

Conselleria d'Educació, Investigació, Cultura i Esport

DECRET 27/2017, de 3 de març, del Consell, pel qual s'estableix el currículum del cicle formatiu de grau superior corresponent al títol de Tècnic/a Superior en Assessoria d'Imatge Personal i Corporativa. [2017/2069]

ÍNDIX

- Preàmbul
- Article 1. Objecte i àmbit d'aplicació
- Article 2. Currículum
- Article 3. Organització i distribució horària
- Article 4. Mòduls professionals: Formació en centres de treball i Projecte d'assessoria d'imatge personal i corporativa
- Article 5. Espais i equipament
- Article 6. Professorat
- Article 7. Docència en anglès
- Article 8. Autonomia dels centres
- Article 9. Requisits dels centres per a impartir aquests ensenyaments
- Article 10. Avaluació, promoció i acreditació
- Article 11. Adaptació als diferents tipus i persones destinatàries de l'oferta educativa
 - Disposició addicional primera. Calendari d'implantació
 - Disposició addicional segona. Autorització de centres docents
 - Disposició addicional tercera. Requisits del professorat de centres privats o de centres públics de titularitat diferent de l'Administració educativa
 - Disposició addicional quarta. Incidència pressupostària
 - Disposició transitòria única. Procés de transició i drets de l'alumnat que curse el cicle formatiu establert per a l'obtenció del títol de tècnic/a superior en Assessoria d'Imatge Personal, emparat per la Llei orgànica 1/1990, de 3 d'octubre, d'Ordenació General del Sistema Educatiu
- Disposició derogatòria única. Derogació normativa
- Disposició final primera. Aplicació i desplegament
- Disposició final segona. Entrada en vigor
- Annex I. Mòduls professionals
- Annex II. Seqüenciació i distribució horària dels mòduls professionals.
- Annex III. Professorat
- Annex IV. Currículum mòduls professionals: Anglès tècnic I-S i II-S
- Annex V. Espais mínims
- Annex VI. Titulacions acadèmiques requerides per a la impartició dels mòduls professionals que conformen el cicle formatiu en centres de titularitat privada, o d'administracions diferents de l'educativa

PREÀMBUL

L'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana estableix, en l'article 53, que és de competència exclusiva de la Generalitat la regulació i administració de l'ensenyament en tota la seua extensió, nivells i graus, modalitats i especialitats, en l'àmbit de les seues competències, sense perjudici del que disposen l'article vint-i-set de la Constitució Espanyola i les lleis orgàniques que, d'acord amb l'apartat u del seu article huitanta-u, la despleguen.

Una vegada aprovat i publicat en el *Boletín Oficial del Estado* el Real decret 1685/2011, de 18 de novembre, pel qual s'estableix el títol de Tècnic Superior en Assessoria d'Imatge Personal i Corporativa i se'n fixen les ensenyances mínimes, els continguts bàsics de les quals representen el 55 per cent de la duració total del currículum d'aquest cicle formatiu, establerta en 2.000 hores, en virtut del que disposa l'article 10 apartats 1 i 2 de la Llei orgànica 5/2002, de 19 de juny, de les qualificacions i de la formació professional, en els articles 6.2, 6.3, 39.4 i 39.6 de la Llei orgànica 2/2006, de 3 de maig, d'educació (LOE), i en el capítol I del títol I del Real decret 1147/2011, de 29 de juliol, pel qual s'estableix l'ordenació de la Formació Professional del sistema educatiu, és procedent, tenint en compte els aspectes definits en la normativa anteriorment esmentada, establir el currículum complet d'aquestes noves ensenyances de formació professional inicial vinculades al títol

Conselleria de Educación, Investigación, Cultura y Deporte

DECRETO 27/2017, de 3 de marzo, del Consell, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico/a Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa. [2017/2069]

ÍNDICE

- Preàmbul
- Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación
- Artículo 2. Currículo
- Artículo 3. Organización y distribución horaria
- Artículo 4. Módulos profesionales: Formación en centros de trabajo y Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa
- Artículo 5. Espacios y equipamiento
- Artículo 6. Profesorado
- Artículo 7. Docencia en inglés
- Artículo 8. Autonomía de los centros
- Artículo 9. Requisitos de los centros para impartir estas enseñanzas
- Artículo 10. Evaluación, promoción y acreditación
- Artículo 11. Adaptación a los distintos tipos y personas destinatarias de la oferta educativa
 - Disposició addicional primera. Calendario de implantación
 - Disposició addicional segona. Autorización de centros docentes
 - Disposició addicional tercera. Requisitos del profesorado de centros privados o públicos de titularidad diferente a la administración educativa
 - Disposició addicional quarta. Incidencia presupuestaria
 - Disposició transitòria única. Proceso de transición y derechos del alumnado que esté cursando el ciclo formativo establecido para la obtención del título de Técnico/a Superior en Asesoría de Imagen Personal, amparado por la Ley orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de ordenación general del sistema educativo
 - Disposició derogatòria única. Derogación normativa
 - Disposició final primera. Aplicación y desarrollo
 - Disposició final segona. Entrada en vigor
 - Anexo I. Módulos Profesionales
 - Anexo II. Secuenciación y distribución horaria de los módulos profesionales
 - Anexo III. Profesorado
 - Anexo IV. Currículo módulos profesionales: Inglés técnico I-S y II-S
 - Anexo V. Espacios mínimos
 - Anexo VI. Titulaciones académicas requeridas para la impartición de los módulos profesionales que conforman el ciclo formativo en centros de titularidad privada, o de otras Administraciones distintas de la educativa

PREÀMBULO

El Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana establece en su artículo 53 que es de competencia exclusiva de la Generalitat la regulación y administración de la enseñanza en toda su extensión, niveles y grados, modalidades y especialidades, en el ámbito de sus competencias, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo veintisiete de la Constitución Española y en las leyes orgánicas que, conforme al apartado uno de su artículo ochenta y uno, la desarrollen.

Una vez aprobado y publicado en el *Boletín Oficial del Estado* 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, cuyos contenidos básicos representan el 55 por ciento de la duración total del currículo de este ciclo formativo, establecida en 2000 horas, en virtud de lo dispuesto en el artículo 10 apartados 1 y 2 de la Ley orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las cualificaciones y de la formación profesional, en los artículos 6.2, 6.3, 39.4 y 39.6 de la Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE), y en el capítulo I del título I del Real decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación de la formación profesional del sistema educativo, procede, teniendo en cuenta los aspectos definidos en la normativa anteriormente citada, establecer el currículo completo de estas nuevas enseñanzas de formación profesional inicial



esmentat en l'àmbit d'aquesta comunitat autònoma, ampliant i contextualitzant els continguts dels mòduls professionals i respectant el seu perfil professional.

En la definició d'aquest currículum s'han tingut en compte les característiques educatives, així com les socioproductives i laborals, de la Comunitat Valenciana a fi de donar resposta a les necessitats generals de qualificació dels recursos humans per a la seua incorporació a l'estructura productiva de la Comunitat Valenciana, sense cap perjudici a la mobilitat de l'alumnat.

S'ha prestat especial atenció a les àrees prioritàries definides per la disposició adicional tercera de la Llei orgànica 5/2002, de 19 de juny, de les qualificacions i de la formació professional, per mitjà de la definició de continguts de prevenció de riscos laborals, que permeten que tot l'alumnat pugua obtenir el certificat de tècnic/a en Prevenció de Riscos Laborals, nivell bàsic, expedit d'acord amb el que disposa el Reial decret 39/1997, de 17 de gener, pel qual s'aprova el Reglament dels Servicis de Prevenció, i incorporant en el currículum formació en la llengua anglesa per a facilitar la seua mobilitat professional a qualsevol país europeu.

Aquest currículum requereix una posterior concreció en les programacions que l'equip docent ha d'elaborar, les quals han d'incorporar el disseny d'activitats d'aprenentatge i el desenvolupament d'actuacions flexibles que, en el marc de la normativa que regula l'organització dels centres, possibiliten adequacions particulars del currículum en cada centre docent d'acord amb els recursos disponibles, sense que en cap cas supose la supressió d'objectius que afecten la competència general del títol.

Aquesta disposició està inclosa en el Pla normatiu de l'Administració de la Generalitat per a 2017.

Per tot això, oït el Consell Valencià de Formació Professional, a proposta del conseller d'Educació, Investigació, Cultura i Esport, amb el preceptiu dictamen del Consell Escolar de la Comunitat Valenciana, conforme amb el Consell Jurídic Consultiu de la Comunitat Valenciana, i amb la deliberació prèvia del Consell en la reunió del dia 3 de març de 2017,

DECRETE

Article 1. Objecte i àmbit d'aplicació

1. Aquest decret té per objecte establir el currículum del cicle formatiu de grau superior vinculat al títol de Tècnic/a Superior en Assessoria d'Imatge Personal i Corporativa, tenint en compte les característiques socioproductives, laborals i educatives de la Comunitat Valenciana. A aquest efecte, la identificació del títol, el perfil professional que expressat per la competència general, les competències professionals, personals i socials i la relació de qualificacions i, si és el cas, les unitats de competència del Catàleg Nacional de Qualificacions Professionals, així com l'entorn professional i la prospectiva del títol en el sector o sectors són els que es defineixen en el títol de Tècnic/a Superior en Assessoria d'Imatge Personal i Corporativa, determinat en el Reial decret 1685/2011, de 18 de novembre, pel qual s'estableix l'esmentat títol i les seues ensenyances mínimes.

2. El que disposa aquest decret serà aplicable als centres docents que desenvolupen les ensenyances del cicle formatiu de grau superior de Tècnic/a Superior en Assessoria d'Imatge Personal i Corporativa, ubicats en l'àmbit territorial de la Comunitat Valenciana.

Article 2. Currículum

1. La duració total del currículum d'aquest cicle formatiu, inclouent-hi tant la càrrega lectiva dels seus mòduls professionals com la càrrega lectiva reservada per a la docència en anglés, és de 2.000 hores.

2. Els seus objectius generals, els mòduls professionals i els objectius dels dits mòduls professionals, expressats en termes de resultats d'aprenentatge i els seus criteris d'avaluació, així com les orientacions pedagògiques, són els que s'estableixen per a cada un en el Reial decret 1685/2011, de 18 de novembre.

3. Els continguts i la càrrega lectiva completa d'aquests mòduls professionals s'estableixen en l'annex I d'aquest decret.

vinculadas al título mencionado en el ámbito de esta Comunidad Autónoma, ampliando y contextualizando los contenidos de los módulos profesionales, respetando el perfil profesional del mismo.

En la definición de este currículo se han tenido en cuenta las características educativas, así como las socio-productivas y laborales, de la Comunitat Valenciana con el fin de dar respuesta a las necesidades generales de cualificación de los recursos humanos para su incorporación a la estructura productiva de la Comunitat Valenciana, sin perjuicio alguno a la movilidad del alumnado.

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 cualificaciones y de la formación profesional, mediante la definición de contenidos de prevención de riesgos laborales, que permitan que todo el alumnado pueda obtener el certificado de Técnico/a 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, e incorporando en el currículo formación en la lengua inglesa para facilitar su movilidad profesional a cualquier país europeo.

Este currículo requiere una posterior concreción en las programaciones que el equipo docente ha de elaborar, las cuales han de incorporar el diseño de actividades de aprendizaje y el desarrollo de actuaciones flexibles que, en el marco de la normativa que regula la organización de los centros, possibiliten adecuaciones particulares del currículo en cada centro docente de acuerdo con los recursos disponibles, sin que en ningún caso suponga la supresión de objetivos que afecten a la competencia general del título.

Esta disposición está incluida en el Plan normativo de la Administración de la Generalitat para 2017.

Por todo ello, oído el Consejo Valenciano de Formación Profesional, a propuesta del conseller de Educación, Investigación, Cultura y Deporte, con el preceptivo dictamen del Consell Escolar de la Comunitat Valenciana, conforme con el Consell Jurídic Consultiu de la Comunitat Valenciana, y previa deliberación del Consell en la reunión del día 3 de marzo de 2017,

DECRETO

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación

1. Este decreto tiene por objeto establecer el currículum del ciclo formativo de grado superior vinculado al título de Técnico/a Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, teniendo en cuenta las características socio-productivas, laborales y educativas de la Comunitat Valenciana. A estos efectos, la identificación del título, el perfil profesional que viene expresado por la competencia general, las competencias profesionales, personales y sociales y la relación de cualificaciones y, en su caso, las unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, así como el entorno profesional y la prospectiva del título en el sector o sectores son los que se definen en el título de Técnico/a Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, determinado en el Real decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el mencionado título y sus enseñanzas mínimas.

2. Lo dispuesto en este decreto será de aplicación en los centros docentes que desarrollen las enseñanzas del ciclo formativo de grado superior de Técnico/a Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, ubicados en el ámbito territorial de la Comunitat Valenciana.

