- Fase de avaliación e control do proceso.



BC2. Realización do estudo estético para a asesoría de peiteado.

- Preparación do espazo de traballo: hixiene e mantemento.
- Imaxe do/da profesional. Actitudes e habilidades necesarias.
- Atención e recepción da clientela.
- Técnicas para detectar as demandas, as necesidades e as expectativas da persoa usuaria.
- Análise do coiro cabeludo e do cabelo. Métodos e equipamentos de avaliación do estado do cabelo e do coiro cabeludo. Análise do estado do coiro cabeludo. Características e condicións que inflúen no estado do cabelo: aspecto e propiedades físicas, cor, porcentaxe de canas, etc. Análise morfolóxica da cabeza: configuración do rostro; técnicas de psico-morfoloxía e visaxismo; canons de beleza. Visaxismo masculino.
- Estudo da morfoloxía corporal e a súa relación co peiteado.
- Análise de patróns de peiteado habituais na clientela.
- Análise de patróns de maquillaxe, complementos e vestuario da clientela.
- Determinación das necesidades sociolaborais, artísticas, etc.
- Soportes de documentación técnica: ficha de rexistro. Cuestionarios valorativos iniciais. O cuestionario de costumes, afeccións e hábitos de coidados estéticos.

BC3. Determinación dos coidados e dos tratamentos capilares necesarios.

- Clasificación e descrición dos tratamentos capilares necesarios para a creación da nova imaxe: de hixiene e acondicionamento, de mantemento (coidados preventivos), para as alteracións do talo capilar e do coiro cabeludo, e outros tratamentos médico-estéticos.
- Técnicas electroestéticas e manuais para o tratamento capilar: correntes galvánicas, alta frecuencia, ondas electromagnéticas, ozono, etc. Masaxe e drenaxe linfáticas. Cosméticos asociados aos tratamentos capilares. Asesoramento sobre o uso de próteses capilares.



- Identificación dos tratamentos capilares necesarios para os cambios de imaxe.

- Profesionais colaboradores/as para o coidado e os tratamentos capilares.

BC4. Determinación dos cambios de imaxe necesarios para crear o novo estilo.

- Aspectos da imaxe que se van potenciar, neutralizar e modificar a través da asesoría de peiteado e barbaría.

- Cuestionario valorativo das preferencias da clientela.

- Concreción do novo estilo e creación da nova imaxe. Estilos a través dos peiteados e das técnicas de peiteado e barbaría.

- Determinación dos elementos do peiteado que forman a nova imaxe: análise de liñas, formas, cores e volumes; correccións ópticas a través do cabelo (do óvalo, das faccións, do cranio, do perfil, do cabelo e dos ombreiros); determinación do longo, a forma, a cor e o estilo do cabelo da nova imaxe; determinación do estilo masculino (barba, bigote, patillas, etc.); complementos de peiteado na creación de estilos.

- Procesos técnicos de peiteado para o cambio de lonxitude (corte básico, estilos de corte, forma e cor): pautas.

- Procesos técnicos en peiteado para o cambio de forma (permanente e moldeamento): pautas de realización. Cambio de forma temporal.

- Procesos técnicos en peiteado para o cambio de cor (coloración, descoloración e mechás): pautas de realización.

- Peiteado e técnica de secado. Cambios de forma. Parámetros que inflúen directamente no volume do cabelo.

- Recollidos e extensións. Postizaría e próteses capilares.

- Técnicas de barbaría e estilismo masculino.

BC5. Elaboración de propostas de cambio de imaxe.

- Deseño de propostas personalizadas de cambios de imaxe a través de tratamentos e técnicas de peiteado e barbaría. Estrutura específica da proposta. Informe técnico da asesoría de peiteado.



- Avaliación da información obtida no estudo de demandas e necesidades, e no estudo da imaxe. Variables persoais e sociolaborais (estilo de vida, personalidade, características estéticas, acontecementos, ámbito laboral, etc.). Interpretación de informes profesionais. Valoración dos resultados do estudo da imaxe persoal: características que se poden potenciar ou modificar.

- Caracterización do novo estilo. Relación dos traballos de peiteado e barbaría necesarios para o cambio de imaxe. Selección de traballos técnicos de peiteado, de tratamentos estéticos capilares ou asociados a tratamentos, de peiteados e recollidos, de complementos capilares asociados ao novo peiteado, e do tipo de barba, bigote ou patilla.

- Recomendacións para a realización de tratamentos médico-estéticos. Informe de remisión.

- Documentación técnica anexa á proposta: tipos e características.

- Elaboración de deseños gráficos e fotográficos: bosquexo sobre estilos de peiteado, barba e bigote.

- Medios, espazos, recursos humanos e materiais necesarios para levar a cabo o proxecto. Criterios de selección de profesionais colaboradores.

- Planificación de accións: calendario de actuación, temporalización e coordinación de traballos.

- Documentación económica: elaboración do orzamento.

- Presentación da proposta personalizada: selección do formato de presentación.

- Selección do material visual: fotos, esquemas, bosquexos e programas informáticos.

- Argumentos da proposta personalizada.

- Conclusión da proposta: resolución de dúbidas, acordos e autorización do proceso. Cumprimento da autorización de posta en marcha do proceso.

- Propostas para producións audiovisuais de asesoramento de imaxe a través do peiteado: requisitos escénicos. Análise do proxecto artístico.

- Propostas para producións de fotografía e moda.



BC6. Establecemento de pautas para o mantemento da nova imaxe.

- Asesoría de mantemento da nova imaxe.
- Plan de actividades para a formación da clientela en coidados capilares. Xeito de aplicación e frecuencia.
- Pautas de orientación na selección de cosméticos de hixiene, mantemento, protección e coidados capilares.
- Mantemento de próteses capilares.
- Adestramento de técnicas de manexo de secador, utensilios, tenaces, pranchas alisadoras e produtos de apoio e mantemento do peiteado.

1.5.3. Orientacións pedagóxicas.

Este módulo profesional contén a formación necesaria para desempeñar a función de asesoramento de imaxe en peiteado.

Esta función abrangue aspectos como:

- Elaboración de documentación técnica.
- Exploración e estudo capilar, facial e corporal.
- Diferenciación das técnicas para o coidado capilar.
- Recoñecemento das aplicacións das técnicas electroestéticas.
- Identificación dos tipos de peiteado.
- Determinación de técnicas e procesos de peiteado.
- Organización e actualización de ficheiros.
- Pautas de orientación para selección e aplicación de cosméticos e coidados persoais.

As actividades profesionais asociadas a esta función aplícanse en:

- Protocolos de asesoramento en coidados estéticos capilares e no peiteado.



- Asesoramento sobre o cambio de imaxe a través do peiteado.
- Asesoramento sobre o proceso e as técnicas de peiteado.

A formación do módulo contribúe a alcanzar os obxectivos xerais d), j), k), m), q), r), s), u) e v) do ciclo formativo e as competencias d), h), i), m), n), o) e p).

As liñas de actuación no proceso de ensino e aprendizaxe que permiten alcanzar os obxectivos do módulo versarán sobre:

- Identificación das necesidades ou demandas da persoa usuaria.
- Realización do estudo estético capilar.
- Asesoramento sobre tratamentos capilares, sobre peiteado e sobre o cambio de imaxe.
- Selección da técnica e do proceso de peiteado.
- Elaboración de propostas personalizadas de asesoría.
- Determinación de pautas para a selección e a aplicación de cosméticos e coidados persoais, así como de mantemento da nova imaxe.

1.6. Módulo profesional: Protocolo e organización de eventos.

- Equivalencia en créditos ECTS: 8.
- Código: MP1185.
- Duración: 140 horas.

1.6.1. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación.

- RA1. Caracteriza o protocolo oficial identificando a normativa asociada.
 - CA1.1. Estableceuse o campo de actuación da asesoría en protocolo e organización de eventos.
 - CA1.2. Analizáronse a normativa e os ámbitos de aplicación do protocolo oficial español (Casa Real, Forzas Armadas e poderes executivo, lexislativo e xudicial).



- CA1.3. Identifícase a lexislación en actos oficiais.
- CA1.4. Determináronse o organigrama e as características das institucións públicas e privadas.
- CA1.5. Identifícanse os decretos de protocolo dos gobernos autónomos.
- CA1.6. Identifícanse os preceptos protocolarios das corporacións locais, concellos e deputacións.
- CA1.7. Caracterízanse os réximes de títulos, tratamentos, honores e distincións.
- CA1.8. Identifícase a lexislación sobre o uso de símbolos heráldicos e bandeiras.
- CA1.9. Identifícanse as fontes de consulta en lexislación protocolaria.
- CA1.10. Defínense unha metodoloxía de actuación en protocolo.
- RA2. Caracteriza os actos protocolarios oficiais e non oficiais identificando os seus elementos.
 - CA2.1. Identifícanse os actos públicos oficiais e non oficiais.
 - CA2.2. Especificáronse as características dos actos non oficiais.
 - CA2.3. Relacionáronse as características dos actos relixiosos coas normas de comportamento e coa tradición.
 - CA2.4. Identifícanse os actos protocolarios do ámbito universitario.
 - CA2.5. Defínense os elementos que conforman o protocolo nos actos militares.
 - CA2.6. Especificáronse as normas de carácter moral, social ou xurídico aplicadas aos actos protocolarios oficiais e non oficiais.
 - CA2.7. Identifícase o ámbito de aplicación do protocolo nos actos oficiais e non oficiais.
 - CA2.8. Valorouse a importancia do coñecemento e do seguimento das normas de protocolo.



– CA2.9. Descríbense os principais elementos simbólicos e/ou de representación nos actos institucionais (bandeiras, himnos, etc.).

• RA3. Planifica actos protocolarios determinando cada fase.

– CA3.1. Valorouse a importancia da adecuada planificación do acto protocolario.

– CA3.2. Identificáronse as fases do proxecto organizativo do acto protocolario.

– CA3.3. Elaboráronse o programa e o cronograma para o desenvolvemento do acto protocolario.

– CA3.4. Establecéronse os recursos humanos e materiais, e os espazos físicos necesarios.

– CA3.5. Establecéronse profesionais colaboradores, persoal de apoio e provedores/as.

– CA3.6. Especificáronse os criterios para a elaboración de listaxes de asistentes.

– CA3.7. Deseñáronse os comunicados e as invitacións.

– CA3.8. Seleccionouse a liña de imaxe do evento para a decoración do acto.

– CA3.9. Aplicáronse criterios de precedencia para a ordenación de personalidades e para a distribución das persoas asistentes.

– CA3.10. Valorouse a importancia da inauguración, da clausura e da comunicación nos actos protocolarios.

– CA3.11. Tivéronse en conta os requisitos informáticos, telefónicos, de tradución simultánea, etc. para os discursos das persoas invitadas.

– CA3.12. Organizouse o evento cumprindo as normas de calidade e de seguridade e atendendo ás normas de protocolo.

• RA4. Elabora a proposta de organización de actos protocolarios adaptados ao acontecemento.

– CA4.1. Deseñouse a proposta de organización do acto protocolario.



- CA4.2. Estableceuse a estrutura da proposta.
- CA4.3. Elaborouse o expediente do acto.
- CA4.4. Seleccionáronse profesionais colaboradores/as e provedores/as.
- CA4.5. Especificáronse medios, espazos, recursos humanos e materiais necesarios para levar a cabo o proxecto.
- CA4.6. Definiuse e/ou formalizouse a documentación necesaria segundo o acto, para o seu correcto desenvolvemento.
- CA4.7. Programáronse a secuencia e a temporalización para a organización do evento.
- CA4.8. Determináronse os medios necesarios para a difusión e a promoción do acto ou evento.
- CA4.9. Calculouse o orzamento económico do acto que se vai organizar.
- CA4.10. Elaboráronse as propostas en soporte manual e informático.
- CA4.11. Analizáronse os aspectos de seguridade adecuados e a correcta coordinación cos servizos de seguridade das institucións implicadas nun acto protocolario.
- RA5. Caracteriza o protocolo internacional establecendo pautas de actuación.
- CA5.1. Identificouse a importancia do protocolo internacional no mundo actual.
- CA5.2. Relacionouse o protocolo diplomático co internacional e co empresarial.
- CA5.3. Establecéronse as características dos grupos mundiais dominantes.
- CA5.4. Caracterizáronse os hábitos, os costumes e a cultura social de cada grupo mundial.
- CA5.5. Relacionáronse as variacións protocolarias cos países e cos grupos sociais e relixiosos.
- CA5.6. Recoñeceuse a influencia de determinados países en materia de normas protocolarias.



- CA5.7. Recoñeceuse a influencia relixiosa no protocolo.
 - CA5.8. Identificáronse e describíronse as diferenzas protocolarias entre os grupos de países e as súas áreas de influencia analizando as particularidades de cada un.
 - CA5.9. Identificáronse os modelos de funcionamento doutras culturas en relación co protocolo.
 - CA5.10. Valorouse a influencia do protocolo nas relacións internacionais.
 - CA5.11. Establecéronse as pautas de actuación en protocolo internacional.
 - RA6. Establece o protocolo empresarial aplicando criterios de imaxe corporativa.
 - CA6.1. Identificáronse os departamentos da empresa con repercusión no protocolo.
 - CA6.2. Especificáronse as precedencias e as presidencias empresariais.
 - CA6.3. Establecéronse as actuacións empresariais en que intervén o protocolo.
 - CA6.4. Determinouse o funcionamento xeral dos actos empresariais de carácter público e privado.
 - CA6.5. Xustificouse a importancia da difusión mediática dos actos empresariais.
 - CA6.6. Relacionáronse os actos sociais empresariais coa súa repercusión na imaxe da empresa.
 - CA6.7. Analizáronse e describíronse os tipos de actos sociais empresariais en que cómpre realizar accións de promoción e patrocinio.
 - CA6.8. Realizáronse accións de difusión promocional nos medios de comunicación.
- 1.6.2. Contidos básicos.
- BC1. Caracterización do protocolo oficial.
- Asesoría en protocolo: campo de actuación e perfís profesionais relacionados. Orixe e historia. Relevancia social. Principios da práctica do protocolo.



- Protocolo oficial español: Casa Real, Fuerzas Armadas e poderes executivo, legislativo e xudicial. Normativa protocolaria.
 - Protocolo nas comunidades autónomas e nas administracións locais.
 - Lexislación aplicada ao protocolo: leis e decretos que o regulan; réxime de títulos, honores e distincións.
 - Bases de información en protocolo: fontes e departamentos de consulta de normativa e/ou lexislación protocolaria.
 - Institucións públicas e privadas: concepto, organigrama, organización e características.
 - Distincións protocolarias e a súa simboloxía.
 - Simboloxía heráldica e vexiloloxía.
 - Tratamentos honoríficos: tipos de tratamento e a súa aplicación.
 - Distincións nobiliarias.
 - Metodoloxía na asesoría en protocolo: fases. Documentación de apoio.
- BC2. Caracterización dos actos protocolarios oficiais e non oficiais.
- Clasificación dos actos: públicos oficiais, non oficiais e privados.
 - Actos públicos oficiais e non oficiais: características e tipos.
 - Actos privados e/ou non oficiais: características e tipos de actos non protocolarios.
 - Protocolo e actos relixiosos: características.
 - Protocolo e actos universitarios: características, tipos, precedencia e organigrama.
 - Protocolo e actos militares: organigrama dos corpos militares e a súa precedencia; tipos de actos; tributación de honores militares.
 - Identificación do tipo de acto, as características e as calidades que se poden proxectar. Elementos que cómpre avaliar. Normas de carácter moral, social ou xurídico aplicables.



- Ámbito de aplicación do protocolo nos actos oficiais e non oficiais: presidencia, precedencias, símbolos, intervencións e comportamento social.

BC3. Establecemento das fases na organización dos actos protocolarios.

- Técnicas de organización de actos: xeneralidades; necesidade de protocolo; importancia dos medios de comunicación.

- Proxecto organizativo: fases.

- Fase previa: obxectivos do acto. Identificación do acto e o seu proxecto organizativo. Necesidades organizativas. Aplicación de métodos de observación.

- Fase de planificación: elaboración do programa e cronograma.

- Requisitos do acto: recursos humanos e materiais, e espazos físicos do evento. Colaboradores/as, persoal soporte e provedores/as. Espazo físico do evento ou acto: espazos e planos. Imaxe e comunicación do evento ou do acto. Organización do transporte e do aloxamento. Público asistente (invitacións). Seguridade e atención sanitaria. Medios técnicos para os discursos e a tradución simultánea.

- Fase de desenvolvemento do evento: loxística da actividade. Inauguración (recepción de persoas invitadas e ordenación de personalidades e das intervencións) e clausura do acto.

- Comunicación nos actos protocolarios: relacións cos medios de comunicación; roldas de prensa.

- Fase de avaliación do acto e/ou evento. Seguimento da difusión do acto.

- Aplicación do control de calidade do acto.

BC4. Elaboración da proposta de organización de actos protocolarios.

- Deseño de propostas de organización de actos protocolarios. Estrutura específica da proposta. Expediente do acto: criterio organizador xeral, orde do día, temporalización, ordenación de mesas e organización das intervencións.

- Descrición das características e dos requisitos do acto protocolario.



