

I.- DISPOSICIONES GENERALES

Consejería de Educación, Cultura y Deportes

Decreto 59/2014, de 17/07/2014, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al Título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha. [2014/9546]

La Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, en su artículo 10.2 indica que las Administraciones educativas, en el ámbito de sus competencias, podrán ampliar los contenidos de los correspondientes títulos de formación profesional.

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, modificada por la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la Mejora de la Calidad Educativa, establece en su artículo 39.2 que la Formación Profesional en el sistema educativo tiene por finalidad preparar al alumnado para la actividad en un campo profesional y facilitar su adaptación a las modificaciones laborales que pueden producirse a lo largo de su vida, contribuir a su desarrollo personal y al ejercicio de una ciudadanía democrática. Por otra parte, en su artículo 6 define el currículo como la regulación de los elementos que determinan los procesos de enseñanza y aprendizaje para cada una de las enseñanzas y enumera los elementos que lo integran.

Por su parte, el Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, establece en su artículo 8 que al Gobierno corresponde, mediante real decreto, establecer los aspectos básicos del currículo que constituyen las enseñanzas mínimas de los ciclos formativos y de los cursos de especialización de las enseñanzas de formación profesional, que en todo caso, deberán ajustarse a las exigencias derivadas del Sistema Nacional de Cualificaciones y Formación Profesional, atribuyendo a las Administraciones educativas el establecimiento de los currículos correspondientes respetando lo dispuesto en dicho Real Decreto, así como en el que se regulen los aspectos básicos del currículo y en las restantes normas que regulan las diferentes enseñanzas profesionales, teniendo en cuenta la realidad socioeconómica del territorio de su competencia, así como las perspectivas de desarrollo económico y social, contando para ello con la colaboración de los interlocutores sociales.

Según establece el artículo 37.1 del Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha, corresponde a la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha la competencia de desarrollo legislativo y ejecución de la enseñanza en toda su extensión, niveles y grados, modalidades y especialidades.

La Ley 7/2010, de 20 de julio, de Educación de Castilla-La Mancha, establece en el artículo 70.1 que los currículos de los títulos de formación profesional se establecerán atendiendo a las necesidades del tejido productivo regional y la mejora de las posibilidades de empleo de la ciudadanía de Castilla-La Mancha.

Una vez publicado el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa y se fijan sus enseñanzas mínimas, procede establecer el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, en el ámbito territorial de esta Comunidad Autónoma, teniendo en cuenta los aspectos definidos en la normativa citada anteriormente. Cabe precisar que el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, en su disposición derogatoria única, deroga el Real Decreto 197/1996, de 9 de enero, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal.

El sector de la imagen ha evolucionado en Castilla-La Mancha en los últimos años de forma importante, no se limita sólo a la belleza, sino que se está ampliando al estilo, y sobre todo a la manera de comunicarse. El perfil profesional demandado en el sector ha evolucionado hacia las competencias relacionadas con la coordinación, organización y planificación de la imagen de las personas, de los colectivos y de las empresas, siendo no sólo un asesor, sino un gestor de imagen.

La tendencia laboral en este sector en Castilla-La Mancha se amplía hacia tres campos de trabajo: la asesoría de imagen personal, la asesoría de imagen corporativa y la asesoría de imagen pública.

En la definición del currículo de este ciclo formativo en Castilla-La Mancha se ha prestado especial atención a las áreas prioritarias definidas por la Disposición Adicional Tercera de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificacio-

nes y de la Formación Profesional y en el artículo 70 de la Ley 7/2010, de 20 de julio, de Educación de Castilla-La Mancha, mediante la incorporación del módulo de inglés técnico para los ciclos formativos de grado superior de la familia profesional de Imagen Personal, que tendrá idéntica consideración que el resto de módulos profesionales, y la definición de contenidos de prevención de riesgos laborales, sobre todo en el módulo de Formación y Orientación Laboral, que permitan que todos los alumnos y alumnas puedan obtener el certificado de Técnico o Técnica en Prevención de Riesgos Laborales, Nivel Básico, expedido de acuerdo con lo dispuesto en el Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.

En el procedimiento de elaboración de este Decreto ha intervenido la Mesa Sectorial de Educación y han emitido dictamen el Consejo Escolar de Castilla-La Mancha y el Consejo de Formación Profesional de Castilla-La Mancha.

En su virtud, a propuesta del Consejero de Educación, Cultura y Deportes, de acuerdo con el Consejo Consultivo y, previa deliberación del Consejo de Gobierno en su reunión de 17 de julio de 2014,

Dispongo:

Artículo 1. Objeto de la norma y ámbito de aplicación.

El presente Decreto tiene como objeto establecer el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, teniendo en cuenta sus características geográficas, socio-productivas, laborales y educativas, complementando lo dispuesto en el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa y se fijan sus enseñanzas mínimas.

Artículo 2. Identificación del título.

Según lo establecido en el artículo 2 del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa queda identificado por los siguientes elementos:

Denominación: Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

Nivel: Formación Profesional de Grado Superior.

Duración: 2.000 horas.

Familia Profesional: Imagen Personal.

Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-5b.

Nivel del Marco Español de Cualificaciones para la educación superior: Nivel 1 Técnico Superior.

Artículo 3. Titulación.

De conformidad con lo establecido en el artículo 44.2 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, modificado por la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa, los alumnos y las alumnas que superen las enseñanzas correspondientes al ciclo formativo de grado superior Asesoría de Imagen Personal y Corporativa obtendrán el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

Artículo 4. Otros referentes del título.

En el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, quedan definidos el perfil profesional, la competencia general, las competencias profesionales, personales y sociales, la relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el mismo, entorno profesional, prospectiva en el sector o sectores, objetivos generales, preferencias para el acceso a este ciclo formativo en relación con las modalidades y materias de bachillerato cursadas, accesos y vinculación a otros estudios, convalidaciones y exenciones, y correspondencia de módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación, convalidación y exención, correspondientes al título.

Artículo 5. Módulos profesionales de primer y segundo curso: Duración y distribución horaria.

1. Son módulos profesionales de primer curso los siguientes:

a) 1181. Asesoría cosmética.

b) 1182. Diseño de imagen integral.

- c) 1183. Estilismo en vestuario y complementos.
- d) 1184. Asesoría de peluquería.
- e) 1187. Asesoría estética.
- f) 1191. Formación y orientación laboral.
- g) CLM0034. Inglés técnico para los ciclos formativos de grado superior de la familia profesional de Imagen Personal.

2. Son módulos profesionales de segundo curso los siguientes:

- a) 1185. Protocolo y organización de eventos.
- b) 1186. Usos sociales.
- c) 1188. Habilidades comunicativas.
- d) 1189. Imagen corporativa.
- e) 1071. Dirección y comercialización.
- f) 1192. Empresa e iniciativa emprendedora.
- g) 1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa.
- h) 1193. Formación en centros de trabajo.

3. La duración y distribución horaria semanal ordinaria de los módulos profesionales del ciclo formativo son las establecidas en el anexo I A de este Decreto.

Artículo 6. Oferta del ciclo formativo en tres cursos académicos.

1. De forma excepcional, previa autorización de la Consejería con competencias en materia de educación, se podrá ofertar el ciclo formativo distribuido en tres cursos académicos.

2. La distribución de los módulos profesionales por cursos es la siguiente:

2.1. Primer curso:

- a) 1181. Asesoría cosmética.
- b) 1182. Diseño de imagen integral.
- c) 1183. Estilismo en vestuario y complementos.
- d) 1184. Asesoría de peluquería.

2.2. Segundo curso:

- a) 1187. Asesoría estética.
- b) 1191. Formación y orientación laboral.
- c) CLM0034. Inglés técnico para los ciclos formativos de grado superior de la familia profesional de Imagen Personal.
- d) 1185. Protocolo y organización de eventos.
- e) 1186. Usos sociales.
- f) 1188. Habilidades comunicativas.

2.3. Tercer curso:

- a) 1189. Imagen corporativa.
- b) 1071. Dirección y comercialización.
- c) 1192. Empresa e iniciativa emprendedora.
- d) 1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa.
- e) 1193. Formación en centros de trabajo.

3. La duración y distribución horaria semanal de los módulos profesionales del ciclo formativo para la oferta excepcional en tres cursos académicos son las establecidas en el anexo I B de este Decreto.

Artículo 7. Flexibilización de la oferta.

La Consejería con competencias en materia de educación podrá diseñar otras distribuciones horarias semanales de los módulos del ciclo formativo distintas a las establecidas, encaminadas a la realización de una oferta más flexible

y adecuada a la realidad social y económica del entorno. En todo caso, se mantendrá la duración total para cada módulo profesional establecida en el presente Decreto.

Artículo 8. Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, duración, contenidos y orientaciones pedagógicas de los módulos profesionales.

1. Los resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y duración de los módulos profesionales de Formación en centros de trabajo y Proyecto de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, así como los resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, duración y contenidos del resto de módulos profesionales que forman parte del currículo del ciclo formativo de grado superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa en Castilla-La Mancha son los establecidos en el anexo II del presente Decreto.

2. Las orientaciones pedagógicas de los módulos profesionales que forman parte del título del ciclo formativo de grado superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa son las establecidas en el anexo I del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

3. Las orientaciones pedagógicas del módulo de inglés técnico para los ciclos formativos de grado superior de la familia profesional de Imagen Personal son las establecidas en el anexo II del presente Decreto.

Artículo 9. Profesorado.

1. La atribución docente del módulo de inglés técnico para los ciclos formativos de grado superior de la familia profesional de Imagen Personal corresponde al profesorado del Cuerpo de Catedráticos de Enseñanza Secundaria, del Cuerpo de Profesores de Enseñanza Secundaria y del Cuerpo de Profesores Técnicos de Formación Profesional, según proceda, de las especialidades establecidas en el anexo III A) del presente Decreto. Para el resto de módulos están definidas en el anexo III A) del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

2. Las titulaciones requeridas para acceder a los cuerpos docentes citados son, con carácter general, las establecidas en el artículo 13 del Real Decreto 276/2007, de 23 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de ingreso, accesos y adquisición de nuevas especialidades en los cuerpos docentes a que se refiere la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, y se regula el régimen transitorio de ingreso a que se refiere la disposición transitoria decimoséptima de la citada Ley. Las titulaciones equivalentes a las anteriores, a efectos de docencia, son las recogidas en el anexo III B) del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, para las distintas especialidades del profesorado.

3. Las titulaciones requeridas y los requisitos necesarios para la impartición del módulo de inglés técnico para los ciclos formativos de grado superior de la familia profesional de Imagen Personal, para el profesorado de los centros de titularidad privada o de titularidad pública de otras Administraciones distintas de las educativas, se concretan en el anexo III B) del presente Decreto. Para el resto de módulos están definidas en el anexo III C) del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre. En todo caso, se exigirá que las enseñanzas conducentes a las titulaciones citadas engloben los objetivos de los módulos profesionales o se acredite, mediante certificación, una experiencia laboral de, al menos, tres años en el sector vinculado a la familia profesional, realizando actividades productivas en empresas relacionadas implícitamente con los resultados de aprendizaje.

Artículo 10. Capacitaciones.

La formación establecida en este Decreto en el módulo profesional de Formación y Orientación Laboral, capacita para llevar a cabo responsabilidades profesionales equivalentes a las que precisan las actividades de nivel básico en prevención de riesgos laborales, establecidas en el Real Decreto 39/1997 de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención, siempre que tenga, al menos, 45 horas lectivas, tal y como se establece en la disposición adicional tercera del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

Artículo 11. Espacios y equipamientos.

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

2. Las condiciones de los espacios y equipamientos son las establecidas en el artículo 11 del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, que, en todo caso, deberán cumplir la normativa sobre igualdad de oportunidades, diseño para todos y accesibilidad universal, prevención de riesgos laborales y seguridad y salud en el puesto de trabajo.

Disposición adicional única. Autonomía pedagógica de los centros.

Los centros autorizados para impartir el ciclo formativo de formación profesional de grado superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa concretarán y desarrollarán las medidas organizativas y curriculares que resulten más adecuadas a las características de su alumnado y de su entorno productivo, de manera flexible y en uso de su autonomía pedagógica, en el marco legal del proyecto educativo, en los términos establecidos por la Ley Orgánica 2/2006 de 3 de mayo, de Educación y en el Capítulo II del Título III de la Ley 7/2010, de 20 de julio, de Educación de Castilla-La Mancha.

Disposición final primera. Implantación del currículo.

El presente currículo se implantará en todos los centros docentes de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, autorizados para impartirlo, a partir del curso escolar 2014/2015, y de acuerdo al siguiente calendario:

- a) En el curso 2014/2015, se implantará el currículo de los módulos profesionales del primer curso del ciclo formativo.
- b) En el curso 2015/2016, se implantará el currículo de los módulos profesionales del segundo curso del ciclo formativo.
- c) Para el caso excepcional de la oferta del ciclo formativo en tres cursos académicos, en el curso 2016/2017 se implantará el currículo de los módulos profesionales del tercer curso.

El presente currículo se implantará de la misma forma en todos los centros docentes que tengan autorizada la impartición del currículo correspondiente a la titulación de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal, el cual es sustituido por el desarrollado en el presente Decreto.

Disposición final segunda. Desarrollo.

Se autoriza a la persona titular de la Consejería competente en materia educativa, para dictar las disposiciones que sean precisas para la aplicación de lo dispuesto en este Decreto.

Disposición final tercera. Entrada en vigor.

El presente Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de Castilla-La Mancha.

Dado en Toledo, el 17 de julio de 2014

La Presidenta
MARÍA DOLORES DE COSPEDAL GARCÍA

El Consejero de Educación, Cultura y Deportes
MARCIAL MARÍN HELLÍN

Anexo I A)

Duración y distribución horaria semanal de los módulos profesionales del Ciclo Formativo.

Módulos	Distribución de horas		
	Horas Totales	Horas Semanales 1º Curso	Horas Semanales 2º Curso
1181. Asesoría cosmética.	134	4	
1182. Diseño de imagen integral.	160	5	
1183. Estilismo en vestuario y complementos.	200	6	
1184. Asesoría de peluquería.	160	5	
1187. Asesoría estética.	160	5	
1191. Formación y orientación laboral.	82	3	
CLM0034. Inglés técnico para los ciclos formativos de grado superior de la familia profesional de Imagen Personal.	64	2	
1185. Protocolo y organización de eventos.	140		7
1186. Usos sociales.	80		4
1188. Habilidades comunicativas.	100		5
1189. Imagen corporativa.	100		5
1071. Dirección y comercialización.	114		6
1192. Empresa e iniciativa emprendedora.	66		3
1193. Formación en centros de trabajo.	400		
1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa.	40		
Total	2000	30	30

Anexo I B)

Duración y distribución horaria semanal de los módulos profesionales del Ciclo Formativo en tres cursos académicos.

Módulos	Distribución de horas			
	Horas Totales	Horas Semanales 1º Curso	Horas Semanales 2º Curso	Horas Semanales 3º Curso
1181. Asesoría cosmética.	134	4		
1182. Diseño de imagen integral.	160	5		
1183. Estilismo en vestuario y complementos.	200	6		
1184. Asesoría de peluquería.	160	5		
1187. Asesoría estética.	160		5	
1191. Formación y orientación laboral.	82		3	
CLM0034. Inglés técnico para los ciclos formativos de grado superior de la familia profesional de Imagen Personal.	64		2	
1185. Protocolo y organización de eventos.	140		4	
1186. Usos sociales.	80		3	
1188. Habilidades comunicativas.	100		3	
1189. Imagen corporativa.	100			5
1071. Dirección y comercialización.	114			6
1192. Empresa e iniciativa emprendedora.	66			3
1193. Formación en centros de trabajo.	400			
1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa.	40			
Total	2000	20	20	14

Anexo II

Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, duración, y contenidos de los módulos profesionales.

Módulo Profesional: Asesoría cosmética.

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Código: 1181

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Elabora el protocolo de trabajo del asesor de cosméticos y perfumes, identificando su campo de actuación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han especificado las fases de un protocolo de asesoría cosmética.
- b) Se ha elaborado la base de información sobre líneas cosméticas y casas comerciales.
- c) Se ha establecido el procedimiento de actuación en la fase de asesoramiento en cosméticos y perfumes.
- d) Se han establecido las funciones y campo de actuación del asesor de cosméticos.
- e) Se han identificado los ingredientes que componen los cosméticos.
- f) Se han descrito los componentes que conforman la parte externa de los cosméticos.
- g) Se han especificado las características de las distintas formas de presentación.
- h) Se ha determinado la forma de actuar de los cosméticos sobre la piel.

2. Realiza el estudio estético para la asesoría cosmética, aplicando técnicas de análisis del órgano cutáneo, del cabello y de la morfología corporal.

Criterios de evaluación:

- a) Se han especificado las características de la piel normal.
- b) Se han establecido las diferencias entre los distintos tipos de piel.
- c) Se han reconocido las necesidades cosméticas en función del tipo de piel.
- d) Se han especificado las reacciones que puede presentar la piel ante diversos agentes externos.
- e) Se ha realizado el análisis de la piel.
- f) Se han caracterizado los distintos tipos de cabellos.
- g) Se ha realizado el análisis del estado del cabello y cuero cabelludo.
- h) Se han empleado las técnicas adecuadas para realizar la valoración de la morfología corporal.

3. Determina los cosméticos para la piel, relacionando los ingredientes y formas de presentación con sus indicaciones cosméticas.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha establecido la clasificación de los cosméticos para la piel.
- b) Se han relacionado los ingredientes activos de los cosméticos de higiene y complementarios con su mecanismo de actuación.
- c) Se han establecido las indicaciones de los cosméticos de mantenimiento, protección y tratamiento de la piel.
- d) Se han descrito los diferentes productos de uso en medicina estética.
- e) Se ha valorado la importancia del empleo de nutricosméticos como complemento a los tratamientos estéticos.
- f) Se han especificado las líneas de cosmética masculina.
- g) Se ha valorado la necesidad de mantenerse informado de las novedades cosméticas.

4. Determina los cosméticos para los anexos córneos, relacionando los ingredientes y formas de presentación con sus indicaciones cosméticas.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha establecido la clasificación de los cosméticos capilares.
- b) Se han especificado los cosméticos de higiene, acondicionamiento, cambios de forma y color del cabello según el tipo y estado del mismo.

- c) Se han relacionado los principios activos de los cosméticos de tratamiento capilar con sus indicaciones.
- d) Se ha valorado la importancia de mantener el cabello en buen estado, empleando la cosmética adecuada.
- e) Se han establecido los tipos de cosméticos capilares masculinos.
- f) Se han establecido los criterios para la elección de los distintos tipos de cosméticos depilatorios.
- g) Se ha valorado la importancia del empleo de decolorantes del vello.
- h) Se han relacionado los tipos de cosméticos de manicura y pedicura con su forma de actuar.
- i) Se han especificado los nutricosméticos para el cabello y las uñas.

5. Elabora propuestas personalizadas de tratamientos cosméticos, estableciendo pautas de entrenamiento de los nuevos hábitos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado las necesidades cosméticas del cliente.
- b) Se han especificado las fases de un protocolo de tratamiento cosmético personalizado.
- c) Se han determinado los objetivos que se deben conseguir.
- d) Se han utilizado las técnicas de aplicación de los diferentes tipos de cosméticos propuestos.
- e) Se han establecido las pautas de hábitos de vida y consejos necesarios para optimizar el efecto cosmético.
- f) Se ha realizado el plan de formación en cuidados cosméticos.
- g) Se ha realizado el dossier sobre la asesoría cosmética propuesta.

6. Determina pautas de asesoramiento en la elección de perfumes, analizando las variables personales y sociolaborales.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha establecido la composición general de un perfume.
- b) Se han identificado las notas que forman la estructura del perfume.
- c) Se han diferenciado los tipos de formas perfumantes.
- d) Se ha elegido el perfume en función de las necesidades del cliente.
- e) Se han descrito los factores que influyen en la variación del olor de un mismo perfume en distintas personas.
- f) Se han especificado los factores que influyen en la elección del perfume.
- g) Se ha especificado cómo, cuándo y en qué zonas debe realizarse la aplicación del perfume.
- h) Se han establecido los criterios para la compra de un perfume.

7. Establece pautas para el asesoramiento en la compra de cosméticos, analizando los establecimientos de venta e identificando las líneas comerciales.

Criterios de evaluación:

- a) Se han caracterizado los establecimientos de venta de cosméticos.
- b) Se han diferenciado las líneas de cosméticos en función del tipo de establecimiento.
- c) Se ha valorado la importancia de la relación calidad precio.
- d) Se han identificado los factores que hay que tener en cuenta para comprar cosméticos.
- e) Se han especificado las características para comprar cosmética específica para el hombre.
- f) Se han aplicado las técnicas de comunicación en la compra de cosméticos.
- g) Se han identificado productos asociados a la venta de los cosméticos.
- h) Se han elaborado lotes y paquetes de regalos de cosméticos.

Duración: 134 horas.

Contenidos:

1. Elaboración del protocolo de trabajo del asesor de cosméticos y perfumes:

- Protocolo de actuación: fases de la asesoría de cosméticos.
- Fase de documentación:

Fuentes documentales.

Elaboración de la base de información de líneas de cosméticos y casas comerciales, entre otros.

Análisis de las tendencias.

Clasificación y archivo de datos.

- Fase de análisis de las características y necesidades de las personas usuarias:

Protocolo de estudio estético.

Procedimiento de identificación de demandas de la persona usuaria.

- Fase de asesoramiento en cosméticos y perfumes.

- Fase de evaluación y control del proceso.

- Campo de actuación del asesor de cosméticos y perfumes: concepto y funciones. Conocimientos técnicos y profesionales de los productos.

- Los productos cosméticos. Concepto y composición general: principios activos, excipientes y aditivos.

- Parte externa del cosmético. Elementos que la conforman:

Recipientes. Características comerciales y simbología de la forma, color y diseño.

Embalaje o envase exterior.

Prospecto y etiqueta: datos que deben figurar.

- Forma cosmética:

Concepto.

Tipos.

Características.

Clasificación.

Relación de la forma de presentación con el recipiente.

- Actuación de los cosméticos sobre la piel. Penetrabilidad:

Vías y grado de penetración.

Factores que influyen en la penetración de los cosméticos.

2. Realización del estudio estético para la asesoría cosmética:

- La piel eudérmica: aspecto externo y características principales.

- La tipología cutánea en la asesoría cosmética. Características.

Clasificación: piel seca, grasa, hiperhidratada, sensible, acnéica, envejecida y otras.

Características visuales. Elementos que determinan el tipo de piel.

Necesidades cosméticas generales.

- Reacción de la piel ante agentes externos y cosmetológicos.

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

- Tipos de cabello. Características.

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

- Valoración de la morfología corporal.

3. Determinación de los cosméticos para la piel:

- Clasificación de los cosméticos.

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

Exfoliantes: tipos, características y forma de actuación.

Mascarillas: tipos e indicaciones.

Desodorantes y antitranspirantes.

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

- Cosméticos de maquillaje: concepto, clasificación, ingredientes activos, indicaciones y criterios de selección:

Presentación de los diferentes tipos de cosméticos decorativos.

Efectos perseguidos.

Cosméticos para micropigmentación.

Bronceadores exógenos.

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

Productos para el envejecimiento: materiales de relleno, botox, exfoliantes de uso médico y otros. Características, modo de empleo y precauciones.

Productos para mesoterapia: efectos en función del principio activo que incorpore.

Cosméticos previos y posteriores a intervenciones de cirugía estética.

- Nutricosmética para la piel: concepto, objetivos, clasificación, indicaciones, principales ingredientes y modo de empleo.
- Cosmética masculina: clasificación, características, ingredientes e indicaciones: Diferencias entre cosmética masculina y femenina.
- Novedades cosméticas: nuevos activos y nuevos vehículos.