Artículo 2. Currículo

1. La duración total del currículum de este ciclo formativo, incluida tanto la carga lectiva de sus módulos profesionales como la carga lectiva reservada para la docencia en inglés, es de 2.000 horas.

2. Sus objetivos generales, los módulos profesionales y los objetivos de dichos módulos profesionales, expresados en términos de resultados de aprendizaje y sus criterios de evaluación, así como las orientaciones pedagógicas, son los que se establecen para cada uno de ellos en el Real decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

3. Los contenidos y la carga lectiva completa de estos módulos profesionales se establecen en el anexo I de este decreto.



Article 3. Organització i distribució horària

La impartició dels mòduls professionals d'aquest cicle formatiu, quan s'ofereixca en règim presencial ordinari, s'organitzarà en dos cursos acadèmics. La seqüenciació en cada curs acadèmic, la seua càrrega lectiva completa i la distribució horària setmanal es concreten en l'annex II d'aquest decret.

Article 4. Mòduls professionals: Formació en centres de treball i Projecte d'assessoria d'imatge personal i corporativa

1. El mòdul professional de Formació en centres de treball es realitzarà, amb caràcter general, en el tercer trimestre del segon curs.

2. El mòdul professional de Projecte d'assessoria d'imatge personal i corporativa, consistirà en la realització individual d'un projecte de caràcter integrador i complementari de la resta dels mòduls professionals que componen el cicle formatiu, que es presentarà i es defensarà davant d'un tribunal format per professorat de l'equip docent del cicle formatiu. Es desenvoluparà, amb caràcter general, durant l'últim trimestre del segon curs, i podrà coincidir amb la realització del mòdul professional de Formació en centres de treball. El desenvolupament i seguiment d'aquest mòdul haurà de compaginar la tutoria individual i col·lectiva, i la seua avaluació, per ser de caràcter integrador i complementari de la resta dels mòduls que componen el cicle formatiu, quedarà condicionada a l'avaluació positiva d'aquests.

Article 5. Espais i equipament

1. Els espais mínims que han de reunir els centres educatius per a permetre el desenvolupament de les ensenyances d'aquest cicle formatiu, complint la normativa sobre prevenció de riscos laborals, així com la normativa sobre seguretat i salut en el lloc de treball, són els establerts en l'annex V d'aquest decret.

2. Els espais formatius establerts poden ser ocupats per diferents grups d'alumnat que cursen el mateix o altres cicles formatius o etapes educatives, i no necessàriament han de diferenciar-se per mitjà de tancaments.

3. L'equipament, a més de ser el necessari i suficient per a garantir l'adquisició dels resultats d'aprenentatge i la qualitat de l'ensenyament a l'alumnat segons el sistema de qualitat adoptat, haurà de complir les condicions següents:

a) Els equips, màquines i material anàleg que s'empren disposaran de la instal·lació necessària perquè funcionen correctament, i compliran les normes de seguretat i de prevenció de riscos i totes les altres que siguen aplicables.

b) La seua quantitat i característiques hauran d'estar en funció del nombre d'alumnat i permetre l'adquisició dels resultats d'aprenentatge, tenint en compte els criteris d'avaluació i els continguts que s'inclouen en cada un dels mòduls professionals que s'impartisquen en els espais mencionats.

Article 6. Professorat

1. Els aspectes referents a les especialitats del professorat amb atribució docent en els mòduls professionals del cicle formatiu de grau superior en Assessoria d'Imatge Personal i Corporativa esmentats en el punt 2 de l'article 2 d'aquest decret segons el que preveu la normativa estatal de caràcter bàsic, són els establerts actualment en l'annex III A) del Reial decret 1685/2011, de 18 de novembre, i en l'annex III d'aquest decret es determinen les especialitats i, si és el cas, els requisits de formació inicial del professorat amb atribució docent en el mòdul professional d'Anglès tècnic inclòs en l'article 7.

2. A fi de garantir la qualitat d'aquestes ensenyances, per a poder impartir els mòduls professionals que conformen el cicle formatiu, el professorat dels centres docents no pertanyents a l'administració educativa ubicats en l'àmbit territorial de la Comunitat haurà de posseir la corresponent titulació acadèmica que es concreta en l'annex VI d'aquest decret, i a més acreditar la formació pedagògica i didàctica a què fa referència l'article 100.2 de la LOE. La titulació acadèmica universitària requerida s'adaptarà a la seua equivalència de grau/màster universitari.

Article 7. Docència en Anglès

1. A fi que l'alumnat conega la llengua anglesa, en els seus vessants oral i escrit, que li permeta resoldre situacions que impliquen la pro-

Artículo 3. Organización y distribución horaria

La impartición de los módulos profesionales de este ciclo formativo, cuando se oferte en régimen presencial ordinario, se organizará en dos cursos académicos. La secuenciación en cada curso académico, su carga lectiva completa y la distribución horaria semanal se concretan en el anexo II de este decreto.

Artículo 4. Módulos profesionales: Formación en centros de trabajo y Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa

1. El módulo profesional de Formación en centros de trabajo, se realizará con carácter general, en el tercer trimestre del segundo curso.

2. El módulo profesional de Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa, consistirá en la realización individual de un proyecto de carácter integrador y complementario del resto de los módulos profesionales que componen el ciclo formativo, que se presentará y defenderá, ante un tribunal formado por profesorado del equipo docente del ciclo formativo. Se desarrollará con carácter general, durante el último trimestre del segundo curso, pudiendo coincidir con la realización del módulo profesional de Formación en centros de trabajo. El desarrollo y seguimiento de este módulo deberá compaginar la tutoría individual y colectiva y su evaluación, por ser de carácter integrador y complementario del resto de los módulos que componen el ciclo formativo, quedará condicionada a la evaluación positiva de estos.

Artículo 5. Espacios y equipamiento

1. Los espacios mínimos que deben reunir los centros educativos para permitir el desarrollo de las enseñanzas de este ciclo formativo, cumpliendo con la normativa sobre prevención de riesgos laborales, así como la normativa sobre seguridad y salud en el puesto de trabajo son los establecidos en el anexo V de este decreto.

2. Los espacios formativos establecidos pueden ser ocupados por diferentes grupos de alumnado que cursen el mismo u otros ciclos formativos, o etapas educativas y no necesariamente deben diferenciarse mediante cerramientos.

3. El equipamiento, además de ser el necesario y suficiente para garantizar la adquisición de los resultados de aprendizaje y la calidad de la enseñanza al alumnado según el sistema de calidad adoptado, deberá cumplir las siguientes condiciones:

a) Los equipos, máquinas y material análogo que se emplee dispondrán de la instalación necesaria para su correcto funcionamiento y cumplirán con las normas de seguridad y prevención de riesgos y con cuantas otras sean de aplicación.

b) Su cantidad y características deberá estar en función del número de alumnado y permitir la adquisición de los resultados de aprendizaje, teniendo en cuenta los criterios de evaluación y los contenidos que se incluyen en cada uno de los módulos profesionales que se impartan en los referidos espacios.

Artículo 6. Profesorado

1. Los aspectos referentes a las especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de grado superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa indicados en el punto 2 del artículo 2 de este decreto según lo previsto en la normativa estatal de carácter básico, son los establecidos actualmente en el anexo III A) del Real decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, y en el anexo III de este decreto se determinan las especialidades y, en su caso, los requisitos de formación inicial del profesorado con atribución docente en el módulo profesional de Inglés técnico incluido en el artículo 7.

2. Con el fin de garantizar la calidad de estas enseñanzas, para poder impartir los módulos profesionales que conforman el ciclo formativo, el profesorado de los centros docentes no pertenecientes a la administración educativa, ubicados en el ámbito territorial de la Comunitat, deberán poseer la correspondiente titulación académica que se concreta en el anexo VI del presente decreto y además acreditar la formación pedagógica y didáctica a la que hace referencia el artículo 100.2 de la LOE. La titulación académica universitaria requerida se adaptará a su equivalencia de grado/máster universitario.

Artículo 7. Docencia en inglés

1. Con el fin de que el alumnado conozca la lengua inglesa, en sus vertientes oral y escrita, que le permita resolver situaciones que



ducció i comprensió de textos relacionats amb la professió, conèixer els avanços d'uns altres països, realitzar propostes d'innovació en el seu àmbit professional i facilitar la seua mobilitat a qualsevol país europeu, el currículum d'aquest cicle formatiu la incorpora de manera integrada en dos mòduls professionals entre els que componen la totalitat del cicle formatiu.

2. Aquests mòduls seran impartits de manera voluntària pel professorat que hi tinga atribució docent que, a més, posseïska l'habilitació lingüística en anglés d'acord amb la normativa aplicable a la Comunitat Valenciana. A fi de garantir que l'ensenyament en anglés s'impartisca en els dos cursos acadèmics del cicle formatiu de manera continuada, es triaran mòduls professionals d'ambdós cursos, i els mòduls susceptibles de ser impartits en llengua anglesa són els relacionats amb les unitats de competència incloses en el títol.

3. Com a conseqüència de la major complexitat que suposa la transmissió i recepció d'ensenyances en una llengua diferent de la materna, els mòduls professionals impartits en llengua anglesa incrementaran la seua càrrega horària lectiva en tres hores setmanals per al mòdul que s'impartisca en el primer curs i dos hores per al que es desenvolupe durant el segon curs. A més, el professorat que impartisca els esmentats mòduls professionals tindrà assignades en el seu horari individual tres hores setmanals de les complementàries al servei del centre per a la seua preparació.

4. Si no es compleixen les condicions indicades, amb caràcter excepcional i de manera transitòria, els centres autoritzats per a impartir el cicle formatiu, en el marc general del seu projecte educatiu concretaran i desenvoluparan el currículum del cicle formatiu incloent un mòdul d'anglés tècnic en cada curs acadèmic, la llengua vehicular del qual serà l'anglés, amb una càrrega horària de tres hores setmanals en el primer curs i dos hores setmanals en el segon curs. El currículum d'aquests mòduls d'Anglés Tècnic es concreta en l'annex IV.

Article 8. Autonomia dels centres

Els centres educatius disposaran, de conformitat amb la normativa aplicable en cada cas, de la necessària autonomia pedagògica, d'organització i de gestió econòmica per al desenvolupament de les ensenyances i la seua adaptació a les característiques concretes de l'entorn socioeconòmic, cultural i professional.

En el marc general del projecte educatiu, i depenent de les característiques del seu entorn productiu, els centres autoritzats per a impartir el cicle formatiu concretaran i desenvoluparan el currículum per mitjà de l'elaboració del projecte curricular del cicle formatiu i de les programacions didàctiques de cada un dels seus mòduls professionals, en els termes establerts en aquest decret, potenciant o creant la cultura de prevenció de riscos laborals en els espais on s'impartisquen els diferents mòduls professionals, així com una cultura de respecte ambiental, treball de qualitat realitzat d'acord amb les normes de qualitat, creativitat, innovació i igualtat de gèneres.

La conselleria amb competències en aquestes ensenyances de formació professional afavorirà l'elaboració de projectes d'innovació, així com de models de programació docent i de materials didàctics que faciliten al professorat el desenvolupament del currículum.

Els centres, en l'exercici de la seua autonomia, podran adoptar experimentacions, plans de treball, formes d'organització o ampliació de l'horari escolar en els termes que estableisca la conselleria amb competències en aquestes ensenyances de formació professional, sense que, en cap cas, s'imposen aportacions a l'alumnat ni exigències per a aquella.

Article 9. Requisits dels centres per a impartir aquests ensenyaments

Tots els centres de titularitat pública o privada ubicats en l'àmbit territorial de la Comunitat Valenciana que oferisquen ensenyances conduents a l'obtenció del títol de Tècnic/a Superior en Assessoria d'Imatge Personal i Corporativa, s'ajustaran al que estableix la Llei orgànica 2/2006, de 3 de maig, d'educació, i les normes que la desenvolupen i, en tot cas, hauran de complir els requisits que s'estableixen en l'article 46 del Reial decret 1147/2011, de 29 de juliol, a més del que estableix el Reial decret 1685/2011, de 18 de novembre, i normes que el desenvolupen.

impliquen la producció i comprensió de textos relacionats amb la professió, conèixer els avanços de altres països, realitzar propostes d'innovació en el seu àmbit professional i facilitar la seua mobilitat a qualsevol país europeu, el currículum de este cicle formatiu incorpora la llengua anglesa de forma integrada en dos mòduls professionals de entre los que componen la totalitat del cicle formatiu.

2. Estos módulos se impartirán de forma voluntaria por el profesorado con atribución docente en los mismos que, además, posea la habilitación lingüística en inglés de acuerdo con la normativa aplicable en la Comunitat Valenciana. Al objeto de garantizar que la enseñanza en inglés se imparta en los dos cursos académicos del ciclo formativo de forma continuada se elegirán módulos profesionales de ambos cursos y los módulos susceptibles de ser impartidos en lengua inglesa son los relacionados con las unidades de competencia incluidas en el título.