- Relación da loxística e das actividades necesarias para o acto protocolario. Planificación das medidas de seguridade e da atención sanitaria.
 - Selección de medios, espazos e recursos humanos e materiais necesarios para levar a cabo o acto protocolario. Provedores/as e profesionais.
 - Planificación de accións: programa e cronograma.
 - Actos protocolarios e comunicados de prensa.
 - Documentación técnica anexa á proposta (invitacións, inscrición e certificados de asistencia).
 - Documentación económica: elaboración do orzamento.
 - Elaboración de propostas en soporte manual e informático.
 - Presentación da proposta personalizada.
 - Conclusión da proposta: resolución de dúbidas, acordos e autorización do proceso.
- BC5. Caracterización do protocolo internacional.
- Protocolo internacional: protocolo estranxeiro e diplomático. Recepcións diplomáticas: modelos de comportamento.
 - Protocolo internacional e a súa relación co mundo empresarial. Grupos dominantes mundiais.
 - Unión Europea: concepto, historia e características. Simbología asociada. Costumes, hábitos e cultura social dos principais países constituíntes da UE.
 - Países do Leste: costumes, hábitos e cultura social.
 - Canadá: divisións idiomáticas e culturais.
 - EE.UU.: costumes, hábitos e cultura social.
 - América latina: hábitos, costumes e cultura social.



- Mundo árabe: relixión, hábitos, costumes e cultura social.
- África subsahariana: países constituíntes; costumes e cultura social común.
- Culturas orientais: hábitos, costumes e cultura social de cada zona.
- Diferenzas protocolarias entre os grupos de países e as súas áreas de influencia.
- Relacións internacionais e a súa repercusión no protocolo.
- Pautas de actuación no protocolo internacional.

BC6. Establecemento do protocolo empresarial.

- Empresas: organización. Departamentos con repercusión en protocolo empresarial.
- Actos empresariais públicos e privados: ámbito de aplicación, simboloxía, patrocinio externo, etc.
- Precedencias empresariais.
- Presidencia dos actos.
- Importancia da difusión mediática dos actos empresariais.
- Actuacións empresariais con repercusión en protocolo: presentacións persoais, auto-presentación e presentación da empresa.
- Visitas e outros actos sociais empresariais: viaxes de negocios; presentacións internacionais.
- Comidas de negocios: tipos e características.
- Actos de carácter empresarial privado: reunións, xuntas, consellos de administración, etc.
- Organización de actos de promoción empresarial externos e internos: tipos e características.
- Patrocinio empresarial: características; criterios de selección.



- Elementos da promoción empresarial: imaxe e comunicación; interacción cos medios de comunicación.

- Promoción empresarial no exterior: actos internacionais.

1.6.3. Orientacións pedagóxicas.

Este módulo profesional contén a formación necesaria para desempeñar a función de asesoramento en protocolo e a súa aplicación en diferentes tipos de actos oficiais.

A función de asesoramento en protocolo abrangue aspectos como:

- Determinación da normativa protocolaria e a súa aplicación.
- Establecemento da relación entre as distincións protocolarias e a súa simboloxía.
- Interpretación de actos públicos de diferentes ámbitos e a súa repercusión.
- Identificación e xustificación da presidencia dos actos protocolarios.
- Identificación do proxecto organizativo dun acto.
- Organización e deseño da documentación necesaria para a organización dun acto protocolario.
- Estudo das relacións cos medios de comunicación no ámbito do protocolo.
- Interpretación do protocolo internacional e as súas características.
- Análise do protocolo empresarial e as súas actuacións.

As actividades profesionais asociadas a esta función aplícanse no asesoramento en protocolo e na organización de eventos de diversa índole.

A formación do módulo contribúe a alcanzar os obxectivos xerais a), c), d), f), g), h), j), q), s), t), u), w) e x) do ciclo formativo e as competencias a), c), d), f), h), m), n), ñ), o) e q).

As liñas de actuación no proceso de ensino e aprendizaxe que permiten alcanzar os obxectivos do módulo versarán sobre:

- Identificación e utilización de normativas de protocolo.



– Aplicación de métodos de análise para determinar as características dos actos públicos.

– Utilización de fichas, cuestionarios e outros soportes para a obtención de información e síntese de características dos actos protocolarios.

– Organización e planificación dos recursos materiais e persoais necesarios para poder realizar un acto protocolario.

– Elaboración dos documentos de soporte vinculados ao acto.

– Aplicación de técnicas de organización de eventos.

– Proposta de pautas para a realización de actos protocolarios.

– Aplicación dos protocolos de calidade na organización dos actos protocolarios.

1.7. Módulo profesional: Usos sociais.

• Equivalencia en créditos ECTS: 5.

• Código: MP1186.

• Duración: 87 horas.

1.7.1. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación.

• RA1. Identifica o campo de actuación do/da asesor/ora en usos sociais utilizando técnicas de estudo e análise.

– CA1.1. Identifícase a historia do protocolo social.

– CA1.2. Descríbense as características do protocolo social e recoñécese a necesidade de utilizar códigos de comunicación e conduta.

– CA1.3. Recoñécese a obrigatoriedade ou a relatividade na utilización de usos sociais.

– CA1.4. Descríbense e identifícanse os conceptos básicos do saber ser e saber estar, da urbanidade e da etiqueta social.



- CA1.5. Relacionáronse as características persoais co protocolo social.
- CA1.6. Recoñeceuse a importancia da comunicación verbal e non verbal no comportamento social.
- CA1.7. Interpretáronse os signos da linguaxe corporal na comunicación para usos sociais.
- CA1.8. Determinouse o ámbito de aplicación da asesoría en usos sociais.
- CA1.9. Caracterizouse a figura do/da asesor/ora en usos sociais.
- CA1.10. Aplicáronse técnicas para detectar as necesidades e as demandas da clientela en usos sociais.
- CA1.11. Utilizáronse sistemas de procesamento de arquivos de información.
- RA2. Determina as normas e os usos protocolarios nas relacións sociais identificando modelos establecidos.
 - CA2.1. Identificáronse os aspectos que determinan as relacións sociais.
 - CA2.2. Determináronse normas de etiqueta social en distintas situacións.
 - CA2.3. Aplicouse a etiqueta social no vestir segundo a situación.
 - CA2.4. Establecéronse normas protocolarias nas visitas.
 - CA2.5. Especificouse o comportamento social relacionado cos regalos.
 - CA2.6. Establecéronse os criterios de elección do regalo segundo as circunstancias persoais, sociais e laborais.
 - CA2.7. Determinouse o protocolo social nas relacións laborais.
 - CA2.8. Valorouse a importancia dos usos sociais nas relacións sociais.
- RA3. Determina os usos sociais ligados á presentación e á comunicación persoal utilizando protocolos establecidos.
 - CA3.1. Representáronse distintos tipos de saúdos segundo os requisitos sociais.



- CA3.2. Identificáronse e deseñáronse invitacións de diferentes tipos.
- CA3.3. Caracterizáronse presentacións diversas segundo os requisitos sociais establecidos.
- CA3.4. Describíronse as normas da proxemia aplicadas aos saúdos e ás presentacións.
- CA3.5. Especificáronse as normas de cortesía na correspondencia e no uso das novas tecnoloxías (correo electrónico...).
- CA3.6. Establecéronse pautas para a utilización da linguaxe oral en sociedade.
- CA3.7. Asesorouse sobre aspectos para manter ou iniciar conversas en sociedade.
- CA3.8. Establecéronse pautas para utilizar normas sociais na comunicación telefónica ou de redes e medios sociais.
- CA3.9. Identificáronse aspectos negativos que poden prexudicar a comunicación no seu uso social.
- CA3.10. Establecéronse pautas para o adestramento en habilidades sociais relacionadas coa presentación e coa comunicación.
- CA3.11. Realizáronse simulacións de adestramento en diferentes situacións relacionadas con presentacións ou comunicacións persoais.
- RA4. Caracteriza os usos sociais na mesa establecendo os modelos de comportamento e os elementos que a integran.
 - CA4.1. Especificáronse as pautas de comportamento na mesa.
 - CA4.2. Determináronse os criterios para a preparación da mesa.
 - CA4.3. Analizáronse os elementos para a decoración da mesa.
 - CA4.4. Determináronse os parámetros para o manexo dos elementos que integran a mesa.



- CA4.5. Pautouse o asesoramento sobre a forma de servir, trinchar e tomar diferentes alimentos.
- CA4.6. Establecéronse os criterios de colocación de comensais na mesa.
- CA4.7. Relacionouse a elección de menú co evento ou a situación (social, laboral, etc.) e coa hora de celebración.
- CA4.8. Establecéronse criterios de selección de viños.
- CA4.9. Xustificáronse modelos de comportamento en establecementos de restauración.
- CA4.10. Establecéronse pautas para o adestramento en habilidades sociais relacionadas co comportamento na mesa.
- CA4.11. Realizáronse simulacións de adestramento en diversas situacións relacionadas co comportamento na mesa.
- RA5. Elabora propostas de asesoramento en usos sociais e/ou organización de actos e reunións sociais utilizando documentación e aplicacións informáticas.
 - CA5.1. Determinouse a estrutura da proposta personalizada.
 - CA5.2. Deseñáronse propostas personalizadas en usos sociais.
 - CA5.3. Establecéronse os criterios para a análise das demandas e das necesidades da clientela, así como as súas variables persoais, sociais e laborais.
 - CA5.4. Valoráronse os resultados do estudo das características persoais e da linguaxe corporal e oral.
 - CA5.5. Determináronse os cambios e as novas habilidades necesarias nos usos sociais.
 - CA5.6. Especificáronse medios, espazos e recursos humanos e materiais para a proposta.
 - CA5.7. Planificouse e estableceuse o cronograma de actividades.



- CA5.8. Aplicáronse as técnicas de comunicación para a presentación das propostas.
- CA5.9. Determináronse pautas para a presentación das propostas.
- CA5.10. Realizáronse casos prácticos e simulacións de presentación e argumentación de propostas.
- CA5.11. Deseñáronse os documentos necesarios para levar a cabo a proposta, coa conformidade da clientela.
- RA6. Establece pautas de organización de actos e reunións sociais, identificando os requisitos e programando as actividades que se vaian realizar.
 - CA6.1. Identificáronse situacións sociais que requiren asesoramento.
 - CA6.2. Establecéronse normas básicas para recibir na casa.
 - CA6.3. Determináronse os tipos de reunións externas e actos sociais (celebracións, aniversarios, funerais, etc.).
 - CA6.4. Identificouse a repartición de actividades e funcións na organización de reunións.
 - CA6.5. Determináronse modelos de comportamento e recomendacións de vestuario e imaxe persoal.
 - CA6.6. Determináronse as necesidades e os requisitos en celebracións e actos familiares de carácter civil ou relixioso.
 - CA6.7. Caracterizáronse os tipos de aniversarios e as formas de celebralos.
 - CA6.8. Determináronse as necesidades organizativas doutros actos protocolarios non oficiais (presentacións en sociedade, actos culturais, deportivos, etc.).
- RA7. Organiza eventos singulares adaptados ás demandas da clientela e xustifica o procedemento.
 - CA7.1. Caracterizáronse os eventos singulares e as súas particularidades.



- CA7.2. Descríronse as funcións, o perfil profesional e as habilidades necesarias do/da organizador/ora de vodas.
- CA7.3. Establecéronse as necesidades materiais e persoais de cada tipo de eventos.
- CA7.4. Elaboráronse os documentos asociados ao acto.
- CA7.5. Identificáronse as precedencias e as presidencias en cada tipo de acto.
- CA7.6. Relacionáronse os espazos e as súas características co tipo de acto.
- CA7.7. Propuxéronse modelos de decoración asociados á simboloxía do acto.
- CA7.8. Tivéronse en conta as necesidades asociadas á planificación dos actos, como a accesibilidade, o aloxamento, as reportaxes fotográficas, a música, etc.
- CA7.9. Establecéronse os criterios para deseñar o menú, tendo en conta as particularidades das persoas invitadas, as tradicións culturais e os aspectos relixiosos.
- CA7.10. Propuxéronse listas de regalos e outros elementos recordatorios dos actos singulares.

1.7.2. Contidos básicos.

BC1. Identificación do campo de actuación do/da asesor/ora en usos sociais.

- Protocolo social. Usos sociais: definición, características e conceptos asociados. Historia do protocolo social.
- Usos do protocolo social. Necesidade de códigos de comunicación e conduta: relatividade ou obrigatoriedade dos usos sociais.
- Conceptos básicos do saber ser e do saber estar: naturalidade e sinxeleza, respecto, prudencia e discreción, tolerancia, cortesía, empatía, sentido do humor, puntualidade, etc.
- Urbanidade, boas maneiras e habilidades sociais.
- Etiqueta: novos manuais de urbanidade.
- Accións do protocolo social: normas, hábitos e costumes; accións que deben evitarse.



- Estudo das características persoais asociadas ao protocolo social: aspectos que se deben potenciar.
 - Aplicación da intelixencia emocional no comportamento social.
 - Comunicación verbal e non verbal no protocolo social: comunicación oral e escrita (aspectos básicos) e comunicación non verbal (importancia e interpretación dos xestos como medio de comunicación en usos sociais).
 - Estudo do ámbito de aplicación dos usos sociais: comportamento persoal e vida en sociedade (clasificación dos actos e reunións sociais).
 - Repercusión da multiculturalidade nos usos sociais: características e factores diferenciais. Implicacións no comportamento social.
 - Figura do/da asesor/ora en usos sociais: campo de actuación.
 - Técnicas para detectar características, necesidades e demandas da clientela en usos sociais.
 - Rexistro e control da información.
- BC2. Determinación de usos e normas protocolarias nas relacións sociais.
- Relacións sociais.
 - Etiqueta social, persoal, laboral, etc. Normas de comportamento en sociedade: aspectos positivos e negativos. Normas de comportamento na vía pública, nos transportes públicos e nos espazos públicos, e urbanidade ao volante. Aplicación da etiqueta social no vestir: etiqueta feminina e masculina; importancia da imaxe persoal; conceptos de elegancia e extravagancia.
 - Técnicas protocolarias en usos sociais elementais.
 - Normas protocolarias nas visitas. Visitas persoais. Visitas concertadas. Atención ás visitas. Criterios de selección do momento e da duración da visita. Normas de actuación en visitas singulares: inesperadas, a persoas enfermas, de pésame, etc.



- Comportamento social relacionado cos regalos. Tipos de regalos. Criterios de elección: adecuación do regalo ás circunstancias persoais, sociais e laborais. Presentación e entrega de regalos, e comportamento na súa recepción.

- Comportamento no ámbito laboral. Protocolo social nas relacións laborais. Xerarquía no traballo. Diferenzas xerárquicas. Convivencia laboral.

BC3. Determinación dos usos sociais ligados á presentación e á comunicación persoal.

- Saúdos: modelos en distintos ámbitos, países e culturas. Tratamentos. Proxemia.

- Invitacións: tipos principais. Resposta ás invitacións.

- Presentacións: elementos de presentación; presentación de familiares; presentación en sociedade e na vida profesional; autopresentación; tarxetas de presentación; despedida.

- Correspondencia: normas de cortesía e linguaxe. Elementos soporte: papel de carta, papel timbrado e sobres. Tipos de correspondencia: cartas persoais, correspondencia comercial, cartas postais, felicitacións escritas e outros documentos (informes e memorandos).

- Protocolo nos documentos escritos na internet. Comunicación a través das novas tecnoloxías. Etiqueta na rede.

- Linguaxe e códigos en usos sociais. Arte de conversar en sociedade. Linguaxe coloquial: expresións que se deben evitar. Conversas na mesa. Conversas telefónicas e a través de videoconferencia.

- Adestramento de habilidades sociais en actos relacionados coa presentación e coa comunicación: pautas e consellos.

BC4. Caracterización dos usos sociais na mesa.

- Habilidades sociais na mesa: comportamento; uso dos elementos (panos de mesa, cubertos, vasos, copas, etc.); arte de servir e trinchar; maneiras de tomar os alimentos.

- Preparación da mesa: decoración da mesa; orde dos seus elementos (louza, cristalaría e cubertos); comensais (tipos, características, clasificación, categoría con respecto ao acto, criterios de colocación e particularidades dos/das comensais infantís).



- Elección do menú e da hora. Tipos de menús. Menús segundo as características e as condicións das persoas comensais (vexetarianos, aptos segundo criterios relixiosos e de costumes, etc.). Selección de viños.

- Modelos de comportamento en establecementos de restauración. Tendencias actuais na restauración e na elección de menús. Arte de invitar: comidas sociais e de negocios.

- Adestramento de habilidades sociais na mesa: pautas e consellos.

BC5. Elaboración de propostas de asesoramento en usos sociais e/ou organización de actos e reunións sociais.

- Deseño de propostas personalizadas: definición e estrutura.

- Descrición de necesidades e demandas. Análise das variables persoais, sociais e laborais da clientela.

- Avaliación das necesidades en usos sociais e características persoais da linguaxe corporal, oral, etc.

- Determinación dos cambios necesarios en usos sociais.

- A proposta: elaboración e preparación de materiais, e selección do material visual (fotos, esquemas, bosquejos e programas informáticos); relación de medios, espazos e recursos humanos e materiais necesarios para levar a cabo o proxecto (criterios de selección de profesionais colaboradores/as); tipos e características da documentación técnica e económica (orçamento).

- Planificación de accións: cronograma, temporalización e coordinación de traballos.

- Elaboración de propostas en distintos soportes.

- Presentación dunha proposta personalizada. Argumentación da proposta. Técnicas de comunicación.

- Conclusión da proposta: resolución de dúbidas, acordos e autorización do proceso.

- Plan de adestramento nos novos usos sociais.



BC6. Establecemento de pautas de organización de actos e reunións sociais.

- Pautas de organización de reunións no domicilio: concepto e tipos. Recepción na casa. Normas básicas de recepción. Deberes da persoa anfitrioa e das persoas invitadas.

- Pautas de organización de celebracións familiares de carácter civil ou relixioso. Identificación e repartición de actividades e funcións. Comunicación do acto e invitacións. Normas de comportamento das persoas invitadas. Recomendacións sobre vestuario e imaxe persoal.