4. Determinación de los cosméticos para los anexos córneos:

- Cosméticos capilares: clasificación.
- Cosméticos para la higiene y el acondicionamiento capilar: concepto, forma de actuar, ingredientes activos principales e indicaciones. Criterios de elección:
Cosméticos de higiene y acondicionamiento específicos para alteraciones capilares. Características.
Exfoliantes y descamativos del cuero cabelludo: principales componentes, mecanismos de acción, indicaciones y precauciones.
- Cosméticos para cambios de forma y de color del cabello: clasificación, forma de actuar, principales ingredientes, indicaciones y precauciones. Criterios de elección:
Modificaciones en la estructura capilar al aplicar técnicas de cambio de color y de forma temporal y permanente en el cabello.
- Cosméticos para alteraciones del cabello y cuero cabelludo: clasificación, principales activos, forma de actuar e indicaciones. Criterios de elección:
Aspecto del cabello después de la aplicación del cosmético.
Relación entre las necesidades cutáneas del cuero cabelludo y los principios activos de los cosméticos.
Asesoramiento al usuario sobre el empleo domiciliario.
- Cosméticos para el mantenimiento y la protección del cabello y cuero cabelludo: hidratantes, protectores solares y otros. Indicaciones, forma de actuar y formas cosméticas:
Relación entre las necesidades cutáneas del cuero cabelludo y el cabello normal y los cosméticos que se van a aplicar.
Protección del cabello y cuero cabelludo de la radiación solar. Factor de protección.
- Cosméticos capilares masculinos: clasificación, indicaciones, ingredientes y formas cosméticas.
- Cosméticos para la eliminación del vello: clasificación. Depilatorios químicos y depilatorios por tracción: forma de actuar, indicaciones y precauciones. Criterios de elección:
Cosméticos pre y post-depilación.
Ventajas e inconvenientes de los diferentes cosméticos depilatorios.
- Cosméticos decolorantes del vello: composición, mecanismo de acción, formas cosméticas, indicaciones y precauciones. Criterios de elección.
- Productos para manicura y pedicura: clasificación, función, principales ingredientes y formas cosméticas. Criterios de elección:
Cosméticos para uñas artificiales: tipos, características, indicaciones y precauciones.
Nutricosmética para el cabello y las uñas: indicaciones e ingredientes activos.

5. Elaboración de propuestas personalizadas de tratamientos cosméticos:

- Estudio del cliente. Detección de necesidades cosméticas.
- Elaboración del protocolo de tratamiento personalizado: preparación e higiene, núcleo del tratamiento y finalización del tratamiento. Efectos perseguidos, indicaciones y contraindicaciones.
- Técnicas de aplicación de cosméticos de preparación e higiene de la piel. Secuenciación. Consejos de higiene.
- Técnicas de aplicación de cosméticos de mantenimiento y protección.
- Técnicas de aplicación de cosméticos de tratamiento, faciales y corporales. Secuenciación.
- Técnicas de aplicación de productos capilares: champú, acondicionador, cosméticos para alteraciones y otros.
- Técnicas de aplicación de cosméticos para manos y pies.
- Asesoramiento asociado al uso de cosméticos: hábitos de vida, recomendaciones y otros.
- Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados cosméticos. Pautas de manipulación y conservación de los cosméticos.
- Presentación de la propuesta. Dossier de asesoría cosmética: estudios y análisis realizados, selección de cosméticos que se pueden emplear, pautas de aplicación, frecuencia, distribución, horario y plan de mantenimiento.

6. Determinación de las pautas de asesoramiento en la elección de perfumes:

- Perfumes: concepto y composición general (activos y excipientes).
- Esencias naturales empleadas en perfumería:

Esencias vegetales: modo de obtención.

Esencias animales: características.

- Estructura de un perfume. Pirámide olfativa.

- Tipos de perfumes: perfumería alcohólica.

- Conservación y manipulación de perfumes.

- Relación del tipo de perfume con las características y necesidades del cliente (personales, profesionales y sociales).

- Perfume e imagen personal.

- Factores que influyen en el olor del perfume.

- Factores que influyen en la elección de un perfume. Criterios para realizar la elección. Tipo de perfume que se aconseja emplear en función de la hora del día.

- Zonas de aplicación del perfume.

- Cómo y cuándo hay que perfumarse.

- Criterios para realizar la compra del perfume.

- Establecimientos de venta de perfumes: tipos y características.

7. Establecimiento de pautas para el asesoramiento en la compra de cosméticos:

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

Salones de estética, de peluquería, centros de tratamientos capilares, clínicas de medicina estética, balnearios, tiendas especializadas, grandes superficies, farmacias y parafarmacias, distribuidores y otros.

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

- Relación calidad-precio en la compra de cosméticos. Las marcas y su posicionamiento en el mercado.

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

- La asesoría de compra de cosmética masculina.

- La comunicación aplicada a la asesoría para la compra de cosméticos.

- El cosmético como artículo de regalo. Presentación externa. Elaboración de lotes y paquetes de regalos. Productos asociados a la venta de cosméticos. Variables que determinan la elección del regalo.

Módulo Profesional: Diseño de imagen integral.

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Código: 1182

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Caracteriza la iconología, relacionando su percepción con la repercusión en asesoría.

Criterios de evaluación:

a) Se ha identificado la historia de la iconología.

b) Se han establecido los valores asociados a la iconología.

c) Se ha relacionado el uso de los elementos iconológicos con su aplicación en la asesoría de imagen.

d) Se han identificado los códigos, signos y símbolos iconológicos.

e) Se han establecido las características de la percepción.

f) Se han establecido relaciones entre las percepciones y las sensaciones asociadas.

g) Se ha relacionado los elementos iconológicos con los sentidos.

h) Se han establecido los niveles de percepción y sus condicionantes.

i) Se ha justificado la importancia de la objetividad en el análisis iconológico.

2. Elabora documentación para la asesoría de imagen, aplicando técnicas de búsqueda y clasificación.

Criterios de evaluación:

a) Se han determinado las bases de información para realizar un proyecto integral de asesoría de imagen.

b) Se han identificado las fuentes documentales para la obtención de información.

c) Se han establecido estrategias de búsqueda de información.

- d) Se han identificado los distintos sistemas de archivo y clasificación de la información en diferentes formatos.
- e) Se han caracterizado los cuestionarios necesarios para el asesor.
- f) Se han establecido los criterios, la estructura y los apartados que deben tener los documentos de la asesoría.
- g) Se han elaborado cuestionarios de asesoría de imagen.
- h) Se han establecido pautas para la revisión y mejora de los documentos para la asesoría de imagen.

3. Diseña documentos gráficos para la asesoría de imagen, aplicando técnicas de expresión gráfica, fotográficas, audiovisuales e informáticas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las técnicas gráficas, audiovisuales e informáticas asociadas al proyecto de asesoría.
- b) Se han diseñado bocetos asociados al cambio de imagen.
- c) Se han elaborado fotografías y otros materiales audiovisuales.
- d) Se han determinado las características técnicas e indicaciones de los programas informáticos con aplicación en el proyecto de asesoría.
- e) Se han utilizado aplicaciones informáticas para el tratamiento de la imagen.
- f) Se han identificado los medios audiovisuales con repercusión en asesoría.
- g) Se ha determinado la teoría del color.
- h) Se han determinado los códigos de asesoría de imagen.
- i) Se han analizado las líneas, los colores, las formas, los volúmenes y la expresividad corporal y los elementos sensoriales asociados a la imagen.
- j) Se ha valorado la importancia del empleo del lenguaje iconológico.

4. Realiza el estudio integral de la imagen, empleando métodos y técnicas de análisis.

Criterios de evaluación:

- a) Se han especificado las técnicas de análisis y evaluación de las características físicas del cliente.
- b) Se han establecido pautas para la autovaloración y observación del cliente.
- c) Se han determinado los documentos, soportes y materiales necesarios para el estudio integral de la imagen.
- d) Se han aplicado técnicas de análisis y evaluación de la imagen integral.
- e) Se han determinado los elementos externos que se deben observar en el análisis.
- f) Se ha identificado el estilo y los criterios estéticos del cliente.
- g) Se han establecido los métodos para analizar las necesidades y demandas del cliente.
- h) Se han relacionado las cualidades o características físicas con los elementos iconológicos.
- i) Se han valorado los resultados del estudio integral de la imagen.

5. Elabora propuestas personalizadas de asesoría de imagen, determinando las fases del proceso de elaboración.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha determinado la estructura y apartados que forman la propuesta de asesoría.
- b) Se han identificado las fases del proceso de elaboración del proyecto de asesoría de imagen.
- c) Se ha establecido la documentación asociada a la propuesta.
- d) Se han identificado las relaciones con los colaboradores en el proyecto de asesoría de imagen.
- e) Se han aplicado herramientas manuales, gráficas e informáticas para la elaboración de diseños.
- f) Se han determinado las pautas para la elaboración del proyecto de asesoría.
- g) Se ha establecido la secuenciación, la temporalización, los medios técnicos y personales necesarios para llevar a cabo la propuesta de asesoría de imagen.
- h) Se han diseñado propuestas de asesoría.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han reconocido las demandas de las personas usuarias en los servicios de asesoría.
- b) Se han identificado los aspectos que han de ser evaluados en la calidad del servicio prestado.

- c) Se han establecido las normas de calidad en todas las fases del proceso.
- d) Se ha elaborado un plan de evaluación para el servicio de asesoría de imagen.
- e) Se han identificado las principales causas que pueden dar lugar a deficiencias en el servicio prestado.
- f) Se han seleccionado técnicas que permitan detectar objeciones a las propuestas de asesoría.
- g) Se han propuesto medidas correctoras para optimizar los servicios prestados y mejorar el grado de satisfacción de las personas usuarias.
- h) Se han realizado supuestos prácticos de valoración de los resultados.
- i) Se han aplicado técnicas de argumentación ante objeciones a la/s propuesta/s.

Duración: 160 horas.

Contenidos:

1. Caracterización de la iconología:

- La iconología. Características. Historia de la iconología. Variaciones universales iconológicas.
- Los iconos: definición, tipos y características.
- Los valores morales y estéticos asociados a la iconología. Los conceptos filosóficos y su simbología. Aplicaciones de la iconología en diferentes sectores (arte, arquitectura, diseño, interiorismo/decoración interna y externa, escaparatismo y montajes audiovisuales, entre otros).
- Códigos, signos y símbolos. Definición, características y tipos. Soportes. Códigos estándares y no estándares. Códigos particulares, sectoriales, geográficos, culturales, religiosos y otros.
- Los niveles de percepción y sus condicionantes. Variaciones en función de su intensidad o grado. Aplicaciones y utilización.
- La percepción iconológica. Fisiología y psicología de la percepción. La sensibilidad individual. - La percepción de la realidad y su entorno. Tipos de percepción: visual, olfativa y táctil, entre otros.
- Los sentidos y la iconología:
La vista: características de la visión. La luz y sus características: cantidad, intensidad, dirección, gama térmica, saturación, armonías y otros.
Sonido: concepto, percepción y tipos de sonido. Umbral de percepción.
El tacto y la tangibilidad: concepto y características. Valoraciones individuales.
El olfato: sensaciones olfativas, funcionamiento y características. Uso del olor.
El gusto: percepción del sabor, tipos de sabores y su localización en la cavidad oral.
- La objetividad y la relatividad. Diferenciación entre percepción y emociones. Las emociones y las cualidades personales.
- Elementos que conforman la imagen:
Las líneas: tipos, percepción, características y aplicación en los diferentes ámbitos de la asesoría. Representación gráfica de las líneas.
Los colores: la percepción del color y sus sensaciones. Aplicación del color en la asesoría. Teoría del color. El círculo cromático. Las gamas térmicas.
Las formas. Percepción y análisis. Cualidades asociadas. Aplicación en asesoría. Representación gráfica de las formas.
Los volúmenes: tipos de volúmenes, percepción de los mismos y su aplicación en la asesoría de imagen. Representación gráfica de los volúmenes.
Expresividad corporal y elementos sensoriales. El movimiento: concepto, tipos de movimiento, percepción y su aplicación en la asesoría de imagen. Posturas corporales. Modificación de movimientos inestéticos.
Sentidos no visuales. Los sonidos: tipos de sonido con repercusión en asesoría, aplicación y correcciones. Modulación del sonido. Ejercicios sonoros. Los olores: concepto y tipos de olores. Percepción del olor. Saturación olfativa.
- Uso del lenguaje iconológico:
El lenguaje social y el lenguaje del asesor. Adaptación del lenguaje social al lenguaje iconológico. El lenguaje iconológico: definición, características e importancia. Ámbitos de aplicación.
Las equivalencias entre cualidades y características físicas, códigos, símbolos y signos. Terminología que se debe utilizar.
Las formas adjetivadas de las cualidades. Las tablas de las cualidades y su jerarquización.
- Los niveles de percepción y sus condicionantes. Variaciones en función de su intensidad o grado.

2. Elaboración de documentación para la asesoría de imagen:

- Bases de información general. Identificación de las fuentes documentales: escritas, gráficas, audiovisuales y otras. Fichero de especialistas colaboradores.

- Métodos de obtención de la información: estrategias de búsqueda y selección. La fiabilidad de la información.
- Técnicas de clasificación en los diferentes ámbitos de la asesoría (belleza y cuidados estéticos, peluquería, protocolo oficial, de empresa y social, habilidades comunicativas, imagen corporativa y otros).
- Actualización de la información: control, seguimiento y conservación.
- Cuestionarios de asesoría: concepto, características, finalidad y objetivos, entre otros. Tipos de cuestionarios: básicos y específicos.
Cuestionarios básicos: información general, necesidades/motivaciones del usuario, características y cualidades que se desean transmitir, que se transmiten, que se deben potenciar o neutralizar y otros.
Cuestionarios específicos: concepto, características, finalidad, objetivos y otros. Tipos de cuestionarios específicos: belleza, hábitos de salud, cosmetológicos, antropomórficos, de color, de expresión, de visajismo, de comunicación, de hábitos sociales, de maquillaje, de vestuario, de fondo de armario y otros.
- Elaboración y diseño de cuestionarios de asesoría: criterios y características. Selección de ítem o variables según el tipo de cuestionario. Diseño de cuestionarios. Elementos gráficos (logotipo y grafismo, entre otros) Soportes. La adaptación de los cuestionarios.
- Elementos de revisión y mejora de los cuestionarios. Control de calidad aplicado a los cuestionarios.
- Otros documentos de asesoría: concepto y características de esos documentos. Diseño y elaboración. Documentos internos. Tipos de documentos y modelos: contratación del servicio, declaración de confidencialidad, elaboración de presupuestos, contratos de colaboradores, contratos de protección de datos y otros. Documentos de proyección externa: dossier de presentación, díptico/tríptico, dossier de empresa, tarjetas de visita y otros.

3. Diseño de documentos gráficos para la asesoría de imagen:

- Técnicas de expresión gráfica, fotográfica, audiovisual e informática.
- La elaboración de bocetos: técnicas, elementos y útiles de dibujo necesarios. Elementos básicos del dibujo y su aplicación en asesoría.
- La fotografía analógica y digital. Concepto y principios. Funcionamiento básico. El uso de la cámara. Técnicas básicas utilizadas en fotografía. La iluminación. La composición. Características que se deben tener en cuenta en relación a la cámara y a la ambientación.
- El retoque fotográfico y sus elementos. Tratamiento de la imagen mediante aplicaciones informáticas. Boceto y fotografía. Iniciación al tratamiento de fotografías y gráficos. Herramientas virtuales de diseño:
Métodos de especificación del color en un programa de diseño gráfico: RGB, CMYK y colores planos.
Herramientas de diseño.
Herramientas de edición.
Luces, sombras y texturas.
Aplicación de color a los objetos.
Edición de imágenes. Modificación de tamaños de imagen, resolución y espacio de color.
Ajustes de contraste, equilibrio de gris, equilibrio de color, brillo y saturación.
Corrección selectiva de color en el programa de edición de color.
Filtros: destramado, enfoque y desenfocado.
Retoques, degradados, fundidos y calados.
Opciones de aplicación en peluquería; en belleza (colorete, sombras, delineador de ojos y labios, lápiz de cejas y labios); en vestuario y complementos.
Almacenamiento de archivos. Formatos.
Ajustes de impresión.
- Creación de vídeos. El guion. Manipulación de la línea de tiempo. Selección de escenas y transiciones. Introducción de títulos y audio.
- Las aplicaciones informáticas como medio de tratamiento de la imagen personal. Iniciación al tratamiento de fotografías digitalmente. Programas informáticos relacionados. Programas de tratamiento de la imagen y diseño gráfico.
- Los medios audiovisuales. Tipos. Características. La postproducción.

4. Realización del estudio integral de la imagen:

- Técnicas de análisis y evaluación de las características físicas del cliente.
- Identificación del estilo, criterios estéticos del cliente y necesidades y demandas del cliente: estilo del maquillaje, color, cantidad y longitud del cabello, estilo del peinado, hábitos de vida y cuidados estéticos, y ámbito laboral, social y cultural para valorar sus necesidades.

- Métodos para detectar los criterios estéticos, las necesidades y demandas. La entrevista. La autovaloración del cliente: física, intelectual, psicológica y global, entre otras. Técnicas y ejercicios para determinarla. Detección de anomalías. La observación: secuenciación y aplicación de pautas de observación.
- Determinación del tipo de asesoramiento que se va a realizar: asesoría de imagen parcial, asesoría de imagen integral, asesoría de imagen de belleza, asesoría de imagen profesional, asesoría de imagen corporativa y otras.
- Aplicación de la documentación para el análisis del cliente:
Elección de cuestionarios y otros documentos que se deben utilizar: cuestionarios básicos, cuestionarios específicos y otros documentos tales como contrato del servicio, declaración de confidencialidad de los datos, tablas y otros.
Adaptación de los cuestionarios.
El soporte de grabación gráfica de registros del cliente: cámara fotográfica, cámara de vídeo, grabadora y otras.
Determinación y preparación.
- Determinación de los elementos que se van a analizar: aspecto estético externo (vestuario, peinado, maquillaje facial y ungüeoal, características físicas destacadas y otros), expresión (oral, gestual y corporal), cultura y marco social (el entorno personal y profesional), personalidad, características psicológicas, conducta y hábitos, entre otros:
Las medidas físicas y su determinación: peso, altura, talla, medidas corporales y otras.
Los colores. Sistemas para determinar el uso de los colores según criterios profesionales, personales u otros.
Los inestetismos o elementos que se deben corregir. Pautas para su detección. Jerarquización e importancia.
Las cualidades actuales y futuras del cliente. Sistemas de detección. La relación con las características iconológicas. Aplicación del lenguaje iconológico.
- Valoración del estudio integral. Procesamiento de los datos obtenidos.
- Registro y control de la información.

5. Elaboración de propuestas personalizadas de asesoría imagen:

- El proyecto de asesoría: concepto, fases y tipos de proyectos. Características de los mismos. - El proyecto parcial. El proyecto integral.
- Diseño de propuestas personalizadas de cambios de imagen. Estructura específica de la propuesta. Pautas para la elaboración del informe/propuesta de asesoría.
- Descripción de las necesidades y demandas.
- Conclusión del análisis integral de la imagen: características que se deben potenciar y/o modificar.
- Caracterización del nuevo estilo.
- Relación de los trabajos técnicos (tratamientos corporales y faciales, peinados y maquillaje) necesarios para el cambio de imagen. Selección de técnicas.
- Cambios en la indumentaria, complementos y accesorios.
- Relación de procedimientos para el cambio de hábitos, mejora de las habilidades sociales y de la expresión y comunicación.
- Documentación técnica y económica anexa a la propuesta: tipos y características. El presupuesto. Sistemas de liquidación económica. Alternativas en el pago. Documentación de soporte. Documentación de colaboración. Tipos de relaciones.
- Elaboración de diseños gráficos: bocetos para la asesoría de imagen. Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.
Relación de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Proveedores y otros profesionales. Criterios de selección de profesionales colaboradores.
- Plan de actuación: calendario de actuación. Temporalización. Coordinación de trabajos.
- Presentación de propuestas. Aplicación de técnicas de comunicación para la presentación de propuestas:
Elementos de soporte de la propuesta: tarjetas personales, tarjetas de tejidos y otros.
Selección del formato de presentación.
- Conclusión de las propuestas: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.

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

- Elementos del plan de evaluación del servicio de asesoría. Normas de calidad. Parámetros que definen la calidad. Causas de deficiencias en los servicios de asesoría.
- Técnicas para detectar objeciones a las propuestas de asesoría.
- Técnicas de argumentación ante objeciones a las propuestas.
- Técnicas para corregir las desviaciones producidas.
- La profesionalidad en el asesoramiento al cliente como indicador de calidad del servicio.

Módulo Profesional: Estilismo en vestuario y complementos.

Equivalencia en créditos ECTS: 13

Código: 1183

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Elabora el protocolo de actuación del asesor en estilismo del vestuario, identificando su campo de trabajo.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los protocolos de asesoría en estilismo.
- b) Se ha reconocido el campo de actuación del asesor de imagen.
- c) Se han identificado las fases de actuación del asesor.
- d) Se ha definido la terminología relacionada con el vestuario y moda.
- e) Se han identificado las características de los desfiles de moda.
- f) Se han descrito las bases del estilismo creativo.
- g) Se han reconocido las fuentes documentales para la obtención de información sobre estilismo.
- h) Se ha clasificado la información temáticamente.
- i) Se han elaborado muestrarios de referencia.

2. Caracteriza la moda y sus tendencias a lo largo de la historia, identificando los cánones y los estilos estéticos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han caracterizado las funciones del vestuario.
- b) Se han diferenciado los cánones estéticos en estilismo de las diferentes épocas históricas.
- c) Se han establecido los elementos de vestuario y complementos en las diferentes épocas históricas.
- d) Se han relacionado los cambios sociales con la evolución en el vestuario.
- e) Se han determinado los diseñadores con influencia en la historia de la moda.
- f) Se ha identificado la repercusión de la alta costura en la evolución de la moda.
- g) Se han detallado los aspectos más relevantes de los nuevos creadores y tendencias en la moda.

3. Realiza el estudio corporal, de color y de estilo en vestuario y complementos, aplicando técnicas de análisis.

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido los métodos y equipos para el estudio del cliente.
- b) Se ha organizado el lugar de trabajo para la realización del análisis.
- c) Se han determinado las características corporales con influencia en la indumentaria.
- d) Se ha realizado la toma de medidas corporales que determinan la figura.
- e) Se ha identificado la tipología corporal.
- f) Se ha relacionado el uso del color con su simbolismo social y cultural.
- g) Se ha realizado el test del color para la selección de la gama cromática del vestuario.
- h) Se ha identificado el estilo de vestuario de las personas usuarias y su gradación.
- i) Se ha establecido un método de identificación de las necesidades sociolaborales.
- j) Se ha relacionado el tipo y estilo de los complementos con la imagen externa.

4. Determina los cambios que se pueden realizar en la figura a través de la indumentaria, seleccionando los tejidos y prendas de vestir.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las características corporales que se deben corregir o potenciar a través de la indumentaria.
- b) Se ha analizado la repercusión de las líneas, volúmenes, colores y otros, en la nueva imagen.
- c) Se han caracterizado las prendas y sus elementos.
- d) Se han identificado los materiales y tejidos.
- e) Se han seleccionado las prendas en función de las necesidades.

- f) Se ha valorado el uso de tejidos y materiales ecológicos y éticos.
- g) Se ha identificado la información y simbolismo utilizados en las etiquetas.
- h) Se han propuesto consejos para la conservación y mantenimiento de las prendas.
- i) Se han diferenciado los elementos de vestuario social, profesional y de etiqueta.
- j) Se han establecido pautas para lograr la armonía en el vestuario.

5. Diseña propuestas personalizadas de cambio de estilismo en vestuario y complementos, elaborando bocetos, documentos y presupuestos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha establecido la estructura de la propuesta.
- b) Se han determinado los documentos que van a formar parte de la propuesta.
- c) Se han realizado diseños en distintos soportes.
- d) Se ha elaborado el dossier de asesoría en estilismo.
- e) Se han establecido las bases para la elaboración del presupuesto.
- f) Se ha establecido el plan de trabajo para la puesta en marcha del cambio de imagen.
- g) Se ha presentado la propuesta de forma oral y escrita.
- h) Se han establecido los métodos de archivo de la propuesta y su información base.