3. Como consecuencia de la mayor complejidad que supone la transmisión y recepción de enseñanzas en una lengua diferente a la materna, los módulos profesionales impartidos en lengua inglesa incrementarán su carga horaria lectiva, en tres horas semanales para el módulo que se imparta en el primer curso y dos horas para el que se desarrolle durante el segundo curso. Además, el profesorado que imparta dichos módulos profesionales tendrá asignadas en su horario individual, tres horas semanales de las complementarias al servicio del centro para su preparación.

4. Si no se cumplen las condiciones indicadas, con carácter excepcional y de forma transitoria, los centros autorizados para impartir el ciclo formativo, en el marco general de su proyecto educativo concretarán y desarrollarán el currículum del ciclo formativo incluyendo un módulo de inglés técnico en cada curso académico, cuya lengua vehicular será el inglés, con una carga horaria de tres horas semanales en el primer curso y dos horas semanales en el segundo curso. El currículum de estos módulos de Inglés técnico se concreta en el anexo IV.

Artículo 8. Autonomía de los centros

Los centros educativos dispondrán, de acuerdo con la legislación aplicable en cada caso, de la necesaria autonomía pedagógica, de organización y de gestión económica para el desarrollo de las enseñanzas y su adaptación a las características concretas del entorno socioeconómico, cultural y profesional.

En el marco general del proyecto educativo y en función de las características de su entorno productivo, los centros autorizados para impartir el ciclo formativo concretarán y desarrollarán el currículum mediante la elaboración del proyecto curricular del ciclo formativo y de las programaciones didácticas de cada uno de sus módulos profesionales, en los términos establecidos en este decreto, potenciando o creando la cultura de prevención de riesgos laborales en los espacios donde se impartan los diferentes módulos profesionales, así como una cultura de respeto ambiental, trabajo de calidad realizado conforme a las normas de calidad, creatividad, innovación e igualdad de géneros.

La conselleria con competencias en estas enseñanzas de formación profesional favorecerá la elaboración de proyectos de innovación, así como de modelos de programación docente y de materiales didácticos, que faciliten al profesorado el desarrollo del currículum.

Los centros, en el ejercicio de su autonomía, podrán adoptar experimentaciones, planes de trabajo, formas de organización o ampliación del horario escolar en los términos que establezca la conselleria con competencias en estas enseñanzas de formación profesional, sin que, en ningún caso, se impongan aportaciones al alumnado ni exigencias para la misma.

Artículo 9. Requisitos de los centros para impartir estas enseñanzas

Todos los centros de titularidad pública o privada ubicados en el ámbito territorial de la Comunitat Valenciana que ofrezcan enseñanzas conducentes a la obtención del título de Técnico/a Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, se ajustarán a lo establecido en la Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación, y en las normas que la desarrollen y, en todo caso, deberán cumplir los requisitos que se establecen en el artículo 46 del Real decreto 1147/2011, de 29 de julio, además de lo establecido en el Real decreto 1685/2011, de 18 de noviembre y normas que lo desarrollen.

Article 10. Avaluació, promoció i acreditació

Per a l'avaluació, promoció i acreditació de la formació establerta en aquest decret caldrà ajustar-se a les normes que expressament dicte la conselleria amb competències en aquestes ensenyances de formació professional.

Article 11. Adaptació als diferents tipus i persones destinatàries de l'oferta educativa

La conselleria amb competències en aquestes ensenyances de formació professional podrà realitzar ofertes formatives d'aquest cicle formatiu adaptades a les necessitats específiques de col·lectius desfavorits o amb risc d'exclusió social, i adequar les ensenyances del cicle a les característiques dels diversos tipus d'oferta educativa, a fi d'adaptar-se a les característiques dels destinataris.

DISPOSICIONS ADDICIONALS

Primera. Calendari d'implantació

La implantació del currículum objecte de regulació d'aquest decret tindrà lloc a partir del curs escolar 2015-2016, per a les ensenyances (mòduls professionals) seqüenciades en el curs primer del annex II d'aquest decret i en el curs 2016-2017, per a les ensenyances (mòduls professionals) seqüenciades en el segon curs de l'esmentat annex II. Simultàniament, en els mateixos cursos acadèmics, deixaran d'impartir-se les corresponents al primer i segon cursos de les ensenyances establertes per a l'obtenció del títol de Tècnic/a Superior en Assessoria d'Imatge Personal, emparat per la Llei orgànica 1/1990, de 3 d'octubre, d'ordenació general del sistema educatiu (LOGSE).

Segona. Autorització de centres docents

Tots els centres de titularitat pública o privada ubicats en l'àmbit territorial de la Comunitat Valenciana que, en la data d'entrada en vigor d'aquest decret, tinguen autoritzades ensenyances conduents a l'obtenció del títol de Tècnic/a Superior en Assessoria d'Imatge Personal, emparat per la LOGSE, queden autoritzats per a impartir les ensenyances conduents a l'obtenció del títol de Tècnic/a Superior en Assessoria d'Imatge Personal i Corporativa, emparat per la LOE.

Tercera. Requisits del professorat de centres privats o de centres públics de titularitat diferent de l'Administració educativa

El professorat dels centres de titularitat privada o de titularitat pública d'una altra administració diferent de l'educativa que, en la data d'entrada en vigor d'aquest decret, no tinga els requisits acadèmics exigits en l'article 6 d'aquest decret podrà impartir els corresponents mòduls professionals que conformen aquest currículum si es troba en algun dels supòsits següents:

a) Professorat que haja impartit docència als centres especificats en la disposició addicional segona, sempre que dispose per a això dels requisits acadèmics requerits, durant un període de dos cursos acadèmics complets, o a falta d'això dotze mesos en períodes continus o discontinus, dins dels quatre cursos anteriors a l'entrada en vigor d'aquest decret, en el mateix mòdul professional inclòs en un cicle formatiu emparat per la LOGSE que siga objecte de la convalidació establerta en l'annex IV del Reial decret 1685/2011, de 18 de novembre. L'acreditació docent corresponent podrà sol·licitar-se durant un any a l'entrada en vigor d'aquest decret.

b) Professorat que dispose d'una titulació acadèmica universitària i de la formació pedagògica i didàctica requerida, i a més acredite una experiència laboral de com a mínim tres anys en el sector vinculat a la família professional realitzant activitats productives o docents en empreses relacionades implícitament amb els resultats d'aprenentatge del mòdul professional.

El procediment que s'ha de seguir per a obtenir l'acreditació docent establerta en aquesta disposició addicional serà el següent:

El professorat que considere reunir els requisits necessaris ho sol·licitarà a la corresponent direcció territorial amb competències en educació, adjuntant la documentació següent:

- Fotocòpia compulsada del títol acadèmic oficial.
- Documents justificatius de complir els requisits indicats en l'apartat a o b) d'aquesta disposició addicional.

Artículo 10. Evaluación, promoción y acreditación

Para la evaluación, promoción y acreditación de la formación establecida en este decreto se atenderá a las normas que expresamente dicte la conselleria con competencias en estas enseñanzas de formación profesional.

Artículo 11. Adaptación a los distintos tipos y personas destinatarias de la oferta educativa

La conselleria con competencias en estas enseñanzas de formación profesional, podrá realizar ofertas formativas, de este ciclo formativo, adaptadas a las necesidades específicas de colectivos desfavorecidos o con riesgo de exclusión social y adecuar las enseñanzas del mismo a las características de los distintos tipos de oferta educativa con objeto de adaptarse a las características de los destinatarios.

DISPOSICIONES ADICIONALES

Primera. Calendario de implantación

La implantación del currículum objeto de regulación de este decreto tendrá lugar a partir del curso escolar 2015-2016, para las enseñanzas (módulos profesionales) secuenciadas en el curso primero del anexo II de este decreto y en el curso 2016-2017, para las enseñanzas (módulos profesionales) secuenciadas en el segundo curso del mencionado anexo II. Simultáneamente, en los mismos cursos académicos, dejarán de impartirse las correspondientes al primer y segundo cursos de las enseñanzas establecidas para la obtención del título de Técnico/a Superior en Asesoría de Imagen Personal, amparado por la Ley orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de ordenación general del sistema educativo (LOGSE).

Segunda. Autorización de centros docentes

Todos los centros de titularidad pública o privada ubicados en el ámbito territorial de la Comunitat Valenciana que, en la fecha de entrada en vigor de este decreto, tengan autorizadas enseñanzas conducentes a la obtención del título de Técnico/a Superior en Asesoría de Imagen Personal, amparado por la LOGSE, quedan autorizados para impartir las enseñanzas conducentes a la obtención del título de Técnico/a Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, amparado por la LOE.

Tercera. Requisitos del profesorado de centros privados o públicos de titularidad diferente a la administración educativa

El profesorado de los centros de titularidad privada o de titularidad pública de otra administración distinta a la educativa que, en la fecha de entrada en vigor de este decreto, carezca de los requisitos académicos exigidos en el artículo 6 de este decreto podrá impartir los correspondientes módulos profesionales que conforman este currículum si se encuentran en alguno de los siguientes supuestos:

a) Profesorado que haya impartido docencia en los centros especificados en la disposición adicional segunda, siempre que dispusiese para ello de los requisitos académicos requeridos, durante un periodo de dos cursos académicos completos, o en su defecto doce meses en periodos continuos o discontinuos, dentro de los cuatro cursos anteriores a la entrada en vigor de este decreto, en el mismo módulo profesional incluido en un ciclo formativo amparado por la LOGSE que sea objeto de la convalidación establecida en el anexo IV del Real decreto 1685/2011, de 18 de noviembre. La acreditación docente correspondiente podrá solicitarse durante un año a la entrada en vigor de este decreto.

b) Profesorado que dispongan de una titulación académica universitaria y de la formación pedagógica y didáctica requerida, y además acredite una experiencia laboral de al menos tres años en el sector vinculado a la familia profesional, realizando actividades productivas o docentes en empresas relacionadas implícitamente con los resultados de aprendizaje del módulo profesional.

El procedimiento a seguir para obtener la acreditación docente establecida en esta disposición adicional será el siguiente:

El profesorado que considere reunir los requisitos necesarios, lo solicitará a la correspondiente Dirección Territorial con competencias en Educación, adjuntando la siguiente documentación:

- Fotocopia compulsada del título académico oficial.
- Documentos justificativos de cumplir los requisitos indicados en el apartado a o b) de esta disposición adicional.



La Direcció Territorial, amb un informe previ del seu servei d'Inspecció Educativa, elevarà proposta de resolució davant de l'òrgan administratiu competent en matèria d'ordenació d'aquestes ensenyances de formació professional, de la conselleria amb competències en matèria d'educació, que dictarà una resolució individualitzada respecte d'això. Contra la resolució, la persona interessada podrà presentar recurs d'alçada en el termini d'un mes des de la seua notificació davant de la secretaria autonòmica de la qual depenga l'esmentat òrgan administratiu competent, aspecte que haurà de constar en l'esmentada resolució. Aquestes resolucions quedaran inscrites en un registre creat a aquest efecte.

Quarta. Incidència pressupostària

La implementació i desenvolupament d'aquest decret haurà de ser atès amb els mitjans personals i materials de la conselleria competent en aquestes ensenyances de formació professional, en la quantia que prevegan els corresponents pressupostos anuals.

DISPOSICIÓ TRANSITÒRIA

Única

Procés de transició i drets de l'alumnat que estiga cursant el cicle formatiu establert per a l'obtenció del títol de Tècnic/a Superior en Assessoria d'Imatge Personal, emparat per la Llei orgànica 1/1990, de 3 d'octubre, d'ordenació general del sistema educatiu.

1. L'alumnat que, en finalitzar el curs escolar 2014/2015, complisca les condicions requerides per a cursar les ensenyances del segon curs del títol de Tècnic/a Superior en Assessoria d'Imatge Personal emparat per la LOGSE, i que no haja superat algun dels mòduls professionals del primer curs del corresponent cicle formatiu les ensenyances del qual se substitueixen d'acord amb el que s'ha indicat en la disposició addicional primera d'aquest decret, disposarà de dos convocatòries en cada un dels dos anys successius per a poder superar els esmentats mòduls professionals, sempre amb el límit màxim de convocatòries pendents de realitzar per la persona interessada, que estableix la normativa vigent en cada un dels règims d'impartició de les ensenyances de formació professional.

Transcorregut l'esmentat període, en el curs escolar 2017/2018, se li aplicaran les convalidacions, per als mòduls superats, establertes en l'article 15 del Reial decret 1685/2011, de 18 de novembre, pel qual s'estableix el títol de Tècnic Superior en Assessoria d'Imatge Personal i Corporativa o norma bàsica que el substituïska, regulat per la Llei orgànica 2/2006, de 3 de maig, d'educació.