- Necesidades para a organización de aniversarios. Identificación e repartición de actividades e funcións. Comunicación do acto e invitacións. Deberes da persoa anfitrioa e das persoas invitadas.

- Necesidades organizativas nos funerais. Comunicación do acto. Normas de comportamento. Vestuario de loito.

- Normas de comportamento en actos con autoridades civís, relixiosas e militares.

- Necesidades organizativas noutros actos protocolarios non oficiais: presentación en sociedade, actos culturais (exposicións, concertos, etc.), eventos deportivos, etc. Normas de comportamento.

BC7. Organización de eventos singulares.

- Pautas de organización de banquetes: definición e características. Tipos de banquetes protocolarios. Persoas invitadas e precedencia. Colocación de comensais. Elaboración de documentos asociados ao banquete: invitacións, minutas, tarxetas de comensais, etc. O menú e as súas características: deseño, tipos e connotacións culturais e relixiosas.

- Figura do/da organizador/ora de vodas: funcións, perfil profesional e habilidades necesarias.

- Tipos de cerimonia de vodas (civís, relixiosas, etc.): características e diferenzas rexionais, relixiosas, étnicas, etc. Petición de man.

- Organización do lugar da voda: decoración e accesibilidade.



- Cerimonia de voda: aspectos que se deben considerar antes, no seu transcurso e despois. Criterios para a colocación de asistentes. Distribución da mesa nupcial e a das persoas invitadas.

- Regalos, recordatorios e listas de voda.

- Necesidades asociadas á planificación da voda: vestuario, vehículo, música, fotografía e vídeo, aloxamentos, viaxe de noivos, etc.

- Segundas cerimonias nupciais.

- Necesidades organizativas doutros eventos singulares: festas, bailes, exhibicións de arte, etc.

1.7.3. Orientacións pedagóxicas.

Este módulo profesional contén a formación necesaria para desempeñar as funcións de asesoramento en usos e habilidades sociais, e de organización de eventos singulares segundo as demandas da clientela.

Estas funcións abranguen aspectos como:

- Determinación dos usos sociais.
- Caracterización das habilidades sociais persoais con repercusión na imaxe.
- Estudo dos usos sociais segundo diferentes situacións.
- Aplicación das habilidades sociais en situacións concretas.
- Identificación das habilidades sociais e a súa aplicación no ámbito laboral.
- Organización de eventos ligados aos usos sociais, como vodas, banquetes, etc.

As actividades profesionais asociadas a esta función aplícanse en:

- Organización e realización de procesos de información e asistencia para o asesoramento en usos sociais.

- Prestación de servizos na organización de actos e reunións sociais.



A formación do módulo contribúe a alcanzar os obxectivos xerais d), f), g), h), s) e x) do ciclo formativo e as competencias d), f), n) e q).

As liñas de actuación no proceso de ensino e aprendizaxe que permiten alcanzar os obxectivos do módulo versarán sobre:

- Aplicación de métodos de observación para determinar as habilidades sociais.
- Organización e planificación dos recursos necesarios para poder realizar un asesoramento en habilidades sociais.
- Elaboración e presentación de propostas personalizadas de asesoramento en habilidades sociais.
- Proposta de modelos de adestramento en habilidades sociais.
- 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 aprendizaxe e criterios de avaliación.

- RA1. Elabora o protocolo de actuación do/da asesor/ora de estética identificando o seu campo de actuación.
 - CA1.1. Identifícase o campo de actuación do/da asesor/ora de estética no ámbito da imaxe persoal.
 - CA1.2. Elaborouse un manual de estilos.
 - CA1.3. Recoñécese a lexislación referente á propiedade intelectual.
 - CA1.4. Elaboráronse os protocolos de actuación de asesoría estética.



- CA1.5. Especificáronse as fases de actuación do/da asesor/ora de imaxe en coidados estéticos e maquillaxe.
- CA1.6. Establecéronse os criterios de selección da información para a asesoría estética.
- CA1.7. Aplicáronse métodos para a clasificación e o arquivamento da documentación.
- CA1.8. Aplicáronse técnicas de comunicación na fase de toma de datos.
- CA1.9. Aplicáronse protocolos de estudo estético da clientela identificando as súas demandas e necesidades.
- CA1.10. Determináronse os métodos para detectar as necesidades e as demandas da persoa usuaria.
- CA1.11. Aplicáronse pautas para o asesoramento á clientela sobre coidados estéticos e de maquillaxe.
- CA1.12. Clasificouse a información tematicamente.
- CA1.13. Estableceuse o rexistro da información en diferentes formatos.
- CA1.14. Elaborouse o expediente de profesionais colaboradores/as.
- CA1.15. Aplicáronse criterios para realizar o seguimento e o control do traballo técnico realizado.
- RA2. Realiza o estudo da imaxe física para a asesoría estética aplicando técnicas de análise da pel e da morfoloxía corporal.
 - CA2.1. Preparouse o espazo de traballo.
 - CA2.2. Aplicáronse medidas de atención e preparación da clientela.
 - CA2.3. Establecéronse os sistemas de comunicación con diferentes profesionais.
 - CA2.4. Aplicáronse técnicas para identificar as demandas e as necesidades da clientela.



- CA2.5. Establecéronse os métodos para a realización da análise facial e corporal.
- CA2.6. Xustificáronse os criterios de selección dos equipamentos e dos medios técnicos para o estudo estético.
- CA2.7. Manexáronse os equipamentos para a análise estética.
- CA2.8. Identificáronse as alteracións da pel e dos seus anexos con repercusión na imaxe persoal.
- CA2.9. Identificáronse as alteracións estéticas corporais.
- CA2.10. Responsabilizouse da aplicación de normas de seguridade e hixiene nos procesos de análise.
- CA2.11. Interpretáronse os resultados obtidos na análise da imaxe.
- CA2.12. Establecéronse os criterios para a derivación a diferentes profesionais.
- CA2.13. Formalizáronse as fichas de rexistro dos datos obtidos na análise.
- CA2.14. Organizouse a documentación segundo os criterios establecidos.
- RA3. Determina os tratamentos faciais e corporais para o asesoramento estético analizando as técnicas empregadas.
 - CA3.1. Determináronse os tratamentos estéticos faciais e corporais para o asesoramento estético.
 - CA3.2. Identificáronse as técnicas para a eliminación e a descoloración da peluxe.
 - CA3.3. Seleccionáronse os coidados e os tratamentos estéticos das mans e dos pés.
 - CA3.4. Relacionáronse os tratamentos de medicina e cirurxía estética coas alteracións que poden corrixir.
 - CA3.5. Determináronse os criterios de asesoramento e derivación a profesionais especialistas.
 - CA3.6. Identificáronse as aplicacións das técnicas electroestéticas, mecánicas, fototerápicas, etc. e os seus criterios de selección.



- CA3.7. Especificáronse as técnicas manuais asociadas aos tratamentos estéticos.
- CA3.8. Seleccionáronse cosméticos de tratamento facial e corporal.
- CA3.9. Determináronse as técnicas hidrotermais con aplicación nos tratamentos faciais e corporais.
- RA4. Realiza o estudo morfolóxico do rostro para o asesoramento en estilos de maquillaxe, aplicando técnicas de visaxismo, e determina as súas características.
 - CA4.1. Representouse graficamente o canon da cabeza humana.
 - CA4.2. Analizáronse os elementos e as características físicas do rostro.
 - CA4.3. Determináronse os tipos de óvalos e as súas correccións a través da maquillaxe.
 - CA4.4. Realizáronse deseños gráficos dos tipos de óvalos e faccións.
 - CA4.5. Relacionáronse as desproporcións do rostro coa súa corrección a través da maquillaxe e/ou técnicas de micropigmentación.
 - CA4.6. Elaborouse a ficha de visaxismo.
 - CA4.7. Establecéronse os criterios para determinar a harmonía da cor da maquillaxe.
 - CA4.8. Xustificouse a elección da cor para a harmonía na maquillaxe.
 - CA4.9. Relacionáronse as características do estilo de maquillaxe cos actos sociais.
 - CA4.10. Aplicáronse técnicas de debuxo e ferramentas informáticas para o deseño de bosquejos de cambios de estilo.
- RA5. Aplica técnicas de automaquillaxe adaptadas á morfoloxía e ás circunstancias sociolaborais.
 - CA5.1. Xustificáronse as operacións previas á automaquillaxe.
 - CA5.2. Realizáronse o deseño e a corrección das cellas.



- CA5.3. Determináronse os criterios para a elección dos cosméticos de maquillaxe segundo o ton e a textura.
- CA5.4. Relacionáronse os tipos de cosméticos de maquillaxe co modo de aplicación.
- CA5.5. Aplicáronse cosméticos de maquillaxe mediante técnicas de batedura, arrastre, esfumaxe, delineación, etc.
- CA5.6. Aplicáronse as correccións no propio rostro.
- CA5.7. Seleccionáronse técnicas para a maquillaxe dos ollos.
- CA5.8. Recoñeceuse a forma de corrección dos beizos e dos pómulos segundo a morfoloxía do propio rostro.
- CA5.9. Realizáronse diferentes estilos de maquillaxe segundo a idade e a circunstancia.
- CA5.10. Responsabilizouse da aplicación de normas de seguridade e hixiene nos procesos de maquillaxe.
- RA6. Elabora propostas personalizadas de cambios de imaxe a través de tratamentos estéticos e maquillaxe, con planificación das fases para a súa realización.
 - CA6.1. Estableceuse a estrutura da proposta.
 - CA6.2. Valoráronse variables persoais e sociolaborais, e os resultados do estudo da imaxe persoal.
 - CA6.3. Recoñecéronse os criterios para seleccionar profesionais colaboradores/as.
 - CA6.4. Seleccionáronse as técnicas e os tratamentos faciais, corporais ou asociados a tratamentos de cirurxía estética, maquillaxes e micropigmentación, para o cambio de imaxe.
 - CA6.5. Realizáronse bosquejos de estilos de maquillaxe.
 - CA6.6. Deseñáronse bosquejos de cambios de imaxe a través da maquillaxe e dos cuidados estéticos.



– CA6.7. Especificáronse medios, espazos e recursos humanos e materiais necesarios para levar a cabo o cambio de imaxe.

– CA6.8. Programáronse a secuencia e a temporalización para o cambio de imaxe.

– CA6.9. Seleccionouse o formato de presentación da proposta personalizada.

– CA6.10. Presentouse a proposta personalizada en asesoría estética.

• RA7. Establece pautas para o mantemento da nova imaxe deseñando actividades de adestramento en maquillaxe e coidados estéticos.

– CA7.1. Establecéronse as actividades para a formación da clientela en coidados estéticos e maquillaxe.

– CA7.2. Especificáronse as técnicas para a realización da hixiene e preparación da pel.

– CA7.3. Seleccionáronse cosméticos de hixiene, mantemento, protección e tratamentos faciais e corporais de uso persoal.

– CA7.4. Orientouse na selección de cosméticos decorativos.

– CA7.5. Aplicáronse cosméticos decorativos.

– CA7.6. Manexáronse os utensilios de maquillaxe.

– CA7.7. Realizouse o adestramento en automaquillaxe.

– CA7.8. Recoñeceuse a importancia dos plans de formación da clientela para o mantemento da imaxe.

– CA7.9. Identificáronse as técnicas de mantemento dos tratamentos estéticos e de medicina estética.

1.8.2. Contidos básicos.

BC1. Elaboración do protocolo de actuación do/da asesor/ora de estética.

• Campo de actuación do/da asesor/ora de imaxe: asesoría dos coidados estéticos. Asesoramento en actos e eventos. Asesoramento puntual para evento (persoal, profesional,



pasarela e moda, etc.). Asesoramento estético para os medios audiovisuais e de moda. Cambio de *look* total a través de novos estilos de maquillaxe.

- Elaboración dun manual de estilos: fontes documentais de estilos, maquillaxe tipo, estilismos que modifican a imaxe, maquilladores/as famosos/as e tendencias que marcan moda.

- Aplicación da Lei de propiedade intelectual: dereitos de autoría.

- Protocolos de asesoría de estética. Fases de actuación do/da asesor/ora de imaxe en coidados estéticos e maquillaxe.

- Fase de documentación: métodos de obtención da información (estratexias de procura e criterios de selección); métodos de organización e integración dos resultados da procura (análise e clasificación da información); expediente de colaboradores/as profesionais (criterios para a elaboración e a actualización de ficheiros de especialistas de estética, peiteado, dermatoloxía, cirurxía estética, endocrinoloxía, oftalmoloxía e estomatoloxía).

- Fase de análise das características, das necesidades e das demandas das persoas usuarias e do seu contorno. Técnicas de comunicación para a toma de datos. Protocolo para o estudo da clientela.

- Fase de asesoramento en coidados estéticos e maquillaxe: determinación de cambios de imaxe; elaboración e presentación de propostas; establecemento de pautas para o mantemento.

- Fase de avaliación e control: supervisión das realizacións técnicas.

BC2. Realización do estudo da imaxe física para a asesoría estética.

- Preparación da área de traballo. Adecuación da cabina. Hixiene e mantemento.

- Técnicas de preparación do/da profesional, e de acomodación e preparación da clientela. Comportamento fronte á clientela, aos/ás compañeiros/as de traballo e aos/ás superiores. Atención á clientela: técnicas de comunicación.

- Aplicación de protocolos de técnicas de análise facial e corporal. Fases do proceso. Métodos para a exploración. Técnicas para detectar demandas, necesidades e expectativas da persoa usuaria.



- Manexo de equipamentos para a análise estética: clasificación; técnicas de aplicación; precaucións; criterios de selección; normas de mantemento. Seguridade e hixiene nos procesos de análise facial e corporal.

- Identificación do estado da pel e dos anexos. Identificación de alteracións cutáneas faciais con repercusión na imaxe persoal.

- Identificación do tipo de pel: clasificación e características dos tipos de pel.

- Identificación de alteracións estéticas corporais: celulite, obesidade, estrías, flaccidez, peluxe, etc.

- Interpretación de resultados e valoración profesional.

- Criterios para a derivación a profesionais de cirurxía estética, de odontoloxía, dietistas, de dermatoloxía, etc.

- Documentación técnica: historial estético. Ficha para a análise da pel. Ficha para a exploración corporal. Ficha con pautas de aplicación de cosméticos recomendados. Informes para derivación a profesionais. Consentimento informado.

- Rexistro e control da documentación. Confidencialidade.

BC3. Determinación dos tratamentos faciais e corporais para o asesoramento estético.

- Tratamentos estéticos faciais e corporais: clasificación (hidratantes, seborreguladores, despigmentantes, preventivos e paliativos do avellentamento cutáneo, redutores, reafirmantes, da circulación periférica, etc.), indicacións e criterios de selección.

- Tratamentos para a eliminación e a descoloración da peluxe: técnicas de depilación mecánica e eléctrica, de fotodepilación e de descoloración da peluxe. Indicacións, contra-indicacións e criterios de selección.

- Coidados das mans e dos pés (manicura, pedicura e uñas artificiais): indicacións. Tratamentos de mans e pés: indicacións e criterios de selección.

- Medicina e cirurxía estética. Clasificación de tratamentos médico-estéticos e de cirurxía estética: indicacións; criterios de asesoramento e derivación a profesionais especialistas.



- Técnicas electroestéticas, mecánicas, fototerápicas, etc.: clasificación, indicacións e contraindicacións, efectos, aplicacións e criterios de selección.

- Técnicas manuais: clasificación, efectos, indicacións e criterios de selección.

- Técnicas cosmetolóxicas: clasificación e criterios de selección.

- Técnicas hidrotermais: clasificación, efectos, indicacións e criterios de selección.

BC4. Realización do estudo morfolóxico do rostro para o asesoramento en estilos de maquillaxe.

- Estudo do rostro e da cabeza humana: proporcións, faccións e simetrías. Representación gráfica.

- Xeometría do rostro: tipos de óvalo.

- Estudo dos elementos do rostro: cellas, ollos, nariz, boca, pómulos, queixo e fronte.

- Harmonía da cor da pel, dos ollos, do pelo e das cellas para a selección de cosméticos de maquillaxe.

- Ficha de visaxismo.

- Cor na maquillaxe: aplicación do círculo cromático; cores cálidas e frías; harmonía e contraste de cores.

- Influencia das cores da maquillaxe na imaxe persoal. Aspectos relacionados coa maquillaxe: idade e personalidade, momento e circunstancias, indumentaria, etc.

- Técnicas de visaxismo: correccións do rostro a través da maquillaxe. Técnica do claro-escuro. Disposición de liñas.

- Tipos de estilos de maquillaxe: características dos estilos e relación cos actos sociais.

- Bosquexos de cambios de estilo de maquillaxe.

- Aplicación de técnicas de debuxo: iniciación ás técnicas de expresión gráfica.

- Aplicación de ferramentas informáticas. Manexo de programas actuais.



BC5. Aplicación de técnicas de automaquillaxe.

- Selección de cosméticos decorativos: clasificación, tipos e formas de presentación. Tons e texturas.

- Selección de utensilios e materiais: tipos e características.

- Técnicas previas á aplicación de maquillaxe: desmaquillaxe e preparación da pel.

- Técnicas de corrección e deseño personalizado das cellas.

- Técnicas de aplicación de produtos cosméticos decorativos. Maquillaxe de fondo: técnica de batedura, arrastre e esfumaxe. Parámetros que se deben ter en conta para a aplicación de bases de maquillaxe, pos, colorete, correctores, sombras e deliñadores cosméticos labiais: zonas de aplicación, dirección, material de aplicación, cor, manobras, etc.

- Técnicas de aplicación de correccións no rostro mediante a maquillaxe.

- Maquillaxe de ollos, de beizos e de pómulos.