6. Establece pautas para guiar en la compra de vestuario y complementos, seleccionando fuentes de información y establecimientos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido criterios para identificar las demandas en la compra de vestuario.
- b) Se han identificado los puntos de venta de vestuario y complementos.
- c) Se han seleccionado tiendas especializadas, diseñadores y firmas de ropa.
- d) Se ha determinado el vestuario básico que compone el fondo de armario.
- e) Se han determinado las prendas necesarias para el equipaje básico en distintas actividades.
- f) Se han determinado pautas de elección de combinación de prendas y complementos.
- g) Se han proporcionado técnicas para la correcta combinación de colores.
- h) Se han seleccionado las prendas en función de las variables de la persona usuaria.
- i) Se han establecido valoraciones en la relación calidad-precio de los establecimientos de venta.

Duración: 200 horas.

Contenidos:

1. Elaboración del protocolo de actuación del asesor en estilismo en vestuario:

- La asesoría en estilismo. Campo de actuación. Definición y competencias. Figuras profesionales relacionadas.
- Concepto de estilismo. Vestiteca, show room, outlet y otros.
- La elegancia y el estilo. Clasificación general de estilos.
- Las tendencias y la moda. Repercusión económica. Técnicas asociadas a su difusión.
- El prêt-à-porter y la alta costura. Importancia actual.
- Colección. Concepto y tipos. Colección crucero.
- Desfiles: terminología asociada y características. Principales pasarelas mundiales.
- La diferenciación externa mediante otros elementos.
- Estilismo creativo y estilismo dirigido. La investigación como base de la inspiración y realización.
- El protocolo de actuación en estilismo. Elaboración del protocolo: partes, tipos, contenidos y documentos de apoyo.
- La bases de información del estilismo en el vestir. Fuentes documentales. Clasificación y archivo. Elaboración de muestrarios de referencia.

2. Caracterización de la moda y sus tendencias a lo largo de la historia:

- La función del vestuario. La función mítica, protectora, jerárquica y otras.
- El vestido en la prehistoria.

- El vestuario en el mundo antiguo: desde Egipto a Bizancio. Características principales y su repercusión. El maquillaje y la belleza. Los complementos y su importancia.
- La edad media y el renacimiento. La influencia de las cortes. El vestido y sus variaciones.
- El Barroco y la corte francesa. El Rococó. Los excesos en el vestuario, peluquería y cosmética.
- La Revolución Francesa. El Romanticismo. El Dandismo. Los cambios volumétricos en la moda femenina.
- El Modernismo. La Revolución Industrial y su repercusión en el vestuario. El nacimiento de la alta costura. Charles Frederick Worth. Paul Poiret.
- Los felices años 20. La androginia. Las nuevas casas de moda.
- Los años 30. La moda y el cine. Nina Ricci, Vionnet, Gres y Chanel.
- La moda y el Surrealismo. Elsa Schiaparelli.
- El new look y el teatro de la moda. Los nuevos diseñadores y su influencia: Dior, Balenciaga, Balmain, Fath, Givenchy y otros.
- Los pantalones vaqueros y el estilo de vida americana. La juventud y sus revoluciones. Los hippies.
- El cine y la televisión. El futurismo de Pierre Cardin. La moda unisex. El punk.
- La moda americana y la nueva silueta: Donna Karan, Calvin Klein, Ralph Lauren y otros. El fin de la alta costura. Nuevas alternativas.
- La moda y la edad. Las modas sociales actuales.
- Jóvenes diseñadores nacionales e internacionales. Características.

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

- El estudio del cliente. Métodos y equipos para el estudio y análisis del cliente: entrevistas, cuestionarios, medidas y grabaciones, entre otros.
- Aplicación de los métodos de observación.
- Los patrones habituales.
- Detección de necesidades: socio-laborales, artísticas y otras.
- Identificación del ámbito de aplicación y las cualidades de la imagen que se quiere proyectar. - Características y ejemplos.
- Registro y control de la información. Documentación anexa.
- Técnicas de preparación del cliente.
- La antropometría de la figura humana masculina y femenina. Proporciones reales e idealizadas. Percepción de las mismas.
- Características corporales con influencia en la indumentaria y los complementos: estatura, peso, proporciones, hombros, pecho, cintura, caderas, piernas, rodillas y tobillos, entre otros. Proyección/percepción de la imagen a través de las características corporales.
- Las tallas. Determinación de las medidas corporales. Registro de datos.
- La representación gráfica de la figura humana. Determinación de la tipología corporal. Registro de datos.
- Alteraciones psicológicas relacionadas con el cuerpo humano con repercusión en la imagen.
- Test de color. Técnicas para la elección de colores personales.
- Elementos que definen el estilo en el vestir: color, líneas, formas y volúmenes. Aplicación en el vestuario y complementos.
- Determinación del estilo del cliente. Tipos (clásico, informal, deportivo, casual, romántico, sectorial, funcional y vanguardista, entre otros). Gradación del estilo.
- Análisis de la indumentaria y de los complementos.

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

- Las correcciones corporales mediante el vestuario. Los inestetismos. Las asimetrías. Concepto, tipos y características.
- La indumentaria masculina y femenina. La moda unisex.
- Tipos de prendas. Criterios de selección.
- Elementos y características de las prendas y su repercusión en la imagen: los escotes, los cuellos, las mangas y otros. Concepto y características. El patronaje.
- Materiales y tejidos utilizados en estilismo: Las fibras textiles.

Los no tejidos. Concepto, determinación, clasificación y características. Criterios para su selección y pautas para su conservación en óptimas condiciones.

Las pieles naturales y su preparación. Clasificación y características. Criterios para su selección y pautas para su conservación en óptimas condiciones.

Las costuras y la pasamanería. Concepto, tipos y características. Elementos que determinan la calidad de una pieza.

Los botones, cremalleras y otros.

- El etiquetado de las prendas. Normativa. Simbología. Consejos de lavado, planchado y conservación. Formas de eliminar las manchas. El lavado en seco.

- El vestuario profesional. Ventajas y desventajas. Repercusiones laborales.

- El vestuario de etiqueta. Características de los tejidos y materiales. Complementos permitidos. - Otros elementos de uso protocolario y sus características. La etiqueta masculina y femenina. Comunicación del tipo de vestuario en las invitaciones.

- El vestuario en celebraciones sociales. Características.

- La ropa interior. Concepto, tipos y características.

- El vestuario y su armonía. Formas de lucir las distintas prendas de vestir. Combinación de colores, tejidos y estampados.

- Tabla de equivalencias del vestuario en distintos países.

- Los complementos: relación de los complementos con la creación de estilos:

Joyería, bisutería y relojería.

Zapatos, cinturones y bolsos.

Complementos masculinos. Las corbatas.

Sombreros, gorros y accesorios capilares.

Pañuelos, bufandas y guantes.

Gafas y otros accesorios.

5. Diseño de propuestas personalizadas de cambio de estilismo en vestuario y complementos:

- La propuesta personalizada para el cambio de imagen a través de la indumentaria. Definición y estructura.

- Tipos de propuestas.

- Documentación base: el dossier de asesoría en estilismo. Organización y estructura: uso de logotipos, portada, índice, datos, fotos, cualidades iniciales, cualidades que se desean obtener, propuesta técnica y otros.

- Documentación técnica anexa: tipos y características. Procedimientos para cumplimentar los documentos técnicos de la propuesta personalizada. Diseños gráficos y audiovisuales. Aplicación de herramientas manuales, gráficas e informáticas.

- Documentación económica: el presupuesto.

Planificación de acciones: el plan de trabajo. Calendario de actuación, contenidos y pautas de elaboración.

- Adecuación de la propuesta/personalización de la demanda.

- Presentación de la propuesta: aplicación de técnicas de comunicación para la presentación de la propuesta.

- Procesamiento y archivo de la información. Uso de la base de datos.

6. Establecimiento de pautas para guiar en la compra de vestuario y complementos:

- Los puntos de venta de vestuario y complementos.

- Criterios de selección de vestuario, tejidos y complementos: identificación de la demanda. Tabla de equivalencias del tallaje del vestuario en otros países.

- Criterios de selección de tiendas especializadas, diseñadores y firmas de ropa. Relación calidad-precio.

- El fondo de armario. Fondo de armario masculino y femenino. Composición. Revisión y actualización.

- El equipaje básico en distintas actividades.

- Selección y combinación de colores en prendas, accesorios y complementos.

- Pautas para la elección y combinación de prendas y complementos.

- Pruebas de vestuario. Coordinación y supervisión.

- Técnicas de seguimiento y mantenimiento del proceso de asesoría en el vestir.

- Los complementos como artículo de regalo:

Pautas para guiar en la compra.

Variables que determinan su elección.

Módulo Profesional: Asesoría de peluquería.

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Código: 1184

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Elabora el protocolo de trabajo del asesor de peluquería, identificando su campo de actuación.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha establecido el protocolo de trabajo del asesor de peluquería.
- b) Se han identificado las fases de actuación del asesor.
- c) Se han reconocido las fuentes documentales para la obtención de datos.
- d) Se ha realizado un muestrario de estilos de peluquería.
- e) Se ha realizado una ordenación de los datos y su archivo.
- f) Se ha establecido el proceso para el análisis de las características y necesidades de la persona usuaria y su entorno.
- g) Se ha establecido la secuencia y el método para el desarrollo de la fase de asesoramiento y evaluación del proceso.
- h) Se ha descrito el campo de actuación del asesor de peluquería.

2. Realiza el estudio estético para la asesoría de peluquería, aplicando técnicas de análisis capilar y de morfología corporal.

Criterios de evaluación:

- a) Se han aplicado medidas de atención y preparación del cliente.
- b) Se han identificado las características, el aspecto y el estado del cabello y cuero cabelludo.
- c) Se han aplicado técnicas de análisis del cabello y cuero cabelludo.
- d) Se han relacionado los procesos y técnicas con el daño capilar.
- e) Se han identificado las alteraciones capilares y del cuero cabelludo con influencia en la imagen personal.
- f) Se han identificado los distintos diseños y formas del pelo facial.
- g) Se ha reconocido la morfología corporal y de la cabeza y su relación con el peinado.
- h) Se han determinado los patrones habituales de peinado, maquillaje, vestuario y complementos de la persona usuaria.
- i) Se ha establecido el método de detección de las necesidades socio- laborales, artísticas y otras.
- j) Se han cumplimentado las fichas de registro de los datos obtenidos en el análisis.

3. Determina los cuidados y tratamientos capilares para el asesoramiento, identificando las técnicas empleadas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han reconocido los tratamientos capilares necesarios para la creación de la nueva imagen.
- b) Se han establecido las técnicas electroestéticas y manuales asociadas a los tratamientos capilares.
- c) Se ha justificado el empleo de los productos de cuidados del cabello.
- d) Se han establecido los criterios para seleccionar pelucas y prótesis capilares.
- e) Se han seleccionado los cuidados capilares en función de las necesidades.
- f) Se han establecido mecanismos de colaboración con los profesionales especialistas en cuidados y tratamientos capilares.

4. Determina los cambios que se deben realizar en el cabello y en el pelo facial para crear el nuevo estilo, identificando los procedimientos y técnicas.

Criterios de evaluación:

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

- b) Se han elaborado formularios valorativos de las preferencias, hábitos y costumbres del cliente.
- c) Se han determinado los estilos de imagen a través de los peinados y técnicas de peluquería y barbería.
- d) Se han identificado los elementos iconológicos del peinado que forman la nueva imagen.
- e) Se han establecido los criterios para determinar el largo, forma y color del cabello en la nueva imagen.
- f) Se han determinado los criterios para diseñar el estilo de la barba, bigote y patillas.
- g) Se han caracterizado las técnicas de corte, cambios de forma y cambios de color.
- h) Se ha justificado la elección del tipo de peinado y recogido.
- i) Se han caracterizado las técnicas de barbería.

5. Elabora la propuesta de cambio de imagen, teniendo en cuenta las variables personales, sociolaborales y, en su caso, los requerimientos escénicos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha establecido la estructura de la propuesta.
- b) Se han diseñado propuestas de cambio de imagen a través de modificaciones en el cabello.
- c) Se han realizado cambios de imagen en soporte informático.
- d) Se han realizado bocetos de estilos de peinados.
- e) Se han seleccionado técnicas de peluquería y cuidados capilares para el cambio de imagen.
- f) Se han especificado los medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto.
- g) Se ha programado la secuenciación y temporalización para el cambio de imagen.
- h) Se ha presentado la propuesta personalizada en asesoría de peluquería.
- i) Se ha establecido la propuesta de asesoramiento para producciones audiovisuales, de fotografía y moda.
- j) Se han establecido las pautas para el análisis del proyecto artístico.

6. Establece pautas para el mantenimiento de la nueva imagen, utilizando técnicas y equipos para el entrenamiento personal.

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado las pautas para asesorar en el mantenimiento de la nueva imagen.
- b) Se ha establecido un calendario de actividades para la aplicación de procedimientos y cosméticos para mantener el estilo propuesto.
- c) Se han identificado las actividades para el mantenimiento y cuidado del nuevo estilo de peinado y barba.
- d) Se han manejado secadores, tenacillas, planchas y otros.
- e) Se han propuesto las pautas de aplicación de productos para el mantenimiento del peinado.
- f) Se ha mantenido una actitud profesional a lo largo del proceso.

Duración: 160 horas.

Contenidos:

1. Elaboración del protocolo de trabajo del asesor de peluquería:

- Protocolos de trabajo del asesor de peluquería: partes, tipos, contenidos y documentos de apoyo.
- Fase de documentación. Elaboración de la base de información de patrones estéticos de peinados. Base de información de patrones estéticos:
Datos de estilos capilares. Elaboración de un muestrario de estilos.
Fuentes documentales: webs de Internet, revistas de moda, de peinados, de maquillajes, magazines, actualidad, especializadas y técnico-científicas. Libros, cine y televisión.
Clasificación y archivos de datos.
- Fase de análisis de las características y necesidades de la persona usuaria y su entorno:
Protocolo de estudio estético.
Protocolo para el estudio de las cualidades de la imagen.
Procedimiento de identificación de demandas del usuario.
Proceso de identificación de las necesidades y demandas en peluquería y barbería, de los medios audiovisuales, escénicos y de moda.
Identificación de los requerimientos sociales y laborales.

- Fase de asesoramiento en peluquería y estilismo facial masculino.
- Fase de evaluación y control del proceso.
- Campo de actuación del asesor de peluquería. Asesoramiento en imagen y belleza capilar (personal, profesional, corporativa y otros.). Asesoramiento en producciones audiovisuales, escénicas y de moda. Asesoramiento en estilos faciales masculinos. El asesoramiento en actos y eventos. Asesoramiento en cambios de estilo.

2. Realización del estudio estético para la asesoría de peluquería:

- Técnicas de preparación del cliente.
- Análisis del cuero cabelludo y cabello. Aplicación de los métodos y equipos de evaluación del estado del cabello y cuero cabelludo. Aspecto del cuero cabelludo. Características y condiciones que influyen en el estado del cabello: Aspecto físico: forma, grosor, brillo y volumen. Propiedades físicas: permeabilidad, porosidad y resistencia. Flexibilidad, capacidad de humectación y otras. Color. Cabello virgen o tratado. Color natural y actual. Escala de tonos naturales y reflejos. Porcentaje de canas. Otros. Longitud. Direccionalidad, remolinos y nacimientos. Agentes químicos, mecánicos, térmicos y ambientales. Tratamientos capilares que influyen en el aspecto del cabello. Identificación de alteraciones del cabello y del cuero cabelludo con influencia en la imagen personal.
- Análisis morfológico de la cabeza. Puntos antropométricos de referencia de cráneo, nuca y óvalos. Técnicas de psicomorfolología y visajismo: Cánones de belleza. Tipos de cráneo. Tipos de perfiles. Tipos de frente. Tipos de cuello frontal y posterior.
- Estudio y características del pelo facial: tipos y formas de barba, bigote, perilla y patilla.
- Estudio de la morfología corporal y su relación con el peinado.
- Análisis de patrones de peinado habituales en el cliente.
- Análisis de patrones de maquillaje, complementos y vestuario del cliente.
- Determinación de las necesidades: sociolaborales, artísticas y otras.
- Percepción de las características del cliente a través del estudio de los elementos iconológicos que proyecta su imagen.
- Soportes de documentación técnica: ficha de registro. Cuestionarios valorativos iniciales. El cuestionario de costumbres, aficiones y hábitos de cuidados estéticos.

3. Determinación de los cuidados y tratamientos capilares para el asesoramiento:

- Clasificación y descripción de los tratamientos capilares necesarios para la creación de la nueva imagen: Tratamiento de higiene y acondicionamiento. Tratamientos de mantenimiento: cuidados preventivos. Tratamientos para las alteraciones del tallo capilar. Tratamientos médico-estéticos: infiltraciones y otros. Tratamientos quirúrgicos: microinjerto y cirugía estética. Tratamiento para las alopecias. Tratamiento para las alteraciones del cuero cabelludo: tratamientos antipitiriasis y antiseborreicos.
- Técnicas electroestéticas y manuales para el tratamiento capilar: corrientes galvánicas, alta frecuencia, ondas electromagnéticas, ozono y otras. Masaje y drenaje linfático. Cosméticos asociados a los tratamientos capilares.
- Asesoramiento en prótesis capilares.
- Identificación de los tratamientos capilares necesarios para los cambios de imagen.
- Profesionales colaboradores para el cuidado y los tratamientos capilares.

4. Determinación de los cambios que se deben realizar en el cabello y en el pelo facial para crear el nuevo estilo:

- Cualidades de la imagen que se va a potenciar, neutralizar y modificar a través de la asesoría de peluquería y barbería.
- Cuestionario valorativo de las preferencias del cliente.

- Concreción del nuevo estilo y creación de la nueva imagen. Estilos a través de los peinados y técnicas de peluquería y barbería.
- Determinación de los elementos del peinado que forman la nueva imagen:
Identificación de la armonía: fría y cálida.
Análisis de las líneas, formas, colores y volúmenes.
Correcciones ópticas a través del cabello: del óvalo, de las facciones, del cráneo, del perfil, del cuello y de los hombros.
- Determinación del largo, forma, color y estilo del cabello en la nueva imagen.
- Determinación del estilo en el pelo facial.
- Los complementos de peluquería en la creación de estilos.
- Procesos técnicos de peluquería para el cambio de longitud. Corte. Estilos de corte. Pautas.
- Procesos técnicos en peluquería para el cambio de forma. Permanente y moldeado. Pautas de realización. Cambio de forma temporal.
- Procesos técnicos en peluquería para el cambio de color. Coloración, decoloración y mechas. - Pautas de realización.
- El peinado y la técnica de secado. Parámetros que influyen directamente en el volumen del cabello: el diámetro, densidad, curvatura, coeficiente de fricción, porosidad y la humedad interna de la fibra. Recogidos: altos, bajos y otros. Posticercia capilar. Extensiones.
- Técnicas de barbería: afeitado, recortado, rasurado y otras.

5. Elaboración de propuestas de cambio de imagen:

- Diseño de propuestas personalizadas de cambios de imagen a través de tratamientos y técnicas de peluquería y barbería. Estructura específica de la propuesta. El informe técnico de la asesoría de peluquería.
- Descripción de las necesidades y demandas:
Variables personales y sociolaborales: estilo de vida, personalidad, características estéticas, acontecimientos, ámbito laboral y otras.
Interpretación de informes profesionales.
- Valoración de los resultados del estudio de la imagen personal: características que se pueden potenciar o modificar.
- Caracterización del nuevo estilo.
- Relación de los trabajos técnicos de peluquería y barbería necesarios para el cambio de imagen:
Selección de técnicas de peluquería.
Selección de tratamientos estéticos capilares o asociados a tratamientos de cirugía estética capilar.
Selección de peinados y de recogidos. Selección de complementos capilares asociados al nuevo peinado.
Selección del tipo de barba, bigote o patilla.
- Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características.
- Elaboración de diseños gráficos y fotográficos: bocetos sobre estilos de peinados, barba y bigote.
- Medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Criterios de selección de profesionales colaboradores.
- Planificación de acciones: calendario de actuación. Temporalización. Coordinación de trabajos.
- Documentación económica: elaboración del presupuesto.
- Presentación de la propuesta personalizada:
Selección del formato de presentación.
Selección del material visual: fotos, esquemas, bocetos y programas informáticos.
Argumentación de la propuesta personalizada.
- Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso. Cumplimentación de la autorización de puesta en marcha del proceso.
- Propuestas para producciones audiovisuales de asesoramiento de imagen a través de la peluquería:
Requerimientos escénicos.
Técnicas para el análisis de un proyecto artístico.
Identificación del contexto histórico.
Técnicas para el estudio de los personajes.
Análisis de las características del intérprete o modelo.
Estudio del guion.
Cambios a lo largo del rodaje y adaptación del personaje en su evolución.
- Propuestas para producciones de fotografía y moda. Estudio del desfile, modelos, temporada, público, duración, presupuesto y demandas del diseñador.

6. Establecimiento de pautas para el mantenimiento de la nueva imagen:

- Asesoría de mantenimiento de la nueva imagen.
- Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados capilares. Forma de aplicación y frecuencia.
- Cuidados profesionales: electroestéticos, técnicas manuales, medicina estética, cirugía, pelucas y otros.
- Técnicas de orientación en la selección de cosméticos de higiene, mantenimiento, protección y cuidados capilares.
- Entrenamiento de técnicas de manejo de secador, útiles, tenacillas, planchas y productos de apoyo y mantenimiento del peinado.

Módulo Profesional: Protocolo y organización de eventos.

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Código: 1185

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Caracteriza el protocolo oficial identificando la normativa asociada.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha establecido el campo de actuación de la asesoría en protocolo.
- b) Se ha determinado el protocolo de la casa real española.
- c) Se ha identificado la legislación vigente en actos oficiales.
- d) Se ha determinado el organigrama y las características de las instituciones públicas y privadas.
- e) Se han determinado los decretos de protocolo de los gobiernos autónomos.
- f) Se han establecido los preceptos protocolarios de las corporaciones locales, ayuntamientos y diputaciones.
- g) Se han caracterizado los regímenes de títulos, tratamientos, honores y distinciones.
- h) Se han identificado las fuentes de consulta en legislación protocolaria.
- i) Se ha definido una metodología de actuación en protocolo.

2. Caracteriza los actos protocolarios oficiales y no oficiales, identificando sus elementos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los actos públicos oficiales y no oficiales.
- b) Se han especificado las características de los actos no oficiales.
- c) Se han relacionado las características de los actos religiosos con las normas de comportamiento y la tradición.
- d) Se han caracterizado los actos protocolarios del entorno universitario.
- e) Se han definido los elementos que conforman el protocolo en los actos militares.
- f) Se han especificado las normas de carácter moral, social o jurídico aplicadas a los actos protocolarios oficiales y no oficiales.
- g) Se ha identificado el ámbito de aplicación del protocolo en los actos oficiales y no oficiales.
- h) Se ha valorado la importancia del conocimiento y seguimiento de las normas de protocolo.
- i) Se han descrito los principales elementos simbólicos y/o de representación en los actos institucionales (banderas, himnos y otros).

3. Planifica actos protocolarios, determinando cada una de sus fases.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las fases del proyecto organizativo del acto protocolario.
- b) Se ha elaborado el programa y cronograma para el desarrollo del acto protocolario.
- c) Se han establecido los recursos humanos, materiales y espacios físicos necesarios.
- d) Se han establecido los profesionales colaboradores, el personal soporte y los proveedores.
- e) Se han especificado los criterios para la elaboración de listados de asistentes.
- f) Se han diseñado los comunicados y las invitaciones.
- g) Se ha seleccionado la línea de imagen del evento para la decoración del acto.

- h) Se han aplicado criterios de precedencia para la ordenación de personalidades y para la distribución de los asistentes.
- i) Se ha valorado la importancia de la inauguración, clausura y la comunicación en los actos protocolarios.
- j) Se han tenido en cuenta los requerimientos informáticos, telefónicos y los servicios de traducción simultánea, entre otros, para los discursos de los invitados.
- k) Se ha organizado el evento, cumpliendo las normas de calidad y atendiendo a las normas de protocolo.