2. A l'alumnat que, en finalitzar el curs escolar 2014/2015, no complisca les condicions requerides per a cursar les ensenyances del segon curs del títol de Tècnic/a Superior en Assessoria d'Imatge Personal, emparat per la LOGSE, se li aplicaran les convalidacions establertes en l'article 15 del Reial decret 1685/2011, de 18 de novembre, pel qual s'estableix el títol de Tècnic Superior en Assessoria d'Imatge Personal i Corporativa, o norma bàsica que el substituïska regulat per la LOE.

3. L'alumnat que, en finalitzar el curs escolar 2015/2016, no complisca, per no haver superat el mòdul professional de Formació en centres de treball, les condicions requerides per a obtenir el títol de Tècnic/a Superior en Assessoria d'Imatge Personal emparat per la LOGSE, disposarà d'una convocatòria en el següent curs escolar per a poder superar l'esmentat mòdul professional, sempre amb el límit màxim de convocatòries pendents de realitzar per la persona interessada, que estableix la normativa vigent en cada un dels règims d'impartició de les ensenyances de formació professional. A l'alumnat que, transcorregut l'esmentat període, no haja obtingut el corresponent títol, se li aplicaran les convalidacions, per als mòduls superats, establertes en l'article 15 del Reial decret 1685/2011, de 18 de novembre, pel qual s'estableix el títol de Tècnic Superior en Assessoria d'Imatge Personal i Corporativa, o norma bàsica que el substituïska, regulat per la Llei orgànica 2/2006, de 3 de maig, d'educació.

DISPOSICIÓ DEROGATÒRIA

Única. Derogació normativa

Queden derogades totes les disposicions del mateix rang o d'un rang inferior que s'oposen al que estableix aquesta norma.

La Dirección Territorial, previo informe de su Servicio de Inspección Educativa, elevará propuesta de resolución ante el órgano administrativo competente en materia de ordenación de estas enseñanzas de formación profesional, de la conselleria con competencias en materia de educación, que dictará resolución individualizada al respecto. Contra la resolución, el interesado o la interesada podrá presentar recurso de alzada, en el plazo de un mes desde su notificación, ante la Secretaría Autonómica de la que dependa el mencionado órgano administrativo competente, extremo que deberá constar en la mencionada resolución. Estas resoluciones quedarán inscritas en un registro creado al efecto.

Cuarta. Incidencia presupuestaria

La implementación y desarrollo de este decreto deberá ser atendida con los medios personales y materiales de la conselleria competente en estas enseñanzas de formación profesional, en la cuantía que prevean los correspondientes presupuestos anuales.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

Única

Proceso de transición y derechos del alumnado que esté cursando el ciclo formativo establecido para la obtención del título de Técnico/a Superior en Asesoría de Imagen Personal, amparado por la Ley orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de ordenación general del sistema educativo.

1. El alumnado que, al finalizar el curso escolar 2014/2015, cumpla las condiciones requeridas para cursar las enseñanzas del segundo curso del título de Técnico/a Superior en Asesoría de Imagen Personal amparado por la LOGSE, y que no haya superado alguno de los módulos profesionales del primer curso del correspondiente ciclo formativo cuyas enseñanzas se sustituyen de acuerdo con lo indicado en la disposición adicional primera de este decreto, contará con dos convocatorias en cada uno de los dos años sucesivos para poder superar dichos módulos profesionales, siempre con el límite máximo de convocatorias pendientes de realizar por el interesado, que establece la normativa vigente en cada uno de los regímenes de impartición de las enseñanzas de formación profesional.

Transcurrido dicho periodo, en el curso escolar 2017/2018, se le aplicarán las convalidaciones, para los módulos superados, establecidas en el artículo 15 del Real decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa o norma básica que lo sustituya, regulado por la Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación.

2. Al alumnado que, al finalizar el curso escolar 2014/2015, no cumpla las condiciones requeridas para cursar las enseñanzas del segundo curso del título de Técnico/a Superior en Asesoría de Imagen Personal, amparado por la LOGSE, se le aplicarán las convalidaciones establecidas en el artículo 15 del Real decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, o norma básica que lo sustituya regulado por la LOE.

3. El alumnado que, al finalizar el curso escolar 2015/2016, no cumpla, por no haber superado el módulo profesional de Formación en Centros de Trabajo, las condiciones requeridas para obtener el título de Técnico/a Superior en Asesoría de Imagen Personal amparado por la LOGSE, dispondrá de una convocatoria en el siguiente curso escolar para poder superar dicho módulo profesional, siempre con el límite máximo de convocatorias pendientes de realizar por el interesado, que establece la normativa vigente en cada uno de los regímenes de impartición de las enseñanzas de formación profesional. Al alumnado que, transcurrido dicho periodo, no hubiera obtenido el correspondiente título, se le aplicarán las convalidaciones, para los módulos superados, establecidas en el artículo 15 del Real decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, o norma básica que lo sustituya, regulado por la Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Única. Derogación normativa

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en esta norma.

DISPOSICIONS FINALS

Primera. Aplicació i desenvolupament

S'autoritza a la persona titular de la conselleria competent en matèria educativa per a dictar totes les disposicions que siguen necessàries per a l'aplicació i el desenvolupament del que disposa aquest decret.

Segona. Entrada en vigor

Aquest decret entrarà en vigor l'endemà de la publicació en el *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*. No obstant això, els seus efectes es produiran a partir de l'inici dels processos d'escolarització del curs 2015-16.

València, 3 de març de 2017

El president de la Generalitat,
XIMO PUIG I FERRER

El conseller d'Educació, Investigació, Cultura i Esport
VICENT MARZÀ IBÁÑEZ

ANNEX I

Mòduls professionals

1. Mòdul professional: Assessoria cosmètica

Codi: 1181

Duració: 96 hores.

Continguts:

a) Elaboració del protocol de treball de l'assessor de cosmètics i perfums:

– Protocol d'actuació: fases de l'assessoria de cosmètics.

– Fase de documentació. Elaboració de la base d'informació de línies de cosmètics i cases comercials, entre d'altres:

Fonts documentals.

Anàlisi de les tendències.

Classificació i arxivament de dades.

– Fase d'anàlisi de les característiques i necessitats de les persones usuàries:

Protocol d'estudi estètic.

Procediment d'identificació de demandes de la persona usuària.

– Fase d'assessorament en cosmètics i perfums. Procediment d'actuació.

– Fase d'avaluació i control del procés.

– Camp d'actuació de l'assessor de cosmètics i perfums: concepte, funcions. Coneixements tècnics i professionals dels productes.

– Els productes cosmètics. Concepte i composició general: principis actius, excipients i additius.

– Part externa del cosmètic. Elements que la conformen:

Recipients. Característiques comercials i simbologia de la forma, olor i disseny.

Embalatge o envàs exterior.

Prospecte i etiqueta: dades que hi han de figurar.

– Forma cosmètica: concepte. Tipus. Característiques. Classificació. Relació de la forma cosmètica amb el recipient.

– Actuació dels cosmètics sobre la pell. Penetrabilitat:

Vies de penetració.

Factors que influïxen en la penetració dels cosmètics.

b) Realització de l'estudi estètic per a l'assessoria cosmètica:

– La pell eudèrmica: aspecte extern i característiques principals.

– La tipologia cutània en l'assessoria cosmètica. Característiques:

Classificació: pell seca, greix, hiperhidratada, sensible, acnéica, envellida i altres. Elements que determinen el tipus de pell.

Característiques de la pell segons el gènere i l'ètnia.

Necessitats cosmètiques generals en funció del tipus de pell.

– Reacció de la pell davant d'agents externs i cosmetològics.

– Valoració del tipus de pell: protocol de reconeixement. L'observació visual i la palpació.

– Tipus de cabell. Característiques.

– Valoració de l'estat del cabell i cuir cabellut. L'observació visual i l'exploració.

DISPOSICIONES FINALES

Primera. Aplicación y desarrollo

Se autoriza a la persona titular de la conselleria competente en materia educativa para dictar cuantas disposiciones sean necesarias para la aplicación y desarrollo de lo dispuesto en este decreto.

Segunda. Entrada en vigor

Este decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*. No obstante, sus efectos se entenderán referidos a partir del inicio de los procesos de escolarización del curso 2015-16.

València, 3 de marzo de 2017

El presidente de la Generalitat,
XIMO PUIG I FERRER

El conseller de Educación, Investigación, Cultura y Deporte,
VICENT MARZÀ IBÁÑEZ

ANEXO I

Módulos profesionales

1. Módulo profesional: Asesoría cosmética.

Código: 1181

Duración: 96 horas.

Contenidos:

a) Elaboración del protocolo de trabajo del asesor de cosméticos y perfumes:

– Protocolo de actuación: fases de la asesoría de cosméticos.

– Fase de documentación. Elaboración de la base de información de líneas de cosméticos y casas comerciales, entre otros:

Fuentes documentales.

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. Procedimiento de actuación.

– Fase de evaluación y control del proceso.

– Campo de actuación del asesor de cosméticos y perfumes: concepto, 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:

Recipients. Características comerciales y simbología de la forma, olor diseño.

Embalaje o envase exterior.

Prospecto y etiqueta: datos que deben figurar.

– Forma cosmética: concepto. Tipus. Características. Clasificación. Relación de la forma cosmética con el recipiente.

– Actuación de los cosméticos sobre la piel. Penetrabilidad:

Vías de penetración.

Factores que influyen en la penetración de los cosméticos.

b) 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. Elementos que determinan el tipo de piel.

Características de la piel según el género y la etnia.

Necesidades cosméticas generales en función del tipo de piel

– 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.



- Valoració de la morfologia corporal.
- c) Determinació dels cosmètics per a la pell:
 - Classificació dels cosmètics.
 - Cosmètics d'higiene i complementaris. Cosmètics facials i corporals: tipus, ingredients actius principals, forma de presentació, indicacions. Criteris de selecció:
 - Cosmètics d'higiene facial.
 - Cosmètics d'higiene corporal.
 - Cosmètics complementaris a la higiene facial i corporal: exfoliants, màscares i altres.
 - Relació dels seus ingredients actius amb el seu mecanisme d'actuació.
 - Cosmètics de manteniment, protecció i tractament de la pell. Cosmètics facials i corporals: classificació, característiques, substàncies actives, indicacions i criteris de selecció. Formes cosmètiques.
 - Cosmètics decoratius: classificació, ingredients actius, indicacions i formes cosmètiques. Criteris de selecció:
 - Cosmètics per a maquillatge del rostre.
 - Cosmètics per al maquillatge de l'àrea dels ulls.
 - Cosmètics per a llavis. Colorets.
 - Cosmètics per a micropigmentació.
 - Bronzejadors exògens.
 - Cosmètics solars: Protectors solars. Preparats per a després del sol.
 - Cosmètica específica per a medicina estètica: tipus, funcions, composició i formes de presentació. Precaucions. Criteris d'elecció:
- Productes per a l'envelliment: implants de farcit, toxina botulínica, exfoliants d'ús mèdic i altres. Característiques i instruccions d'ús.
- Productes per a mesoteràpia: efectes en funció del principi actiu que incorpore.
 - Productes previs i posteriors a intervencions de cirurgia estètica.
 - Nutricosmètica per a la pell: concepte, objectius, classificació, indicacions, principals ingredients i instruccions d'ús.
 - Cosmètica masculina: classificació, característiques, ingredients i indicacions:
 - Diferències entre cosmètica masculina i femenina.
 - Novetats cosmètiques: nous principis actius i nous vehicles.
 - d) Determinació dels cosmètics per als annexos cornis:
 - Cosmètics capil·lars: classificació.
 - Cosmètics per a la higiene i el condicionament capil·lar: concepte, forma d'actuar, ingredients actius principals i indicacions. Criteris d'elecció:
 - Cosmètics d'higiene i condicionament capil·lar. Característiques.
 - Cosmètics complementaris a la higiene capil·lar. Característiques. Precaucions.
 - Cosmètics per a canvis de forma i de color del cabell: classificació, forma d'actuar, principals ingredients, indicacions i precaucions. Criteris d'elecció. Modificacions en l'estructura capil·lar a l'aplicar tècniques de canvi de color i de forma temporal i permanent en el cabell.
 - Cosmètics per a alteracions del cabell i cuir capellut: classificació, principals actius, forma d'actuar i indicacions. Criteris d'elecció.
 - Relació entre els principis actius dels cosmètics de tractament capil·lar i les seues indicacions.
 - Cosmètics per al manteniment i la protecció del cabell i cuir capellut: hidratants, protectors solars i altres. Indicacions, forma d'actuar i formes cosmètiques. Valoració de la importància de mantindre el cabell en bon estat.
 - Cosmètics capil·lars masculins: classificació, indicacions, ingredients i formes cosmètiques.
 - Cosmètics per a l'eliminació del berrisoll: classificació. Depilatoris químics i depilatoris per tracció: forma d'actuar, indicacions i precaucions. Criteris d'elecció. Cosmètics predepilació i postdepilació.
 - Avantatges i inconvenients dels diferents cosmètics depilatoris.
 - Cosmètics decolorants del berrisoll: composició, mecanisme d'acció, formes cosmètiques, indicacions i precaucions. Criteris d'elecció.