- Proceso de realización dos estilos de maquillaxe e a súa adecuación ao/á modelo, ao sexo, á idade e á circunstancia: fases e secuencia.

- Seguridade e hixiene nos procesos de maquillaxe.

BC6. Elaboración de propostas personalizadas de cambios de imaxe a través de tratamentos estéticos e maquillaxe.

- Estrutura específica da proposta. Descrición de necesidades e demandas. Variables persoais e sociolaborais: estilos de vida, personalidade, características estéticas, acontecementos, ámbito laboral, etc. Interpretación de informes profesionais. Valoración dos resultados do estudo da imaxe persoal (características que se deben potenciar e/ou modificar). Caracterización do novo estilo. Relación dos traballos técnicos de estética e maquillaxe necesarios para o cambio de imaxe. Selección de tratamentos e coidados estéticos faciais e corporais. Selección de tratamentos asociados a técnicas de cirurxía e medicina estética. Selección de estilos de maquillaxe. Selección do tipo de maquillaxe permanente.

- Documentación técnica anexa á proposta: tipos e características.



- Elaboración de deseños gráficos e fotográficos: os bosquexos sobre estilos de maquillaxe.

- Medios, espazos, recursos humanos e materiais necesarios para levar a cabo o proxecto.

- Planificación de accións: calendario de actuación, temporalización e coordinación de traballos.

- Presentación da proposta personalizada. Orientación económica. Conclusión da proposta.

BC7. Establecemento de pautas para o mantemento da nova imaxe.

- Plan de actividades para a formación da clientela en coidados estéticos.

- Técnicas para a hixiene e a preparación da pel.

- Coidados de hixiene, mantemento, protección e tratamentos faciais e corporais de uso persoal.

- Pautas de orientación na selección de cosméticos decorativos: cor, textura e zona de aplicación. Pautas de aplicación, manipulación e conservación. Set básico de maquillaxe.

- Automaquillaxe: estudo e valoración do rostro, do estilo, da personalidade, do momento e das circunstancias. Preparación e coidados básicos da pel.

- Adestramento para o manexo de utensilios para a automaquillaxe.

- Aplicación da automaquillaxe.

- Técnicas de finalización da automaquillaxe.

- Pautas de coidados posteriores aos tratamentos estéticos de cambio de imaxe.

1.8.3. Orientacións pedagóxicas.

Este módulo profesional contén a formación necesaria para desempeñar a función de asesoramento en coidados estéticos e maquillaxe.



Esta función abrangue aspectos como:

- Elaboración de documentación técnica.
- Exploración e estudo facial e corporal.
- Diferenciación das técnicas estéticas para o coidado facial e corporal.
- Recoñecemento das aplicacións das técnicas electroestéticas.
- Identificación dos tipos de maquillaxe.
- Determinación das técnicas de automaquillaxe.
- Organización e actualización de ficheiros.
- Pautas de orientación para a selección e a aplicación de cosméticos e coidados persoais.

As actividades profesionais asociadas a esta función aplícanse en protocolos de asesoramento en coidados estéticos e en maquillaxe, e en procesos de automaquillaxe.

A formación do módulo contribúe a lograr os obxectivos xerais b), c), d), j), k), l), q), r), s), t), u), v) e x) do ciclo formativo e as competencias b), c), d), h), i), m), n), ñ), o), p) e q).

As liñas de actuación no proceso ensino e aprendizaxe que permiten alcanzar os obxectivos do módulo versarán sobre:

- Identificación das necesidades ou demandas da persoa usuaria.
- Realización do estudo estético.
- Asesoramento sobre tratamentos estéticos, faciais e corporais.
- Asesoramento en maquillaxe.
- Asesoramento en cambios de imaxe.
- Selección e aplicación de cosméticos para a automaquillaxe.



– Elaboración de propostas personalizadas de asesoría.

– Determinación de pautas para a selección e aplicación de cosméticos e coidados persoais.

1.9. Módulo profesional: Habilidades comunicativas.

• Equivalencia en créditos ECTS: 7.

• Código: MP1188.

• Duración: 133 horas.

1.9.1. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación.

• RA1. Caracteriza os tipos de comunicación identificando os elementos que interveñen no proceso.

– CA1.1. Identifícanse os elementos que interveñen no proceso de comunicación.

– CA1.2. Analizáronse as ferramentas propias da comunicación escrita analizando a súa estrutura e o seu vocabulario.

– CA1.3. Especificáronse as novas técnicas de comunicación escritas (correo electrónico, SMS, etc.).

– CA1.4. Analizouse a comunicación verbal e non verbal.

– CA1.5. Analizáronse as ferramentas propias da comunicación oral.

– CA1.6. Identifícanse as pautas para o desenvolvemento dunha adecuada comunicación non verbal.

– CA1.7. Establecéronse as diferenzas entre a comunicación interpersonal, social e laboral.

– CA1.8. Determinouse a linguaxe que se vai empregar en distintos tipos de comunicación pública (discurso, entrevista, actos protocolarios, sociais, etc.).

– CA1.9. Identifícanse os tipos de público.



- CA1.10. Valoráronse as novidades en técnicas de comunicación.
- CA1.11. Establecéronse as características da imaxe persoal que inflúen na comunicación.
 - RA2. Elabora o plan de actuación do/da asesor/ora en técnicas de comunicación identificando o seu campo de traballo.
 - CA2.1. Especificáronse a estrutura e os elementos que debe incluír un plan de asesoramiento en técnicas de comunicación.
 - CA2.2. Determináronse as fases de actuación do/da asesor/ora de habilidades comunicativas.
 - CA2.3. Identificouse e describiuse a documentación técnica necesaria para a análise das características, das necesidades e das demandas da persoa usuaria e do seu contorno.
 - CA2.4. Especificáronse a temporalización e os medios técnicos do plan.
 - CA2.5. Elaborouse o expediente de profesionais colaboradores/as.
 - CA2.6. Realizouse un plan de intervención para a mellora de habilidades comunicativas e determináronse os obxectivos e os medios técnicos utilizados.
 - CA2.7. Planificáronse as actividades que se realizarán para conseguir a mellora das habilidades comunicativas.
 - CA2.8. Identificáronse os aspectos da imaxe que inflúen na comunicación.
 - CA2.9. Establecéronse pautas para realizar o seguimento do proceso e detectar desviacións, e propuxéronse as correccións oportunas.
 - CA2.10. Determinouse o campo de actuación do/da asesor/ora.
 - RA3. Aplica técnicas de análise das habilidades comunicativas utilizando cuestionarios e procedementos de observación.
 - CA3.1. Especificouse a metodoloxía para a análise das habilidades comunicativas da clientela ou das persoas usuarias.



- CA3.2. Utilizáronse medios audiovisuais para realizar a análise en comunicación.
- CA3.3. Establecéronse as pautas para realizar a entrevista co/coa cliente/a e detectar as súas necesidades.
- CA3.4. Realizáronse gravacións de audio e vídeo, e analizáronse os xestos, o ton de voz, o ritmo e a intensidade da expresión oral e outros factores.
- CA3.5. Analizáronse os elementos que interveñen nos ámbitos persoais, sociais, culturais e profesionais da persoa usuaria.
- CA3.6. Formalizouse a documentación e rexistráronse os datos na ficha persoal.
- CA3.7. Observáronse e analizáronse as habilidades comunicativas do/da cliente/a mediante a observación visual.
- CA3.8. Identificáronse na persoa usuaria os aspectos da comunicación que cómpre potenciar, modificar ou adquirir.
- CA3.9. Analizáronse os rexistros de comunicación correspondentes a cada situación.
- CA3.10. Rexistrouse a información garantindo o cumprimento da Lei de protección de datos de carácter persoal.
- RA4. Presenta propostas técnicas de comunicación definindo as fases de elaboración.
 - CA4.1. Determináronse a estrutura e a información que conforma a proposta de asesoría en técnicas de comunicación.
 - CA4.2. Identificáronse os factores que condicionan ou modifican a proposta.
 - CA4.3. Establecéronse pautas para personalizar a proposta segundo as necesidades da clientela.
 - CA4.4. Diferenciáronse os tipos de soportes que se poden empregar para a elaboración da proposta.
 - CA4.5. Utilizáronse soportes de diferentes tipos para elaborar as propostas.



- CA4.6. Presentouse a proposta empregando a comunicación oral e escrita.
- CA4.7. Especificáronse os mecanismos para resolver as dúbidas presentadas.
- CA4.8. Formalizouse o documento para a autorización do proceso.
- RA5. Aplica técnicas de adestramento en comunicación e adáptaa ás necesidades da persoa usuaria.
 - CA5.1. Establecéronse as actividades para mellorar a comunicación interpersonal.
 - CA5.2. Especificáronse as actividades para mellorar a comunicación social e profesional.
 - CA5.3. Establecéronse as pautas para realizar diferentes tipos de comparecencias e intervencións ante público e audiencias.
 - CA5.4. Identificáronse as características das comparecencias e das intervencións que inflúen na imaxe.
 - CA5.5. Determináronse as actividades para modificar a comunicación escrita, oral e/ou xestual.
 - CA5.6. Aplicáronse técnicas de comunicación para falar en público.
 - CA5.7. Elaboráronse documentos escritos aplicando criterios lingüísticos e de estilo.
 - CA5.8. Realizáronse exposicións orais e analizáronse a súa estrutura e a linguaxe empregada.
 - CA5.9. Realizáronse actividades de adestramento con distintas ferramentas de comunicación.
 - CA5.10. Establecéronse os parámetros para realizar o seguimento e a avaliación da asesoría en comunicación.
- RA6. Aplica técnicas de asesoramento para a comparecencia nos medios de comunicación e analiza as súas características.
 - CA6.1. Especificáronse os tipos e as funcións dos medios de comunicación.



- CA6.2. Identificáronse as características dos medios que inflúen na comunicación.
- CA6.3. Valorouse a influencia da imaxe en diferentes medios.
- CA6.4. Xustificáronse as habilidades comunicativas como ferramenta para transmitir unha imaxe.
- CA6.5. Identificáronse os tipos de mensaxes que se poden transmitir a través dos medios de comunicación.
- CA6.6. Caracterizouse a linguaxe verbal e non verbal nos medios (dicción, expresión, tipos de oracións, etc.).
- CA6.7. Asesorouse sobre a linguaxe que cómpre utilizar segundo o medio (audiovisual, gráfico, etc.) e o tipo de intervención.
- CA6.8. Relacionouse a imaxe persoal coa comunicación a través de diferentes medios de comunicación.
- CA6.9. Relacionouse o tipo de público co medio que cómpre empregar e determinouse o tipo de linguaxe que deba utilizarse.

1.9.2. Contidos básicos.

BC1. Caracterización dos tipos de comunicación.

- Comunicación: aspectos xerais; elementos da comunicación.
- Comunicación escrita: ferramentas de escritura; estrutura e vocabulario.
- Novas técnicas e novos medios de comunicación escrita: correo electrónico, SMS, MMS, blogs, etc. Importancia na comunicación da etiqueta na rede.
- Comunicación verbal: ferramentas da expresión oral.
- Comunicación non verbal: expresión corporal, facial, das mans, etc.
- Comunicación interpersonal, social e laboral: características e tipos.
- Comunicación pública: características. Tipos de público. Linguaxe na comunicación pública: discursos, entrevistas, actos protocolarios e sociais, etc.



- Técnicas de comunicación na actualidade: *couching*, etc.

- Imaxe persoal e comunicación.

BC2. Elaboración do plan de actuación do/da asesor/ora en técnicas de comunicación.

- Plan xeral de asesoramento en técnicas de comunicación: estrutura e elementos. Fases de actuación do/da asesor/ora de habilidades comunicativas.

- Fase de documentación. Métodos de obtención da información. Expediente de colaboradores/as profesionais: criterios para a elaboración e a actualización de ficheiros de especialistas.

- Fase de análise das características, as necesidades e as demandas da persoa usuaria e do seu contorno.

- Fase de desenvolvemento: plan de intervención para a mellora de habilidades de comunicación en distintos ámbitos de actuación: obxectivos, medios técnicos, temporalización e planificación de actividades. Elementos da imaxe que inflúen na comunicación.

- Fase de avaliación e control: pautas para realizar o seguimento do plan e evitar desviacións.

- Campo de actuación do/da asesor/ora.

BC3. Aplicación de técnicas de análise das habilidades comunicativas.

- Métodos para a análise das habilidades comunicativas. Observación directa da clientela. Observación a través de medios audiovisuais.

- Análise dos elementos que interveñen na comunicación.

- Análise dos elementos que interveñen en distintos ámbitos de actuación: persoal, social, cultural e profesional.

- Detección das necesidades e das demandas da clientela: entrevista persoal.

- Ficha do/da cliente/a: datos persoais, profesionais e técnicos.



- Estudo previo do/da cliente/a a través de gravacións de vídeo e audio. Análise xestual, do ton de voz, do ritmo e a intensidade da expresión oral, etc.

- Conclusións resultantes do proceso de análise: carencias na área de comunicación; técnicas de comunicación que cómpre potenciar, modificar ou adquirir.

- Rexistro e control da información. Formalización e custodia da documentación.

BC4. Presentación da proposta técnica de comunicación.

- Proposta de asesoría en técnicas de comunicación: estrutura, información e secuencia. Factores que condicionan ou modifican a proposta. Propostas personalizadas.

- Tipos de soportes para a elaboración e preparación de documentos: papel, medios informáticos, medios audiovisuais, etc.

- Elaboración da proposta en diferentes tipos de soportes.

- Técnicas de comunicación da proposta ou do plan de actuación. Vantaxes e desvantaxes da comunicación oral e escrita.

- Técnicas para a resolución de dúbidas.

- Formalización de documentación: acordos e autorización do proceso.

BC5. Aplicación de técnicas de adestramento en comunicación.

- Actividades para desenvolver habilidades comunicativas persoais e interpersoais, sociais e profesionais.

- Comparecencias ante público e audiencias: técnica vocal, personalidade e mensaxe. Tipos de comparecencias: oficiais, privadas, etc.

- Características das comparecencias e das intervencións en público que condicionan a imaxe.

- Falar en público: técnicas e estratexias para mellorar as habilidades.

- Actividades para a modificación da comunicación escrita, oral e/ou xestual: elaboración de documentos escritos (cartas, tarxetas, etc.); elaboración de exposicións orais (presenta-



cións, conferencias, entrevistas, etc.), con análise da estrutura e da linguaxe empregada, e métodos para potenciar os recursos expresivos.

- Actividades para a modificación dos elementos da imaxe que inflúen na comunicación. Importancia da vestimenta, a cor, a luz, etc.

- Adestramento en ferramentas da comunicación (teléfono, fax, comunicacións escritas, internet, correo electrónico, blogs, páxinas web, etc.): tipos de linguaxe e técnicas que se deben empregar.

- Técnicas de seguimento do proceso de asesoría en comunicación. Avaliación do proceso.

BC6. Aplicación de técnicas de asesoramento para a comparecencia en medios de comunicación.

- Medios de comunicación: tipos (masivos e interpersoais) e funcións.
- Características dos medios con influencia na comunicación.
- Comunicación en diferentes medios (radio, televisión, cine, publicidade, prensa, videoconferencias, internet, etc.).
- Tipos de mensaxes en diversos medios de comunicación.
- Imaxe na comunicación ante os medios. Elementos visuais que inflúen na comunicación. Características dos medios que condicionan a imaxe.
- Características da linguaxe verbal e non verbal nos medios de comunicación.
- Adaptación da mensaxe e da linguaxe ao tipo de público e ao medio de comunicación.

1.9.3. Orientacións pedagóxicas.

Este módulo profesional contén a formación necesaria para desempeñar a función de asesoramento sobre habilidades de comunicación.

Esta función abrangue aspectos como:

- Caracterización dos tipos de comunicación.



– Aplicación de procedementos de análise para detectar as necesidades da clientela en técnicas de comunicación.

– Organización do plan de actuación.

– Presentación da proposta de asesoría.

– Aplicación de técnicas de adestramento nas técnicas de comunicación.

– Asesoramento para comparecer en distintos medios de comunicación.

As actividades profesionais asociadas a esta función aplícanse en:

– Organización e realización de procesos de información e asistencia para o asesoramento en habilidades comunicativas.

– Prestación de servizos de asesoramento en comparecencias públicas e privadas, e en medios de comunicación.

A formación do módulo contribúe a alcanzar os obxectivos xerais b), c), d), e) e q) do ciclo formativo e as competencias b), c), d), e) e m).

As liñas de actuación no proceso ensino e aprendizaxe que permiten alcanzar os obxectivos do módulo versarán sobre:

– Caracterización dos tipos de comunicación.

– Aplicación de procedementos de análise.

– Organización do asesoramento.

– Presentación da proposta de asesoramento.

– Aplicación de técnicas de adestramento en comunicación.

– Aplicación de técnicas de asesoramento para a comparecencia en medios de comunicación.



1.10. Módulo profesional: Imaxe corporativa.

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

1.10.1. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación.

- RA1. Realiza o estudo da identidade corporativa aplicando técnicas de análise.
 - CA1.1. Identificouse o campo de actuación do/da asesor/ora de imaxe corporativa.
 - CA1.2. Estableceuse o asesoramento en distintos tipos de imaxe (persoal, arquitectónica, loxística, iconográfica, de xestión, etc.).
 - CA1.3. Definíronse a personalidade e a cultura corporativa da organización.
 - CA1.4. Desenvolvéronse habilidades sociais e de interrelación profesional e corporativa para a transmisión da cultura corporativa.
 - CA1.5. Analizouse a ideoloxía corporativa das persoas fundadoras, do equipo directivo e dos/das profesionais da entidade.
 - CA1.6. Relacionouse a filosofía corporativa co produto e/ou o servizo e co seu público.
 - CA1.7. Analizouse a repercusión sobre o público obxectivo e sobre o público potencial.
 - CA1.8. Establecéronse os métodos e as técnicas para realizar a concreción da identidade corporativa (técnica DAFO).
 - CA1.9. Analizáronse imaxes corporativas públicas e privadas nacionais e internacionais.
 - CA1.10. Establecéronse as relacións entre o tipo de entidade e a súa imaxe corporativa.
 - CA1.11. Identificáronse os sistemas de percepción social da imaxe.
 - CA1.12. Analizáronse a percepción social da imaxe e os valores corporativos.