4. Elabora la propuesta de organización de actos protocolarios, adaptándolos al acontecimiento.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha diseñado la propuesta de organización del acto protocolario.
- b) Se ha establecido la estructura de la propuesta.
- c) Se ha elaborado el dossier del acto.
- d) Se han seleccionado los profesionales colaboradores y proveedores.
- e) Se han especificado los medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto.
- f) Se ha definido y/o cumplimentado la documentación necesaria según el acto para su correcto desarrollo.
- g) Se ha programado la secuenciación y temporalización para la organización del evento.
- h) Se ha calculado el presupuesto económico del acto que se va a organizar.
- i) Se han elaborado las propuestas en soporte manual e informático.
- j) Se han analizado los aspectos de seguridad adecuados y la correcta coordinación con los servicios de seguridad de las instituciones implicadas en un acto protocolario.

5. Caracteriza el protocolo internacional estableciendo pautas de actuación.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la importancia del protocolo internacional en el mundo actual.
- b) Se han establecido las características de los grupos mundiales dominantes.
- c) Se han caracterizado los hábitos, costumbres y cultura social de cada grupo mundial.
- d) Se han relacionado las variaciones protocolarias con los países y los grupos sociales y religiosos.
- e) Se ha reconocido la influencia de determinados países en materia de normas protocolarias.
- f) Se ha reconocido la influencia religiosa en el protocolo.
- g) Se han identificado los modelos de funcionamiento de las culturas orientales en relación al protocolo.
- h) Se ha valorado la influencia del protocolo en las relaciones internacionales.
- i) Se han establecido las pautas de actuación en protocolo internacional.

6. Establece el protocolo empresarial aplicando criterios de imagen corporativa.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los departamentos de la empresa con repercusión en el protocolo.
- b) Se han especificado las precedencias y presidencias empresariales.
- c) Se han establecido las actuaciones empresariales en las que interviene el protocolo.
- d) Se ha determinado el funcionamiento general de los actos empresariales de carácter público y privado.
- e) Se ha justificado la importancia de la difusión mediática de los actos empresariales.
- f) Se han relacionado los actos sociales empresariales con su repercusión en la imagen de la empresa.
- g) Se han realizado acciones de difusión promocional en los medios de comunicación.

Duración: 140 horas.

Contenidos:

1. Caracterización del protocolo oficial:

- La asesoría en protocolo. Campo de actuación del asesor en protocolo y eventos. Figuras profesionales relacionadas. Concepto de protocolo. Principios de la práctica del protocolo. Origen e historia del protocolo. Relevancia social.

- El protocolo oficial español: la Casa Real; el poder ejecutivo, legislativo y judicial y las Fuerzas Armadas. La normativa protocolaria. Ámbitos de aplicación de la normativa.
- Protocolo en las Comunidades autónomas. Protocolo en las Administraciones locales.
- Legislación vigente aplicada al protocolo:
Ordenamiento de autoridades e instituciones: ordenamiento general de precedencias del estado. El Real Decreto de Ordenamiento General de Precedencias en el Estado.
Leyes orgánicas que establecen el orden de precedencia en las distintas comunidades autónomas y en las corporaciones locales. Los decretos de protocolo de los gobiernos autónomos. Administración local y sus autoridades: preceptos protocolarios de las corporaciones locales (ayuntamientos y diputaciones).
Normativa sobre la simbología del estado: himnos, banderas, escudos y heráldica.
Régimen de títulos, tratamientos, honores y distinciones: Reglamento de Honores Militares, Reales Ordenanzas para las Fuerzas Armadas, Reales Ordenanzas del Ejército de Tierra, Reales Ordenanzas de la Armada y Reales Ordenanzas del Ejército del Aire.
- Bases de información en protocolo. Fuentes y departamentos de consulta de normativa y/o legislación protocolaria. Clasificación y archivo.
- Instituciones públicas y privadas: concepto, organigrama, organización y características. Las instituciones nacionales, autonómicas y locales.
- Distinciones protocolarias y su simbología. Clasificación general. Características.
- Simbología heráldica y la vexilología. Historia y características.
- Los tratamientos honoríficos y su aplicación. Tipos de tratamiento.
- Las distinciones nobiliarias. Características. Escala nobiliaria española. Otras escalas nobiliarias.
- Otros tipos de distinciones.
- Metodología en la asesoría en protocolo: partes, tipos, contenidos y documentos de apoyo.

2. Caracterización de los actos protocolarios oficiales y no oficiales:

- Los actos públicos. Características y tipos de actos públicos oficiales y no oficiales. Los actos públicos oficiales de carácter general y los actos públicos oficiales de carácter especial. Diferencias entre ellos.
- Los actos privados y/o no oficiales. Características y tipos de actos no protocolarios.
- El protocolo religioso y sus actos. Características de los actos religiosos. Importancia de la tradición.
- El protocolo universitario y sus actos. Características, precedencia y organigrama. Tipos de actos universitarios. El vestuario específico.
- El protocolo militar y sus actos. Organigrama de los cuerpos militares y su precedencia. Tipos de actos militares. Tributación de honores militares.
- Identificación del tipo de acto, el ámbito de aplicación y las características o cualidades que se pueden proyectar. Elementos que hay que valorar. Otras características en relación al acto: finalidad, público objetivo y otros.
- Ámbito de aplicación del protocolo en los actos oficiales y no oficiales:
La presidencia de los actos. Cesión de presidencias. Resolución de conflictos.
La precedencia oficial y no oficial. Los organigramas y jerarquías. Justificación.
Los símbolos.
Las intervenciones.
El comportamiento social.

3. Establecimientos de las fases en la organización de los actos protocolarios:

- El proyecto organizativo y sus fases.
- Fase previa: objetivos del acto. Recogida de información. Identificación del acto y su proyecto organizativo. Necesidades organizativas. Aplicación de métodos de observación de actos protocolarios.
- Fase de planificación: elaboración del programa y cronograma: Requerimientos del acto: recursos humanos, materiales y espacios físicos del evento:
Imagen del evento: vestuario, decoración, música, ordenación de banderas y otros.
Convocatoria del acto: planos, recorrido, estacionamiento, lugares habilitados, personal y otros.
Criterios de organización del transporte y del alojamiento.
Público asistente e invitaciones. Elaboración de listados. Inscripción: tipos y modo de realización. Confirmación de la asistencia.
Promoción del acto. Los elementos de promoción del acto.
- Fase de desarrollo del evento: logística de la actividad. La inauguración. La clausura del acto:
Interrelación entre los profesionales colaboradores. Personal de soporte. Proveedores.
Línea de imagen del evento: la decoración del acto.

La recepción de los invitados. La llegada de las autoridades o VIP. Los regalos. La visita por las instalaciones. Ordenación de personalidades: la precedencia dentro del acto. Distribución de asistentes en el acto. Ordenación de las intervenciones. Los discursos y sus requerimientos técnicos: requerimientos informáticos, telefónicos, servicios de traducción simultánea y otros.

- La comunicación en los actos protocolarios. Las relaciones con los medios de comunicación. Las ruedas de prensa. Convocatoria y objetivos. El comunicado de prensa. Tipos.
- Fase de evaluación del acto y/o evento. Seguimiento de la difusión del acto. Acciones posteriores al evento.
- Aplicación del control de calidad del acto. Detección de problemas. Registro de incidencias. Medidas de corrección de las desviaciones.

4. Elaboración de la propuesta de organización de actos protocolarios:

- Diseño de propuestas de organización de actos protocolarios. Estructura específica de la propuesta. El dossier del acto: criterio organizador general, orden del día, temporalización, ordenación de mesas y organización de las intervenciones, entre otros.
- Descripción de las características y requerimientos del acto protocolar.
- Relación de la logística y actividades necesarias para el acto protocolario. La seguridad en el acto. El sistema médico.
- Selección de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el acto protocolario. Proveedores y otros profesionales. Criterios de selección de profesionales colaboradores.
- Planificación de acciones: programa y cronograma. Calendario de actuación. -Temporalización. Coordinación de trabajos.
- Los actos protocolarios y los comunicados de prensa.
- Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características. Documentos de la inscripción. Certificación de asistencia.
- Documentación económica: elaboración del presupuesto.
- Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.
- Presentación de la propuesta personalizada.
- Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.

5. Caracterización del protocolo internacional:

- Protocolo internacional: el protocolo extranjero y el protocolo diplomático. Las recepciones diplomáticas: modelos de comportamiento en recepciones diplomáticas.
- El protocolo internacional y su relación con el mundo empresarial. Los grupos dominantes mundiales. División en zonas geográficas o con características comunes.
- La UE: concepto, historia y características. Simbología asociada. Organigrama.
- Costumbres, hábitos y cultura social de los principales países constituyentes de la UE. Variaciones en cuestiones protocolarias y su justificación.
- Costumbres, hábitos y cultura social de los países del este. La influencia de la religión.
- Canadá. Divisiones idiomáticas y culturales. Variaciones culturales y sociales.
- Costumbres, hábitos y cultura social de EEUU. Zonas de influencia asociadas.
- América latina. Hábitos, costumbres y cultura social.
- El mundo árabe. La religión: los grupos religiosos dominantes y sus condicionantes. Hábitos, costumbres y cultura social.
- El África subsahariana. Países constituyentes. Costumbres y cultura social común, entre otros.
- Las culturas orientales. Hábitos, costumbres y cultura social de cada zona. Características diferenciadoras respecto a los países occidentales.
- Las relaciones internacionales y su repercusión en el protocolo.
- Pautas de actuación en el protocolo internacional.

6. Establecimiento del protocolo empresarial:

- Las empresas y su organización. Organigrama empresarial. Los departamentos con repercusión en protocolo empresarial.
- Los actos empresariales públicos y privados. Ámbitos de aplicación, simbología, patrocinio externo y otros.
- Las precedencias empresariales.
- Presidencia de los actos. Cesión de presidencias en los actos empresariales.

- Actuaciones empresariales con repercusión en protocolo: las presentaciones personales, la auto-presentación y la presentación de la empresa. Elementos de soporte en las presentaciones personales y empresariales.
- Las visitas y otros actos sociales empresariales. El viaje de negocios. Características y necesidades.
- Las comidas de negocios. Tipos. Características.
- Actos de carácter empresarial privado. Las reuniones. Las juntas de accionistas. Las juntas generales. Los consejos de administración. Las reuniones internas. Las reuniones externas. Funcionamiento general.
- La organización de actos de promoción empresarial externos e internos:
Los actos de promoción empresarial externos. Tipos. Características.
Patrocinio empresarial. Objetivo y características. Elección del medio de patrocinio.
Elementos de promoción empresarial interna. Tipos.

Módulo Profesional: Usos sociales.

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Código: 1186

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Identifica el campo de actuación del asesor en usos sociales, utilizando técnicas de estudio y análisis.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la historia del protocolo social.
- b) Se ha caracterizado el protocolo social.
- c) Se ha reconocido la obligatoriedad o la relatividad en la utilización de usos sociales.
- d) Se han relacionado las características personales con el protocolo social.
- e) Se han interpretado los signos del lenguaje corporal en la comunicación para usos sociales.
- f) Se ha determinado el ámbito de aplicación de la asesoría en usos sociales.
- g) Se ha caracterizado la figura del asesor en usos sociales.
- h) Se han aplicado técnicas para detectar las necesidades y demandas del cliente en usos sociales.
- i) Se han utilizado sistemas de procesamiento de archivos de información.

2. Determina los usos y normas protocolarias en las relaciones sociales, identificando modelos establecidos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los aspectos que determinan las relaciones sociales.
- b) Se han determinado normas de etiqueta social en distintas situaciones.
- c) Se ha aplicado la etiqueta social en el vestir según situación.
- d) Se han establecido normas protocolarias en las visitas.
- e) Se ha especificado el comportamiento social relacionado con los regalos.
- f) Se han establecido los criterios de elección del regalo según las circunstancias personales, sociales y laborales.
- g) Se ha determinado el protocolo social en las relaciones laborales.
- h) Se ha valorado la importancia de los usos sociales en las relaciones sociales.

3. Determina los usos sociales ligados a la presentación y comunicación personal, utilizando protocolos establecidos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han representado distintos tipos de saludos, según los requerimientos sociales.
- b) Se han diseñado distintos tipos de invitaciones.
- c) Se han caracterizado distintos tipos de presentaciones, según los requerimientos sociales establecidos.
- d) Se han especificado las normas de cortesía en la correspondencia.
- e) Se han establecido pautas para la utilización del lenguaje oral en sociedad.
- f) Se ha asesorado sobre aspectos para mantener o iniciar conversaciones en sociedad.
- g) Se han establecido pautas para utilizar normas sociales en la comunicación telefónica o de redes y medios sociales.
- h) Se han identificado aspectos negativos que pueden perjudicar la comunicación en su uso social.

4. Caracteriza los usos sociales en la mesa, estableciendo los modelos de comportamiento y los elementos que la integran.

Criterios de evaluación:

- a) Se han especificado las pautas de comportamiento en la mesa.
- b) Se han determinado los criterios para la preparación de la mesa.
- c) Se han analizado los elementos para la decoración de la mesa.
- d) Se han determinado los parámetros para el manejo de los elementos que integran la mesa.
- e) Se ha pautado el asesoramiento sobre la forma de servir, trinchar y tomar diferentes alimentos.
- f) Se han establecido los criterios de colocación de comensales en la mesa.
- g) Se ha relacionado la elección de menú con la hora de celebración.
- h) Se han establecido criterios de selección de vinos.
- i) Se han justificado modelos de comportamiento en establecimientos de restauración.

5. Elabora propuestas de asesoramiento en usos sociales y/o organización de actos y reuniones sociales, utilizando documentación y aplicaciones informáticas.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha determinado la estructura de la propuesta personalizada.
- b) Se han diseñado propuestas personalizadas en usos sociales.
- c) Se han valorado los resultados del estudio de las características personales, del lenguaje corporal y oral.
- d) Se han determinado los nuevos usos sociales.
- e) Se han especificado los medios, espacios, recursos humanos y materiales para la propuesta.
- f) Se ha planificado el calendario de actuación.
- g) Se han aplicado las técnicas de comunicación para la presentación de la propuesta.
- h) Se han determinado pautas para la presentación de las propuestas.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado situaciones sociales que requieren asesoramiento.
- b) Se han establecido normas básicas para recibir en casa.
- c) Se han determinado los tipos de reuniones externas.
- d) Se ha identificado el reparto de actividades y funciones en la organización de reuniones.
- e) Se han determinado modelos de comportamiento y recomendaciones de vestuario.
- f) Se han determinado las necesidades y requerimientos en celebraciones y actos familiares de carácter civil o religioso.
- g) Se han caracterizado los distintos tipos de aniversarios y las formas de celebrarlo.

7. Organiza eventos singulares, adaptándose a las demandas del cliente y justificando el procedimiento.

Criterios de evaluación:

- a) Se han caracterizado los eventos singulares y sus particularidades.
- b) Se han establecido las necesidades materiales y personales de los diferentes tipos de eventos.
- c) Se han elaborado los documentos asociados al acto.
- d) Se han identificado las precedencias y presidencias en cada tipo de acto.
- e) Se han relacionado los espacios y sus características con el tipo de acto.
- f) Se han propuesto modelos de decoración asociados a la simbología del acto.
- g) Se han establecido los criterios para diseñar el menú.
- h) Se han propuesto listas de regalos y otros elementos recordatorios de los actos singulares.

Duración: 80 horas.

Contenidos:

1. Identificación del campo de actuación del asesor en usos sociales:

- El protocolo social. Los usos sociales: definición y características y conceptos asociados. Historia del protocolo social.

- Usos del protocolo social. Necesidad de códigos de comunicación y conducta:

Relatividad u obligatoriedad de los usos sociales.

Conceptos asociados: urbanidad, buenas maneras, protocolo social, habilidades sociales, cortesía, modales, educación y otros.

Acciones del protocolo social. Normas, hábitos y costumbres. Acciones que deben evitarse.

La etiqueta.

Los nuevos manuales de urbanidad.

- Estudio de las características personales asociadas al protocolo social:

Rasgos personales positivos. Cualidades esenciales en el hombre/mujer. Valores éticos y morales que se deben potenciar o modificar.

- Aplicación de la inteligencia emocional en el comportamiento social. Empatía y autovaloración.

- Análisis del lenguaje corporal. Importancia e interpretación de los gestos como medio de comunicación en usos sociales.

- Estudio del ámbito de aplicación de los usos sociales:

Comportamiento personal.

La vida en sociedad. Clasificación de los actos y reuniones sociales.

Repercusión de la multiculturalidad en los usos sociales. Características y factores diferenciales. Implicaciones en el comportamiento social.

- La figura del asesor en usos sociales: campo de actuación.

- Técnicas para detectar las características, necesidades y demandas del cliente en usos sociales.

- Registro y control de la información.

2. Determinación de usos y normas protocolarias en las relaciones sociales:

- Las relaciones sociales. Tipos.

- Etiqueta social: personal, social, laboral y otras:

Normas de comportamiento en sociedad. Valoración de aspectos positivos o negativos de hábitos o modelos de comportamientos en público.

Normas de comportamiento en la vía pública. Valoración de aspectos positivos o negativos de hábitos o modelos de comportamientos en la calle. Normas de comportamiento en la calle (caminar, ceder el paso y otras). Normas de comportamiento en los transportes públicos. Normas de comportamiento en los establecimientos públicos (usos sociales en la entrada y salida del establecimiento, propinas y otras).

Aplicación de la etiqueta social en el vestir. Elegancia. Aspecto práctico y estético del vestuario. Extravagancia. Etiqueta social en la aplicación de perfume y maquillaje.

- Técnicas protocolarias en usos sociales elementales:

Normas protocolarias en las visitas. Visitas personales. Visitas concertadas. La atención a visitas. Criterios de selección del momento y duración de la visita. Normas de actuación en visitas singulares: inesperadas, a enfermos, de pésame y otras.

Comportamiento social relacionado con los regalos. Tipos de regalos (regalos de empresa, regalos en metálico, regalos indiscretos, de agradecimiento, de compromiso, regalos colectivos, regalos gastronómicos y otros). Criterios de elección: adecuación del regalo a las circunstancias personales, sociales y laborales. Presentación y entrega de regalos. Comportamiento en la recepción de los regalos.

- El comportamiento en el entorno laboral:

El protocolo social en las relaciones laborales. La jerarquía en el trabajo. Diferencias jerárquicas. La convivencia laboral.

- Técnicas de evaluación del proceso de asesoría en usos sociales.

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

- Los saludos. Modelos de saludos en distintos ámbitos. Valoración de las distancias físicas en distintos contextos y culturas. Saludos a distintas personalidades y autoridades.

- Las invitaciones. Principales tipos de invitaciones (invitaciones por teléfono, invitaciones impresas e invitaciones escritas a mano). Tipos de respuesta ante una invitación.

- Las presentaciones. Elementos de presentación:

Presentación de familiares.

Presentación en sociedad. Quién debe hacer las presentaciones. Actuación en la presentación en distintas situaciones. Presentación en la vida profesional. Tarjetas de presentación.

La autopresentación.

- La correspondencia. Normas de cortesía en la correspondencia: el lenguaje en la correspondencia.

Elementos soportes de la correspondencia: el papel de las cartas, el papel timbrado y los sobres.

Tipos de correspondencia: cartas personales, correspondencia comercial, cartas postales, felicitaciones escritas y otros documentos: informes y memorándum.

El protocolo en los documentos escritos en Internet. La netiqueta.

La firma. Abreviaturas utilizadas en la correspondencia.

- Plan de entrenamiento al usuario en usos sociales ligados a la presentación y comunicación personal.

- Lenguaje y códigos en usos sociales:

El arte de conversar en sociedad. Dirigir la palabra. Lenguaje coloquial. Conversaciones. Iniciar y mantener una conversación. Conversaciones en la mesa. Conversaciones telefónicas. Proyección y tono de la voz.

Aspectos negativos: expresiones vulgares.

4. Caracterización de los usos sociales en la mesa:

- Habilidades sociales en la mesa:

Comportamiento en la mesa. El uso de servilletas.

Manejo de los cubiertos con los diferentes alimentos.

Formas de servir los alimentos.

- La vajilla: tipos, diseño, materiales, formas, componentes y elementos especiales. Las marcas comerciales de vajillas.

- La cristalería: elementos, diseño, materiales, formas y estilos, y piezas asociadas.

- La cubertería: piezas, diseño, materiales, formas y estilos, y elementos complementarios.

- Preparación de la mesa:

La decoración de la mesa.

Elementos que la integran. El orden de los elementos en la mesa. Colocación de los cubiertos, cristalería, vajilla y elementos auxiliares. La lencería: colocación de manteles y servilletas.

Comensales. Tipos y características. Clasificación y categoría con respecto al acto. Criterios de colocación de comensales en la mesa.

La mesa y los niños.

- Elección del menú y la hora. Adecuación al aperitivo, almuerzo, cena, cóctel, brunch, lunch, buffet y otros.

Alimentos y bebidas. Cantidades aproximadas por comensal.

Selección de vinos.

- El ceremonial del té.

- Modelos de comportamiento en establecimientos de restauración. La carta, elección de platos, comunicación con el personal: el maître, sumiller, chef de cocina y otros. La cuenta.

- Plan de entrenamiento en habilidades sociales en la mesa.

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

- Diseño de propuestas personalizadas: definición y estructura.

- Descripción de las necesidades y demandas: variables personales, sociales y laborales.

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

- Determinación de los cambios necesarios en usos sociales.

- Elaboración y preparación de materiales para elaborar la propuesta. Selección del material visual: fotos, esquemas, bocetos y programas informáticos.

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

- Documentación técnica y económica: tipos y características. Procedimientos para cumplimentar los documentos técnicos de una propuesta personalizada. Elaboración del presupuesto.

- Planificación de acciones: calendario de actuación, temporalización y coordinación de trabajos.

- Elaboración de propuestas en distintos soportes.

- Presentación de una propuesta personalizada y organización de actos y reuniones sociales.

- Argumentación de la propuesta personalizada. Aplicación de técnicas de comunicación.

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

- Plan de entrenamiento en los nuevos usos sociales.

6. Establecimiento de pautas de organización de actos y reuniones sociales:

- Pautas de organización de reuniones en el domicilio: concepto y tipos:

Recepción en casa. Normas básicas de recepción. Identificación y reparto de actividades y funciones. Deberes del anfitrión y de los invitados.

- Pautas de organización de celebraciones familiares de carácter civil o religioso. Los bautizos, la primera comunión y otros. Características, normas de comportamiento y recomendaciones de vestuario. Identificación y reparto de actividades y funciones. Normas de comportamiento de los invitados.
- Necesidades para la organización de aniversarios. Identificación y reparto de actividades y funciones. Deberes del anfitrión y de los invitados. Tipificación de los aniversarios y efemérides.
- Necesidades organizativas en los funerales. Formas de difusión de la información o comunicación del suceso. El vestuario de luto. Normas de comportamiento.
- Normas de comportamiento en actos con autoridades civiles, religiosas y militares.
- Necesidades organizativas en otros actos protocolarios no oficiales: presentación en sociedad. La puesta de largo. Los conciertos. Otros. Normas de comportamiento.

7. Organización de eventos singulares:

- Pautas de organización de banquetes. Definición y características:
 - Tipos de banquetes protocolarios.
 - Características de los espacios y sus necesidades.
 - Tipos de mesas y características. Criterios de selección. Número de mesas y su distribución.
 - Invitados y precedencia. Elaboración de listas de invitados. Las presidencias. Colocación de comensales.
 - Elaboración de documentos asociados al banquete: invitaciones, minutas, meseros y tarjetas de comensal.
 - El menú y sus características. Diseño del menú. Características particulares del diseño del menú (motivaciones religiosas, menús infantiles y otros).
- Pautas de organización de bodas. Tipos de ceremonias. Características. Diferencias regionales, religiosas, étnicas y otras.
 - La petición de mano. Despedidas de solteros.
 - Lugares para la celebración.
 - Organización del lugar. Decoración. Las invitaciones.
 - Elaboración de listas de regalos de boda. Actuación ante rupturas prenupciales.
 - La ceremonia. El cortejo nupcial: componentes y organización.
 - La celebración del festejo. Criterios para la colocación de los asistentes. Vestuario aconsejado para los invitados.
 - Distribución de la mesa nupcial y de las de los invitados. Sistemas de ordenación. La elección del menú. La tarta nupcial.
 - Otras necesidades asociadas: el vehículo, el restaurante y el domicilio. La música. Fotografía y vídeo. Viaje de novios.
 - Segundas ceremonias.
- Necesidades organizativas de otros eventos singulares: fiestas, bailes y exhibiciones de arte, entre otros.