- Valoración de la morfología corporal.
- c) Determinación de los cosméticos para la piel:
 - Clasificación de los cosméticos.
 - Cosméticos de higiene y complementarios. Cosméticos faciales y corporales: tipos, ingredientes activos principales, forma de presentación, indicaciones. Criterios de selección:
 - Cosméticos de higiene facial.
 - Cosméticos de higiene corporal.
 - Cosméticos complementarios a la higiene facial y corporal: exfoliantes, mascarillas y otros.
 - Relación de sus ingredientes activos con su mecanismo de actuación.
 - Cosméticos de mantenimiento, protección y tratamiento de la piel. Cosméticos faciales y corporales: clasificación, características, sustancias activas, indicaciones y criterios de selección. Formas cosméticas.
 - Cosméticos decorativos: clasificación, ingredientes activos, indicaciones y formas cosméticas. Criterios de selección:
 - Cosméticos para maquillaje del rostro.
 - Cosméticos para el maquillaje del área de los ojos.
 - Cosméticos para labios. Coloretes.
 - Cosméticos para micropigmentación.
 - Bronceadores exógenos.
 - Cosméticos solares: Protectores solares. Preparados para después del sol
 - Cosmética específica para medicina estética: tipos, funciones, composición y formas de presentación. Precauciones. Criterios de elección:
- Productos para el envejecimiento: implantes de relleno, toxina botulínica, exfoliantes de uso médico y otros. Características y modo de empleo.
- Productos para mesoterapia: efectos en función del principio activo que incorpore.
 - Productos 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 principios activos y nuevos vehículos.
 - d) 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 capilar. Características.
 - Cosméticos complementarios a la higiene capilar. Características. 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.
 - Relación entre los principios activos de los cosméticos de tratamiento capilar y sus indicaciones.
 - Cosméticos para el mantenimiento y la protección del cabello y cuero cabelludo: hidratantes, protectores solares y otros. Indicaciones, forma de actuar y formas cosméticas. Valoración de la importancia de mantener el cabello en buen estado.
 - 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.



– Productes per a manicura i pedicura: classificació, funció, principals ingredients i formes cosmètiques. Criteris d'elecció:

Relació dels tipus de cosmètics de manicura i pedicura amb la seua forma d'actuar.

Cosmètics per a ungles artificials: tipus, característiques, indicacions i precaucions.

– Nutricosmètica per al cabell i les ungles: indicacions i ingredients actius.

e) Elaboració de propostes personalitzades de tractaments cosmètics:

– Estudi del client. Detecció de necessitats cosmètiques.

– Elaboració del protocol de tractament personalitzat: preparació i higiene, nucli del tractament i finalització del tractament. Determinació dels objectius que ha d'aconseguir. Indicacions i contraindicacions.

– Tècniques d'aplicació de cosmètics de preparació i higiene de la pell. Seqüenciació. Consells d'higiene.

– Tècniques d'aplicació de cosmètics de manteniment i protecció.

– Tècniques d'aplicació de cosmètics de tractament, facials i corporals. Seqüenciació.

– Tècniques d'aplicació de productes capil·lars: xampú, condicionador, cosmètics per a alteracions i altres.

– Tècniques d'aplicació de cosmètics per a mans i peus.

– Assessorament associat a l'ús de cosmètics: hàbits de vida, recomanacions i altres.

– Pla d'activitats per a la formació del client en cures cosmètiques.

– Pautes de manipulació i conservació dels cosmètics.

– Presentació de la proposta. Realització del dossier d'assessoria cosmètica: estudis i anàlisis realitzats, selecció de cosmètics que es poden emprar, pautes d'aplicació, freqüència, distribució, horari i pla de manteniment.

f) Determinació de les pautes d'assessorament en l'elecció de perfums:

– Perfums: concepte i composició general (actius i excipients). Matèries primeres empleades.

– Estructura d'un perfum. Piràmide olfactiva.

– Tipus de perfums: perfumeria alcohòlica.

– Relació del tipus de perfum amb les característiques i necessitats del client (personals, professionals i socials).

Perfum i imatge personal.

Factors que influïxen en la variació de l'olor d'un perfum en distintes persones.

– Factors que influïxen en l'elecció d'un perfum. Criteris per a realitzar l'elecció.

– Zones d'aplicació del perfum.

– Com i quan cal perfumar-se.

– Criteris per a realitzar la compra del perfum.

– Establiments de venda de perfums: tipus i característiques.

g) Establiment de pautes per a l'assessorament en la compra de cosmètics:

– Classificació d'establiments on es venen cosmètics: característiques, tipus de cosmètics de venda i criteris d'elecció.

– Línies de cosmètics facials, capil·lars i corporals de venda al públic i/o professional.

– Relació qualitat-preu en la compra de cosmètics. Les marques i el posicionament d'aquestes en el mercat.

– Claus per a l'assessoria de compra de cosmètics facials, capil·lars, corporals i decoratius.

– L'assessoria de compra de cosmètica masculina.

– La comunicació aplicada a l'assessoria per a la compra de cosmètics.

– El cosmètic com a article de regal. Presentació externa. Elaboració de lots i paquets de regals. Productes associats a la venda de cosmètics.

2. Mòdul professional: Disseny d'imatge integral

Codi: 1182

Duració: 160 hores

Continguts:

a) Caracterització de la iconologia:

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

Relación de los tipos de cosméticos de manicura y pedicura con su forma de actuar.

Cosméticos para uñas artificiales: tipos, características, indicaciones y precauciones.

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

e) 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. Determinación de los objetivos a conseguir. 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. Realización del Dossier de asesoría cosmética: estudios y análisis realizados, selección de cosméticos que se pueden emplear, pautes de aplicación, frecuencia, distribución, horario y plan de mantenimiento.

f) Determinación de las pautes de asesoramiento en la elección de perfumes:

– Perfumes: concepto y composición general (activos y excipientes). Materias primas empleadas.

– Estructura de un perfume. Piràmide olfativa.

– Tipos de perfumes: perfumeria alcohòlica.

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

Perfume e imagen personal.

Factores que influyen en la variación del olor de un perfume en distintas personas.

– Factores que influyen en la elección de un perfume. Criterios para realizar la elección.

– 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.

g) Establecimiento de pautes para el asesoramiento en la compra de cosméticos:

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

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

2. Módulo profesional: Diseño de imagen integral.

Código: 1182

Duración: 160 horas

Contenidos:

a) Caracterización de la iconología:



– La iconologia. Característiques. Història de la iconologia. Variacions universals iconològiques.

– Les icones: definició, tipus i característiques.

– Els valors morals i estètics associats a la iconologia. Els conceptes filosòfics i la seua simbologia. Aplicacions de la iconologia en diferents sectors (art, arquitectura, disseny, interiorisme, decoració interna i externa, aparadorisme i muntatges audiovisuals, entre d'altres).

– Codis, signes i símbols. Definició, característiques i tipus. Suports. Codis estàndards i no estàndards. Codis particulars, sectorials, geogràfics, culturals, religiosos i altres.

– La percepció iconològica. Fisiologia i psicologia de la percepció. La sensibilitat individual. La percepció de la realitat i el seu entorn. Tipus de percepció: visual, olfactiva i tàctil, entre d'altres.

– Els sentits i la iconologia:

La vista: característiques de la visió. La llum i les seues característiques: quantitat, intensitat, direcció, gamma tèrmica i altres. Altres elements que projecten qualitats percebudes a través de la vista: línia, forma, volum, color i moviment.

L'oïda: percepció del so. Concepte i característiques del so: tipus, timbre, modulació, registre, força, velocitat i qualitat, entre d'altres. Llindar de percepció. Educació de l'expressió oral.

El tacte i la tangibilitat: concepte. Característiques de la tangibilitat: tipus, tèrnia i humitat, entre d'altres. Valoracions individuals.

L'olfacte: sensacions olfactives, percepció de l'olor. Característiques de l'olor: tipus, composició, gamma, intensitat i qualitat, entre d'altres. Saturació olfactiva. Importància de l'olor en l'entorn de la persona.

El gust: percepció del sabor i la seua localització en la cavitat oral. Característiques del sabor: textura, gamma i qualitat tàctil, entre d'altres. Importància en la imatge corporativa.

– L'objectivitat i la relativitat. Diferenciació entre percepció i emocions. Les emocions i les qualitats personals.

– Elements que conformen la imatge. Les línies:

Tipus, percepció, característiques i aplicació en els diferents àmbits de l'assessoria. Representació gràfica de les línies.

– Els colors: la percepció del color i les seues sensacions. Aplicació del color en l'assessoria. Teoria del color. Característiques del color. El cercle cromàtic. Les gammes tèrmiques.

– Les formes. Percepció i anàlisi. Qualitats associades. Aplicació en assessoria. Representació gràfica de les formes.

– Els volums: tipus i percepció de volums, i aplicació en l'assessoria d'imatge. Representació gràfica dels volums.

– Expressivitat corporal i elements sensorials. El moviment: concepte, tipus de moviment, percepció i aplicació en l'assessoria d'imatge. Postures corporals. Educació del moviment corporal. Sentits no visuals. Paral·lelismes iconològics per a l'olfacte, el gust i el tacte.

– Ús del llenguatge iconològic: El llenguatge social i el llenguatge de l'assessor. Adaptació del llenguatge social al llenguatge iconològic. El llenguatge iconològic: definició, característiques i importància. Àmbits d'aplicació. Les equivalències entre qualitats i característiques físiques, codis, símbols i signes. Terminologia que s'ha d'utilitzar. Les formes adjectivades de les qualitats. Les taules de les qualitats i la seua jerarquització.

– Els nivells de percepció i els seus condicionants. Variacions en funció de la seua intensitat o grau.

b) Elaboració de documentació per a l'assessoria d'imatge:

– Bases d'informació general. Identificació de les fonts documentals: escrites, gràfiques, audiovisuals i altres. Base de dades d'especialistes col·laboradors.

– Mètodes d'obtenció de la informació: estratègies de busca i selecció. La fiabilitat de la informació.

– Tècniques de classificació en els diferents àmbits de l'assessoria (belleza i atencions estètiques; perruqueria; estilisme en la vestimenta; protocol oficial, d'empresa i social; habilitats comunicatives; imatge corporativa, i altres).

– Actualització de la informació: control, seguiment i conservació.

– Qüestionaris d'assessoria: concepte, característiques, finalitat i objectius, entre d'altres. Tipus de qüestionaris: bàsics i específics.

Qüestionaris bàsics: informació general, necessitats/motivacions de l'usuari, característiques i qualitats que es desitgen transmetre, que es transmeten, que s'han de potenciar o neutralitzar i altres.

– 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.

– 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 y otros. Otros elementos que proyectan cualidades percibidas a través de la vista: línea, forma, volumen, color y movimiento.

El oído: percepción del sonido. Concepto y características del sonido: tipo, timbre, modulación, registro, fuerza, velocidad y calidad entre otras. Umbral de percepción. Educación de la expresión oral.

El tacto y la tangibilidad: concepto. Características de la tangibilidad: tipos, termia y humedad entre otras. Valoraciones individuales.

El olfato: sensaciones olfativas, percepción del olor. Características del olor: tipos, composición, gama, intensidad y calidad entre otras. Saturación olfativa. Importancia del olor en el entorno de la persona.

El gusto: percepción del sabor y su localización en la cavidad oral. Características del sabor: textura, gama y calidad táctil entre otras. Importancia en la imagen corporativa

– 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. Características 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. Educación del movimiento corporal. Sentidos no visuales. Paralelismos iconológicos para el olfato, el gusto y el tacto.

– 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 adjectivadas 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.

b) Elaboración de documentación para la asesoría de imagen:

– Bases de información general. Identificación de las fuentes documentales: escritas, gráficas, audiovisuales y otras. Base de datos 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, estilismo en el vestir, 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.



Qüestionaris específics: concepte, característiques, finalitat, objectius i altres. Tipus de qüestionaris específics: bellesa, hàbits de salut, cosmetològics, antropomòrfics, de color, d'expressió, de visatgisme, de comunicació, d'hàbits socials, de maquillatge, de vestuari, de fons d'armari i altres.