• RA2. Determina os elementos que definen a imaxe corporativa das entidades analizando o seu deseño e os códigos iconolóxicos.

– CA2.1. Caracterizáronse os signos de identificación visual da imaxe corporativa (nome, marca, logotipo, imagotipo, cores corporativas, etc.).

– CA2.2. Analizáronse as aplicacións da identidade gráfica da empresa en varios soportes.

– CA2.3. Establecéronse as liñas de deseño básicas dos elementos visuais da imaxe corporativa.

– CA2.4. Identificáronse os espazos e a arquitectura, e a súa relación coa imaxe corporativa, tendo en conta os estilos e as características dos materiais empregados, así como o tipo de decoración utilizado.

– CA2.5. Aplícase o método iconolóxico á asesoría de imaxe corporativa.

– CA2.6. Identificáronse e clasificáronse os soportes onde se aplican os elementos identificadores da imaxe corporativa.

– CA2.7. Especificouse o simbolismo dos elementos distintivos e o seu deseño.

– CA2.8. Analizouse a evolución nos elementos de identificación e os seus cambios.

• RA3. Determina a imaxe dos colectivos profesionais, identificando os elementos que a forman, e avalía o seu efecto na imaxe corporativa.

– CA3.1. Analizáronse os aspectos da identidade corporativa que van transmitir os colectivos profesionais.

– CA3.2. Realizouse o estudo da imaxe, da expresión, dos estilos e das habilidades de interrelación do equipo de traballo.

– CA3.3. Adecuáronse os elementos, as características e os símbolos para crear a imaxe colectiva.

– CA3.4. Deseñouse a proposta de asesoría de imaxe colectiva.



- CA3.5. Determináronse os/as profesionais colaboradores/as.
- CA3.6. Realizouse o asesoramento en imaxe externa: en peiteado e en automaqui-llaxe.
- CA3.7. Realizouse o asesoramento en expresión oral, xestual e corporal.
- CA3.8. Realizouse o asesoramento en habilidades de comunicación (habilidades de interrelación persoal, social, profesional e corporativa).
- CA3.9. Establecéronse as pautas para a posta en práctica da nova imaxe colectiva e/ou profesional, como os uniformes e outras formas de expresión persoal.
- RA4. Elabora proxectos de asesoría de imaxe corporativa determinando o plan de acción e secuenciando as súas fases.
 - CA4.1. Establecéronse as fases do proxecto de asesoría de imaxe corporativa.
 - CA4.2. Realizouse a fase de investigación e validación da identidade corporativa.
 - CA4.3. Especificáronse as pautas para a posta en práctica da imaxe corporativa en distintos ámbitos e campos de aplicación, así como nos produtos ou servizos.
 - CA4.4. Elaborouse un estudo externo tendo en conta os perfís de mercado, os hábitos e os costumes do público e da competencia.
 - CA4.5. Realizouse un estudo da personalidade corporativa analizando a súa imaxe e concretando a identidade futura.
 - CA4.6. Realizouse o protocolo de imaxe e estilo elaborando o manual de procedemento.
 - CA4.7. Planificouse a fase de mantemento e control.
 - CA4.8. Especificáronse os indicadores de calidade para o mantemento da imaxe corporativa.
 - CA4.9. Elaborouse a documentación técnica e económica da proposta.



- CA4.10. Seleccionáronse as ferramentas e as técnicas para a elaboración do proxecto de asesoría.
- CA4.11. Seleccionáronse o formato de presentación da proposta.
- CA4.12. Elaborouse a proposta en soporte manual e informático.
- CA4.13. Establecéronse as accións e o calendario de actuación para o desenvolvemento do proxecto.
- CA4.14. Elaborouse o orzamento económico.
- CA4.15. Argumentouse a proposta personalizada.
- CA4.16. Seleccionáronse o formato de presentación e o tipo de material.
- CA4.17. Resolvéronse as dúbidas, establecéronse os acordos e concretouse a autorización do proceso.
- RA5. Elabora o manual de imaxe corporativa e adáptao ás características da entidade.
- CA5.1. Establecéronse os obxectivos e a estrutura dos manuais de imaxe corporativa e dos libros de estilo das compañías.
- CA5.2. Determináronse os elementos gráficos de identidade visual (logotipo, isotipo, imagotipo e marca).
- CA5.3. Xustificáronse as normas referidas á aplicación do deseño e á identidade gráfica.
- CA5.4. Recoñeceuse a función comunicativa da identidade visual.
- CA5.5. Identificáronse manuais corporativos de interese para a asesoría de imaxe corporativa.
- CA5.6. Elaboráronse os manuais corporativos dos partidos políticos e os seus elementos identificadores.
- CA5.7. Caracterizáronse os manuais corporativos dos principais medios de comunicación.



- CA5.8. Identificáronse as súas características e as diferenzas entre as opcións.
- CA5.9. Elaboráronse os manuais de estilo en distintos ámbitos da asesoría de imaxe corporativa.
- CA5.10. Estableceuse un mecanismo de seguimento da evolución do manual de imaxe.
- RA6. Pon en práctica as estratexias de comunicación establecendo o plan de actuación e os elementos de promoción corporativa.
 - CA6.1. Establecéronse as políticas de imaxe e comunicación corporativa.
 - CA6.2. Deseñouse un plan de comunicación empresarial.
 - CA6.3. Definíronse os obxectivos, as estratexias, as mensaxes e o calendario de actuación.
 - CA6.4. Avaliáronse os custos e realizouse un seguimento do plan.
 - CA6.5. Determináronse os instrumentos do plan de comunicación empresarial (relacións públicas e campañas de comunicación).
 - CA6.6. Analizáronse a comunicación escrita, as súas estratexias de redacción, os modelos de cartas e os memorandos.
 - CA6.7. Avaliáronse a comunicación verbal, as súas pautas e a estrutura dos discursos.
 - CA6.8. Analizouse a comunicación non verbal.
 - CA6.9. Determináronse as estratexias de prensa.
 - CA6.10. Analizáronse as novas formas de comunicación vinculadas á tecnoloxía.
 - CA6.11. Aplicouse o manual de comunicación estratéxica.
 - CA6.12. Establecéronse pautas de relación cos medios e coas axencias de comunicación.
 - CA6.13. Seleccionáronse os elementos de promoción corporativa.



– CA6.14. Utilizouse a creación de marcas asociadas a valores para lembrar os compromisos da empresa.

– CA6.15. Valorouse a repercusión social das accións de patrocinio e mecenado.

1.10.2. Contidos básicos.

BC1. Realización do estudo da identidade corporativa.

- Campo de actuación do/da asesor/ora de imaxe corporativa: asesoramento en imaxe dos espazos e das persoas, en imaxe iconográfica e cultura corporativa, e en imaxe da xestión.

- Personalidade corporativa da organización. Cultura corporativa.

- Transmisión da cultura corporativa: habilidades sociais e habilidades de interrelación profesional e corporativa.

- Ideoloxía ou filosofía corporativa da organización: ideoloxía das persoas fundadoras (adscripcións e niveis de compromiso), do equipo directivo e dos recursos humanos. Público obxectivo e público potencial.

- Identidade corporativa e institucional: identificación da imaxe corporativa.

- Métodos e técnicas para realizar a concreción da identidade corporativa: argumento corporativo, grella técnica e técnica DAFO.

- Estudo de imaxes corporativas públicas e privadas de ámbito nacional e internacional.

- Relación entre imaxe corporativa e tipos de empresa e/ou entidade.

- Percepción social da imaxe e dos valores corporativos. Análise da percepción.

BC2. Determinación dos elementos que definen a imaxe corporativa das entidades.

- Signos visuais que determinan a imaxe corporativa: nome ou razón social, marca, logotipos, imagotipos, rotulación, tipografía, cores corporativas e firma corporativa.



- Soportes onde se aplican os elementos gráficos corporativos: uniformes, etiquetas, embalaxes, artigos promocionais, vehículos corporativos, elementos multimedia e informáticos, folletos corporativos, catálogos de produtos, etc.

- Liñas de deseño elementais para a creación da identidade gráfica.

- Espazos interiores e exteriores: a arquitectura corporativa. Estilos e materiais. Decoração e escaparates.

- Condicionantes e principios perceptivos da imaxe iconográfica: vinculación sensorial.

- Método iconolóxico aplicado á asesoría de imaxe corporativa.

- Relación entre os elementos identificadores e a filosofía corporativa. Elementos que se van potenciar, neutralizar ou eliminar.

- Simbolismo dos elementos distintivos e o seu deseño: diferenciación coa competencia.

- Evolución dos elementos de identificación.

BC3. Determinación da imaxe dos colectivos profesionais.

- Imaxe corporativa a través dos colectivos profesionais.

- Análise do equipo de profesionais: imaxe, expresión, estilos e habilidades de interrelación.

- Determinación dos elementos, das características e dos símbolos para crear a imaxe colectiva.

- Proposta de asesoría de imaxe colectiva. Pautas para a creación da imaxe colectiva. Profesionais colaboradores/as.

- Asesoramento na transmisión de imaxe corporativa: asesoramento en imaxe externa (peiteado e automaquillaxe), en expresión oral, xestual e corporal, e en habilidades de comunicación (habilidades de interrelación persoal, social, profesional e corporativa).

- Posta en práctica da imaxe colectiva. Imaxe profesional: imaxe externa, uniformes corporativos e novas formas de expresión persoal.



BC4. Elaboración de proxectos de asesoría de imaxe corporativa.

- Asesoría de imaxe corporativa: protocolo de imaxe ou de estilo.
- Fase de investigación e validación da identidade corporativa.
- Análise dos perfís de mercado e dos hábitos e costumes do público e da competencia.
- Estudo da personalidade corporativa.
- Análise da súa imaxe e concreción da identidade futura.
- Fase de posta en práctica da imaxe corporativa en distintos ámbitos e campos de aplicación.
- Fase de mantemento e control da imaxe corporativa: establecemento dos indicadores de calidade.
- Documentación técnica anexa á proposta.
- Ferramentas e técnicas para a elaboración dos proxectos de imaxe corporativa.
- Elaboración de propostas en soporte manual e informático.
- Planificación de accións.
- Documentación económica: elaboración do orzamento.
- Presentación da proposta personalizada.
- Conclusión da proposta: resolución de dúbidas, acordos e autorización do proceso.

BC5. Elaboración do manual de imaxe corporativa.

- Manual de estilo ou manual de imaxe corporativa: estrutura e obxectivos.
- Definición de elementos gráficos de identidade visual: logotipo, imagotipo, isotipo ou símbolo e marca.
- Normas referidas á aplicación do deseño e á identidade gráfica.



- Manuais de estilo en diversos ámbitos de imaxe corporativa.
 - Libros de estilo.
 - Manuais corporativos de interese en asesoría de imaxe corporativa, en partidos políticos, medios de comunicación e outras entidades públicas e privadas.
 - Xestión da imaxe corporativa na comunicación visual.
 - Evolución do manual de imaxe: seguimento, avaliación e propostas de mellora.
- BC6. Posta en práctica de estratexias de comunicación.
- Políticas de imaxe e comunicación empresarial e institucional.
 - Plan de comunicación empresarial: definición de obxectivos, definición de estratexias e mensaxes, calendario de actuación, avaliación de custos e seguimento do plan.
 - Análise e aplicación do plan de comunicación empresarial: comunicación escrita (estratexias de redacción; modelos de cartas e memorandos), comunicación verbal (pautas e estrutura de discursos) e comunicación non verbal; estratexias de prensa; tecnoloxía e comunicación na imaxe corporativa; importancia das redes sociais.
 - Relacións externas con repercusión na imaxe empresarial ou institucional.
 - Relacións cos medios e coas axencias de comunicación: selección da información da empresa e análise da información producida polos medios de comunicación.
 - Promoción institucional e/ou corporativa.
 - Elementos de promoción corporativa. Creación de marcas asociadas a valores.
 - Accións de patrocinio e mecenado: patrocinio deportivo, artístico e cultural, edición de libros, bolsas, proxectos de investigación e premios académicos.
- 1.10.3. Orientacións pedagóxicas.

Este módulo profesional contén a formación necesaria para identificar os elementos responsables da imaxe corporativa e o seu simbolismo. Todos eles contribúen a definir as



características en imaxe dunha entidade, así como as súas estratexias en comunicación co público e a promoción dos seus produtos ou servizos.

As funcións de asesoría en imaxe corporativa abranguen aspectos como:

– Análise da imaxe corporativa, dos seus elementos identificadores, do seu significado e da súa percepción social.

– Identificación da filosofía corporativa.

– Estudo de imaxes corporativas de gran repercusión social.

– Aplicación dos elementos de imaxe corporativa na arquitectura e nos espazos.

– Identificación dos elementos con repercusión na imaxe empresarial e a relación coa liberdade de expresión.

– Elaboración do proxecto en asesoría de imaxe corporativa e do manual de imaxe corporativa.

– Establecemento da relación entre as distincións protocolarias e a súa simboloxía.

– Determinación das estratexias de comunicación e de promoción empresarial.

As actividades profesionais asociadas a esta función aplícanse en:

– Asesoramento á clientela sobre a identidade visual da imaxe corporativa.

– Asesoramento na elección de vestuario para os colectivos profesionais.

– Asesoramento sobre as políticas de comunicación empresarial.

A formación do módulo contribúe a alcanzar os obxectivos xerais c), d), i), j), q), r) e s) do ciclo formativo e as competencias c), d), g), h), m) e n).

As liñas de actuación no proceso de ensino e aprendizaxe que permiten alcanzar os obxectivos do módulo versarán sobre:

– Identificación dos elementos identificativos da imaxe corporativa mediante a análise de imaxes corporativas coñecidas.



– Utilización de fichas, cuestionarios e outros soportes para a obtención de información e síntese de características dos elementos da imaxe corporativa.

– Elaboración de propostas para a realización de asesorías de imaxe corporativa.

– Organización do material no manual de imaxe corporativa.

– Aplicación de estratexias de comunicación e promoción corporativas.

1.11. Módulo profesional: Proxecto de asesoría de imaxe persoal e corporativa.

• Equivalencia en créditos ECTS: 5.

• Código: MP1190.

• Duración: 26 horas.

1.11.1. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación.

• RA1. Identifica necesidades do sector produtivo en relación con proxectos tipo que as poidan satisfacer.

– CA1.1. Clasifícanse as empresas do sector polas súas características organizativas e o tipo de produto ou servizo que ofrecen.

– CA1.2. Caracterizáronse as empresas tipo e indicáronse a súa estrutura organizativa e as funcións de cada departamento.

– CA1.3. Identificáronse as necesidades máis demandadas ás empresas.

– CA1.4. Valoráronse as oportunidades de negocio previsibles no sector.

– CA1.5. Identificouse o tipo de proxecto requirido para dar resposta ás demandas previstas.

– CA1.6. Determináronse as características específicas requiridas ao proxecto.

– CA1.7. Determináronse as obrigas fiscais, laborais e de prevención de riscos, e as súas condicións de aplicación.



– CA1.8. Identificáronse as axudas e as subvencións para a incorporación de novas tecnoloxías de produción ou de servizo que se propoñan.

– CA1.9. Elaborouse o guión de traballo para seguir na elaboración do proxecto.

• RA2. Deseña proxectos relacionados coas competencias expresadas no título, onde inclúe e desenvolve as fases que o compoñen.

– CA2.1. Compilouse información relativa aos aspectos que se van tratar no proxecto.

– CA2.2. Realizouse o estudo da viabilidade técnica do proxecto.

– CA2.3. Identificáronse as fases ou as partes que compoñen o proxecto, e o seu contido.

– CA2.4. Establecéronse os obxectivos procurados e identificouse o seu alcance.

– CA2.5. Prevíronse os recursos materiais e persoais necesarios para realizar o proxecto.

– CA2.6. Realizouse o orzamento correspondente.

– CA2.7. Identificáronse as necesidades de financiamento para a posta en marcha do proxecto.

– CA2.8. Definiuse e elaborouse a documentación necesaria para o seu deseño.

– CA2.9. Identificáronse os aspectos que se deben controlar para garantir a calidade do proxecto.

• RA3. Planifica a posta en práctica ou a execución do proxecto, para o cal determina o plan de intervención e a documentación asociada.

– CA3.1. Estableceuse a secuencia de actividades ordenadas en función das necesidades de posta en práctica.

– CA3.2. Determináronse os recursos e a loxística necesarios para cada actividade.

– CA3.3. Identificáronse as necesidades de permisos e autorizacións para levar a cabo as actividades.



– CA3.4. Determináronse os procedementos de actuación ou execución das actividades.

– CA3.5. Identificáronse os riscos inherentes á posta en práctica e definíronse o plan de prevención de riscos, así como os medios e os equipamentos necesarios.

– CA3.6. Planificáronse a asignación de recursos materiais e humanos e os tempos de execución.

– CA3.7. Fíxose a valoración económica que dá resposta ás condicións da posta en práctica.

– CA3.8. Definiuse e elaborouse a documentación necesaria para a posta en práctica ou execución.