Módulo Profesional: Asesoría estética.

Equivalencia en créditos ECTS: 11

Código: 1187

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Elabora el protocolo de trabajo del asesor de estética, identificando su campo de actuación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han elaborado los protocolos de trabajo de asesoría estética.
- b) Se han especificado las fases de actuación del asesor de imagen en cuidados estéticos y maquillaje.
- c) Se han establecido los criterios de selección de la información para la asesoría estética.
- d) Se ha clasificado la información temáticamente.
- e) Se ha establecido el registro de la información en diferentes formatos.
- f) Se ha elaborado el dossier de profesionales colaboradores.
- g) Se han determinado los métodos para detectar las necesidades y demandas de la persona usuaria.
- h) Se ha determinado el campo de actuación del asesor de estética.
- i) Se ha elaborado un manual de estilos.
- j) Se ha reconocido la legislación referente a la propiedad intelectual.

2. Realiza el estudio de la imagen física para la asesoría estética, aplicando técnicas de análisis de la piel y de la morfología corporal.

Criterios de evaluación:

- a) Se han aplicado medidas de atención y preparación del cliente.
- b) Se han establecido los métodos para la realización del análisis facial y corporal.
- c) Se han justificado los criterios de selección de los equipos y medios técnicos para el estudio estético.
- d) Se han manejado los equipos para el análisis estético.
- e) Se han identificado las alteraciones de la piel y sus anexos con repercusión en la imagen personal.
- f) Se han identificado las alteraciones estéticas corporales.
- g) Se ha responsabilizado de la aplicación de normas de seguridad e higiene en los procesos de análisis.
- h) Se han interpretado los resultados obtenidos en el análisis de la imagen.
- i) Se han establecido los criterios para la derivación a otros profesionales.
- j) Se han cumplimentado las fichas de registro de los datos obtenidos en el análisis.
- k) Se ha organizado la documentación según los criterios establecidos.

3. Determina los tratamientos faciales y corporales para el asesoramiento estético, analizando las técnicas empleadas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado los tratamientos estéticos faciales y corporales para el asesoramiento estético.
- b) Se han identificado las técnicas para la eliminación y decoloración del vello.
- c) Se han seleccionado los cuidados y tratamientos estéticos de manos y pies.
- d) Se han relacionado los tratamientos de medicina y cirugía estética con las alteraciones que pueden corregir.
- e) Se han determinado los criterios de asesoramiento y derivación a profesionales especialistas.
- f) Se han identificado las aplicaciones de las técnicas electroestéticas y sus criterios de selección.
- g) Se han especificado las técnicas manuales asociadas a los tratamientos estéticos.
- h) Se han seleccionado cosméticos de tratamiento facial y corporal.
- i) Se han determinado las técnicas hidrotermales con aplicación en los tratamientos faciales y corporales.

4. Realiza el estudio morfológico del rostro para el asesoramiento en estilos de maquillaje, aplicando técnicas de visajismo y determinando sus características.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha representado gráficamente el canon de la cabeza humana.
- b) Se han analizado los elementos y características físicas del rostro.
- c) Se han determinado los diferentes tipos de óvalos y sus correcciones a través del maquillaje.
- d) Se han realizado diseños gráficos de los distintos tipos de óvalos y facciones.
- e) Se han relacionado las desproporciones del rostro con su corrección a través del maquillaje y/o técnicas de micropigmentación.
- f) Se han establecido los criterios para determinar la armonía del color del maquillaje.
- g) Se ha justificado la elección del color para la armonía en el maquillaje.
- h) Se ha relacionado las características del estilo de maquillaje con los actos sociales.
- i) Se han aplicado técnicas de dibujo y herramientas informáticas para el diseño de bocetos de cambios de estilo.

5. Aplica técnicas de automaquillaje, adaptándolas a la morfología y circunstancias sociolaborales.

Criterios de evaluación:

- a) Se han justificado las operaciones previas al automaquillaje.
- b) Se han realizado el diseño y corrección de las cejas.
- c) Se han determinado los criterios para la elección de los cosméticos de maquillaje según el tono y textura.
- d) Se han relacionado los tipos de cosméticos de maquillaje con el modo de aplicación.
- e) Se han aplicado cosméticos de maquillaje mediante técnicas de batido, arrastre, difuminado y delineado, entre otros.
- f) Se han aplicado las correcciones en el propio rostro.

- g) Se han seleccionado las diferentes técnicas para el maquillaje de los ojos.
- h) Se ha reconocido la forma de corrección de los labios y mejillas según la morfología del propio rostro.
- i) Se han realizado diferentes estilos de maquillaje según edad y circunstancia.
- j) Se ha responsabilizado de la aplicación de normas de seguridad e higiene en los procesos de maquillaje.

6. Elabora propuestas personalizadas de cambios de imagen a través de tratamientos estéticos y maquillaje, planificando las fases para su realización.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha establecido la estructura de la propuesta.
- b) Se han valorado variables personales y sociolaborales y los resultados del estudio de la imagen personal.
- c) Se han reconocido los criterios para seleccionar a los profesionales colaboradores.
- d) Se han seleccionado las técnicas y tratamientos faciales, corporales o asociados a tratamientos de cirugía estética, maquillajes y micropigmentación, para el cambio de imagen.
- e) Se han realizado bocetos de estilos de maquillaje.
- f) Se han diseñado bocetos de cambios de imagen a través del maquillaje y los cuidados estéticos.
- g) Se han especificado los medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el cambio de imagen.
- h) Se ha programado la secuenciación y temporalización para el cambio de imagen.
- i) Se ha seleccionado el formato de presentación de la propuesta personalizada.
- j) Se ha presentado la propuesta personalizada en asesoría estética.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han especificado las técnicas para la realización de la higiene y preparación de la piel.
- b) Se han establecido las actividades para la formación del cliente en cuidados estéticos y maquillaje.
- c) Se han seleccionado cosméticos de higiene, mantenimiento, protección y tratamientos faciales y corporales de uso doméstico.
- d) Se ha orientado en la selección de cosméticos decorativos.
- e) Se han aplicado cosméticos decorativos.
- f) Se han manejado los útiles de maquillaje.
- g) Se ha realizado el entrenamiento en automaquillaje.
- h) Se ha reconocido la importancia de los planes de formación del cliente para el mantenimiento de la imagen.
- i) Se han identificado las técnicas de mantenimiento de los tratamientos estéticos y de medicina estética.

Duración: 160 horas.

Contenidos:

1. Elaboración del protocolo de trabajo del asesor de estética:

- Protocolos de asesoría de estética. Fases de actuación del asesor de imagen en cuidados estéticos y maquillaje.
- Fases de documentación. Métodos de obtención de la información: estrategias de búsqueda. Criterios de selección. Métodos de organización e integración de los resultados de la búsqueda. Análisis y clasificación de la información. Dossier de colaboradores profesionales: criterios para la elaboración y actualización de ficheros de especialistas en estética, peluquería, dermatología, cirugía estética, endocrinología, oftalmología y estomatología.
- Fase de análisis de las características, las necesidades y demandas de las personas usuarias y de su entorno.
- Fase de asesoramiento en cuidados estéticos y maquillaje:
 - Fase de determinación de cambios en la imagen.
 - Fase de elaboración y presentación de propuestas.
 - Fase de establecimiento de pautas para el mantenimiento.
- Fase de evaluación y control: supervisión de las realizaciones técnicas.
- Campo de actuación del asesor de imagen: la asesoría de cuidados estéticos. El asesoramiento en el cambio de imagen a través del maquillaje. El asesoramiento en actos y eventos. Puntual para evento (personal, profesional,

pasarela de moda y otros). El asesoramiento estético para los medios audiovisuales y de moda. Cambio de look total a través de nuevos estilos de maquillaje.

- Elaboración de un manual de estilos: fuentes documentales de estilos, maquillajes tipo, estilismos que modifican la imagen, maquilladores famosos y tendencias que marcan moda.
- Aplicación de la Ley de Propiedad Intelectual: derechos de autor.

2. Realización del estudio de la imagen física para la asesoría estética:

- Técnicas de preparación del profesional y del cliente.
- Aplicación de protocolos de técnicas de análisis facial y corporal. Fases del proceso. Métodos para la exploración.
- Manejo de equipos para el análisis estético: clasificación. Técnicas de aplicación. Precauciones. Criterios de selección. Normas de mantenimiento.
- Identificación del estado de la piel y anexos. Identificación de alteraciones cutáneas faciales con repercusión en la imagen personal.
- Identificación del tipo de piel. Clasificación y características de los tipos de piel.
- Identificación de alteraciones estéticas corporales: celulitis, obesidad, estrías, flacidez, vello y otros.
- Interpretación de resultados. Valoración profesional.
- Criterios para la derivación a otros profesionales: cirujano estético, odontólogo, dietista y dermatólogo, entre otros.
- Documentación técnica:
 - Historial estético.
 - Ficha para el análisis de la piel.
 - Ficha para la exploración corporal.
 - Ficha con pautas de aplicación de cosméticos recomendados.
 - Informes para derivación a otros profesionales.
 - Consentimiento informado.
- Seguridad e higiene en los procesos de análisis facial y corporal.
- Registro y control de la documentación. Confidencialidad.

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

- Tratamientos estéticos faciales y corporales:
 - Clasificación de tratamientos faciales y corporales: hidratantes, seborreguladores, despigmentantes, preventivos y paliativos del envejecimiento cutáneo, reductores, reafirmantes, de la circulación periférica y otros. Indicaciones. Criterios de selección.
- Tratamientos para la eliminación y decoloración del vello:
 - Técnicas de depilación mecánica: indicaciones y contraindicaciones. Criterios de selección.
 - Técnica de depilación eléctrica: indicaciones y contraindicaciones. Criterios de selección.
 - Fotodepilación: indicaciones y contraindicaciones. Criterios de selección.
- Cuidados de manos y pies:
 - Manicura, pedicura, uñas artificiales. Indicaciones.
 - Tratamientos de manos y pies. Indicaciones.
 - Criterios de selección.
- Medicina y cirugía estética:
 - Clasificación de tratamientos médico-estéticos y cirugía estética. Indicaciones.
 - Criterios de asesoramiento y derivación a profesionales especialistas.
- Técnicas electroestáticas: clasificación. Indicaciones y contraindicaciones. Efectos. Aplicaciones. Criterios de selección.
- Técnicas manuales: clasificación, efectos e indicaciones. Criterios de selección.
- Técnicas cosmetológicas: clasificación de cosméticos asociados a los tratamientos. Criterios de selección.
- Técnicas hidrotermales: clasificación. Efectos. Indicaciones. Criterios de selección.

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

- El canon de la cabeza humana: proporciones y localización de las facciones del rostro. Representación gráfica.
- Estudio del rostro sobre el plano horizontal: proporciones.
- Estudio del rostro sobre el plano vertical: asimetrías.
- Geometría del rostro: tipos de óvalo.

- Estudio de los elementos del rostro: cejas, ojos, nariz, boca, pómulos, barbilla y frente.
- Armonía del color de la piel, ojos, pelo y cejas para la selección de cosméticos de maquillaje.
- Ficha de visajismo.
- El color en el maquillaje:
Aplicación de los colores primarios, secundarios y complementarios del círculo cromático en el maquillaje.
Colores cálidos y fríos.
Armonía y contraste de colores.
Aspectos del color: matiz, saturación, tono y brillo.
- Influencia de los colores del maquillaje en la imagen personal.
- Aspectos relacionados con el maquillaje: edad y personalidad, momento y circunstancia, indumentaria y otros.
- Técnicas de visajismo: correcciones del rostro a través del maquillaje:
Técnica del claroscuro.
Disposición de líneas.
- Tipos de estilos de maquillaje: características de los diferentes estilos.
Clasificación: maquillaje de día, tarde, noche, fiesta, novia, pasarela, masculino y maquillajes especiales (gafas, manchas y otras alteraciones estéticas).
Características y su relación con los actos sociales.
- Bocetos de cambios de estilo de maquillaje.
- Aplicación de técnicas de dibujo: iniciación a las técnicas de expresión gráfica.
- Aplicación de herramientas informáticas:
Manejo de programas de dibujo actuales.
Manejo de programas de diseño facial con cambios de maquillaje. Opciones de aplicación de belleza: colorete, sombras, delineador de ojos y labios, lápiz de cejas y labios.

5. Aplicación de técnicas de automaquillaje:

- Selección de cosméticos decorativos. Clasificación, tipos y formas de presentación. Tonos y texturas.
- Selección de útiles y materiales. Tipos y características.
- Técnicas previas a la aplicación de maquillaje: desmaquillado y preparación de la piel.
- Técnicas de corrección y diseño personalizado de las cejas.
- Técnicas de aplicación de productos cosméticos decorativos:
El maquillaje de fondo: la técnica del batido, arrastre y difuminado.
Parámetros que se deben tener en cuenta para la aplicación de bases de maquillaje, polvos, colorete, correctores, sombras, delineadores, cosméticos labiales: zonas de aplicación, dirección, material de aplicación, color y manio-
bras, entre otros.
- Técnicas de aplicación de maquillaje correctivo en el rostro:
Correcciones de la coloración de la piel.
Aplicación de correcciones claras y oscuras.
- Maquillaje de ojos: técnica de lápiz y sombras.
Técnicas de diferentes sombreados (bananas, cuencas abiertas, cuencas cerradas y ahumados).
Técnica de delineado.
- Maquillaje de labios: correcciones, perfilado, relleno y volumen.
- Maquillaje de mejillas: correcciones, colores y forma según el rostro.
- Proceso de realización de los diferentes estilos de maquillaje y su adecuación al modelo, sexo, edad y circunstancia. Fases y secuenciación:
Técnica de realización del maquillaje personalizado de día.
Técnica de realización del maquillaje personalizado de tarde y noche: transformación de maquillaje de tarde en noche.
Técnica de realización del maquillaje personalizado de fiesta. Aplicación de pedrería e iluminadores del rostro.
Aplicación de pestañas postizas.
- Seguridad e higiene en los procesos de maquillaje.

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

- Estructura específica de la propuesta.
- Descripción de las necesidades y demandas:
Variables personales y socio laborales: estilo de vida, personalidad, características estéticas, acontecimientos, ámbito laboral y otros.

Interpretación de informes profesionales.

- Valoración de los resultados del estudio de la imagen personal: características que se deben potenciar y/o modificar.
- Caracterización del nuevo estilo.
- Relación de los trabajos técnicos de estética y maquillaje necesarios para el cambio de imagen: Selección de tratamientos y cuidados estéticos faciales. Selección de tratamientos y cuidados estéticos corporales. Selección de tratamientos asociados a técnicas de cirugía y medicina estética. Selección de estilos de maquillaje. Selección del tipo de maquillaje permanente.
- Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características.
- Elaboración de diseños gráficos y fotográficos: los bocetos sobre estilos de maquillaje.
- Medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Criterios de selección de profesionales colaboradores.
- Planificación de acciones: calendario de actuación. Temporalización. Coordinación de trabajos.
- Documentación económica: elaboración del presupuesto.
- Presentación de la propuesta personalizada: Selección del formato de presentación. Selección del material visual: fotos, esquemas, bocetos y programas informáticos. Argumentación de la propuesta personalizada.
- Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso. Cumplimentación de la autorización de puesta en marcha del proceso.

7. Establecimiento de pautas para el mantenimiento de la nueva imagen:

- Técnicas de entrenamiento para la higiene y preparación de la piel.
- Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados estéticos.
- Técnicas de orientación en la selección de cosméticos decorativos: color, textura y zona de aplicación. Pautas de aplicación, manipulación y conservación. El set de maquillaje básico: componentes. Estudio de los cosméticos personales del usuario. Actualización del set.
- El automaquillaje: estudio y valoración del propio rostro, del estilo, de la personalidad, del momento y de la circunstancia. Preparación y cuidados básicos de la piel.
- Entrenamiento para el manejo de útiles para el automaquillaje.
- Aplicación de automaquillaje.
- Técnicas de finalización del automaquillaje.
- Pautas de cuidados posteriores a los tratamientos estéticos de cambio de imagen.

Módulo Profesional: Habilidades comunicativas.

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Código: 1188

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Caracteriza los tipos de comunicación, identificando los elementos que intervienen en el proceso.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los elementos que intervienen en el proceso de comunicación.
- b) Se han analizado las herramientas propias de la comunicación escrita.
- c) Se han especificado las nuevas técnicas de comunicación escritas.
- d) Se han analizado las herramientas propias de la comunicación oral.
- e) Se ha analizado la comunicación oral y gestual.
- f) Se han establecido las diferencias entre la comunicación interpersonal, social y laboral.
- g) Se ha determinado el lenguaje que se va a emplear en los distintos tipos de comunicación pública.
- h) Se han valorado las novedades en técnicas de comunicación.
- i) Se han establecido las características de la imagen personal que influyen en la comunicación.

2. Elabora el plan de actuación del asesor en técnicas de comunicación, identificando su campo de trabajo.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha especificado la estructura y los elementos que debe incluir un plan de asesoramiento en técnicas de comunicación.
- b) Se han determinado las fases de actuación del asesor de habilidades comunicativas.
- c) Se ha especificado la temporalización y los medios técnicos del plan.
- d) Se ha elaborado el dossier de profesionales colaboradores.
- e) Se ha realizado un plan de intervención para la mejora de habilidades comunicativas.
- f) Se han identificado los aspectos de la imagen que influyen en la comunicación.
- g) Se han establecido pautas para realizar el seguimiento del proceso y detectar desviaciones.
- h) Se ha determinado el campo de actuación del asesor.

3. Aplica técnicas de análisis de las habilidades comunicativas, utilizando cuestionarios y procedimientos de observación.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha especificado la metodología empleada en el análisis de los tipos de comunicación de la persona usuaria.
- b) Se han aplicado medios audiovisuales para realizar el análisis en comunicación.
- c) Se han establecido las pautas para realizar la entrevista con el cliente y detectar sus necesidades.
- d) Se han analizado los elementos personales, sociales, culturales y profesionales de la persona usuaria.
- e) Se ha cumplimentado la documentación.
- f) Se han detectado las habilidades comunicativas del cliente mediante la observación visual.
- g) Se han identificado, en la persona usuaria, los aspectos de la comunicación que hay que potenciar, modificar o adquirir.
- h) Se han analizado los registros de comunicación correspondientes a cada situación.
- i) Se ha registrado la información garantizando el cumplimiento de la Ley de Protección de Datos de Carácter Personal.

4. Presenta propuestas técnicas de comunicación, definiendo las fases de elaboración.

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado la estructura y la información que conforma la propuesta.
- b) Se han identificado los factores que condicionan o modifican la propuesta.
- c) Se han establecido pautas para personalizar la propuesta según las necesidades del cliente.
- d) Se han diferenciado los tipos de soportes que se pueden emplear para la elaboración de la propuesta.
- e) Se han utilizado diferentes tipos de soportes para elaborar las propuestas.
- f) Se ha presentado la propuesta empleando la comunicación oral y escrita.
- g) Se han especificado los mecanismos para resolver las dudas planteadas.
- h) Se ha cumplimentado el documento para la autorización del proceso.

5. Aplica técnicas de entrenamiento en comunicación, adaptándolas a las necesidades de la persona usuaria.

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido las actividades para mejorar la comunicación interpersonal.
- b) Se han especificado las actividades para mejorar la comunicación social y profesional.
- c) Se han establecido las pautas para realizar diferentes tipos de comparecencias ante público y audiencias.
- d) Se han identificado las características de las comparecencias que influyen en la imagen.
- e) Se han determinado las actividades para modificar los distintos tipos de comunicación.
- f) Se han aplicado técnicas de comunicación para hablar en público.
- g) Se han elaborado documentos escritos aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.
- h) Se han realizado exposiciones orales.
- i) Se han realizado actividades de entrenamiento con distintas herramientas de comunicación.
- j) Se han establecido los parámetros para realizar el seguimiento y la evaluación de la asesoría en comunicación.

6. Aplica técnicas de asesoramiento para la comparecencia en los medios de comunicación, analizando las características de los mismos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han especificado los tipos y funciones de los medios de comunicación.
- b) Se han identificado las características de los medios que influyen en la comunicación.
- c) Se ha valorado la influencia de la imagen en los diferentes medios.
- d) Se han justificado las habilidades comunicativas como herramienta para transmitir una imagen.
- e) Se han caracterizado el lenguaje verbal y gestual en los diferentes medios: dicción, expresión y tipos de oraciones, entre otros.
- f) Se ha asesorado sobre el lenguaje que hay que utilizar, según el medio (audiovisual y gráfico, entre otros) y el tipo de intervención.
- g) Se ha relacionado la imagen personal con la comunicación a través de medios.
- h) Se ha relacionado el tipo de público con el medio que hay que emplear.

Duración: 100 horas.

Contenidos:

1. Caracterización de los tipos de comunicación:

- La comunicación. Aspectos generales. Elementos de la comunicación.
- Diferencia entre comunicación e información.
- Comunicación escrita: herramientas de escritura. Estructura y vocabulario: Marcadores textuales. Muletillas y comodines. Nivel de formalidad del texto. Nuevas técnicas de comunicación escrita: los e-mails, la netiqueta y otros.
- Comunicación oral: herramientas de la expresión oral.
- Comunicación gestual: la expresión corporal: El lenguaje del cuerpo. El lenguaje facial. El espacio interpersonal.
- La comunicación interpersonal, social y laboral. Características. Tipos.
- La comunicación pública: características. Tipos de público. El lenguaje en la comunicación pública: Ejemplos de comunicación pública: el discurso, la entrevista, el brindis y otros.
- Las técnicas de comunicación en la actualidad: couching, taping y otros.
- Imagen personal y comunicación. Elementos de la imagen que influyen en la comunicación.

2. Elaboración del plan de actuación del asesor en técnicas de comunicación:

- Plan general de asesoramiento en técnicas de comunicación: estructura y elementos. Fases de actuación del asesor de habilidades comunicativas.
- Fase de documentación. Métodos de obtención de la información: estrategias de búsqueda. Criterios de selección. Métodos de organización e integración de los resultados de la búsqueda. Análisis y clasificación de la información. Dossier de colaboradores profesionales: criterios para la elaboración y actualización de ficheros de especialistas.
- Fase de análisis de las características, las necesidades y demandas de la persona usuaria y de su entorno.
- Fase de desarrollo: plan de intervención para la mejora de habilidades de comunicación en los distintos ámbitos de actuación: objetivos, medios técnicos, temporalización y planificación de actividades. Elementos de la imagen que influyen en la comunicación: Actividades para un acontecimiento puntual. Actividades para cambios progresivos.
- Fase de evaluación y control: pautas para realizar el seguimiento del plan y evitar desviaciones.
- Campo de actuación del asesor.

3. Aplicación de técnicas de análisis de las habilidades comunicativas:

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

- Detección de las necesidades y demandas del cliente: entrevista personal.

Ficha de cliente.

Ficha de iconología.

Otros.

- Análisis de los elementos que intervienen en la comunicación.

- Elaboración de grabaciones de vídeo y audio. Análisis gestual, del tono de voz, ritmo, intensidad y otros.

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

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

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

- Aplicación de la Ley de Protección de Datos de Carácter Personal y normativa sobre el derecho a la imagen.

4. Presentación de la propuesta técnica de comunicación:

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

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

Programas para realizar presentaciones.

- Elaboración de la propuesta en diferentes tipos de soportes.

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

- Habilidades de presentación.

- Técnicas para la resolución de dudas.

- Cumplimentación de documentación: acuerdos y autorización del proceso.