– Elaboració i disseny de qüestionaris d'assessoria: criteris i característiques. Selecció d'ítem o variables segons el tipus de qüestionari. Disseny de qüestionaris. Elements gràfics (logotip i grafisme, entre d'altres) Suports. L'adaptació dels qüestionaris.

– Elements de revisió i millora dels qüestionaris. Control de qualitat aplicat als qüestionaris.

– Altres documents d'assessoria: concepte i característiques. Disseny i elaboració. Documents interns. Tipus de documents i models: contractació del servei, declaració de confidencialitat, elaboració de pressupostos, contractes de col·laboradors, contractes de protecció de dades i altres. Documents de projecció externa: dossier de presentació, díptic/tríptic, dossier d'empresa, targetes de visita i altres.

c) Disseny de documents gràfics per a l'assessoria d'imatge:

– Tècniques d'expressió gràfica, fotogràfica, audiovisual i informàtica.

– L'elaboració d'esbossos: tècniques, elements i estris de dibuix.

Elements bàsics del dibuix i l'aplicació en assessoria.

– La fotografia analògica i digital. Concepte i principis. Funcionament bàsic. L'ús de la càmera. Tècniques bàsiques utilitzades en fotografia. La il·luminació. La composició. Característiques que s'han de tindre en compte en relació a la càmera i l'ambientació.

– El retoque fotogràfic i els seus elements. Tractament de la imatge per mitjà d'aplicacions informàtiques. Esbós i fotografia. Iniciació al tractament de fotografies i gràfics. Ferramentes virtuals de disseny.

– Mètodes d'especificació del color en un programa de disseny gràfic:

RGB, CMYK i colors plans.

Ferramentes de disseny.

Ferramentes d'edició.

Llums, ombres i textures.

Aplicació de color als objectes.

Edició d'imatges. Modificació de grandàries d'imatge, resolució i espai de color.

Ajustos de contrast, equilibri de gris, equilibri de color, brillantor i saturació.

Correcció selectiva de color en el programa d'edició de color.

Filtres: destramatge, enfocament i desenfoquem.

Retocs, degradats, fosos i calats.

– Opcions d'aplicació en perruqueria; en bellesa (coloret, ombres, delineador d'ulls i llavis, llapis de celles i llavis); en vestuari i complements.

– Emmagatzematge d'arxius. Formats.

– Ajustos d'impressió.

– Creació de vídeos. El guió. Manipulació de la línia de temps. Selecció d'escenes i transicions. Introducció de títols i àudio.

– Les aplicacions informàtiques com a mitjà de tractament de la imatge personal. Iniciació al tractament de fotografies digitalment. Programes informàtics relacionats. Programes de tractament de la imatge i disseny gràfic.

– Els mitjans audiovisuals. Tipus. Característiques. La postproducció.

d) Realització de l'estudi integral de la imatge:

– Tècniques d'anàlisi i avaluació de les característiques físiques del client.

– Identificació de l'estil, criteris estètics del client i necessitats i demandes del client: estil del maquillatge, color, quantitat i longitud del cabell, estil del pentinat, hàbits de vida i atencions estètiques, i àmbit laboral, social i cultural per a valorar-ne les necessitats.

– Mètodes per a detectar els criteris estètics, les necessitats i les demandes. L'entrevista. L'autovaloració del client: física, intel·lectual, psicològica i global, entre d'altres. Tècniques i exercicis per a determinar-la. Detecció d'anomalies. L'observació: seqüenciació i aplicació de pautes d'observació.

– Determinació del tipus d'assessorament que es realitzarà: assessoria d'imatge parcial, assessoria d'imatge integral, assessoria d'imatge de bellesa, assessoria d'imatge professional, assessoria d'imatge corporativa i altres.

. 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. 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.

c) Diseño de documentos gráficos para la asesoría de imagen:

– Técnicas de expresión gráfica, fotogràfica, audiovisual e informàtica.

– La elaboración de bocetos: técnicas, elementos y útiles de dibujo. 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 fotogràfic y sus elementos. Tratamiento de la imagen mediante aplicaciones informáticas. Boceto y fotografía. Iniciación al tratamiento de fotografías y gràfics. Herramientas virtuales de diseño.

– Métodos de especificación del color en un programa de diseño gràfico:

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 desenfoque.

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 gràfico.

– Los medios audiovisuales. Tipus. Característiques. La postproducció.

d) 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. Detecció de anomalías. La observació: secuenciació y aplicació de pautes de observació.

– 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.



– Aplicació de la documentació per a l'anàlisi del client. Elecció de qüestionaris i altres documents que s'han d'utilitzar: qüestionaris bàsics, qüestionaris específics i altres documents com ara contracte del servei, declaració de confidencialitat de les dades, taules i altres. Adaptació dels qüestionaris.

– El suport de gravació gràfica de registres del client: càmera fotogràfica, càmera de vídeo, gravadora i altres. Determinació i preparació.

– Determinació dels elements que s'anitzaran: aspecte estètic extern (vestuari, pentinat, maquillatge facial i de les ungles de mans i peus, característiques físiques destacades i altres), expressió (oral, gestual i corporal), cultura i marc social (entorn personal i professional), personalitat, característiques psicològiques, conducta i hàbits, entre d'altres:

Les mides físiques i la determinació d'aquestes: pes, altura, talla, mides corporals i altres.

Els colors. Sistemes per a determinar l'ús dels colors segons criteris professionals, personals o altres.

Els inestetismes o elements que s'han de corregir. Pautes per a detectar-los. Jerarquització i importància.

Les qualitats actuals i futures del client. Sistemes de detecció. La relació amb les característiques iconològiques. Aplicació del llenguatge iconològic.

– Valoració de l'estudi integral. Processament de les dades obtingudes.

– Registre i control de la informació.

e) Elaboració de propostes personalitzades d'assessoria imatge:

– El projecte d'assessoria: concepte, fases i tipus de projectes. Característiques d'aquests. El projecte parcial. El projecte integral.

– Disseny de propostes personalitzades de canvis d'imatge. Estructura específica de la proposta. Pautes per a l'elaboració de l'informe/de la proposta d'assessoria.

– Descripció de les necessitats i demandes.

– Conclusió de l'anàlisi integral de la imatge: característiques que s'han de potenciar i/o modificar.

– Caracterització del nou estil.

– Relació dels treballs tècnics (tractaments corporals i facials, pentinats i maquillatge) necessaris per al canvi d'imatge. Selecció de tècniques basades en els diferents àmbits de l'assessoria (belleza i atencions estètiques; perruqueria; estilisme en la vestimenta; protocol oficial, d'empresa i social; habilitats comunicatives; imatge corporativa, i altres).

– Documentació tècnica i econòmica annexa a la proposta: tipus i característiques. El pressupost. Sistemes de liquidació econòmica.

– Documentació de col·laboració. Tipus de relacions.

– Elaboració de dissenys gràfics: esbossos per a l'assessoria d'imatge. Elaboració de propostes en suport manual i informàtic.

– Relació de mitjans, espais, recursos humans i materials necessaris per a dur a terme el projecte. Proveïdors i altres professionals. Criteris de selecció de professionals col·laboradors.

– Pla d'actuació: calendari d'actuació. Temporalització. Coordinació de treballs.

– Presentació de propostes. Aplicació de tècniques de comunicació per a la presentació de propostes:

Selecció del format de presentació parcial i integral. Adaptació del format als distints apartats de què consta la proposta.

– Conclusió de les propostes: resolució de dubtes, acords i autorització del procés.

f) Definició d'un pla de control i seguiment per als serveis d'assessoria d'imatge:

– Elements del pla d'avaluació del servei d'assessoria. Normes de qualitat. Paràmetres que definixen la qualitat. Causes de deficiències en els serveis d'assessoria.

– Tècniques per a detectar objeccions a les propostes d'assessoria.

– Tècniques d'argumentació davant d'objeccions a les propostes.

– Tècniques per a corregir les desviacions produïdes.

– La professionalitat en l'assessorament al client com a indicador de qualitat del servei. Posicionament de l'assessor enfront del mercat laboral.

3. Mòdul professional: Estilisme en vestuari i complements

Codi: 1183

Duració: 192 hores

– 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 gràfica de registros del cliente: cámara fotogràfica, 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 de las uñas de manos y pies, características físicas destacades 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. Jerarquització e importància.

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.

e) 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 basadas en los diferentes ámbitos de la asesoría (belleza y cuidados estéticos, peluquería, estilismo en el vestir, protocolo oficial, de empresa y social, habilidades comunicativas, imagen corporativa y otros).

– Documentación técnica y económica anexa a la propuesta: tipos y características. El presupuesto. Sistemas de liquidación económica.

– Documentación de colaboración. Tipos de relaciones.

– Elaboración de diseños gràfics: bocetos para la asesoría de imagen. Elaboración de propuestas en soporte manual e informàtic.

– 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:

Selección del formato de presentación parcial e integral. Adaptación del formato a los distintos apartados de que consta la propuesta.

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

f) 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 objecciones a las propuestas de asesoría.

– Técnicas de argumentación ante objecciones a las propuestas.

– Técnicas para corregir las desviaciones producidas.

– La profesionalidad en el asesoramiento al cliente como indicador de calidad del servicio. Posicionamiento del asesor frente al mercado laboral.

3. Módulo profesional: Estilismo en vestuario y complementos.

Código: 1183

Duración: 192 horas



Continguts:

a) Elaboració del protocol d'actuació de l'assessor en estilisme en vestuari:

– L'assessoria en estilisme. Camp d'actuació. Definició i competències. Figures professionals relacionades. Mecanismes de col·laboració.

– Concepte d'estilisme. Vestífera, showroom, outlet i altres.

– L'elegància i l'estil. Classificació general d'estils.

– Les tendències i la moda. Repercussió econòmica. Tècniques associades a la difusió d'aquelles.

– El prêt-à-porter i l'alta costura. Importància actual. El prêt-à-couture.

– Desfilades: terminologia associada i característiques. Col·lecció. Concepte i tipus. Col·lecció creuer. Principals passarel·les mundials.

– Estilisme creatiu i estilisme dirigit. La investigació com a base de la inspiració i realització.

– El protocol d'actuació en estilisme. Elaboració del protocol: parts, tipus, continguts i documents de suport.

– La bases d'informació de l'estilisme en la vestimenta. Fonts documentals. Classificació i arxivament. Elaboració de mostraris de referència.

b) Caracterització de la moda i les seues tendències al llarg de la història:

– La funció del vestuari. La funció mítica, protectora, jeràrquica i altres.

– El vestit en la prehistòria.

– El vestuari en el món antic: d'Egipte a Bizanci. Característiques principals i repercussió.

– L'edat mitjana i el Renaixement. La influència de les corts. El vestit i les seues variacions.

– El barroc i la cort francesa. El rococó.

– La Revolució francesa. El romanticisme. El dandisme. Els canvis volumètrics en la moda femenina.

– El modernisme. La Revolució Industrial i la seua repercussió en el vestuari. El naixement de l'alta costura.

– Els feliços anys vint. L'androgínia. Les noves cases de moda.

– Els anys trenta. La moda i el cine.

– La moda i el surrealisme.

– El new look i el teatre de la moda. Els nous dissenyadors i la seua influència.

– Els pantalons vaquers i l'estil de vida americana. La joventut i les seues revolucions. Els hippys.

– El cine i la televisió. El futurisme. La moda unisex. El punk.

– La moda americana i la nova silueta. El fi de l'alta costura. Noves alternatives.

– Dissenyadors que han tingut influència en la història de la moda, i les seues aportacions.

– La moda i l'edat. Les modes socials actuals.

– Jòvens dissenyadors nacionals i internacionals. Tendències actuals en moda.

c) Realització de l'estudi corporal, de color i de l'estil en vestuari i complements:

– L'estudi del client. Mètodes i equips per a l'estudi i anàlisi del client: entrevistes, qüestionaris, mides i gravacions, entre d'altres.

– Aplicació dels mètodes d'observació.

– Els patrons habituals.

– Detecció de necessitats: sociolaborals, artístiques i altres.

– Identificació de l'àmbit d'aplicació i les qualitats de la imatge que s'ha de projectar. Característiques i exemples.

– Registre i control de la informació. Documentació annexa.

– Tècniques de preparació del client.

– L'antropometria de la figura humana masculina i femenina. Proporcions reals i idealitzades. Percepció d'aquestes.

– Característiques corporals amb influència en la indumentària i els complements: estatura, pes, proporcions. Projectió/percepció de la imatge a través de les característiques corporals de coll, muscles, pit, cintura, malucs, extremitats superiors i inferiors, entre d'altres.

– Les talles. Determinació de les mesures corporals. Registre de dades.

Contenidos:

a) Elaboración del protocolo de actuación del asesor en estilismo en vestuario:

– La asesoría en estilismo. Campo de actuación. Definición y competencias. Figuras profesionales relacionadas. Mecanismos de colaboración.