• RA4. Define os procedementos para o seguimento e o control na execución do proxecto, e xustifica a selección das variables e dos instrumentos empregados.

– CA4.1. Definiuse o procedemento de avaliación das actividades ou intervencións.

– CA4.2. Defíníronse os indicadores de calidade para realizar a avaliación.

– CA4.3. Defíníronse o procedemento para a avaliación das incidencias que se poden presentar durante a realización das actividades, así como a súa solución e o seu rexistro.

– CA4.4. Definiuse o procedemento para xestionar os cambios nos recursos e nas actividades, incluíndo o sistema para o seu rexistro.

– CA4.5. Definiuse e elaborouse a documentación necesaria para a avaliación das actividades e do proxecto.

– CA4.6. Estableceuse o procedemento para a participación na avaliación das persoas usuarias ou da clientela e elaboráronse os documentos específicos.

– CA4.7. Estableceuse un sistema para garantir o cumprimento do prego de condicións do proxecto cando este exista.

• RA5. Elabora e expón o informe do proxecto realizado e xustifica o procedemento seguido.

– CA5.1. Enunciáronse os obxectivos do proxecto.



- CA5.2. Describiuse o proceso seguido para a identificación das necesidades das empresas do sector.
 - CA5.3. Describiuse a solución adoptada a partir da documentación xerada no proceso de deseño.
 - CA5.4. Describíronse as actividades en que se divide a execución do proxecto.
 - CA5.5. Xustificáronse as decisións tomadas de planificación da execución do proxecto.
 - CA5.6. Xustificáronse as decisións tomadas de seguimento e control na execución do proxecto.
 - CA5.7. Formuláronse as conclusións do traballo realizado en relación coas necesidades do sector produtivo.
 - CA5.8. Formuláronse, de ser o caso, propostas de mellora.
 - CA5.9. Realizáronse, de ser o caso, as aclaracións solicitadas na exposición.
 - CA5.10. Empregáronse ferramentas informáticas para a presentación dos resultados.
- 1.11.2. Orientacións pedagóxicas.

Este módulo profesional complementa a formación establecida para o resto dos módulos profesionais que integran o título nas funcións de análise do contexto, deseño do proxecto e organización da execución.

A función de análise do contexto abrangue as subfuncións de compilación de información, identificación de necesidades e estudo de viabilidade.

A función de deseño do proxecto ten como obxectivo establecer as liñas xerais para dar resposta ás necesidades presentadas, concretando os aspectos salientables para a súa realización. Inclúe as subfuncións de definición do proxecto, planificación da intervención e elaboración da documentación.

A función de organización da execución inclúe as subfuncións de programación de actividades, xestión de recursos e supervisión da intervención.



As actividades profesionais asociadas a estas funcións desenvólvense no sector da asesoría de imaxe persoal e corporativa.

Fomentaranse e valorarase a creatividade, o espírito crítico e a capacidade de innovación nos procesos realizados, así como a adaptación da formación recibida en supostos laborais e en novas situacións.

O equipo docente exercerá a titoría das seguintes fases de realización do traballo, que se realizarán fundamentalmente de xeito non presencial: estudo das necesidades do sector produtivo, deseño, planificación e seguimento da execución do proxecto.

A exposición do informe, que realizará todo o alumnado, é parte esencial do proceso de avaliación e defenderase ante o equipo docente.

Polas súas propias características, a formación do módulo relaciónase con todos os obxectivos xerais do ciclo e con todas as competencias profesionais, persoais e sociais, bardante no relativo á posta en práctica de diversos aspectos da intervención deseñada.

As liñas de actuación no proceso de ensino e aprendizaxe que permiten alcanzar os obxectivos do módulo están relacionadas con:

- Execución de traballos en equipo.
- Responsabilidade e autoavaliación do traballo realizado.
- Autonomía e iniciativa persoal.
- Uso das TIC.

1.12. Módulo profesional: Formación e orientación laboral.

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

1.12.1. Unidade formativa 1: Prevención de riscos laborais.

- Código: MP1191_12.
- Duración: 45 horas.



1.12.1.1. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación.

- RA1. Recoñece os dereitos e as obrigas das persoas traballadoras e empresarias relacionados coa seguridade e coa saúde laboral.

- CA1.1. Relacionáronse as condicións laborais coa saúde da persoa traballadora.

- CA1.2. Distinguíronse os principios da acción preventiva que garanten o dereito á seguridade e á saúde das persoas traballadoras.

- CA1.3. Apreciouse a importancia da información e da formación como medio para a eliminación ou a redución dos riscos laborais.

- CA1.4. Comprenderónse as actuacións axeitadas ante situacións de emerxencia e risco laboral grave e inminente.

- CA1.5. Valoráronse as medidas de protección específicas de persoas traballadoras sensibles a determinados riscos, así como as de protección da maternidade e a lactación, e de menores.

- CA1.6. Analizáronse os dereitos á vixilancia e protección da saúde no sector da asesoría de imaxe persoal.

- CA1.7. Asumiuse a necesidade de cumprir as obrigas das persoas traballadoras en materia de prevención de riscos laborais.

- RA2. Avalía as situacións de risco derivadas da súa actividade profesional analizando as condicións de traballo e os factores de risco máis habituais do sector asesoría de imaxe persoal.

- CA2.1. Determináronse as condicións de traballo con significación para a prevención nos contornos de traballo relacionados co perfil profesional de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa.

- CA2.2. Clasificáronse os factores de risco na actividade e os danos derivados deles.

- CA2.3. Clasificáronse e describíronse os tipos de danos profesionais, con especial referencia a accidentes de traballo e doenzas profesionais, relacionados co perfil profesional de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa.



– CA2.4. Identificáronse as situacións de risco máis habituais nos contornos de traballo das persoas coa titulación de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa.

– CA2.5. Levouse a cabo a avaliación de riscos nun contorno de traballo, real ou simulado, relacionado co sector de actividade.

• RA3. Participa na elaboración dun plan de prevención de riscos e identifica as responsabilidades de todos os axentes implicados.

– CA3.1. Valorouse a importancia dos hábitos preventivos en todos os ámbitos e en todas as actividades da empresa.

– CA3.2. Clasificáronse os xeitos de organización da prevención na empresa en función dos criterios establecidos na normativa sobre prevención de riscos laborais.

– CA3.3. Determináronse os xeitos de representación das persoas traballadoras na empresa en materia de prevención de riscos.

– CA3.4. Identificáronse os organismos públicos relacionados coa prevención de riscos laborais.

– CA3.5. Valorouse a importancia da existencia dun plan preventivo na empresa que inclúa a secuencia de actuacións para realizar en caso de emerxencia.

– CA3.6. Estableceuse o ámbito dunha prevención integrada nas actividades da empresa e determináronse as responsabilidades e as funcións de cadaquén.

– CA3.7. Definiuse o contido do plan de prevención nun centro de traballo relacionado co sector profesional da titulación de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa.

– CA3.8. Proxectouse un plan de emerxencia e evacuación para unha pequena ou mediana empresa do sector de actividade do título.

• RA4. Determina as medidas de prevención e protección no contorno laboral da titulación de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa.

– CA4.1. Definíronse as técnicas e as medidas de prevención e de protección que se deben aplicar para evitar ou diminuír os factores de risco ou para reducir as súas consecuencias no caso de materializarse.



– CA4.2. Analizáronse o significado e o alcance da sinalización de seguridade de diversos tipos.

– CA4.3. Seleccionáronse os equipamentos de protección individual (EPI) axeitados ás situacións de risco atopadas.

– CA4.4. Analizáronse os protocolos de actuación en caso de emerxencia.

– CA4.5. Identificáronse as técnicas de clasificación de persoas feridas en caso de emerxencia, onde existan vítimas de diversa gravidade.

– CA4.6. Identificáronse as técnicas básicas de primeiros auxilios que se deben aplicar no lugar do accidente ante danos de diversos tipos, así como a composición e o uso da caixa de urxencias.

1.12.1.2. Contidos básicos.

BC1. Dereitos e obrigas en seguridade e saúde laboral.

- Relación entre traballo e saúde. Influencia das condicións de traballo sobre a saúde.
- Conceptos básicos de seguridade e saúde laboral.
- Análise dos dereitos e das obrigas das persoas traballadoras e empresarias en prevención de riscos laborais.
- Actuación responsable no desenvolvemento do traballo para evitar as situacións de risco no seu contorno laboral.

• Protección de persoas traballadoras especialmente sensibles a determinados riscos.

BC2. Avaliación de riscos profesionais.

- Análise de factores de risco ligados a condicións de seguridade, ambientais, ergonómicas e psicosociais.
- Determinación dos danos á saúde da persoa traballadora que poden derivar das condicións de traballo e dos factores de risco detectados.



- Riscos específicos no sector da asesoría de imaxe persoal en función das probables consecuencias, do tempo de exposición e dos factores de risco implicados.

- Avaliación dos riscos atopados en situacións potenciais de traballo no sector da asesoría de imaxe persoal.

BC3. Planificación da prevención de riscos na empresa.

- Xestión da prevención na empresa: funcións e responsabilidades.
- Órganos de representación e participación das persoas traballadoras en prevención de riscos laborais.

- Organismos estatais e autonómicos relacionados coa prevención de riscos.

- Planificación da prevención na empresa.

- Plans de emerxencia e de evacuación en contornos de traballo.

- Elaboración dun plan de emerxencia nunha empresa do sector.

- Participación na planificación e na posta en práctica dos plans de prevención.

BC4. Aplicación de medidas de prevención e protección na empresa.

- Medidas de prevención e protección individual e colectiva.

- Protocolo de actuación ante unha situación de emerxencia.

- Aplicación das técnicas de primeiros auxilios.

- Actuación responsable en situacións de emerxencias e primeiros auxilios.

1.12.2. Unidade formativa 2: Equipos de traballo, dereito do traballo e da seguridade social, e procura de emprego.

- Código: MP1191_22.

- Duración: 62 horas.



1.12.2.1. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación.

- RA1. Participa responsablemente en equipos de traballo eficientes que contribúan á consecución dos obxectivos da organización.

- CA1.1. Identificáronse os equipos de traballo en situacións de traballo relacionadas co perfil de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa e valoráronse as súas vantaxes sobre o traballo individual.

- CA1.2. Determináronse as características do equipo de traballo eficaz fronte ás dos equipos ineficaces.

- CA1.3. Adoptáronse responsablemente os papeis asignados para a eficiencia e a eficacia do equipo de traballo.

- CA1.4. Empregáronse axeitadamente as técnicas de comunicación no equipo de traballo para recibir e transmitir instrucións e coordinar as tarefas.

- CA1.5. Determináronse procedementos para a resolución dos conflitos identificados no seo do equipo de traballo.

- CA1.6. Aceptáronse de forma responsable as decisións adoptadas no seo do equipo de traballo.

- CA1.7. Analizáronse os obxectivos alcanzados polo equipo de traballo en relación cos obxectivos establecidos e coa participación responsable e activa dos seus membros.

- RA2. Identifica os dereitos e as obrigas que derivan das relacións laborais e recoñéceos en diferentes situacións de traballo.

- CA2.1. Identificáronse o ámbito de aplicación, as fontes e os principios de aplicación do dereito do traballo.

- CA2.2. Distinguíronse os principais organismos que interveñen nas relacións laborais.

- CA2.3. Identificáronse os elementos esenciais dun contrato de traballo.

- CA2.4. Analizáronse as principais modalidades de contratación e identificáronse as medidas de fomento da contratación para determinados colectivos.



- CA2.5. Valoráronse os dereitos e as obrigas que se recollen na normativa laboral.
- CA2.6. Determináronse as condicións de traballo pactadas no convenio colectivo aplicable ou, en ausencia deste, as condicións habituais no sector profesional relacionado co título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa.
- CA2.7. Valoráronse as medidas establecidas pola lexislación para a conciliación da vida laboral e familiar e para a igualdade efectiva entre homes e mulleres.
- CA2.8. Analizouse o recibo de salarios e identificáronse os principais elementos que o integran.
- CA2.9. Identificáronse as causas e os efectos da modificación, a suspensión e a extinción da relación laboral.
- CA2.10. Identificáronse os órganos de representación das persoas traballadoras na empresa.
- CA2.11. Analizáronse os conflitos colectivos na empresa e os procedementos de solución.
- CA2.12. Identificáronse as características definitorias dos novos contornos de organización do traballo.
- RA3. Determina a acción protectora do sistema da Seguridade Social ante as contingencias cubertas e identifica as clases de prestacións.
 - CA3.1. Valórouse o papel da seguridade social como pilar esencial do estado social e para a mellora da calidade de vida da cidadanía.
 - CA3.2. Delimitouse o funcionamento e a estrutura do sistema da Seguridade Social.
 - CA3.3. Identificáronse, nun suposto sinxelo, as bases de cotización dunha persoa traballadora e as cotas correspondentes a ela e á empresa.
 - CA3.4. Determináronse as principais prestacións contributivas da Seguridade Social, os seus requisitos e a súa duración, e realizouse o cálculo da súa contía nalgúns supostos prácticos.



– CA3.5. Determináronse as posibles situacións legais de desemprego en supostos prácticos sinxelos e realizouse o cálculo da duración e da contía dunha prestación por desemprego de nivel contributivo básico.

• RA4. Planifica o seu itinerario profesional seleccionando alternativas de formación e oportunidades de emprego ao longo da vida.

– CA4.1. Valoráronse as propias aspiracións, motivacións, actitudes e capacidades que permiten a toma de decisións profesionais.

– CA4.2. Tomouse conciencia da importancia da formación permanente como factor clave para a empregabilidade e a adaptación ás exigencias do proceso produtivo.

– CA4.3. Valoráronse as oportunidades de formación e emprego noutros Estados da Unión Europea.

– CA4.4. Valorouse o principio de non discriminación e de igualdade de oportunidades no acceso ao emprego e nas condicións de traballo.

– CA4.5. Deseñáronse os itinerarios formativos profesionais relacionados co perfil profesional de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa.

– CA4.6. Determináronse as competencias e as capacidades requiridas para a actividade profesional relacionada co perfil do título, e seleccionouse a formación precisa para as mellorar e permitir unha axeitada inserción laboral.

– CA4.7. Identificáronse as principais fontes de emprego e de inserción laboral para as persoas coa titulación de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa.

– CA4.8. Empregáronse adecuadamente as técnicas e os instrumentos de procura de emprego.

– CA4.9. Prevíronse as alternativas de autoemprego nos sectores profesionais relacionados co título.

1.12.2.2. Contidos básicos.

BC1. Xestión do conflito e equipos de traballo.

• Diferenciación entre grupo e equipo de traballo.



- Valoración das vantaxes e dos inconvenientes do traballo de equipo para a eficacia da organización.

- Equipos no sector da asesoría de imaxe persoal segundo as funcións que desempeñen.

- Dinámicas de grupo.

- Equipos de traballo eficaces e eficientes.

- Participación no equipo de traballo: desempeño de papeis, comunicación e responsabilidade.

- Conflito: características, tipos, causas e etapas.

- Técnicas para a resolución ou a superación do conflito.

BC2. Contrato de traballo.

- Dereito do traballo.

- Organismos públicos (administrativos e xudiciais) que interveñen nas relacións laborais.

- Análise da relación laboral individual.

- Dereitos e obrigas derivados da relación laboral.

- Análise dun convenio colectivo aplicable ao ámbito profesional da titulación de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa.

- Modalidades de contrato de traballo e medidas de fomento da contratación.

- Análise das principais condicións de traballo: clasificación e promoción profesional, tempo de traballo, retribución, etc.

- Modificación, suspensión e extinción do contrato de traballo.

- Sindicatos e asociacións empresariais.



- Representación das persoas traballadoras na empresa.
- Conflitos colectivos.
- Novos contornos de organización do traballo.

BC3. Seguridade social, emprego e desemprego.

- A seguridade social como pilar do estado social.
- Estrutura do sistema da Seguridade Social.
- Determinación das principais obrigas das persoas empresarias e das traballadoras en materia de seguridade social.
- Protección por desemprego.
- Prestacións contributivas da Seguridade Social.

BC4. Procura activa de emprego.

- Coñecemento dos propios intereses e das propias capacidades formativo-profesionais.
- Importancia da formación permanente para a traxectoria laboral e profesional das persoas coa titulación de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa.
- Oportunidades de aprendizaxe e emprego en Europa.
- Itinerarios formativos relacionados coa titulación de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa.
- Definición e análise do sector profesional do título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa.
- Proceso de toma de decisións.
- Proceso de procura de emprego no sector de actividade.
- Técnicas e instrumentos de procura de emprego.



1.12.3. Orientacións pedagóxicas.

Este módulo profesional contén a formación necesaria para que o alumnado se poida inserir laboralmente e desenvolver a súa carreira profesional no sector da asesoría de imaxe persoal.

A formación do módulo contribúe a alcanzar os obxectivos xerais q), r), s), t), v) e z) do ciclo formativo e as competencias m), n), ñ), p) e s).

As liñas de actuación no proceso de ensino e aprendizaxe que permiten alcanzar os obxectivos do módulo versarán sobre:

– Manexo das fontes de información para a elaboración de itinerarios formativo-profesionalizadores, en especial no referente ao sector da imaxe persoal.

– Posta en práctica de técnicas activas de procura de emprego.

– Realización de probas de orientación e dinámicas sobre as propias aspiracións, competencias e capacidades.

– Manexo de fontes de información, incluídos os recursos da internet, para a procura de emprego.

– Preparación e realización de cartas de presentación e currículos (potenciarase o emprego doutros idiomas oficiais na Unión Europea no manexo de información e elaboración do currículo Europass).

– Familiarización coas probas de selección de persoal, en particular coa entrevista de traballo.