5. Aplicación de técnicas de entrenamiento en comunicación:

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

- Comparecencias ante público y audiencias: técnica vocal, la personalidad y el mensaje. Autocontrol: preparación y recuperación del estado emocional óptimo. Tipos de comparecencias: oficiales y privadas, entre otras.

- Características de las comparecencias que condicionan la imagen.

- Hablar en público. Técnicas y estrategias para mejorar el habla en público.

- Actividades para la modificación de la comunicación escrita, oral y/o gestual.

Elaboración de documentos escritos: cartas, tarjetas y otros.

Elaboración de exposiciones orales: presentaciones, conferencias entrevistas y otros. Análisis de la estructura y del lenguaje empleado.

Métodos para potenciar los recursos expresivos.

- Actividades para la modificación de los elementos de la imagen que influyen en la comunicación. Elaboración de vídeos, CD, DVD y otros.

- Entrenamiento en herramientas de la comunicación: teléfono, fax, comunicaciones escritas, Internet, correo electrónico, utilización de blog y páginas web entre otras). Tipos de lenguaje y técnicas que se deben emplear.

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

6. Aplicación de técnicas de asesoramiento para la comparecencia en medios de comunicación:

- Los medios de comunicación: tipos (masivos e interpersonales) y funciones.

- Características de los medios con influencia en la comunicación.

- La comunicación en los diferentes medios: radio, televisión, cine, publicidad, prensa, videoconferencias e Internet, entre otros:

Tipos de mensajes.

- La imagen en la comunicación ante los medios:

Elementos visuales que influyen en la comunicación.

Características de los medios que condicionan la imagen.

- Características del lenguaje oral y gestual en los diferentes medios de comunicación.

- Adaptación del mensaje y del lenguaje al tipo de público y al medio de comunicación.

Módulo Profesional: Imagen corporativa.

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Código: 1189

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Realiza el estudio de la identidad corporativa, aplicando técnicas de análisis.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado el campo de actuación del asesor de imagen corporativa.
- b) Se ha definido la personalidad y la cultura corporativa de la organización.
- c) Se ha analizado la ideología corporativa de los fundadores, el equipo directivo y los profesionales de la empresa.
- d) Se ha relacionado la filosofía corporativa con el producto y su público.
- e) Se han establecido los métodos y técnicas para realizar la concreción de la identidad corporativa.
- f) Se han analizado imágenes corporativas públicas y privadas nacionales e internacionales.
- g) Se han establecido las relaciones entre el tipo de entidades y su imagen corporativa.
- h) Se han identificado los sistemas de percepción social de la imagen.
- i) Se ha analizado la percepción social de la imagen y los valores corporativos.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han caracterizado los signos de identificación visual de la imagen corporativa.
- b) Se han analizado las aplicaciones de la identidad gráfica de la empresa a la papelería corporativa.
- c) Se han establecido las líneas de diseño de los elementos visuales de la imagen corporativa.
- d) Se han identificado los espacios y la arquitectura y su relación con la imagen corporativa.
- e) Se ha aplicado el método iconológico a la asesoría de imagen corporativa.
- f) Se han identificado los soportes donde se aplican los elementos identificadores de la imagen corporativa.
- g) Se ha especificado el simbolismo de los elementos distintivos y su diseño.
- h) Se ha analizado la evolución en los elementos de identificación y sus cambios.

3. Determina la imagen de los colectivos profesionales, identificando los elementos que la forman y evaluando su efecto en la imagen corporativa.

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado los aspectos de la identidad corporativa que se va a transmitir por los colectivos profesionales.
- b) Se han realizado el estudio de imagen, expresión, estilos y habilidades de interrelación del equipo de trabajo.
- c) Se han adecuados los elementos, características y símbolos para crear la imagen colectiva.
- d) Se ha diseñado la propuesta de asesoría de imagen colectiva.
- e) Se han determinado los profesionales colaboradores.
- f) Se ha realizado el asesoramiento en imagen externa, expresión y habilidades de interrelación.
- g) Se han establecido las pautas para la implementación de la nueva imagen colectiva.

4. Elabora proyectos de asesoría de imagen corporativa, determinando el plan de acción y secuenciando sus fases.

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido las fases del proyecto de asesoría de imagen corporativa.
- b) Se ha realizado la fase de investigación y validación de la identidad corporativa.
- c) Se han especificado las pautas para implementar la imagen corporativa en los distintos ámbitos y campos de aplicación así como en los productos/servicios.

- d) Se ha planificado la fase de mantenimiento y control.
- e) Se han especificado los indicadores de calidad para el mantenimiento de la imagen corporativa.
- f) Se ha elaborado la documentación técnica y económica de la propuesta.
- g) Se han seleccionado las herramientas y técnicas para la elaboración del proyecto de asesoría.
- h) Se ha seleccionado el formato de presentación de la propuesta.
- i) Se ha elaborado la propuesta en soporte manual e informático.
- j) Se han establecido las acciones y el calendario de actuación para el desarrollo del proyecto.

5. Elabora el manual de imagen corporativa, adaptándolo a las características de la entidad.

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido la estructura y objetivos de los manuales de imagen corporativa y libros de estilo de las compañías.
- b) Se han determinado los elementos gráficos de identidad visual.
- c) Se han justificado las normas referidas a la aplicación del diseño y a la identidad gráfica.
- d) Se ha reconocido la función comunicativa de la identidad visual.
- e) Se han elaborado los manuales de procedimiento de los distintos ámbitos de la asesoría de imagen corporativa.
- f) Se han identificado manuales corporativos de interés para la asesoría de imagen corporativa.
- g) Se han reconocido los elementos identificadores de los manuales corporativos de los partidos políticos.
- h) Se ha establecido un mecanismo de evaluación de la evolución del manual de imagen.

6. Implementa las estrategias de comunicación, estableciendo el plan de actuación y los elementos de promoción corporativa.

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido las políticas de imagen y comunicación corporativa.
- b) Se ha diseñado un plan de comunicación empresarial.
- c) Se han analizado las nuevas formas de comunicación vinculadas a la tecnología.
- d) Se ha aplicado el manual de comunicación estratégica.
- e) Se han establecido pautas de relación con los medios y las agencias de comunicación.
- f) Se han seleccionado los elementos de promoción corporativa.
- g) Se ha valorado la repercusión social de las acciones de patrocinio/mecenazgo.
- h) Se ha utilizado la creación de marcas asociadas a valores para recordar los compromisos de la empresa.

Duración: 100 horas.

Contenidos:

1. Realización del estudio de la identidad corporativa:

- Campo de actuación del asesor de imagen corporativa:
 - Asesoramiento en imagen de los espacios: ubicación espacial de la sede social, imagen arquitectónica, paisaje urbano, logística, señalización, aparcamientos, imagen del hábitat y otros.
 - Asesoramiento en imagen de las personas.
 - Asesoramiento en imagen iconográfica y cultura corporativa.
 - Asesoramiento en imagen de la gestión.
- Personalidad corporativa de la organización: temperamento y carácter. La cultura corporativa: manifestaciones y acciones.
- Transmisión de la cultura corporativa: habilidades sociales, habilidades de interrelación profesional y corporativa.
- La ideología o filosofía corporativa de la organización:
 - Ideología de los fundadores: adscripciones y niveles de compromiso.
 - Ideología del equipo directivo.
 - Ideología de los recursos humanos.
- Relación entre la filosofía corporativa y el producto, su público objetivo y su público potencial. Repercusión.
- Identidad corporativa e institucional: identificación de la imagen corporativa.
- Métodos y técnicas para realizar la concreción de la identidad corporativa. El argumento corporativo. Parrilla técnica. Metodología de investigación mixta (PIT). Técnica DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades).

- Estudio de imágenes corporativas públicas y privadas de ámbito nacional e internacional. Análisis del tratamiento de la imagen corporativa en otros países.
- Relación entre imagen corporativa y tipos de empresa y/o entidad. Características.
- La percepción social de los valores e imagen corporativos. Sistemas de valoración de la percepción social. Análisis de la percepción.

2. Determinación de los elementos que definen la imagen corporativa de las entidades:

- Los signos visuales que determinan la imagen corporativa: el nombre o razón social, la marca, logotipos, imagotipos, rotulación, tipografía, colores corporativos y firma corporativa. El posicionamiento de la marca y del logotipo en el consumidor, en los distribuidores, en la competencia y en los medios de comunicación.
- Soportes y estructuras donde se aplican los elementos gráficos corporativos:
 - Papelería corporativa.
 - Uniformes (niveles o jerarquizaciones).
 - Envases, etiquetas y embalajes.
 - Artículos promocionales.
 - Transportes: vehículos corporativos, de transporte de personal o de producto.
 - Aplicaciones digitales: portal de Internet/tienda virtual y CD interactivos.
 - Aplicaciones editoriales: folletos corporativos o institucionales, catálogos de productos y otros.
- Líneas de diseño elementales para la creación de la identidad gráfica.
- Los espacios interiores y exteriores: la arquitectura corporativa. Estilos, materiales y características. La decoración. Los escaparates.
- Condicionantes y principios perceptivos de la imagen iconográfica: la vinculación sensorial.
- El método iconológico aplicado a la asesoría de imagen corporativa.
- Los elementos iconológicos y su relación con la imagen corporativa. Utilización de los elementos iconológicos. Uso de otros códigos de asesoría en imagen corporativa.
- La relación entre los elementos identificadores y la filosofía corporativa. Elementos que se van a potenciar, neutralizar o eliminar.
- El simbolismo de los elementos distintivos y su diseño. Diferenciación con la competencia.
- La evolución de los elementos de identificación. Otros cambios evolutivos con repercusión en la imagen.

3. Determinación de la imagen de los colectivos profesionales:

- La imagen corporativa a través de los colectivos profesionales. Aspectos de la identidad corporativa que se desean transmitir.
- Análisis del equipo de profesionales. Imagen. Expresión. Estilos. Habilidades de interrelación y otros.
- Determinación de los elementos, características y símbolos para crear la imagen colectiva.
- Propuesta de asesoría de imagen colectiva. Manual de procedimiento de imagen colectiva. Profesionales colaboradores:
 - Asesoramiento en imagen externa: peinado, automaquillaje y otros.
 - Asesoramiento en expresión: oral, gestual, corporal.
 - Asesoramiento en habilidades de interrelación personal, social, profesional y corporativa. Estilos de habilidades de interrelación. Rituales de interrelación: niveles.
- Implementación de la imagen colectiva. La imagen profesional: imagen externa, uniformes corporativos y nuevas formas de expresión personal.

4. Elaboración de proyectos de asesoría de imagen corporativa:

- Asesoría de imagen corporativa: protocolo de imagen o de estilo.
- Fase de investigación y validación de la identidad corporativa:
 - Estudio externo: perfiles de mercado, hábitos y costumbres del público, competidores y otros.
 - Investigación y concreción de la personalidad corporativa.
 - Auditoría de imagen.
 - Concreción de la identidad corporativa futura.
 - Concreción de la cultura corporativa.
 - Elaboración del protocolo de imagen o de estilo: manual de procedimiento.
- Fase de implementación de la imagen corporativa en los distintos ámbitos y campos de aplicación:
 - Áreas funcionales, grupos y departamentos. Arquitectura, iconografía, colectivos humanos y otros. Los productos y servicios.

- Fase de mantenimiento y control de la imagen corporativa: establecimiento de los indicadores de calidad.
- Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características.
- Herramientas y técnicas para la elaboración de los proyectos de imagen corporativa.
- Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.
- Planificación de acciones. Calendario de actuación. Temporalización. Coordinación de trabajos.
- Documentación económica: elaboración del presupuesto.
- Presentación de la propuesta personalizada:
Selección del formato de presentación.
Selección del material visual: fotos, esquemas, bocetos, programas informáticos y otros.
Argumentación de la propuesta personalizada.
- Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.

5. Elaboración del manual de imagen corporativa:

- El manual de estilo o manual de imagen corporativa. Estructura y objetivos:
Definición de los elementos gráficos de identidad visual: signos identificadores. El logotipo. El sistema de marca.
Función comunicativa de la identidad visual: diferenciadora, simbólica, designativa, asociativa y memorística, entre otras.
Normas referidas a la aplicación del diseño y a la identidad gráfica.
Los manuales de procedimiento: submanual de imagen colectiva, submanual de estrategias comunicativas, submanual de identidad visual y otros.
- Los libros de estilo.
- Manuales corporativos de interés en asesoría de imagen corporativa: los partidos políticos y su manual corporativo. Elementos identificadores. Características. Diferencias entre las diferentes opciones políticas. Los manuales corporativos de los principales medios de comunicación. Elementos identificadores. Características. Diferencias entre las diferentes opciones. Otros manuales corporativos.
- La gestión de la imagen corporativa en la comunicación visual.
- Evaluación de la evolución del manual de imagen.
- Análisis de la repercusión económica de las acciones en imagen corporativa. Valor comercial potencial de la imagen corporativa.

6. Implementación de estrategias de comunicación:

- Políticas de imagen y comunicación empresarial/institucional. Estrategias de comunicación corporativa.
- Plan de comunicación empresarial: definición de objetivos, definición de estrategias y mensajes, calendario de actuación, evaluación de costes y seguimiento del plan. Instrumentos del plan de comunicación: las relaciones públicas y las campañas de comunicación.
- Análisis y aplicación del plan de comunicación empresarial:
La comunicación escrita: pautas sociales y culturales, estrategias de redacción, aplicaciones de imagen corporativa y modelos de cartas y memorandos.
La comunicación verbal: posiciones sociales y culturales, pautas y estructura de discursos.
La comunicación no verbal y la imagen corporativa. Características.
Estrategias de prensa.
La tecnología y la comunicación en la imagen corporativa. Características.
- Las relaciones externas con repercusión en la imagen empresarial o institucional.
- Relaciones con los medios y las agencias de comunicación: selección de la información de la empresa, análisis de la información producida por los medios de comunicación, intermediación entre la empresa y los medios de comunicación (entrevistas, reportajes y otros) y análisis del clima de opinión.
- La promoción institucional y/o corporativa. Definición y características. Elementos de promoción corporativa.
- Las acciones de patrocinio/mecenazgo:
Patrocinio deportivo. Tipos de patrocinio deportivo y características. Repercusión.
Patrocinio artístico y cultural: individual o empresarial. Características.
La edición de libros u otros soportes. Repercusión económica y social.
Las becas, los proyectos de investigación, los premios académicos y otros patrocinios del campo académico y educacional. Características.
Las expediciones. Tipos y características.
Los patrocinios locales. Tipos.
Responsabilidad social corporativa: creación de marcas asociadas a valores que recuerdan los compromisos de la empresa. Características. Repercusión social.

Módulo Profesional: Dirección y comercialización.

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Código: 1071

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Aplica técnicas de organización del establecimiento de imagen personal, determinando infraestructuras y recursos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado los tipos de empresas de imagen personal.
- b) Se han establecido las condiciones generales de las instalaciones y equipamientos asociados.
- c) Se han valorado las variables que influyen en el diseño de espacios y equipamientos.
- d) Se han identificado y distribuido las diversas zonas y anexos.
- e) Se han seleccionado las instalaciones complementarias necesarias.
- f) Se han identificado los equipamientos adecuados a cada zona.
- g) Se han aplicado los parámetros que identifican la imagen de la empresa.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha especificado el organigrama del establecimiento de imagen personal.
- b) Se ha caracterizado cada puesto de trabajo.
- c) Se han establecido los sistemas de planificación de plantilla.
- d) Se han relacionado los criterios de selección de personal con la política empresarial.
- e) Se han establecido los criterios de asignación de los horarios de trabajo del personal.
- f) Se ha planificado la distribución del trabajo entre el equipo técnico.

3. Diseña normas de atención y comunicación interpersonales, analizando sus elementos y aplicando normas deontológicas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido las diferencias entre comunicación externa e interna en la empresa.
- b) Se han aplicado estrategias de comunicación eficaz.
- c) Se han elaborado protocolos de comunicación externa con clientes y proveedores.
- d) Se han elaborado protocolos de comunicación interna de la empresa.
- e) Se han realizado protocolos de comunicación para prensa.
- f) Se han establecido los pasos que se van a seguir para resolver conflictos.
- g) Se han establecido las normas deontológicas aplicadas a actividades de imagen personal.
- h) Se han establecido las leyes básicas de la dirección de equipos y los estilos de liderazgo.
- i) Se ha planificado la organización de reuniones de trabajo.

4. Diseña planes de formación e información, estableciendo el procedimiento de trabajo.

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado los elementos de los planes de formación.
 - b) Se han reconocido los objetivos del plan de formación.
 - c) Se han establecido los instrumentos de análisis para detectar necesidades formativas.
 - d) Se han establecido las pautas para diseñar las acciones formativas.
 - e) Se han identificado los tipos de acciones formativas.
 - f) Se han comparado los diferentes instrumentos de comunicación para presentar la propuesta de formación.
 - g) Se han establecido los criterios para realizar el seguimiento de las acciones formativas.
 - h) Se han establecido los elementos para realizar el proceso de evaluación.
-

5. Realiza operaciones de gestión técnica del establecimiento, interpretando documentación y aplicando herramientas informáticas.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la documentación que se maneja en los procesos de gestión de un establecimiento de peluquería.
- b) Se han determinado los sistemas para archivar la documentación.
- c) Se ha identificado las aplicaciones informáticas empleadas en empresas de imagen personal.
- d) Se ha configurado la aplicación informática de gestión que se va a utilizar.
- e) Se ha verificado el funcionamiento de la aplicación.
- f) Se ha aplicado la legislación sobre protección de datos.
- g) Se han identificado los sistemas de protección, seguridad y acceso a la información de la aplicación empleada.
- h) Se han establecido los criterios para asignar las personas usuarias al programa de gestión.
- i) Se han introducido los datos referidos a la gestión en cuanto a clientes, productos, servicios y empleados.

6. Elabora el plan de comercialización, diseñando distintas estrategias y acciones.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha establecido el concepto de marketing y se han definido sus fases.
- b) Se han establecido los objetivos del plan de comercialización.
- c) Se han identificado los tipos de clientes y los mecanismos de fidelización.
- d) Se ha diseñado la oferta de los productos y servicios de imagen personal.
- e) Se han descrito las características específicas de un asesor de ventas de productos y servicios de imagen personal.
- f) Se han aplicado técnicas de venta a un servicio/producto de peluquería.
- g) Se han establecido estrategias de intervención en reclamaciones o quejas.
- h) Se han establecido los objetivos e instrumentos empleados en una campaña promocional.
- i) Se han aplicado técnicas de promoción de un producto/servicio de imagen personal.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido los objetivos del plan de publicidad y merchandising.
- b) Se han diseñado las estrategias para realizar el plan de publicidad y merchandising.
- c) Se han identificado la publicidad y el merchandising como herramientas del proceso de venta de productos y servicios.
- d) Se han analizado los factores que intervienen en la publicidad.
- e) Se han aplicado técnicas de publicidad a un producto/servicio de imagen personal.
- f) Se han relacionado la ambientación y la organización de los espacios con el proceso de venta.
- g) Se han realizado escaparates promocionales.
- h) Se ha realizado la publicidad de los productos en el lugar de venta (PLV).

8. Establece criterios de calidad de los procesos de imagen personal, evaluando la dinámica global y proponiendo medidas correctoras.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los indicadores de calidad.
- b) Se ha caracterizado la figura del consultor-evaluador en los establecimientos de imagen personal.
- c) Se ha organizado un plan de evaluación para la detección de desviaciones en la empresa.
- d) Se han establecido los parámetros para evaluar los diferentes procesos.
- e) Se han propuesto medidas para optimizar la prestación del servicio y corregir errores.
- f) Se han diseñado acciones para resolver deficiencias que afectan a la calidad del servicio.
- g) Se han establecido sistemas de evaluación del grado de satisfacción del cliente.

Duración: 114 horas.

Contenidos:

1. Aplicación de técnicas de organización del establecimiento de imagen personal:

- Modelos organizativos de empresas de imagen personal. Las empresas tradicionales de imagen personal. Nuevas tendencias empresariales.
- Instalaciones generales de los establecimientos de imagen personal. Diseño y distribución: Recepción y zona administrativa. Zona de ventas. Instalaciones para los profesionales. Instalaciones para efectuar los distintos servicios. Instalaciones complementarias.
- Recursos técnicos. Organización de equipos, herramientas, cosméticos y útiles.
- Imagen empresarial. Elementos que la conforman.

2. Aplicación de técnicas de organización y coordinación de los profesionales:

- Organigrama del centro. Estructura jerárquica: Cargos, funciones y competencias. Necesidades de personal según la estructura del establecimiento.
- Cualificación de los profesionales: Requerimientos mínimos. Relación con el plan de formación empresarial.
- Planificación de la plantilla: proceso de selección de personal. Técnicas de selección: Entrevista, test y otras formas de selección. El reclutamiento. Concepto y características. Sistemas de reclutamiento: interno y externo. Fuentes para reclutar. La preselección. Concepto de motivación y desmotivación. Tedium, fatiga y absentismo. Factores motivadores y desmotivadores.
- Diseño del plan de acogida en la empresa.
- Organización y coordinación del horario de trabajo del personal: Planificación de turnos, períodos vacacionales, ausencias laborales y otros. Previsión para cubrir vacantes y ausencias. Bolsa de trabajo.
- Organización y coordinación del equipo de trabajo y de los medios materiales: distribución del trabajo a lo largo de la jornada laboral: Instrucciones al personal, medios materiales necesarios y otros.

3. Diseño de normas de atención y comunicación interpersonales:

- La comunicación. Comunicación externa e interna en la empresa: tipos, características y diferencias.
- Técnicas de comunicación eficaz: Escucha activa: elementos que facilitan la escucha y elementos que se deben evitar. Feedback, claridad, concreción, asertividad, empatía y otros.
- Claves para una comunicación efectiva en un equipo de trabajo.
- Comunicación externa con clientes y proveedores: normas de atención al cliente. Protocolo de comunicación con el cliente: Información de productos y servicios. Técnicas de presentación de propuestas.
- Problemas en la comunicación externa: tipos y técnicas para resolver situaciones de crisis.
- Comunicación interna en la empresa: comunicación ascendente, descendente y horizontal: Protocolos de comunicación interna. Técnicas para transmitir información a los equipos de trabajo. Técnicas de motivación.
- Técnicas de resolución de conflictos.
- Deontología profesional: Normas deontológicas aplicadas a imagen personal. Secreto profesional.
- El liderazgo. Leyes básicas de la dirección de equipos: leyes físicas, de Pareto y leyes humanas.

- Estilos de liderazgo:

El líder autócrata, participativo, liberal y otros.

- Otros tipos de comunicación o comunicación mixta: las reuniones de trabajo. Tipos y fases de una reunión: Cómo organizar una reunión.

Elementos necesarios, toma de decisiones y otros aspectos.

4. Diseño de planes de formación e información:

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

Expansión de la empresa y adaptación a nuevos sectores.

La formación como inversión.

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

- Fase de análisis: detección de necesidades formativas:

Instrumentos de análisis: las fuentes de información.

Priorización de necesidades.

- Diseño de las acciones formativas: estructura, características y planificación:

Tipos de acciones formativas: cursos, ponencias, conferencias, demostraciones profesionales, jornadas, ferias y congresos, entre otros.

Planificación operativa: contenidos, actividades y métodos.

Planificación logística: formadores, organización, secuenciación, temporalización, presupuesto y recursos.

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

Características, modo de realización, ventajas e inconvenientes.

Dirección, formadores y participantes.

- Fase de desarrollo y aplicación: características, secuenciación y documentación.

- Fase de seguimiento y evaluación. Instrumentos de evaluación:

Valoración de los resultados.

Memoria final.

5. Realización de operaciones de gestión técnica:

- Documentación: tipos de documentación técnica y comercial:

La documentación utilizada y generada en los procesos.

Formatos para la elaboración de documentos.

Métodos de clasificación, codificación, renovación y eliminación.

- Sistemas y métodos de archivo de la documentación:

Criterios de selección de los tipos de archivos.

El archivo físico: equipos, guías y carpetas.

Metodología de archivo: fases del procedimiento de archivo. Organización del archivo.