– Concepto de estilismo. Vestífera, showroom, 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. El prêt-à-couture.

– Desfiles: terminología asociada y características. Colección. Concepto y tipos. Colección crucero. Principales pasarelas mundiales.

– 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.

b) 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.

– La Edad Media y el Renacimiento. La influencia de las cortes. El vestido y sus variaciones.

– El Barroco y la Corte francesa. El Rococó.

– 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.

– Los felices años 20. La androgínia. Las nuevas casas de moda.

– Los años 30. La moda y el cine.

– La moda y el Surrealismo.

– El new look y el teatro de la moda. Los nuevos diseñadores y su influencia.

– Los pantalones vaqueros y el estilo de vida americana. La juventud y sus revoluciones. Los hippies.

– El cine y la televisión. El futurismo. La moda unisex. El punk.

– La moda americana y la nueva silueta. El fin de la alta costura. Nuevas alternativas.

– Diseñadores que han tenido influencia en la historia de la moda y sus aportaciones.

– La moda y la edad. Las modas sociales actuales.

– Jóvenes diseñadores nacionales e internacionales. Tendencias actuales en moda.

c) 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 a 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. Proyección/percepción de la imagen a través de las características corporales de cuello, hombros, pecho, cintura, caderas, extremidades superiores e inferiores, entre otros.

– Las tallas. Determinación de las medidas corporales. Registro de datos.



– La representació gràfica de la figura humana. Determinació de la tipologia corporal. Registre de dades.

– Test de color. Tècniques per a l'elecció de colors personals. Realització del test de color basant-se en qualitats de bellesa i imatge que es desitgen transmetre.

– Elements que definixen l'estil en la vestimenta: color, línies, formes i volums. Aplicació en el vestuari i en els complements.

– Determinació de l'estil del client. Gradació de l'estil.

– Anàlisi del tipus i estil de la indumentària i dels complements en relació amb la imatge externa.

d) Determinació dels canvis que es poden realitzar en la figura per mitjà de la indumentària:

– Les correccions corporals per mitjà del vestuari. Els inestetismes. Les asimetries. Concepte, tipus, característiques i detecció d'aquests.

– La indumentària masculina i femenina. La moda unisex.

– Tipus de peces de roba. Criteris de selecció.

– Elements i característiques de les peces de roba i la repercussió d'aquestes en la imatge: els escots, els colls, les mànegues i altres. Concepte i característiques.

– Materials i teixits utilitzats en estilisme:

Les fibres tèxtils.

Els no-teixits. Concepte, determinació, classificació i característiques. Criteris per a seleccionar-los i pautes per a conservar-los en òptimes condicions.

Les pells naturals i la preparació d'aquestes. Classificació i característiques.

Criteris per a seleccionar-les i pautes per a conservar-les en òptimes condicions.

Els teixits i materials ecològics i ètics.

Les costures i la passamaneria. Concepte, tipus i característiques.

Elements que determinen la qualitat d'una peça.

Els botons, cremalleres i altres.

L'etiquetatge de les peces de roba. Normativa. Simbologia. Consells de llavat, planxat i conservació. El llavat en sec.

– El vestuari professional. Avantatges i desavantatges. Repercussions laborals.

– El vestuari d'etiqueta. Característiques dels teixits i materials. Complementos permesos. – Altres elements d'ús protocol·lari i les seues característiques. L'etiqueta masculina i femenina. Comunicació del tipus de vestuari en les invitacions.

– El vestuari en celebracions socials. Característiques.

– La roba interior. Concepte, tipus i característiques.

– El vestuari i la seua harmonia. Formes de lluir les distintes peces de roba. Combinació de colors, teixits i estampats.

– Taula d'equivalències del vestuari en diversos països.

– Els complements: relació dels complements amb la creació d'estils:

Joieria, bijuteria i rellotgeria.

Sabates, cinturons i bosses de mà.

Complements masculins. Les corbates.

Barrets, gorros i accessoris capil·lars.

Mocadors, bufandes i guants.

Ulleres i altres accessoris.

e) Disseny de propostes personalitzades de canvi d'estilisme en vestuari i complements:

– La proposta personalitzada per al canvi d'imatge a través de la indumentària. Definició i estructura.

– Tipus de propostes.

– Documentació base: el dossier d'assessoria en estilisme. Organització i estructura. Elaboració del dossier d'assessoria de vestuari i complements:

Logotip i portada.

Índex, dades, introducció.

Valoració de les qualitats inicials del client i de les qualitats que desitja transmetre.

Fotos. Estudi antropomètric. Tipus de silueta. Valoració d'inestetismes i asimetries.

Assessorament en el vestir basant-se en línies, formes, volums. Teixits i colors.

Proposta tècnica de peces de roba i complements, i característiques.

– La representació gràfica de la figura humana. Determinación de la tipologia corporal. Registro de datos.

– Test de color. Técnicas para la elección de colores personales. Realización del test de color en base a cualidades de belleza e imagen que se desean transmitir.

– Elementos que definen el estilo en el vestir: color, líneas, formas y volúmenes. Aplicación en el vestuario y complementos.

– Determinación del estilo del cliente. Gradación del estilo.

– Análisis del tipo y estilo de la indumentaria y de los complementos en relación con la imagen externa.

d) 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, características y detección de los mismos.

– 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.

– 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.

Los tejidos y materiales ecológicos y éticos

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. 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. Comunicació del tipus de vestuari 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.

e) 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. Elaboración del dossier de asesoría de vestuario y complementos:

Logotipo y portada.

Índice, datos, introducción.

Valoración de las cualidades iniciales del cliente y de las cualidades que desea transmitir.

Fotos. Estudio antropométrico. Tipo de silueta. Valoración de inestetismos y asimetrías.

Asesoramiento en el vestir en base a líneas, formas, volúmenes, tejidos y colores.

Propuesta técnica de prendas de vestir y complementos y sus características.



Altres apartats.

– Documentació tècnica annexa: tipus i característiques. Disseny gràfic i audiovisuals. Aplicació de ferramentes manuals, gràfiques i informàtiques. Procediments per a emplenar els documents tècnics de la proposta personalitzada.

– Documentació econòmica: el pressupost.

– Planificació d'accions: el pla de treball. Calendari d'actuació, continguts i pautes d'elaboració.

– Adequació de la proposta/personalització de la demanda.

– Presentació de la proposta: aplicació de tècniques de comunicació per a la presentació de la proposta.

– Processament i arxivament de la informació. Ús de la base de dades.

f) Establiment de pautes per a guiar en la compra de vestuari i complements:

– Els punts de venda de vestuari i complements.

– Criteris de selecció de vestuari, teixits i complements: identificació de la demanda. Taula d'equivalències del quadro de talles del vestuari en altres països.

– Criteris de selecció de botigues especialitzades, dissenyadors i firmes de roba. Relació qualitat-preu.

– El fons d'armari. Fons d'armari masculí i femení. Composició. Revisió i actualització.

– L'equipatge bàsic en distintes activitats.

– Selecció i combinació de colors en peces de roba, accessoris i complements.

– Pautes per a l'elecció i combinació de peces de roba i complements.

– Proves de vestuari. Coordinació i supervisió.

– Tècniques de seguiment i manteniment del procés d'assessoria en la vestimenta.

4. Mòdul professional: Assessoria de perruqueria

Codi: 1184

Duració: 160 hores

Continguts:

a) Elaboració del protocol de treball de l'assessor de perruqueria:

– Protocols de treball de l'assessor de perruqueria:

– Fase de documentació. Elaboració de la base d'informació de patrons estètics de pentinats.

– Base d'informació de patrons estètics:

Dades d'estils capil·lars. Elaboració d'un muestrari d'estils de pentinat.

Fonts documentals: webs d'internet, revistes de moda, de pentinats, de maquillatges, magazins, actualitat, especialitzades i científiques.

Llibres, cine i televisió.

Classificació i arxivament de dades.

– Camp d'actuació de l'assessor de perruqueria:

Assessorament en imatge i bellesa

Assessorament en produccions audiovisuals, escèniques i de moda.

Assessorament en estilismes facials masculins.

L'assessorament en actes i esdeveniments.

Assessorament en canvis d'estil.

– Fase d'anàlisi de les característiques i necessitats de la persona usuària i el seu entorn:

Protocol d'estudi estètic de les qualitats de bellesa.

Protocol per a l'estudi de les qualitats de la imatge a través del pentinat.

Procediment d'identificació de demandes de l'usuari.

Procés d'identificació de les necessitats i demandes en perruqueria femenina i masculina, i en barberia, dels mitjans audiovisuals, escènics i de moda.

Identificació dels requeriments socials i laborals.

– Fase d'assessorament en perruqueria femenina, masculina i estilisme facial masculí.

– Fase d'avaluació i control del procés.

b) Realització de l'estudi estètic per a l'assessoria de perruqueria:

– Tècniques de preparació del client.

– Anàlisi del cuir cabellut i cabell.

– Aplicació dels mètodes i equips d'avaluació de l'estat del cabell i cuir cabellut. Aspecte del cuir cabellut.

– Característiques i condicions que influïxen en l'estat del cabell:

Otros apartados.

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

– Documentación económica: el presupuesto.

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

– Adequación 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.

f) 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.

4. Módulo profesional: Asesoría de peluquería.

Código: 1184

Duración: 160 horas

Contenidos:

a) Elaboración del protocolo de trabajo del asesor de peluquería:

– Protocolos de trabajo del asesor de peluquería:

– 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 de peinado.

Fuentes documentales: webs de internet, revistas de moda, de peinados, de maquillajes, magazines, actualidad, especializadas y científicas.

Libros, cine y televisión.

Clasificación y archivos de datos.

– Campo de actuación del asesor de peluquería:

Asesoramiento en imagen y belleza

Asesoramiento en producciones audiovisuales, escénicas y de moda.

Asesoramiento en estilismos faciales masculinos.

El asesoramiento en actos y eventos.

Asesoramiento en cambios de estilo.

– Fase de análisis de las características y necesidades de la persona usuaria y su entorno:

Protocolo de estudio estético de las cualidades de belleza.

Protocolo para el estudio de las cualidades de la imagen a través del peinado.

Procedimiento de identificación de demandas del usuario.

Proceso de identificación de las necesidades y demandas en peluquería, femenina, masculina y barbería, de los medios audiovisuales, escénicos y de moda.

Identificación de los requerimientos sociales y laborales.

– Fase de asesoramiento en peluquería femenina, masculina y estilismo facial masculino.

– Fase de evaluación y control del proceso.

b) 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:



Aspecte físic: forma, grossor, brillantor i volum.
Propietats físiques: permeabilitat, porositat i resistència.
Flexibilitat, capacitat d'humectació i altres.
Color. Cabell verge o tractat. Color natural i actual. Escala de tons naturals i reflexos. Percentatge de canes. Altres.
Longitud.
Direccionalitat, remolins i naixements.
Agents químics, mecànics, tèrmics i ambientals. Tractaments capil·lars que influïxen en l'aspecte del cabell.
Identificació d'alteracions del cabell i del cuir cabellut amb influència en la imatge personal.
– Anàlisi morfològica del cap. Punts antropomètrics de referència de crani, bescoll i ovals. Tècniques de psicomorfològia i visatgisme:

Cànons de bellesa.
Tipus d'oval.
Tipus de crani.
Tipus de perfils.
Tipus de front.
Tipus de mentó.
Tipus de coll frontal i posterior.
– Estudi i característiques del pèl facial: tipus i formes de barba, bigot, pera i patilla.
– Estudi de la morfologia corporal i relació amb el pentinat.
– Anàlisi de patrons d'estils de pentinat habituals en el client.
– Anàlisi de patrons d'estils de maquillatge, complements i vestuari del client, i relació amb el pentinat proposat.
– Determinació de les necessitats: sociolaborals, artístiques i altres.
– Percepció de les característiques del client a través de l'estudi dels elements iconològics que projecta la seua imatge.
– Suports de documentació tècnica: fitxa de registre. Qüestionaris valoratius inicials. El qüestionari de costums, aficions i hàbits d'atencions estètiques.

c) Determinació de les atencions i dels tractaments capil·lars per a l'assessorament:

– Classificació i descripció dels tractaments capil·lars necessaris per a la creació de la nova imatge:
Tractament d'higiene i condicionament.
Tractaments de manteniment: cures preventives.
Tractament per a les alteracions del cuir cabellut: tractaments anti-pitiriasi i antiseborreics.
Tractament per a les alopecies:
Tractaments medicoestètics: infiltracions i altres.
Tractaments quirúrgics: empelt i cirurgia estètica.
Tractaments per a les alteracions de la tija capil·lar.
– Descripció de les tècniques electroestètiques i manuals per al tractament capil·lar:

Corrents galvànics, alta freqüència, ones electromagnètiques, ozó i altres.