– Identificación de ofertas de emprego público ás cales se pode acceder en función da titulación, e resposta á súa convocatoria.

– Formación de equipos na aula para a realización de actividades mediante o emprego de técnicas de traballo en equipo.

– Estudo das condicións de traballo do sector da imaxe persoal a través do manexo da normativa laboral, dos contratos máis comunmente utilizados e do convenio colectivo de aplicación no sector da asesoría de imaxe persoal.



– Superación de calquera forma de discriminación no acceso ao emprego e no desenvolvemento profesional.

– Análise da normativa de prevención de riscos laborais que lle permita a avaliación dos riscos derivados das actividades desenvolvidas no sector produtivo, así como a colaboración na definición dun plan de prevención para a empresa e das medidas necesarias para a súa posta en práctica.

O correcto desenvolvemento deste módulo exige a disposición de medios informáticos con conexión á internet e que, polo menos, dúas sesións de traballo semanais sexan consecutivas.

1.13. Módulo profesional: Empresa e iniciativa emprendedora.

- Equivalencia en créditos ECTS: 4.

- Código: MP1192.

- Duración: 53 horas.

1.13.1. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación.

- RA1. Desenvolve o seu espírito emprendedor identificando as capacidades asociadas a el e definindo ideas emprendedoras caracterizadas pola innovación e a creatividade.

- CA1.1. Identifícanse o concepto de innovación e a súa relación co progreso da sociedade e o aumento no benestar dos individuos.

- CA1.2. Analizáronse o concepto de cultura emprendedora e a súa importancia como dinamizador do mercado laboral e fonte de benestar social.

- CA1.3. Valorouse a importancia da iniciativa individual, da creatividade, da formación, da responsabilidade e da colaboración como requisitos indispensables para ter éxito na actividade emprendedora.

- CA1.4. Analizáronse as características das actividades emprendedoras no sector da asesoría de imaxe persoal.

- CA1.5. Valorouse o concepto de risco como elemento inevitable de toda actividade emprendedora.



– CA1.6. Valoráronse ideas emprendedoras caracterizadas pola innovación, pola creatividade e pola súa factibilidade.

– CA1.7. Decidiuse, a partir das ideas emprendedoras, unha determinada idea de negocio do ámbito da asesoría de imaxe persoal, que servirá de punto de partida para a elaboración do proxecto empresarial.

– CA1.8. Analizouse a estrutura dun proxecto empresarial e valorouse a súa importancia como paso previo á creación dunha pequena empresa.

• RA2. Decide a oportunidade de creación dunha pequena empresa para o desenvolvemento da idea emprendedora, tras a análise da relación entre a empresa e o contorno, do proceso produtivo, da organización dos recursos humanos e dos valores culturais e éticos.

– CA2.1. Valorouse a importancia das pequenas e medianas empresas no tecido empresarial galego.

– CA2.2. Analizáronse o impacto ambiental da actividade empresarial e a necesidade de introducir criterios de sustentabilidade nos principios de actuación das empresas.

– CA2.3. Identificáronse os principais compoñentes do contorno xeral que rodea a empresa e, en especial, nos aspectos tecnolóxico, económico, social, ambiental, demográfico e cultural.

– CA2.4. Apreciouse a influencia na actividade empresarial das relacións coa clientela, con provedores/as, coas administracións públicas, coas entidades financeiras e coa competencia como principais integrantes do contorno específico.

– CA2.5. Determináronse os elementos do contorno xeral e específico dunha pequena ou mediana empresa de asesoría de imaxe persoal en función da súa posible localización.

– CA2.6. Analizáronse o fenómeno da responsabilidade social das empresas e a súa importancia como un elemento da estratexia empresarial.

– CA2.7. Valorouse a importancia do balance social dunha empresa relacionada coa asesoría de imaxe persoal e describíronse os principais custos sociais en que incorren estas empresas, así como os beneficios sociais que producen.

– CA2.8. Identificáronse, en empresas de asesoría de imaxe persoal, prácticas que incorporan valores éticos e sociais.



- CA2.9. Definíronse os obxectivos empresariais incorporando valores éticos e sociais.
- CA2.10. Analizáronse os conceptos de cultura empresarial, e de comunicación e imaxe corporativas, así como a súa relación cos obxectivos empresariais.
- CA2.11. Describíronse as actividades e os procesos básicos que se realizan nunha empresa de asesoría de imaxe persoal e delimitáronse as relacións de coordinación e dependencia dentro do sistema empresarial.
- CA2.12. Elaborouse un plan de empresa que inclúa a idea de negocio, a localización, a organización do proceso produtivo e dos recursos necesarios, a responsabilidade social e o plan de márketing.
- RA3. Selecciona a forma xurídica tendo en conta as implicacións legais asociadas e o proceso para a súa constitución e posta en marcha.
- CA3.1. Analizáronse o concepto de persoa empresaria, así como os requisitos que cómpren para desenvolver a actividade empresarial.
- CA3.2. Analizáronse as formas xurídicas da empresa e determináronse as vantaxes e as desvantaxes de cada unha en relación coa súa idea de negocio.
- CA3.3. Valorouse a importancia das empresas de economía social no sector da asesoría de imaxe persoal.
- CA3.4. Especificouse o grao de responsabilidade legal das persoas propietarias da empresa en función da forma xurídica elixida.
- CA3.5. Diferenciouse o tratamento fiscal establecido para cada forma xurídica de empresa.
- CA3.6. Identificáronse os trámites exixidos pola lexislación para a constitución dunha pequena ou mediana empresa en función da súa forma xurídica.
- CA3.7. Identificáronse as vías de asesoramento e xestión administrativa externas á hora de pór en marcha unha pequena ou mediana empresa.
- CA3.8. Analizáronse as axudas e as subvencións para a creación e posta en marcha de empresas de asesoría de imaxe persoal tendo en conta a súa localización.



– CA3.9. Inclúuse no plan de empresa información relativa á elección da forma xurídica, aos trámites administrativos, ás axudas e ás subvencións.

• RA4. Realiza actividades de xestión administrativa e financeira básica dunha pequena ou mediana empresa, identifica as principais obrigas contables e fiscais, e formaliza a documentación.

– CA4.1. Analizáronse os conceptos básicos de contabilidade, así como as técnicas de rexistro da información contable: activo, pasivo, patrimonio neto, ingresos, gastos e contas anuais.

– CA4.2. Describíronse as técnicas básicas de análise da información contable, en especial no referente ao equilibrio da estrutura financeira e á solvencia, á liquidez e á rendibilidade da empresa.

– CA4.3. Definíronse as obrigas fiscais (declaración censual, IAE, liquidacións trimestrais, resumos anuais, etc.) dunha pequena e dunha mediana empresa relacionadas coa asesoría de imaxe persoal, e diferenciáronse os tipos de impostos no calendario fiscal (liquidacións trimestrais e liquidacións anuais).

– CA4.4. Formalizouse con corrección, mediante procesos informáticos, a documentación básica de carácter comercial e contable (notas de pedido, albarás, facturas, recibos, cheques, notas provisorias e letras de cambio) para unha pequena e unha mediana empresa de asesoría de imaxe persoal e describíronse os circuitos que percorre esa documentación na empresa.

– CA4.5. Elaborouse o plan financeiro e analizouse a viabilidade económica e financeira do proxecto empresarial.

1.13.2. Contidos básicos.

BC1. Iniciativa emprendedora.

• Innovación e desenvolvemento económico. Principais características da innovación na actividade de asesoría de imaxe persoal (materiais, tecnoloxía, organización da produción, etc.).

• A cultura emprendedora na Unión Europea, en España e en Galicia.



- Factores clave das persoas emprendedoras: iniciativa, creatividade, formación, responsabilidade e colaboración.

- Actuación das persoas emprendedoras no sector da asesoría de imaxe persoal.

- O risco como factor inherente á actividade emprendedora.

- Valoración do traballo por conta propia como fonte de realización persoal e social.

- Ideas emprendedoras: fontes de ideas, maduración e avaliación destas.

- Proxecto empresarial: importancia e utilidade, estrutura e aplicación no ámbito da asesoría de imaxe persoal.

BC2. A empresa e o seu contorno.

- A empresa como sistema: concepto, funcións e clasificacións.

- Análise do contorno xeral dunha pequena ou mediana empresa de asesoría de imaxe persoal: aspectos tecnolóxico, económico, social, ambiental, demográfico e cultural.

- Análise do contorno específico dunha pequena ou mediana empresa de asesoría de imaxe persoal: clientela, provedores/as, administracións públicas, entidades financeiras e competencia.

- Localización da empresa.

- A persoa empresaria. Requisitos para o exercicio da actividade empresarial.

- Responsabilidade social da empresa e compromiso co desenvolvemento sustentable.

- Cultura empresarial e comunicación e imaxe corporativas.

- Actividades e procesos básicos na empresa. Organización dos recursos dispoñibles. Externalización de actividades da empresa.

- Descrición dos elementos e das estratexias do plan de produción e do plan de marketing.

BC3. Creación e posta en marcha dunha empresa.

- Formas xurídicas das empresas.



- Responsabilidade legal do empresariado.
- A fiscalidade da empresa como variable para a elección da forma xurídica.
- Proceso administrativo de constitución e posta en marcha dunha empresa.
- Vías de asesoramento para a elaboración dun proxecto empresarial e para a posta en marcha da empresa.
- Axudas e subvencións para a creación dunha empresa de asesoría de imaxe persoal.
- Plan de empresa: elección da forma xurídica, trámites administrativos e xestión de axudas e subvencións.

BC4. Función administrativa.

- Análise das necesidades de investimento e das fontes de financiamento dunha pequena e dunha mediana empresa no sector da asesoría de imaxe persoal.
- Concepto e nocións básicas de contabilidade: activo, pasivo, patrimonio neto, ingresos, gastos e contas anuais.
- Análise da información contable: equilibrio da estrutura financeira e razóns financeiras de solvencia, liquidez e rendibilidade da empresa.
- Plan financeiro: estudo da viabilidade económica e financeira.
- Obrigas fiscais dunha pequena e dunha mediana empresa.
- Ciclo de xestión administrativa nunha empresa de asesoría de imaxe persoal: documentos administrativos e documentos de pagamento.
- Coidado na elaboración da documentación administrativo-financeira.

1.13.3. Orientacións pedagóxicas.

Este módulo profesional contén a formación necesaria para desenvolver a propia iniciativa no ámbito empresarial, tanto de cara ao autoemprego como de cara á asunción de responsabilidades e funcións no emprego por conta allea.



A formación do módulo permite alcanzar os obxectivos xerais r), s) e y) do ciclo formativo e as competencias n) e r).

As liñas de actuación no proceso de ensino e aprendizaxe que permiten alcanzar os obxectivos do módulo versarán sobre:

– Manexo das fontes de información sobre o sector das empresas de asesoría de imaxe persoal, incluíndo a análise dos procesos de innovación sectorial en marcha.

– Realización de casos e dinámicas de grupo que permitan comprender e valorar as actitudes das persoas emprendedoras e axustar a súa necesidade ao sector da imaxe persoal.

– Utilización de programas de xestión administrativa e financeira para pequenas e medianas empresas do sector.

– Realización dun proxecto empresarial relacionado coa actividade de asesoría de imaxe, composto por un plan de empresa e un plan financeiro e que inclúa todas as facetas de posta en marcha dun negocio.

O plan de empresa incluírá os seguintes aspectos: maduración da idea de negocio, localización, organización da produción e dos recursos, xustificación da súa responsabilidade social, plan de márketing, elección da forma xurídica, trámites administrativos e axudas e subvencións.

O plan financeiro incluírá o plan de tesouraría, a conta de resultados provisional e o balance provisional, así como a análise da súa viabilidade económica e financeira.

É aconsellable que o proxecto empresarial se vaia realizando conforme se desenvolvan os contidos relacionados nos resultados de aprendizaxe.

O correcto desenvolvemento deste módulo exige a disposición de medios informáticos con conexión á internet e que, polo menos, dúas sesións de traballo sexan consecutivas.

1.14. Módulo profesional: Formación en centros de traballo.

- Equivalencia en créditos ECTS: 22.
- Código: MP1193.
- Duración: 384 horas.



1.14.1. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación.

- RA1. Identifica a estrutura e organización da empresa en relación co tipo de servizo que presta.

- CA1.1. Identificáronse a estrutura organizativa da empresa e as funcións de cada área.

- CA1.2. Comparouse a estrutura da empresa coas organizacións empresariais tipo existentes no sector.

- CA1.3. Relacionáronse as características do servizo e o tipo de clientela co desenvolvemento da actividade empresarial.

- CA1.4. Identificáronse os procedementos de traballo no desenvolvemento da prestación de servizo.

- CA1.5. Valoráronse as competencias necesarias dos recursos humanos para o desenvolvemento óptimo da actividade.

- CA1.6. Valorouse a idoneidade das canles de difusión máis frecuentes nesta actividade.

- RA2. Aplica hábitos éticos e laborais no desenvolvemento da súa actividade profesional de acordo coas características do posto de traballo e cos procedementos establecidos na empresa.

- CA2.1. Recoñecéronse e xustificáronse:

- Disponibilidade persoal e temporal necesarias no posto de traballo.

- Actitudes persoais (puntualidade, empatía, etc.) e profesionais (orde, limpeza, responsabilidade, etc.) necesarias para o posto de traballo.

- Requisitos actitudinais ante a prevención de riscos na actividade profesional.

- Requisitos actitudinais referidos á calidade na actividade profesional.

- Actitudes relacionais co propio equipo de traballo e coa xerarquía establecida na empresa.



- Actitudes relacionadas coa documentación das actividades realizadas no ámbito laboral.
- Necesidades formativas para a inserción e a reinserción laboral no ámbito científico e técnico do bo facer profesional.
- CA2.2. Identificáronse as normas de prevención de riscos laborais e os aspectos fundamentais da Lei de prevención de riscos laborais de aplicación na actividade profesional.
- CA2.3. Puxéronse en marcha os equipamentos de protección individual segundo os riscos da actividade profesional e as normas da empresa.
- CA2.4. Mantívose unha actitude de respecto polo ambiente nas actividades desenvolvidas.
- CA2.5. Mantivéronse organizados, limpos e libres de obstáculos o posto de traballo e a área correspondente ao desenvolvemento da actividade.
- CA2.6. Responsabilizouse do traballo asignado interpretando e cumprindo as instrucións recibidas.
- CA2.7. Estableceuse unha comunicación eficaz coa persoa responsable en cada situación e cos membros do equipo.
- CA2.8. Coordinouse co resto do equipo comunicando as incidencias salientables que se presenten.
- CA2.9. Valorouse a importancia da súa actividade e a necesidade de adaptación aos cambios de tarefas.
- CA2.10. Responsabilizouse da aplicación das normas e os procedementos no desenvolvemento do seu traballo.
- RA3. Realiza operacións de preparación da actividade laboral aplicando técnicas e procedementos de acordo con instrucións e normas establecidas.
- CA3.1. Interpretáronse as instrucións recibidas da persoa responsable da titoría na empresa.



- CA3.2. Valorouse a propia imaxe persoal como imaxe de empresa coidando aspectos como a hixiene persoal, maquillaxe, peiteado, indumentaria, etc.
- CA3.3. Manexáronse diferentes tipos de información e documentación utilizada e xerada, asociada á preparación dos procesos laborais.
- CA3.4. Xestionáronse os ficheiros de servizos, persoal empregado, clientela, produtos e provedores/as.
- CA3.5. Organizáronse os documentos, expedientes e manuais da empresa de xeito manual ou informatizado.
- CA3.6. Colaborouse na elaboración de protocolos técnicos, comerciais, de seguridade e hixiene, de calidade, etc.
- CA3.7. Traballouse en equipo nos plans da empresa, amosando iniciativa e interese.
- RA4. Identifica as necesidades da clientela analizando a súa imaxe persoal e/ou corporativa.
 - CA4.1. Obtívose información sobre as demandas e os requisitos da clientela.
 - CA4.2. Identificáronse as características e as necesidades da pel e do pelo.
 - CA4.3. Identificáronse as características físicas que se van corrixir ou potenciar a través da asesoría de imaxe persoal.
 - CA4.4. Realizouse o estudo morfolóxico do rostro.
 - CA4.5. Colaborouse na caracterización do perfil psicosocial e profesional da clientela.
 - CA4.6. Detectáronse as carencias e as habilidades da clientela na área da comunicación.
 - CA4.7. Utilizáronse métodos de observación e medios audiovisuais para analizar os modelos de comportamento e/ou usos sociais da persoa usuaria.
 - CA4.8. Analizáronse os elementos internos e externos que conforman a imaxe corporativa.



– CA4.9. Aplicáronse normas de atención á clientela a través dunha comunicación eficaz.

• RA5. Propón estilos de peiteado, maquillaxe e cuidados estéticos determinando os cambios para a creación da nova imaxe.

– CA5.1. Identificáronse as fichas, os formularios e os cuestionarios que se empregan na asesoría de imaxe persoal.

– CA5.2. Utilizáronse fontes documentais e manuais de estilos para o asesoramento no cambio de imaxe persoal.

– CA5.3. Establecéronse os cambios que se van realizar no estilo de peiteado, o tipo de maquillaxe e os tratamentos e cuidados estéticos.

– CA5.4. Adestrouse a clientela en técnicas de automaquillaxe.

– CA5.5. Especificáronse as técnicas de peiteado, cuidados estéticos e de medicina e cirurxía estética necesarias para realizar o cambio de estilo.

– CA5.6. Organizouse o plan de actuación para a posta en marcha do cambio de imaxe.

– CA5.7. Elaborouse o expediente de asesoría de imaxe do/da cliente/a cos datos obtidos e coas propostas realizadas.