El archivo de los protocolos técnicos y comerciales.

- Aplicaciones informáticas específicas del sector: tipos, características y utilidades.

- Configuración de la aplicación: asistencia técnica.

- Protección de datos: legislación, sistemas de seguridad, protección y confidencialidad de la información.

- Personas usuarias del programa de gestión: criterios de asignación.

- Creación de la base de datos y tratamiento de la información:

Gestión de servicios, productos, clientes y empleados.

Mantenimiento y copias de seguridad.

6. Elaboración del plan de comercialización:

- Definición y conceptos básicos de marketing. Tipos de marketing.

- El plan de comercialización de la empresa: concepto y objetivos:

Estrategias y acciones.

El cliente: tipos, necesidades y fidelización.

- Los productos y servicios en imagen personal. Diseño de ofertas de productos y servicios:

Desarrollo y lanzamiento de nuevos productos y servicios.

- Técnicas de venta:

Fases del proceso de venta.

- El asesor de ventas.

- Tratamiento y resolución de quejas y reclamaciones:

Identificación del conflicto.

Aplicación de técnicas de escucha activa.

Propuesta de medidas correctoras.

- Las promociones: concepto y clasificación:

Principales objetivos y efectos que persiguen las promociones.

Instrumentos promocionales utilizados en el sector.

Campaña promocional:

Fases y diseño de una campaña promocional en imagen personal.

Las demostraciones profesionales y las ferias y congresos como técnicas de promoción y venta de productos y servicios.

7. Organización de la aplicación de técnicas de publicidad y merchandising:

- Plan de publicidad y merchandising: concepto y objetivos del plan:

Estrategias y acciones: fijación de propósitos, definición del mensaje, selección de medios para transmitirlo, puesta en marcha y otras.

- La publicidad:

Concepto y objetivos.

Principios de la publicidad: atención, interés, deseo y acción.

- Elementos que conforman la publicidad como técnica de venta:

Estrategias publicitarias.

Medios publicitarios externos (televisión, radio, prensa, vallas publicitarias, marquesinas, transporte público, publicidad online y páginas web, entre otros) e internos (displays, expositores, carteles, escaparates, películas y otros).

Los regalos publicitarios.

- El merchandising en una empresa de imagen personal. Concepto. Elementos del merchandising. La ambientación general, los puntos de venta, los elementos exteriores del establecimiento y la publicidad en el lugar de venta (PLV).

8. Establecimiento de los criterios de calidad de los procesos de imagen personal:

- La calidad. Indicadores de la calidad. Las normas de calidad aplicadas a una empresa del sector de la imagen personal.

- La figura del consultor-evaluador.

- Plan de evaluación del proyecto empresarial.

- Objetivos de la evaluación.

- Métodos de análisis. Análisis interno y externo. Parámetros.

- Evaluación de recursos técnicos, humanos e instalaciones.

- Evaluación de la gestión técnica y comercial.

- Evaluación de la imagen corporativa.

- Evaluación de la comercialización de productos y servicios.

- Evaluación de la comunicación integral de la empresa.

- Evaluación de los procesos técnicos y de los protocolos de trabajo.

- Evaluación del entorno de la empresa.

- Plan de intervención para la corrección de las desviaciones. Acciones, secuenciación, presentación del informe técnico al cliente y otros.

- Valoración de las expectativas del cliente y grado de satisfacción.

- Técnicas para medir el grado de satisfacción del cliente.

Módulo Profesional: Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa.

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Código: 1190

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Identifica necesidades del sector productivo, relacionándolas con proyectos tipo que las puedan satisfacer.

Criterios de evaluación:

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

- b) Se han caracterizado las empresas tipo indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.
- c) Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.
- d) Se han valorado las oportunidades de negocio previsible en el sector.
- e) Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.
- f) Se han determinado las características específicas requeridas en el proyecto.
- g) Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos, y sus condiciones de aplicación.
- h) Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de las nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.
- i) Se ha elaborado el guión de trabajo que se va a seguir para la elaboración del proyecto.

2. Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha recopilado información relativa a los aspectos que van a ser tratados en el proyecto.
- b) Se ha realizado el estudio de viabilidad técnica del mismo.
- c) Se han identificado las fases o partes que componen el proyecto y su contenido.
- d) Se han establecido los objetivos que se pretenden conseguir, identificando su alcance.
- e) Se han previsto los recursos materiales y personales necesarios para realizarlo.
- f) Se ha realizado el presupuesto económico correspondiente.
- g) Se han identificado las necesidades de financiación para la puesta en marcha del mismo.
- h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para su diseño.
- i) Se han identificado los aspectos que se deben controlar para garantizar la calidad del proyecto.

3. Planifica la ejecución del proyecto, determinando el plan de intervención y la documentación asociada.

Criterios de evaluación:

- a) Se han secuenciado las actividades ordenándolas en función de las necesidades de su desarrollo.
- b) Se han determinado los recursos y la logística necesaria para cada actividad.
- c) Se han identificado las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.
- d) Se han determinado los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.
- e) Se han identificado los riesgos inherentes a la ejecución, definiendo el plan de prevención de riesgos y los medios y equipos necesarios.
- f) Se han planificado la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.
- g) Se ha hecho la valoración económica que da respuesta a las condiciones de su puesta en práctica.
- h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la ejecución.

4. Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos empleados.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.
- b) Se han definido los indicadores de calidad para realizar la evaluación.
- c) Se ha definido el procedimiento para la evaluación de las incidencias que puedan presentarse durante la realización de las actividades, su posible solución y registro.
- d) Se ha definido el procedimiento para gestionar los posibles cambios en los recursos y en las actividades, incluyendo el sistema de registro de los mismos.
- e) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto.
- f) Se ha establecido el procedimiento para la participación en la evaluación de la persona usuaria o clientes y se han elaborado los documentos específicos.
- g) Se ha establecido un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto, cuando este existe.

Duración: 40 horas.

Módulo Profesional: Formación y orientación laboral

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Código: 1191

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

1. Selecciona oportunidades de empleo, identificando las diferentes posibilidades de inserción y las alternativas de aprendizaje a lo largo de la vida.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.
- b) Se han identificado los itinerarios formativos-profesionales relacionados con el perfil profesional del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- c) Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.
- d) Se han identificado los principales yacimientos de empleo, autoempleo, así como de inserción laboral para el Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- e) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.
- f) Se ha valorado la importancia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para la búsqueda activa de empleo.
- g) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.
- h) Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, intereses, actitudes y formación propia para la toma de decisiones, evitando, en su caso, los condicionamientos por razón de sexo o de otra índole.
- i) Se han identificado las posibilidades del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa en las ofertas de empleo público de las diferentes Administraciones.
- j) Se han valorado las oportunidades del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa en un contexto global así como las posibilidades de transferencia de las cualificaciones que lo integran, a través del principio de libertad de circulación de servicios en la Unión Europea.
- k) Se han identificado las habilitaciones especiales requeridas para el desempeño de determinadas actividades profesionales en el sector de asesoría de imagen personal.

2. Aplica las estrategias del trabajo en equipo, valorando su eficacia y eficiencia para la consecución de los objetivos de la organización.

Criterios de evaluación:

- a) Se han valorado las ventajas de trabajo en equipo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, frente al trabajo individual.
- b) Se han identificado los equipos de trabajo que pueden constituirse en una situación real de trabajo.
- c) Se han identificado las fases que atraviesa el desarrollo de la actividad de un equipo de trabajo.
- d) Se han aplicado técnicas de dinamización de grupos de trabajo.
- e) Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz frente a los equipos ineficaces mediante la adecuada gestión del conocimiento en los mismos.
- f) Se ha valorado positivamente la necesaria existencia de diversidad de roles y opiniones asumidos por los miembros de un equipo.
- g) Se ha descrito el proceso de toma de decisiones en equipo, valorando convenientemente la participación y el consenso de sus miembros.
- h) Se ha valorado la necesidad de adaptación e integración en aras al funcionamiento eficiente de un equipo de trabajo.
- i) Se han analizado los procesos de dirección y liderazgo presentes en el funcionamiento de los equipos de trabajo.
- j) Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.

- k) Se han identificado los tipos de conflictos, etapas que atraviesan y sus fuentes.
- l) Se han determinado procedimientos para la resolución del conflicto.
- m) Se han analizado las distintas tácticas y técnicas de negociación tanto para la resolución de conflictos como para el progreso profesional.

3. Ejerce los derechos y cumple las obligaciones que se derivan de las relaciones laborales, reconociéndolas en los diferentes contratos de trabajo.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los conceptos básicos del derecho del trabajo y sus normas fundamentales.
- b) Se han distinguido los principales organismos que intervienen en las relaciones entre empresarios y trabajadores y las fuentes legales que las regulan.
- c) Se han diferenciado las relaciones laborales sometidas a la regulación del estatuto de los trabajadores de las relaciones laborales especiales y excluidas.
- d) Se han determinado los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral.
- e) Se han clasificado las principales modalidades de contratación, identificando las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.
- f) Se han valorado las medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida personal, laboral y familiar.
- g) Se han identificado las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.
- h) Se ha analizado el recibo de salarios, identificando los principales elementos que lo integran.
- i) Se han analizado los elementos que caracterizan al tiempo de la prestación laboral.
- j) Se han determinado las distintas formas de representación de los trabajadores para la defensa de sus intereses laborales.
- k) Se han analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos
- l) Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable a un sector profesional relacionado con el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- m) Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.
- n) Se han identificado los principales beneficios que las nuevas organizaciones han generado a favor de los trabajadores.

4. Determina la acción protectora del sistema de la Seguridad Social ante las distintas contingencias cubiertas, identificando las distintas clases de prestaciones.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.
- b) Se han enumerado las diversas contingencias que cubre el sistema de Seguridad Social.
- c) Se han identificado los regímenes existentes en el sistema de la Seguridad Social especialmente el régimen general y en el régimen especial de trabajadores autónomos.
- d) Se han identificado las obligaciones de empresario o empresaria y trabajador o trabajadora dentro del sistema de Seguridad Social.
- e) Se han identificado en un supuesto sencillo las bases de cotización de un trabajador o trabajadora y las cuotas correspondientes a trabajador o trabajadora y empresario o empresaria.
- f) Se han clasificado las prestaciones del sistema de Seguridad Social, identificando los requisitos.
- g) Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo en supuestos prácticos sencillos.
- h) Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico.

5. Evalúa los riesgos derivados de su actividad, analizando las condiciones de trabajo y los factores de riesgo presentes en su entorno laboral.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.
- b) Se han relacionado las condiciones laborales con la salud del trabajador y de la trabajadora

- c) Se han clasificado los factores de riesgo ligados a condiciones de seguridad, ambientales, ergonómicas y psicosociales en la actividad, así como los daños derivados de los mismos.
- d) Se han identificado las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- e) Se han definido las distintas técnicas de motivación y su determinación como factor clave de satisfacción e insatisfacción laboral.
- f) Se ha determinado la evaluación de riesgos en la empresa.
- g) Se han determinado las condiciones de trabajo con significación para la prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- h) Se han clasificado y descrito los tipos de daños profesionales, con especial referencia a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, relacionados con el perfil profesional del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

6. Participa en la elaboración de un plan de prevención de riesgos en una pequeña empresa, identificando las responsabilidades de todos los agentes implicados.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la normativa básica en materia de prevención de riesgos laborales.
- b) Se han descrito las funciones específicas de nivel básico en prevención de riesgos laborales.
- c) Se han determinado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales, así como las responsabilidades derivadas del incumplimiento de las obligaciones preventivas.
- d) Se han clasificado las distintas formas de gestión de la prevención en la empresa, en función de los distintos criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales.
- e) Se han determinado las formas de representación de los trabajadores en la empresa en materia de prevención de riesgos.
- f) Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- g) Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa, que incluya la secuenciación de actuaciones a realizar en caso de emergencia.
- h) Se ha definido el contenido del plan de prevención en un centro de trabajo relacionado con el sector profesional del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- i) Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación en una empresa.

7. Aplica las medidas de prevención y protección, analizando las situaciones de riesgo en el entorno laboral del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido las técnicas de prevención y de protección, individuales y colectivas, que deben aplicarse para evitar los daños en su origen y minimizar sus consecuencias en caso de que sean inevitables.
- b) Se ha analizado el significado y alcance de los distintos tipos de señalización de seguridad.
- c) Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia.
- d) Se han identificado las técnicas de clasificación y transporte de personas heridas en caso de emergencia donde existan víctimas de diversa gravedad.
- e) Se han identificado las técnicas básicas de primeros auxilios que han de ser aplicadas en el lugar del accidente ante distintos tipos de daños y la composición y uso del botiquín.
- f) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud del trabajador y su importancia como medida de prevención.

Duración: 82 horas

Contenidos:

1. Búsqueda activa de empleo:

- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- La Formación Profesional para el empleo.
- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.

- Identificación de itinerarios formativos relacionados con el Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Definición y análisis del sector profesional del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Análisis de las competencias profesionales del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Habilitaciones especiales y posible regulación de las profesiones en el sector.
- Planificación de la propia carrera profesional. Polivalencia y especialización profesional.
- Proceso de búsqueda de empleo en empresas del sector. Principales yacimientos de empleo y de autoempleo en el sector.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.
- Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo.
- Las ofertas de empleo público relacionadas con el sector.
- El proceso de toma de decisiones.

2. Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización, frente al trabajo individual.
- Equipos en el sector de la asesoría de imagen personal, según las funciones que desempeñan.
- La participación en el equipo de trabajo. Análisis de los posibles roles de sus integrantes. Dirección y liderazgo.
- Conflicto: características, fuentes y etapas.
- Tipos de conflicto en la empresa.
- Métodos para la resolución o supresión del conflicto: mediación, conciliación y arbitraje.
- La negociación en la empresa.

3. Contrato de trabajo:

- El derecho del trabajo. Conceptos generales y normas fundamentales.
- Intervención de los poderes públicos en las relaciones laborales. La protección del trabajador.
- Análisis de la relación laboral individual.
- Determinación de las relaciones laborales excluidas y relaciones laborales especiales.
- Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación.
- Derechos y deberes derivados de la relación laboral.
- Condiciones de trabajo. Salario y tiempo de trabajo. Conciliación de la vida laboral y familiar.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
- Representación de los trabajadores y de las trabajadoras.
- Negociación colectiva como medio para la conciliación de los intereses de trabajadores y trabajadoras y empresarios y empresarias.
- Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Conflictos colectivos de trabajo: identificación y mecanismos para evitarlos.
- Nuevas formas de organización del trabajo: subcontratación, teletrabajo.
- Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad, beneficios sociales, etc.

4. Seguridad Social, Empleo y Desempleo:

- El Sistema de la Seguridad Social como principio básico de solidaridad social. Estructura del Sistema de la Seguridad Social.
- Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- La acción protectora de la Seguridad Social. Clases, requisitos y cuantía de las prestaciones.
- Concepto y situaciones protegibles en la protección por desempleo.

5. Evaluación de riesgos profesionales:

- Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad laboral.
 - Valoración de la relación entre trabajo y salud.
 - Análisis y determinación de las condiciones de trabajo.
-

- El concepto de riesgo profesional. Análisis de factores de riesgo.
- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psico-sociales. La motivación como factor determinante de satisfacción e insatisfacción laboral.
- Riesgos específicos en el la de asesoría de imagen personal.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador o de la trabajadora que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas. Estudio específico del accidente de trabajo y de la enfermedad profesional.

6. Planificación de la prevención de riesgos en la empresa:

- Normativa básica en materia de prevención de riesgos laborales.
- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales. Protección de colectivos específicos.
- Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.
- Gestión de la prevención en la empresa.
- Funciones específica de nivel básico en prevención de riesgos laborales.
- Representación de los trabajadores y de las trabajadoras en materia preventiva.
- Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- Planificación de la prevención en la empresa.
- Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
- Elaboración de un plan de emergencia en una empresa del sector.

7. Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:

- Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.
- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.
- Primeros auxilios.
- Formación a los trabajadores y a las trabajadoras en materia de planes de emergencia y aplicación de técnicas de primeros auxilios.
- Vigilancia de la salud de los trabajadores y de las trabajadoras.

Módulo Profesional: Empresa e iniciativa emprendedora.

Equivalencia en créditos ECTS: 4

Código: 1192

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

1. Reconoce las capacidades asociadas a la iniciativa emprendedora, analizando los requerimientos derivados de los puestos de trabajo y de las actividades empresariales.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento en el bienestar de los individuos y la competitividad empresarial, en el ámbito de la actividad de las empresas de asesoría de imagen personal.
- b) Se ha analizado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social, así como las buenas prácticas que han de inspirar su implementación.
- c) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración como requisitos indispensables para tener éxito en la actividad emprendedora.
- d) Se ha analizado la capacidad de iniciativa en el trabajo de una persona empleada en el sector de las actividades de asesoría de imagen personal.
- e) Se ha analizado el desarrollo de la actividad emprendedora de un empresario o empresaria que se inicie en el sector de asesoría de imagen personal y los factores más influyentes en la consolidación de la empresa creada.
- f) Se ha analizado el concepto de riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora.
- g) Se ha analizado el concepto de empresario o empresaria y los requisitos y actitudes necesarios para desarrollar la actividad empresarial.

- h) Se ha valorado la importancia de la cualificación profesional en el proceso de creación de una empresa.
- i) Se ha descrito la estrategia empresarial relacionándola con los objetivos de la empresa.
- j) Se ha definido una determinada idea de negocio del ámbito de la asesoría de imagen Personal, así como su viabilidad, que servirá de punto de partida para la elaboración de un plan de empresa.
- k) Se han identificado los factores diferenciadores del negocio del ámbito de la empresa de asesoría de imagen personal que pretende constituirse, respecto de otros sectores.

2. Define la oportunidad de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las funciones básicas que se realizan en una empresa y se ha analizado el concepto de sistema aplicado a la empresa.
- b) Se han identificado los principales componentes del entorno general que rodea a la empresa; en especial el entorno económico, social, demográfico y cultural, analizando el impacto de la empresa sobre el mismo, así como su incidencia en los nuevos yacimientos de empleo.
- c) Se ha analizado la influencia en la actividad empresarial de las relaciones con los clientes, con los proveedores y con la competencia como principales integrantes del entorno específico.
- d) Se han identificado los elementos del entorno de una pequeña y mediana empresa de asesoría de imagen personal.
- e) Se han analizado los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa, y su relación con los objetivos empresariales.
- f) Se ha analizado el fenómeno de la responsabilidad social y ética de las empresas y su importancia como un elemento de la estrategia empresarial.
- g) Se ha elaborado el balance social de una empresa de asesoría de imagen personal, y se han descrito los principales costes sociales en que incurren estas empresas, así como los beneficios sociales que producen.
- h) Se han identificado, en empresas de asesoría de imagen personal, prácticas que incorporan valores éticos y sociales.
- i) Se ha llevado a cabo un estudio de viabilidad económica y financiera de una pequeña y mediana empresa relacionada con la asesoría de imagen personal.
- j) Se han definido los aspectos más relevantes a incorporar en el plan de empresa referente al marketing mix.
- k) Se han identificado los programas y planes específicos de fomento del autoempleo en Castilla-La Mancha así como el resto de las políticas activas de fomento del autoempleo.
- l) Se han identificado las diferentes organizaciones empresariales del entorno socioeconómico y las ventajas del asociacionismo empresarial.

3. Realiza las actividades para la constitución y puesta en marcha de una empresa, seleccionando la forma jurídica e identificando las obligaciones legales asociadas

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- b) Se ha especificado el grado de responsabilidad legal de los propietarios o propietarias de la empresa en función de la forma jurídica elegida.
- c) Se ha diferenciado el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- d) Se han analizado los trámites exigidos por la legislación vigente para la constitución y puesta en marcha de una empresa.
- e) Se ha realizado una búsqueda exhaustiva de las diferentes ayudas, subvenciones e incentivos fiscales para la creación de empresas relacionadas con el sector de asesoría de imagen personal en la localidad de referencia.
- f) Se ha incluido en el plan de empresa todo lo relativo a la elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económico-financiera, trámites administrativos, ayudas y subvenciones.
- g) Se han identificado las vías de asesoramiento y gestión administrativa externos existentes a la hora de poner en marcha una pequeña y mediana empresa.
- h) Se han analizado las fuentes de financiación y las inversiones necesarias en una pequeña y mediana empresa de asesoría de imagen personal.
- i) Se ha incluido en el plan de empresa todo lo relativo a la selección, formación y desarrollo de la carrera profesional de sus recursos humanos, haciendo especial hincapié en la utilización de la entrevista como instrumento para el conocimiento de los futuros trabajadores de la empresa.

4. Realiza actividades de gestión administrativa y financiera básica de una pequeña y mediana empresa, identificando las principales obligaciones contables y fiscales y cumplimentando la documentación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado los conceptos básicos de contabilidad, así como las técnicas de registro de la información contable.
- b) Se han descrito las técnicas básicas de análisis de la información contable, en especial en lo referente a la solvencia, liquidez y rentabilidad de la empresa.
- c) Se han definido las obligaciones fiscales de una empresa de asesoría de imagen personal.
- d) Se han diferenciado los tipos de impuestos, así como el plazo de presentación de documentos oficiales teniendo en cuenta el calendario fiscal vigente.
- e) Se ha cumplimentado la documentación básica de carácter comercial y contable (facturas, albaranes, notas de pedido, letras de cambio, cheques y otros) para una pequeña y mediana empresa de asesoría de imagen personal, y se han descrito los circuitos que dicha documentación recorre en la empresa.
- f) Se han incluido los planes específicos requeridos por la normativa aplicable referentes a prevención de riesgos, igualdad de oportunidades y protección del medio ambiente.
- g) Se han identificado los principales instrumentos de financiación bancaria.
- h) Se ha incluido la anterior documentación en el plan de empresa.

5. Define su inserción en el mercado laboral como trabajadora o trabajador autónomo, analizando el régimen jurídico de su actividad, así como la realidad de las trabajadoras y los trabajadores autónomos económicamente dependientes.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha analizado el régimen profesional y los derechos colectivos de la trabajadora y del trabajador autónomo, conforme a la legislación vigente.
- b) Se han descrito los trámites requeridos para el establecimiento de la trabajadora y del trabajador autónomo, así como las subvenciones y ayudas con las que cuenta para el desarrollo de su actividad.
- c) Se han analizado las obligaciones fiscales de la trabajadora y del trabajador autónomo.
- d) Se han identificado los aspectos esenciales de la acción protectora del Régimen Especial de la Seguridad Social de los Trabajadores por Cuenta Propia o Autónomos.
- e) Se han analizado los principales aspectos del régimen profesional de las trabajadoras y los trabajadores autónomos económicamente dependientes.

Duración: 66 horas

Contenidos:

1. Iniciativa emprendedora:

- Innovación y desarrollo económico. Principales características de la innovación en la actividad de la asesoría de imagen personal (materiales, tecnología, organización, etc.).
- La cultura emprendedora como necesidad social. Buenas prácticas de cultura emprendedora en las actividades de las empresas de asesoría de imagen.
- El carácter emprendedor: iniciativa, creatividad y formación. El riesgo en la actividad emprendedora.
- La actuación de las personas emprendedoras como empleadas de una empresa de asesoría de imagen.
- La actuación de las personas emprendedoras como empresarias en una pequeña y mediana empresa en el sector de asesoría de imagen.
- El empresario o empresaria. Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial.
- Plan de empresa: la idea de negocio en el ámbito de la asesoría de imagen. Sus factores diferenciadores respecto a otros sectores.

2. La empresa y su entorno:

- Concepto y funciones básicas de la empresa.
- La empresa como sistema. Estructura organizativa de la empresa.
- Análisis del entorno general de una pequeña y mediana empresa de asesoría de imagen.

- El entorno específico de la empresa.
- Análisis del entorno específico de una pequeña y mediana empresa de actividades de asesoría de imagen.
- Relaciones de una pequeña y mediana empresa de asesoría de imagen con su entorno.
- Relaciones de una pequeña y mediana empresa de asesoría de imagen con el conjunto de la sociedad.
- La cultura de la empresa y su imagen corporativa.
- Las políticas activas favorecedoras del emprendimiento. Programas y planes específicos para la creación de empresas en Castilla-La Mancha.
- La responsabilidad social corporativa. Responsabilidad social y ética de las empresas del sector de asesoría de imagen.
- El balance social de la empresa.
- El marketing mix y su aplicación práctica en el propio plan de empresa.
- Las organizaciones empresariales. Ventajas del asociacionismo empresarial.

3. Creación y puesta en marcha de una empresa:

- Tipos de empresa.
- La fiscalidad en las empresas.
- Elección de la forma jurídica. Dimensión, número de socios y responsabilidad de los propietarios de la empresa.
- Trámites administrativos para la constitución y puesta en marcha de una empresa.
- Viabilidad económica y viabilidad financiera de una pequeña y mediana empresa de asesoría de imagen.
- Análisis de las fuentes de financiación y de inversiones de una pequeña y mediana empresa de asesoría de imagen.
- Plan de empresa: elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económica y financiera, trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones. Otros planes específicos.
- Recursos humanos en la empresa: selección, formación y desarrollo de carrera profesional.

4. Función administrativa:

- Concepto de contabilidad y nociones básicas.
- Registro y análisis de la información contable.
- Obligaciones fiscales de las empresas.
- Requisitos y plazos para la presentación de documentos oficiales. El calendario fiscal de la empresa.
- Gestión administrativa de una empresa de asesoría de imagen personal.

5. La trabajadora y el trabajador autónomo.

- El estatuto de la trabajadora y del trabajador autónomo
- Trámites, ayudas y subvenciones específicas para el establecimiento como trabajadora o trabajador autónomo
- Régimen fiscal de la trabajadora y del trabajador autónomo.
- Protección social de la trabajadora y del trabajador autónomo.
- Las trabajadoras y los trabajadores autónomos económicamente dependientes.

Módulo Profesional: Formación en centros de trabajo.

Equivalencia en créditos ECTS: 22

Código: 1193

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Identifica la estructura y organización de la empresa, relacionándolas con el tipo de servicio que presta.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la estructura organizativa de la empresa y las funciones de cada área de la misma.
- b) Se ha comparado la estructura de la empresa con las organizaciones empresariales tipo existentes en el sector.
- c) Se han relacionado las características del servicio y el tipo de clientes con el desarrollo de la actividad empresarial.
- d) Se han identificado los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación de servicio.

- e) Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de la actividad.
- f) Se ha valorado la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en esta actividad.

2. Aplica hábitos éticos y laborales en el desarrollo de su actividad profesional, de acuerdo con las características del puesto de trabajo y con los procedimientos establecidos en la empresa.

Criterios de evaluación:

- a) Se han reconocido y justificado:
 - La disponibilidad personal y temporal necesaria en el puesto de trabajo.
 - Las actitudes personales (puntualidad y empatía, entre otras) y profesionales (orden, limpieza y responsabilidad, entre otras) necesarias para el puesto de trabajo.
 - Los requerimientos actitudinales ante la prevención de riesgos en la actividad profesional.
 - Los requerimientos actitudinales referidos a la calidad en la actividad profesional.
 - Las actitudes relacionales con el propio equipo de trabajo y con las jerarquías establecidas en la empresa.
 - Las actitudes relacionadas con la documentación de las actividades realizadas en el ámbito laboral.
 - Las necesidades formativas para la inserción y reinserción laboral en el ámbito científico y técnico del buen hacer del profesional.
- b) Se han identificado las normas de prevención de riesgos laborales y los aspectos fundamentales de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales de aplicación en la actividad profesional.
- c) Se han puesto en marcha los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa.
- d) Se ha mantenido una actitud de respeto al medio ambiente en las actividades desarrolladas.
- e) Se ha mantenido organizado, limpio y libre de obstáculos el puesto de trabajo o el área correspondiente al desarrollo de la actividad.
- f) Se ha responsabilizado del trabajo asignado, interpretando y cumpliendo las instrucciones recibidas.
- g) Se ha establecido una comunicación eficaz con la persona responsable en cada situación y con los miembros del equipo.
- h) Se ha coordinado con el resto del equipo, comunicando las incidencias relevantes que se presenten.
- i) Se ha valorado la importancia de su actividad y la necesidad de adaptación a los cambios de tareas.
- j) Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y procedimientos en el desarrollo de su trabajo.

3. Realiza operaciones de preparación de la actividad laboral, aplicando técnicas y procedimientos de acuerdo a instrucciones y normas establecidas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han interpretado las instrucciones recibidas del tutor/a en la empresa.
- b) Se ha valorado la propia imagen personal como imagen de empresa, cuidando aspectos como la higiene personal, maquillaje, peinados e indumentaria, entre otros.
- c) Se han manejado los diferentes tipos de información/documentación utilizada y generada, asociada a la preparación de los procesos laborales.
- d) Se han gestionado los ficheros de servicios, empleados, clientes, productos y proveedores.
- e) Se han organizado los documentos, dossiers y manuales de la empresa de forma manual o informatizada.
- f) Se ha colaborado en la elaboración de protocolos técnicos, comerciales, seguridad e higiene y calidad, entre otros.
- g) Se ha trabajado en equipo en los planes de la empresa, mostrando iniciativa e interés.

4. Identifica las necesidades del cliente, analizando su imagen personal y/o corporativa.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha obtenido información sobre las demandas y requerimientos del cliente.
- b) Se han identificado las características y necesidades de la piel y del pelo.
- c) Se han identificado las características físicas que se van a corregir o potenciar a través de la asesoría de imagen personal.
- d) Se ha realizado el estudio morfológico del rostro.
- e) Se ha colaborado en la caracterización del perfil psicosocial y profesional del cliente.
- f) Se han detectado las carencias y habilidades del cliente en el área de la comunicación.

- g) Se han utilizado métodos de observación y medios audiovisuales para analizar los modelos de comportamiento y/o usos sociales de la persona usuaria.
- h) Se han analizado los elementos internos y externos que conforman la imagen corporativa.
- i) Se han aplicado normas de atención al cliente a través de una comunicación eficaz.

5. Propone estilos de peinados, maquillaje y cuidados estéticos, determinando los cambios para la creación de la nueva imagen.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las fichas, formularios y cuestionarios empleados en la asesoría de imagen personal.
- b) Se han utilizado fuentes documentales y manuales de estilos para el asesoramiento en el cambio de imagen personal.
- c) Se han establecido los cambios que se van a realizar en el estilo de peinado, el tipo de maquillaje y los tratamientos y cuidados estéticos.
- d) Se ha entrenado al cliente en técnicas de automaquillaje.
- e) Se han especificado las técnicas de peluquería, cuidados estéticos y de medicina y cirugía estética necesarias para realizar el cambio de estilo.
- f) Se ha organizado el plan de actuación para la puesta en marcha del cambio de imagen.
- g) Se ha elaborado el dossier de asesoría de imagen del cliente con los datos obtenidos y las propuestas realizadas.
- h) Se ha establecido un plan de mantenimiento de la nueva imagen.

6. Asesora en cambios de imagen a través de la indumentaria, seleccionando vestuario y complementos para la creación de la nueva imagen.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha obtenido información sobre las preferencias en estilo de vestuario y complementos del cliente.
- b) Se han identificado las características físicas con influencia en la elección de vestuario.
- c) Se han determinado los cambios en la indumentaria para crear el nuevo estilo.
- d) Se han seleccionado las prendas, sus materiales y los textiles.
- e) Se han identificado los colores y tonos más recomendables según las características del cliente.
- f) Se ha relacionado el nuevo estilo de indumentaria con el maquillaje y el peinado.
- g) Se ha asesorado sobre la elección y combinación de piezas de vestir y complementos.
- h) Se han propuesto establecimientos, marcas y firmas para comprar piezas de ropa y complementos.
- i) Se han identificado las normas de etiqueta, en materia de indumentaria y complemento, de las distintas situaciones sociales y de las empresas, entre otros.
- j) Se ha mantenido un comportamiento profesional.

7. Colabora en la organización de actos protocolarios y eventos, aplicando normas de protocolo, etiqueta y usos sociales.

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido los requerimientos en protocolo, usos sociales, etiqueta y materiales para el acto protocolario y/o evento.
- b) Se ha aplicado la normativa protocolaria para establecer las precedencias oficiales.
- c) Se ha organizado la distribución de los asistentes y la secuenciación de sus intervenciones orales.
- d) Se ha colaborado en la puesta en marcha de los actos y eventos organizados por la empresa.
- e) Se ha diseñado el plan de entrenamiento al cliente en usos sociales.
- f) Se ha entrenado al cliente en habilidades comunicativas para las comparecencias públicas y/o privadas en distintos ámbitos y medios.
- g) Se ha asesorado sobre los requerimientos de imagen de cada acto protocolario.
- h) Se han aplicado criterios de imagen corporativa para actos organizados por las empresas.
- i) Se ha controlado el proceso y seguido las normas de calidad de la empresa.

8. Presenta al cliente la propuesta técnica del cambio de imagen, aplicando técnicas de comunicación.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha colaborado en el diseño de la propuesta técnica de asesoría personal y/o corporativa.
- b) Se ha organizado y cumplimentado la documentación asociada a la propuesta.
- c) Se ha elaborado la propuesta en soporte manual o informático.
- d) Se han aplicado técnicas de comunicación en la presentación de la propuesta y presupuesto al cliente.
- e) Se han aplicado técnicas de argumentación ante objeciones a las propuestas.
- f) Se han aplicado las normas deontológicas y la Ley de Protección de Datos de Carácter Personal.

Duración: 400 horas.

Módulo profesional: Inglés técnico para los ciclos formativos de grado superior de la familia profesional de Imagen Personal.

Código: CLM0034

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

1. Valora la importancia del idioma, tanto para la propia etapa formativa como para su inserción laboral, orientando su aprendizaje a las necesidades específicas del sector.

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado las situaciones más frecuentes en las que el idioma será necesario para su desempeño profesional y académico.
- b) Se han identificado las destrezas comunicativas que se deben mejorar de cara a responder a las necesidades planteadas.
- c) Se ha desarrollado interés en el idioma no sólo como instrumento para la consecución de objetivos profesionales, sino que se han valorado, además, sus aspectos sociales y culturales, lo que favorece la integración en un entorno laboral cada vez más multicultural y plurilingüe.

2. Comprende tanto textos estándar de temática general como documentos especializados, sabiendo extraer y procesar la información técnica que se encuentra en manuales y textos propios del sector.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado y comprendido las ideas centrales de los textos tanto de temas generales como especializados.
- b) Se han localizado y seleccionado, tras una lectura rápida, datos específicos en textos breves, cuadros, gráficos y diagramas.
- c) Se ha accedido a la bibliografía complementaria y materiales de consulta necesarios o recomendados para el resto de módulos del ciclo formativo, encontrando en catálogos, bibliotecas o Internet la información deseada.
- d) Se ha familiarizado con los patrones de organización más habituales de los textos, facilitando así tanto la comprensión como la rápida localización de la información en los mismos.
- e) Se ha deducido el significado de palabras desconocidas a través de su contexto, gracias a la comprensión de las relaciones entre las palabras de una frase y entre las frases de un párrafo.
- f) Se han entendido y utilizado las instrucciones y explicaciones de manuales (de mantenimiento, de instrucciones, tutoriales...) para resolver un problema específico.

3. Inicia y mantiene conversaciones a velocidad normal y en lengua estándar sobre asuntos cotidianos del trabajo propios del sector o de carácter general, aunque para ello se haya recurrido a estrategias comunicativas como hacer pausas para clarificar, repetir o confirmar lo escuchado / dicho.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha intercambiado información técnica mediante simulaciones de las formas de comunicación más habituales en el trabajo: conversaciones telefónicas, reuniones, presentaciones...

- b) Se han explicado y justificado planes, intenciones, acciones y opiniones.
- c) Se ha desarrollado la capacidad de solicitar y seguir indicaciones detalladas en el ámbito laboral para la resolución de problemas, tales como el funcionamiento de objetos, maquinaria o programas de ordenador.
- d) Se han practicado estrategias de clarificación, como pedir a alguien que aclare o reformule de forma más precisa lo que acaba de decir o repetir parte de lo que alguien ha dicho para confirmar la comprensión.
- e) Se ha mostrado capacidad de seguir conferencias o charlas en lengua estándar sobre temas de su especialidad, distinguiendo las ideas principales de las secundarias, siempre que la estructura de la presentación sea sencilla y clara.
- f) Se ha practicado la toma de notas de reuniones en tiempo real para posteriormente ser capaz de transmitir los puntos esenciales de la presentación.
- g) Se ha transmitido y resumido oralmente de forma sencilla lo leído en documentos de trabajo, utilizando algunas palabras y el orden del texto original.
- h) Se han descrito procedimientos, dando instrucciones detalladas de cómo realizar las actuaciones más frecuentes dentro del ámbito laboral.
- i) Se han realizado con éxito simulaciones de entrevistas laborales, asumiendo tanto el rol de entrevistado como de entrevistador, siempre que el cuestionario haya sido preparado con antelación.
- j) Se ha logrado un discurso que, si bien afectado por ocasionales pérdidas de fluidez y por una pronunciación, entonación y acento influenciados por la lengua materna, permite hacer presentaciones breves sobre temas conocidos que son seguidas y comprendidas sin dificultad.

4. Es capaz de escribir textos coherentes y bien estructurados sobre temas habituales del sector.

Criterios de evaluación:

- a) Se han elaborado ejemplos de los escritos más habituales del ámbito laboral, ajustando éstos a los modelos estándar propios del sector: informes de actuaciones, entradas en libros de servicio, presentaciones y respuestas comerciales...
- b) Se ha redactado el currículum vitae y sus documentos asociados (carta de presentación, respuesta a una oferta de trabajo...) de cara a preparar la inserción en el mercado laboral.
- c) Se ha solicitado o transmitido por carta, fax, correo electrónico o circular interna una información puntual breve al entorno laboral: compañeros de trabajo, clientes...
- d) Se han redactado descripciones detalladas de los objetos, procesos y sistemas más habituales del sector.
- e) Se ha resumido información recopilada de diversas fuentes acerca de temas habituales del sector profesional y se ha expresado una opinión bien argumentada sobre dicha información.

5. Posee y usa el vocabulario y los recursos suficientes para producir y comprender textos tanto orales como escritos del sector. Los errores gramaticales no suelen dificultar la comunicación.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha adquirido el vocabulario técnico necesario, de manera que se recurre al diccionario tan sólo ocasionalmente para la comprensión de los documentos y el desarrollo de actividades más frecuentes del sector.
- b) Se han puesto en práctica las estructuras gramaticales básicas más utilizadas dentro del sector profesional, consiguiendo comunicar con un satisfactorio grado de corrección.
- c) Se han desarrollado estrategias de aprendizaje autónomo para afrontar los retos comunicativos que el idioma planteará a lo largo de la carrera profesional.

Duración: 64 horas.

Contenidos:

1. Análisis de las necesidades comunicativas propias del sector.

- Determinación de las necesidades objetivas de aprendizaje para el ciclo formativo.
- Identificación de los objetivos del alumnado mediante métodos que fomenten su participación para recabar información acerca de sus intereses, prioridades y nivel de partida.

2. Comprensión de la lectura de textos propios del sector:

- La organización de la información en los textos técnicos: índices, títulos, encabezamientos, tablas, esquemas y gráficos.

- Técnicas de localización y selección de la información relevante.
- Estrategias de lectura activa.
- Comprensión, uso y transferencia de la información leída: Síntesis, resúmenes, esquemas o gráficos realizados durante y después de la lectura.
- Las relaciones internas en los textos.
- Elementos de cohesión y coherencia en los textos.
- Estudio de modelos de correspondencia profesional y su propósito.
- Características de los tipos de documentos propios del sector profesional.

3. Interacción oral en el ámbito profesional del sector:

- Fórmulas habituales para iniciar, mantener y terminar conversaciones en diferentes entornos.
- Estrategias para mantener la fluidez en las presentaciones.
- Funciones de los marcadores del discurso y de las transiciones entre temas en las presentaciones orales, tanto formales como informales.
- Identificación del objetivo y tema principal de las presentaciones y seguimiento del desarrollo del mismo.
- Resolución de los problemas de comprensión en las presentaciones orales.
- Simulaciones de conversaciones profesionales en las que se intercambian instrucciones de trabajo, planes, intenciones y opiniones.
- Estrategias de “negociación del significado” en las conversaciones: fórmulas de petición de clarificación, repetición y confirmación para la comprensión.

4. Producción escrita de textos propios de los procesos del sector:

- Características de la comunicación escrita profesional.
- Correspondencia profesional.
- Fórmulas habituales en el sector para la redacción de descripciones estáticas y dinámicas.
- Técnicas para la elaboración de resúmenes y esquemas de lo leído o escuchado.
- Redacción del Currículum Vitae y sus documentos asociados según los modelos estudiados.

5. Medios lingüísticos utilizados:

- Las funciones lingüísticas propias del idioma especializado en procesos del sector, los elementos gramaticales asociados y las estrategias de adquisición y desarrollo del vocabulario propio.

Orientaciones pedagógicas:

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para responder a las necesidades de comunicación en lengua extranjera para el desarrollo de su actividad formativa, su inserción laboral y su futuro ejercicio profesional. La formación del módulo contribuye a alcanzar todos los objetivos del Ciclo Formativo y todas las competencias del título.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo deberán considerar los siguientes aspectos:

- La didáctica del Idioma para Fines Específicos (o ESP) sitúa al alumnado en el centro del proceso de enseñanza-aprendizaje, lo que conlleva que el diseño y desarrollo del programa y los materiales estará determinado por las necesidades comunicativas del alumnado.
- Es fundamental, por tanto, llevar a cabo un análisis de cuáles son las necesidades del sector, así como un estudio de las situaciones en las que el alumno y la alumna tendrán que utilizar la lengua.
- Teniendo en cuenta estos principios y la duración del módulo, resulta aconsejable plantear, desde el punto de vista metodológico, la adopción de enfoques comunicativos, y más específicamente los basados en “tareas” (Task-Based Language Teaching) a la hora de concretar el currículo. Estas aproximaciones plantean clases en las que el alumnado desarrolla una serie de tareas en las que sólo se presta una atención consciente al aspecto lingüístico si es necesario para el desarrollo de la actividad. Lo importante es que el alumnado desarrolle su competencia comunicativa poniendo en práctica las destrezas básicas y que la actividad no la realice de una forma mecánica, sino espontánea, natural y creativa. La puesta en práctica de esta metodología resultará particularmente útil para los alumnos y las alumnas del Ciclo Formativo, ya que necesitan la lengua inglesa como un medio a través del cual realizar algunas, actividades académicas o profesionales. Y con este enfoque se refuerza la conexión entre las tareas de clase y las que el estudiante desempeñará en su trabajo, lo que indudablemente potencia su interés y motivación.

Anexo III A)

Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales incorporados en el currículo del ciclo formativo de grado superior de Imagen Personal y Corporativa en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha.

Módulo Profesional	Especialidad del Profesorado	Cuerpo
CLM0034. Inglés técnico para los ciclos formativos de grado superior de la familia profesional de Imagen Personal.	Inglés	Catedrático/a de Enseñanza Secundaria. Profesor/a de Enseñanza Secundaria.
	Asesoría y Procesos de Imagen Personal y además: Nivel de competencia lingüística de inglés B2 según el Marco Común Europeo de referencia de las lenguas.	Catedrático/a de Enseñanza Secundaria. Profesor/a de Enseñanza Secundaria.
	Estética y además: Nivel de competencia lingüística de inglés B2 según el Marco Común Europeo de referencia de las lenguas.	Profesor/a Técnico/a de Formación Profesional.
	Peluquería y además: Nivel de competencia lingüística de inglés B2 según el Marco Común Europeo de referencia de las lenguas.	Profesor/a Técnico/a de Formación Profesional.

Anexo III B)

Titulaciones requeridas para la impartición de los módulos profesionales incorporados en el currículo en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha para los centros de titularidad privada, de otras administraciones distintas de la educativa y orientaciones para la Administración Pública.

Módulo Profesional	Titulaciones
<p>CLM0034. Inglés técnico para los ciclos formativos de grado superior de la familia profesional de Imagen Personal.</p>	<p>Licenciado en Filología Inglesa. Licenciado en Filología: Sección Filología Moderna: Especialidad Inglesa. Licenciado en Filología: Sección Anglogermánica (Inglés). Licenciado en Filología: Sección Anglogermánica. Licenciado en Filología: Sección Filología Germánica (Inglés). Licenciado en Filología: Especialidad Inglesa. Licenciado en Filosofía y Letras: Sección Filología Inglesa. Licenciado en Filosofía y Letras: División Filología: Sección Filología Inglesa. Licenciado en Filosofía y Letras: División Filología: Sección Filología Anglogermánica (Inglés). Licenciado en Filosofía y Letras: División Filología: Sección Filología Anglogermánica. Licenciado en Filosofía y Letras: División Filología: Sección Filología Germánica (Inglés). Licenciado en Filosofía y Letras: División Filología: Sección Filología Moderna: Especialidad Inglés. Licenciado en Traducción e Interpretación.</p> <p>Cualquier titulación universitaria superior y además haber cursado un ciclo de los estudios conducentes a la obtención de las titulaciones superiores enumeradas en este apartado.</p> <p>Cualquier titulación superior del área de humanidades y además:</p> <p>Certificado de Aptitud en Inglés de la Escuela Oficial de Idiomas o First Certificate in English (FCE-Universidad de Cambridge) Certificate in Advanced English (CAE-Universidad de Cambridge) Certificate of Proficiency in English (CPE- Universidad de Cambridge) Integrated Skills in English examinations ISE II B2, ISE III C1 (ISE Trinity College) Graded Examinations in Spoken English (GESE), grades 8, 9, 10, 11, 12 (GESE Trinity College). CERTICAP 60-74 Certificado de Aptitud Avanzado de la Escuela Oficial de Idiomas BEC Vantage. Cambridge TOELF IBT 87-109 TOELF PBT 567-633 CERTICAP 75-89 TOELF IBT 110-120 TOELF PBT 637-673 B2 UCLM UNIDIOMAS C1 UCLM UNIDIOMAS</p> <p>Cualquier titulación exigida para impartir cualesquiera de los módulos profesionales del Título, exceptuando las correspondientes a Formación y Orientación Laboral y Empresa e Iniciativa Emprendedora, y además se deberá tener el Nivel de competencia lingüística de inglés B2 según el Marco Común Europeo de referencia de las lenguas.</p>

Anexo IV

Espacios y equipamientos mínimos

Espacios mínimos:

Espacio formativo.	Superficie m ² 30 alumnos o alumnas.	Superficie m ² 20 alumnos o alumnas.
Aula polivalente.	60	40
Aula técnica de asesoría de imagen.	120	90

Equipamientos mínimos:

Espacio formativo.	Equipamiento.
Aula polivalente.	Equipos audiovisuales. Cañón de proyección. PCs instalados en red, con impresoras y escáner. Internet. Equipamiento aula. Programas de gestión, de tratamiento de la imagen, de diseño gráfico y digital.
Aula técnica de asesoría de imagen.	Servicios auxiliares de agua caliente/fría y energía eléctrica. Mesa y sillón ergonómico para el profesor. Pizarra. Tocadores con balda y espejos con luz alrededor. Sillones. Sillas. Taburetes. Carritos o mesas auxiliares con ruedas. Equipos de útiles, herramientas y materiales de peluquería y maquillaje. Equipos para el estudio estético facial, corporal y capilar: lupas, luz de wood, microcámara y otros. Muñecas de pelo natural. Muestrario de pañoletas o banderolas de colores pantone. Equipos para la limpieza y desinfección de útiles, materiales y equipos. Instrumentos para la valoración antropométrica (tallímetro, báscula, medidor del pliegue cutáneo y otros). Espejos de cuerpo entero con iluminación. Servicios de vajilla, cubertería, cristalería y mantelería para el asesoramiento en usos sociales en la mesa. Expositores de vestuario y complementos. Cámara de fotos y vídeo. Grabadora digital. Vitrinas y armarios para los equipos y materiales. Botiquín. Almacén. Vestuarios. Sanitarios.