– CA5.8. Estableceuse un plan de mantemento da nova imaxe.

• RA6. Asesora en cambios de imaxe a través da indumentaria, seleccionando vestiario e complementos para a creación da nova imaxe.

– CA6.1. Obtívose información sobre as preferencias en estilo de vestiario e complementos do/da cliente/a.

– CA6.2. Identificáronse as características físicas con influencia na elección de vestiario.

– CA6.3. Determináronse os cambios na indumentaria para crear o novo estilo.

– CA6.4. Seleccionáronse as pezas de vestir, os seus materiais e os téxtiles.



- CA6.5. Identificáronse as cores e os tons máis recomendables segundo as características da clientela.
- CA6.6. Relacionouse o novo estilo de indumentaria coa maquillaxe e o peiteado.
- CA6.7. Asesorouse sobre a elección e a combinación de pezas de vestir e complementos.
- CA6.8. Propuxéronse establecementos, marcas e firmas para comprar pezas de roupa e complementos.
- CA6.9. Identificáronse as normas de etiqueta, en materia de indumentaria e complemento, de diversas situacións sociais, das empresas, etc.
- CA6.10. Mantívose un comportamento profesional.
- RA7. Colabora na organización de actos protocolarios e eventos aplicando normas de protocolo, etiqueta e usos sociais.
 - CA7.1. Establecéronse os requisitos en protocolo, usos sociais, etiqueta e materiais para o acto protocolario e/ou evento.
 - CA7.2. Aplicouse a normativa protocolaria para establecer as precedencias oficiais.
 - CA7.3. Organizáronse a distribución das persoas asistentes e a secuencia das súas intervencións orais.
 - CA7.4. Colaborouse na posta en marcha dos actos e dos eventos organizados pola empresa.
 - CA7.5. Deseñouse o plan de adestramento da clientela en usos sociais.
 - CA7.6. Adestrouse a clientela en habilidades comunicativas para as comparecencias públicas e/ou privadas en distintos ámbitos e medios.
 - CA7.7. Asesorouse sobre os requisitos de imaxe de cada acto protocolario.
 - CA7.8. Aplicáronse criterios de imaxe corporativa para actos organizados polas empresas.



- CA7.9. Controlouse o proceso e seguíronse as normas de calidade da empresa.
- RA8. Preséntalle ao/á cliente/a a proposta técnica do cambio de imaxe, aplicando técnicas de comunicación.
- CA8.1. Colaborouse no deseño da proposta técnica de asesoría persoal e/ou corporativa.
- CA8.2. Organizouse e formalizouse a documentación asociada á proposta.
- CA8.3. Elaborouse a proposta en soporte manual ou informático.
- CA8.4. Aplicáronse técnicas de comunicación na presentación ao/á cliente/a da proposta e do orzamento.
- CA8.5. Aplicáronse técnicas de argumentación ante obxeccións ás propostas.
- CA8.6. Aplicáronse as normas deontolóxicas e a Lei de protección de datos de carácter persoal.

1.14.2. Orientacións pedagóxicas.

Este módulo profesional contribúe a completar as competencias do título de técnico superior de Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa, e os obxectivos xerais do ciclo, tanto os que se alcanzasen no centro educativo como os de difícil consecución nel.

2. Anexo II.

A) Espazos mínimos.

Espazo formativo	Superficie en m ² (30 alumnos/as)	Superficie en m ² (20 alumnos/as)	Grao de utilización
Aula polivalente.	60	40	55%
Aula técnica de asesoría de imaxe.	120	90	45%

• A consellería con competencias en materia de educación poderá autorizar unidades para menos de trinta postos escolares, polo que será posible reducir os espazos formativos proporcionalmente ao número de alumnos e alumnas, tomando como referencia para a determinación das superficies necesarias as cifras indicadas nas columnas segunda e terceira da táboa.



- O grao de utilización expresa en tanto por cento a ocupación en horas do espazo prevista para a impartición das ensinanzas no centro educativo, por un grupo de alumnado, respecto da duración total destas.

- Na marxe permitida polo grao de utilización, os espazos formativos establecidos poden ser ocupados por outros grupos de alumnos ou alumnas que cursen o mesmo ou outros ciclos formativos, ou outras etapas educativas.

- En todo caso, as actividades de aprendizaxe asociadas aos espazos formativos (coa ocupación expresada polo grao de utilización) poderán realizarse en superficies utilizadas tamén para outras actividades formativas afíns.

B) Equipamentos mínimos.

Equipamento
– Equipamentos informáticos instalados en rede e con conexión á internet. – Equipamentos audiovisuais. Cámara de vídeo e fotográfica. Fondo para fotografía. – Moblaxe axeitada para cada espazo. – Moblaxe específica: tallos de salón de peiteado, lavacabezas (dous servizos), mesas-carro con bandexa e toucadores con espello e luz. – Aparellos de calor seca: prancha de alisar, prancha de rizar, secadores de man e tenaces con termóstato. – Cabezas manequín de madeira e de pórex. – Equipamentos para a análise capilar: lupas, luz de <i>wood</i> , medidor de hidratación, sebómetro, microcámara, microvisor, etc. – Equipamentos para a análise corporal: tallímetro, plicómetro, medidor de índice de masa corporal e medidor de graxa corporal. – Esterilizador por radiacións UVC de calor seca e autoclave. – Infravermellos. – Material de laboratorio de peiteado. – Mostrario de perrucas e postizos.

3. Anexo III.

A) Especialidades do profesorado con atribución docente nos módulos profesionais do ciclo formativo de grao superior de Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa.

Módulo profesional	Especialidade do profesorado	Corpo
• MP1071. Dirección e comercialización.	Asesoría e Procesos de Imaxe Persoal.	Catedráticos/as de ensino secundario. Profesorado de ensino secundario.
• MP1181. Asesoría cosmética.	Asesoría e Procesos de Imaxe Persoal.	Catedráticos/as de ensino secundario. Profesorado de ensino secundario.
• MP1182. Deseño de imaxe integral.	Asesoría e Procesos de Imaxe Persoal.	Catedráticos/as de ensino secundario. Profesorado de ensino secundario.



Módulo profesional	Especialidade do profesorado	Corpo
• MP1183. Estilismo en vestiario e complementos.	Asesoría e Procesos de Imaxe Persoal.	Catedráticos/as de ensino secundario. Profesorado de ensino secundario.
• MP1184. Asesoría de peiteado.	Perrucaría.	Profesorado técnico de formación profesional.
• MP1185. Protocolo e organización de eventos.	Asesoría e Procesos de Imaxe Persoal.	Catedráticos/as de ensino secundario. Profesorado de ensino secundario.
• MP1186. Usos sociais.	Asesoría e Procesos de Imaxe Persoal.	Catedráticos/as de ensino secundario. Profesorado de ensino secundario.
• MP1187. Asesoría estética.	Estética.	Profesorado técnico de formación profesional.
• MP1188. Habilidades comunicativas.	Asesoría e Procesos de Imaxe Persoal.	Catedráticos/as de ensino secundario. Profesorado de ensino secundario.
• MP1189. Imaxe corporativa.	Asesoría e Procesos de Imaxe Persoal.	Catedráticos/as de ensino secundario. Profesorado de ensino secundario.
• MP1190. Proxecto de asesoría de imaxe persoal e corporativa.	Perrucaría. Estética.	Profesorado técnico de formación profesional.
	Asesoría e Procesos de Imaxe Persoal.	Catedráticos/as de ensino secundario. Profesorado de ensino secundario.
• MP1191. Formación e orientación laboral.	Formación e Orientación Laboral.	Catedráticos/as de ensino secundario. Profesorado de ensino secundario.
• MP1192. Empresa e iniciativa emprendedora.	Formación e Orientación Laboral.	Catedráticos/as de ensino secundario. Profesorado de ensino secundario.

B) Titulacións equivalentes para os efectos de docencia.

Corpos	Especialidades	Titulacións
• Profesorado de ensino secundario.	Formación e Orientación Laboral.	– Diplomado/a en Ciencias Empresariais. – Diplomado/a en Relacións Laborais. – Diplomado/a en Traballo Social. – Diplomado/a en Educación Social. – Diplomado/a en Xestión e Administración Pública.
• Profesorado técnico de formación profesional.	Perrucaría.	– Técnico/a superior en Asesoría de Imaxe Persoal ou outros títulos equivalentes.
	Estética.	– Técnico/a superior en Estética ou outros títulos equivalentes.



C) Titulacións requiridas para a impartición dos módulos profesionais que conforman o título para os centros de titularidade privada e doutras administracións distintas da educativa, e orientacións para a Administración educativa.

Módulos profesionais	Titulacións
<ul style="list-style-type: none"> • MP1071. Dirección e comercialización. • MP1181. Asesoría cosmética. • MP1182. Deseño de imaxe integral. • MP1183. Estilismo en vestuario e complementos. • MP1185. Protocolo e organización de eventos. • MP1186. Usos sociais. • MP1188. Habilidades comunicativas. • MP1189. Imaxe corporativa. • MP1191. Formación e orientación laboral. • MP1192. Empresa e iniciativa emprendedora. 	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado/a, enxeñeiro/a, arquitecto/a ou o título de grao correspondente, ou outros títulos equivalentes para os efectos de docencia.
<ul style="list-style-type: none"> • MP1184. Asesoría de peiteado. • MP1187. Asesoría estética. • MP1190. Proxecto de asesoría de imaxe persoal e corporativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado/a, enxeñeiro/a, arquitecto/a ou o título de grao correspondente, ou outros títulos equivalentes. • Diplomado/a, enxeñeiro/a técnico/a ou arquitecto/a técnico/a, ou o título de grao correspondente, ou outros títulos equivalentes. • Técnico superior en Estética ou outros títulos equivalentes. • Técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal ou outros títulos equivalentes.

4. Anexo IV.

Validacións entre módulos profesionais de títulos establecidos ao abeiro da Lei orgánica 1/1990 (LOXSE) e os establecidos no título de técnico superior en Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa ao abeiro da Lei orgánica 2/2006.

Módulos profesionais incluídos nos ciclos formativos establecidos na LOXSE	Módulos profesionais do ciclo formativo (LOE): Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa
<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría de beleza. 	<ul style="list-style-type: none"> • MP1182. Deseño de imaxe integral.
<ul style="list-style-type: none"> • Estilismo no vestir. 	<ul style="list-style-type: none"> • MP1183. Estilismo en vestuario e complementos.
<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de embelecemento persoal. 	<ul style="list-style-type: none"> • MP1184. Asesoría de peiteado. • MP1187. Asesoría estética.
<ul style="list-style-type: none"> • Protocolo e usos sociais. 	<ul style="list-style-type: none"> • MP1185. Protocolo e organización de eventos. • MP1186. Usos sociais.
<ul style="list-style-type: none"> • Imaxe persoal e comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • MP1188. Habilidades comunicativas.
<ul style="list-style-type: none"> • Administración, xestión e comercialización na pequena empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • MP1192. Empresa e iniciativa emprendedora.
<ul style="list-style-type: none"> • Formación en centro de traballo do título de técnico superior en Asesoría de Imaxe. 	<ul style="list-style-type: none"> • MP1193. Formación en centros de traballo.



5. Anexo V.

A) Correspondencia das unidades de competencia acreditadas consonte o establecido no artigo 8 da Lei orgánica 5/2002, do 19 de xuño, cos módulos profesionais para a súa validación.

Unidades de competencia acreditadas	Módulos profesionais validables
<ul style="list-style-type: none"> • UC0795_3: dirixir e xestionar as actividades desenvolvidas en empresas de imaxe persoal. • UC0352_2: asesorar e vender produtos e servizos para a imaxe persoal. 	<ul style="list-style-type: none"> • MP1071. Dirección e comercialización.
<ul style="list-style-type: none"> • UC1248_3: realizar o estudo da imaxe persoal para propor proxectos de cambio personalizados. 	<ul style="list-style-type: none"> • MP1182. Deseño de imaxe integral.
<ul style="list-style-type: none"> • UC1251_3: asesorar a clientela sobre cambios na súa imaxe persoal mediante a indumentaria e os complementos. 	<ul style="list-style-type: none"> • MP1183. Estilismo en vestuario e complementos.
<ul style="list-style-type: none"> • UC0793_3: asesorar a clientela sobre a súa imaxe persoal mediante o coidado e a transformación estética do cabelo e do pelo do rostro. • UC1249_3: asesorar a clientela sobre cambios na súa imaxe persoal mediante o coidado e a transformación estética do cabelo e do pelo do rostro. 	<ul style="list-style-type: none"> • MP1184. Asesoría de peiteado.
<ul style="list-style-type: none"> • UC1252_3: asesorar a clientela nas actuacións de protocolo e usos sociais relacionados coa imaxe persoal. 	<ul style="list-style-type: none"> • MP1185. Protocolo e organización de eventos. • MP1186. Usos sociais.
<ul style="list-style-type: none"> • UC1250_3: asesorar a clientela sobre cambios na súa imaxe persoal mediante coidados estéticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • MP1187. Asesoría estética.
<ul style="list-style-type: none"> • UC1253_3: asesorar a clientela en técnicas de comunicación relacionadas coa imaxe persoal. 	<ul style="list-style-type: none"> • MP1188. Habilidades comunicativas.

Nota: as persoas matriculadas neste ciclo formativo que teñan acreditadas todas as unidades de competencias incluídas no título, de acordo co procedemento establecido no Real decreto 1224/2009, do 17 de xullo, de recoñecemento das competencias profesionais adquiridas por experiencia laboral, terán validado o módulo profesional «MP1181. Asesoría cosmética».

B) Correspondencia dos módulos profesionais coas unidades de competencia para a súa acreditación.

Módulos profesionais superados	Unidades de competencia acreditables
<ul style="list-style-type: none"> • MP1071. Dirección e comercialización. 	<ul style="list-style-type: none"> • UC0795_3: dirixir e xestionar as actividades desenvolvidas en empresas de imaxe persoal. • UC0352_2: asesorar e vender produtos e servizos para a imaxe persoal.
<ul style="list-style-type: none"> • MP1182. Deseño de imaxe integral. 	<ul style="list-style-type: none"> • UC1248_3: realizar o estudo da imaxe persoal para propor proxectos de cambio personalizados.



Módulos profesionais superados	Unidades de competencia acreditables
<ul style="list-style-type: none"> • MP1183. Estilismo en vestuario e complementos. 	<ul style="list-style-type: none"> • UC1251_3: asesorar a clientela sobre cambios na súa imaxe persoal mediante a indumentaria e os complementos.
<ul style="list-style-type: none"> • MP1184. Asesoría de peiteado. 	<ul style="list-style-type: none"> • UC0793_3: asesorar a clientela sobre a súa imaxe persoal mediante o coidado e a transformación estética do cabelo e do pelo do rostro. • UC1249_3: asesorar a clientela sobre cambios na súa imaxe persoal mediante o coidado e a transformación estética do cabelo e do pelo do rostro.
<ul style="list-style-type: none"> • MP1185. Protocolo e organización de eventos. • MP1186. Usos sociais. 	<ul style="list-style-type: none"> • UC1252_3: asesorar a clientela nas actuacións de protocolo e usos sociais relacionados coa imaxe persoal.
<ul style="list-style-type: none"> • MP1187. Asesoría estética. 	<ul style="list-style-type: none"> • UC1250_3: asesorar a clientela sobre cambios na súa imaxe persoal mediante coidados estéticos.
<ul style="list-style-type: none"> • MP1188. Habilidades comunicativas. 	<ul style="list-style-type: none"> • UC1253_3: asesorar a clientela en técnicas de comunicación relacionadas coa imaxe persoal.

6. Anexo VI.

Organización dos módulos profesionais do ciclo formativo de grao superior de Asesoría de Imaxe Persoal e Corporativa para o réxime ordinario.

Curso	Módulo	Duración	Especialidade do profesorado
1º	• MP1181. Asesoría cosmética.	133	Asesoría e Procesos de Imaxe Persoal.
1º	• MP1183. Estilismo en vestuario e complementos.	213	Asesoría e Procesos de Imaxe Persoal.
1º	• MP1184. Asesoría de peiteado.	187	Perrucaría.
1º	• MP1187. Asesoría estética.	187	Estética.
1	• MP1188. Habilidades comunicativas.	133	Asesoría e Procesos de Imaxe Persoal.
1º	• MP1191. Formación e orientación laboral.	107	Formación e Orientación Laboral.
Total 1º (FCE)		960	
2º	• MP1185. Protocolo e organización de eventos.	140	Asesoría e Procesos de Imaxe Persoal.
2º	• MP1186. Usos sociais.	87	Asesoría e Procesos de Imaxe Persoal.
2º	• MP1182. Deseño de imaxe integral.	158	Asesoría e Procesos de Imaxe Persoal.
2º	• MP1189. Imaxe corporativa.	105	Asesoría e Procesos de Imaxe Persoal.
2º	• MP1071. Dirección e comercialización.	87	Asesoría e Procesos de Imaxe Persoal.
2º	• MP1192. Empresa e iniciativa emprendedora.	53	Formación e Orientación Laboral.
Total 2º (FCE)		630	
2º	• MP1190. Proxecto de asesoría de imaxe persoal e corporativa.	26	Perrucaría. Estética. Asesoría e Procesos de Imaxe Persoal.
2º	• MP1193. Formación en centros de traballo.	384	



7. Anexo VII.

Organización dos módulos profesionais en unidades formativas de menor duración.

Módulo profesional	Unidades formativas	Duración
• MP1191. Formación e orientación laboral.	• MP1191_12. Prevención de riscos laborais.	45
	• MP1191_22. Equipos de traballo, dereito do traballo e da seguridade social, e procura de emprego	62