Massatge i drenatge limfàtic.
Cosmètics associats als tractaments capil·lars.
– Identificació dels tractaments capil·lars necessaris per als canvis d'imatge en funció de les necessitats del client.
– Professionals especialistes col·laboradors per a l'atenció i els tractaments capil·lars.

– Assessorament en pròtesis capil·lars, criteris de selecció:
Mecanismes de col·laboració.

d) Determinació dels canvis que s'han de realitzar en el cabell i en el pèl facial per a crear el nou estil:

– Qualitats de la imatge que es potenciarà, neutralitzarà i modificarà a través de l'assessoria de perruqueria i barberia.
– Qüestionari valoratiu de les preferències del client.
– Concreció del nou estil i creació de la nova imatge. Estils a través dels pentinats i tècniques de perruqueria i barberia.
– Determinació dels elements iconològics del pentinat que formen la nova imatge:

Identificació de l'harmonia: freda i càlida.
Anàlisi de les línies, formes, colors i volums que conformen el pentinat.

Correccions òptiques a través del cabell: de l'oval, de les faccions, del crani, del perfil, del coll i dels múscles.

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 psicomorfoloía y visajismo:

Cánones de belleza.
Tipos de óvalo.
Tipos de cráneo.
Tipos de perfiles.
Tipos de frente.
Tipos de mentón.
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 estilos de peinado habituales en el cliente.
– Análisis de patrones de estilos de maquillaje, complementos y vestuario del cliente y su relación con el peinado propuesto.
– 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.

c) 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.
Tratamiento para las alteraciones del cuero cabelludo: tratamientos anti-pitiriasis y antiseborreicos.
Tratamiento para las alopecias:
Tratamientos médico-estéticos: infiltraciones y otros.
Tratamientos quirúrgicos: injerto y cirugía estética.
Tratamientos para las alteraciones del tallo capilar.
– Descripción de las 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.
– Identificación de los tratamientos capilares necesarios para los cambios de imagen en función de las necesidades del cliente.
– Profesionales especialistas colaboradores para el cuidado y los tratamientos capilares.

– Asesoramiento en prótesis capilares, criterios de selección:
Mecanismos de colaboración.

d) 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 iconológicos del peinado que forman la nueva imagen:

Identificación de la armonía: fría y cálida.
Análisis de las líneas, formas, colores y volúmenes que conforman el peinado.

Correcciones ópticas a través del cabello: del óvalo, de las facciones, del cráneo, del perfil, del cuello y de los hombros.



– Determinació de la llargària, la forma, el color i l'estil del cabell en la nova imatge.

– Determinació de l'estil en el pèl facial.

– Els complements de perruqueria en la creació d'estils.

– Classificació i descripció dels processos tècnics de perruqueria:

Processos tècnics de perruqueria per al canvi de longitud. Tall. Estils de tall. Pautes.

Processos tècnics en perruqueria per al canvi de forma. Permanent i emmotllament. Pautes de selecció.

Canvi de forma temporal.

Processos tècnics en perruqueria per al canvi de color. Coloració, decoloració i metxes. Pautes de selecció.

El pentinat i la tècnica d'eixugada. Paràmetres que influïxen directament en el volum del cabell: diàmetre, densitat, curvatura, coeficient de fricció, porositat i humitat interna de la fibra.

Cabells arreplegats: alts, baixos i altres.

Postisseria capil·lar. Extensions. Postizos i perruques.

Tècniques de barberia: afeitat, retallat, rasurat i altres.

e) Elaboració de propostes de canvi d'imatge:

– Disseny de propostes personalitzades de canvis d'imatge a través de tractaments i tècniques de perruqueria i barberia. Estructura específica de la proposta. L'informe tècnic de l'assessoria de perruqueria.

– Descripció de les necessitats i demandes:

Variables personals i sociolaborals: estil de vida, personalitat, característiques estètiques, esdeveniments, àmbit laboral i altres.

Interpretació d'informes professionals.

– Valoració dels resultats de l'estudi de la imatge personal: característiques que es poden potenciar, modificar o neutralitzar

– Caracterització del nou estil.

– Relació dels treballs tècnics de perruqueria i barberia necessaris per al canvi d'imatge:

Selecció de tècniques de perruqueria.

Selecció de tractaments estètics capil·lars o associats a tractaments de cirurgia estètica capil·lar.

Selecció de pentinats i d'arreplegats. Selecció de complements capil·lars associats al nou pentinat.

Selecció del tipus de barba, bigot o patilla.

– Documentació tècnica annexa a la proposta: tipus i característiques.

– Elaboració de dissenys gràfics i fotogràfics: esbossos sobre estils de pentinats, barba i bigot.

– Mitjans, espais, recursos humans i materials necessaris per a dur a terme el projecte. Criteris de selecció de professionals col·laboradors.

– Planificació d'accions: calendari d'actuació. Temporalització.

– Coordinació de treballs.

– Documentació econòmica: elaboració del pressupost.

– Presentació de la proposta personalitzada:

Selecció del format de presentació.

Selecció del material visual: fotos, esquemes, esbossos i programes informàtics.

Argumentació de la proposta personalitzada.

Conclusió de la proposta: resolució de dubtes, acords i autorització del procés. Emplenament de l'autorització de posada en marxa del procés.

– Propostes per a produccions audiovisuals d'assessorament d'imatge a través de la perruqueria:

Requeriments escènics.

Tècniques per a l'anàlisi d'un projecte artístic.

Identificació del context històric.

Tècniques per a l'estudi dels personatges.

Anàlisi de les característiques de l'interpret o model.

Estudi del guió.

Canvis al llarg del rodatge i adaptació del personatge en la seua evolució.

– Propostes per a produccions de fotografia i moda. Estudi de la desfilada, models, temporada, públic, duració, pressupost i demandes del dissenyador.

Establiment de pautes per al manteniment de la nova imatge:

– Assessoria de manteniment de la nova imatge.

– 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-

– Clasificación y descripción de los procesos técnicos de peluquería:

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 selección.

Cambio de forma temporal.

Procesos técnicos en peluquería para el cambio de color. Coloración, decoloración y mechas. Pautas de selección.

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.

Posticaria capilar. Extensiones. Postizos y pelucas.

Técnicas de barbería: afeitado, recortado, rasurado y otras.

e) 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. neutralizar

– 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 fotogràfics: 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 guión.

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.

f) Establecimiento de pautes para el mantenimiento de la nueva imagen:

– Asesoría de mantenimiento de la nueva imagen.



– Pla d'activitats per a la formació del client en cures capil·lars. Forma d'aplicació i freqüència.

Tècniques d'orientació en la selecció de cosmètics d'higiene, manteniment, protecció i cures capil·lars.

– Entrenament de tècniques de maneig d'eixugador, útils, pinces, planxes i productes de suport i manteniment del pentinat.

5. Mòdul professional: Protocol i organització d'esdeveniments
Codi: 1185

Duració: 120 hores

Continguts:

a) Caracterització del protocol oficial:

– L'assessoria en protocol. Camp d'actuació de l'assessor en protocol i organització d'esdeveniments:

Concepte de protocol.

Origen i història del protocol.

Rellevància social.

– El protocol oficial espanyol: la Casa Reial. Poder executiu, legislatiu i judicial. Forces Armades. Normativa protocol·lària i àmbit d'aplicació.

– El protocol en les comunitats autònomes. Protocol en les administracions locals.

– Legislació vigent aplicada al protocol:

Normes generals. Ordenament general de precedències de l'Estat. Estructura dels departaments ministerials.

Normativa autonòmica. Règim de precedències en l'àmbit de les comunitats autònomes. Ordenació d'institucions i incorporacions en els actes en el territori d'una comunitat autònoma.

Normes protocol·làries de les incorporacions locals.

Normativa sobre simbologia. Normes reguladores sobre l'ús de l'himne nacional, la bandera i l'escut d'Espanya. Reglament de banderes, estandards, guions, insígnies i distintius.

Règim de títols, tractaments, honors i distincions: Reglament d'honors militars. Reials Ordenances per a les Forces Armades (Exèrcit de Terra, Armada i Exèrcit de l'Aire).

– Bases d'informació en protocol. Fonts i departaments de consulta de normativa i/o legislació protocol·lària. Classificació i arxivament.

– Institucions públiques i privades: concepte, organigrama, organització i característiques.

– Distincions protocol·làries i la seua simbologia.

– Simbologia heràldica i la vexil·lologia. Característiques.

– Els tractaments honorífics i l'aplicació d'aquests.

– Les distincions nobiliàries:

Tipus de distincions.

Escala nobiliària espanyola. Altres escales nobiliàries.

– Metodologia en l'assessoria en protocol: planificació, organització i avaluació.

Caracterització dels actes protocol·laris oficials i no oficials:

– Els actes públics. Característiques i tipus d'actes públics oficials i no oficials.

– Els actes privats i/o no oficials. Característiques i tipus d'actes no protocol·laris.

– El protocol religiós i els seus actes. Característiques dels actes religiosos. Importància de la tradició.

– El protocol universitari i els seus actes. Característiques, precedència i organigrama. Tipus d'actes universitaris. El vestuari específic.

– El protocol militar i els seus actes. Organigrama dels cossos militars i la precedència d'aquests. Tipus d'actes militars. Tributació d'honors militars.

– Identificació del tipus d'acte, l'àmbit d'aplicació i les característiques o qualitats que es poden projectar. Elements que cal valorar.

– Àmbit d'aplicació del protocol en els actes oficials i no oficials:

La presidència dels actes. Cessió de presidències. Resolució de conflictes.

La precedència oficial i no oficial. Els organigrames i les jerarquies. Justificació.

Elements simbòlics i/o de representació en actes institucionals.

Establiments de les fases en l'organització dels actes protocol·laris:

– Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados capil·lars. Forma de aplicación y frecuencia.

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.

5. Módulo profesional: Protocolo y organización de eventos.

Código: 1185

Duración: 120 horas

Contenidos:

a) Caracterización del protocolo oficial:

– La asesoría en protocolo. Campo de actuación del asesor en protocolo y organización de eventos:

Concepto de protocolo.

Origen e historia del protocolo.

Relevancia social.

– El protocolo oficial español: la Casa Real. Poder ejecutivo, legislativo y judicial. Fuerzas Armadas. Normativa protocolaria y ámbito de aplicación.

– El protocolo en las comunidades autónomas. Protocolo en las Administraciones locales.

– Legislación vigente aplicada al protocolo:

Normas generales. Ordenamiento general de precedencias del Estado. Estructura de los departamentos ministeriales.

Normativa autonómica. Régimen de precedencias en el ámbito de las Comunidades Autónomas. Ordenación de instituciones y incorporaciones en los actos en el territorio de una Comunidad Autónoma.

Normas protocolarias de las corporaciones locales.

Normativa sobre simbología. Normas reguladoras sobre el uso del Himno Nacional, bandera y escudo de España. Reglamento de banderas, estandartes, guiones, insígnias y distintivos.

Régimen de títulos, tratamientos, honores y distinciones: Reglamento de Honores Militares. Reales Ordenanzas para las Fuerzas Armadas Ejército de Tierra-Armada y 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.

– Distinciones protocolarias y su simbología.

– Simbología heráldica y la vexilología. Características.

– Los tratamientos honoríficos y su aplicación.

– Las distinciones nobiliarias:

Tipos de distinciones.

Escala nobiliaria española. Otras escalas nobiliarias.

– Metodología en la asesoría en protocolo: planificación, organización y evaluación.

b) Caracterización de los actos protocolarios oficiales y no oficiales:

– Los actos públicos. Características y tipos de actos públicos oficiales y no oficiales.

– 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.

– 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.

Elementos simbólicos y/o de representación en actos institucionales.

c) Establecimientos de las fases en la organización de los actos protocolarios:



– El projecte organitzatiu i fases.
– Fase prèvia: objectius de l'acte. Identificació de l'acte i el seu projecte organitzatiu. Necessitats organitzatives. Aplicació de mètodes d'observació d'actes protocol·laris.

– Fase de planificació: elaboració del programa i cronograma. Requeriments de l'acte: recursos humans, materials i espais físics de l'esdeveniment. Promoció de l'acte. Els elements de promoció de l'acte.
– Fase de desenvolupament de l'esdeveniment: logística de l'activitat. La inauguració. La clausura de l'acte:

Interrelació entre els professionals col·laboradors. Personal de suport.

Proveïdors.

Línia d'imatge de l'esdeveniment: la decoració de l'acte, música, vestuari, etc.

La recepció dels invitats. L'arribada de les autoritats o VIP. Els regals. La visita per les instal·lacions.

Ordenació de personalitats: la precedència dins de l'acte.

Distribució d'assistents en l'acte.

Ordenació de les intervencions. Els discursos i els requeriments tècnics: requeriments informàtics, telefònics, servicis de traducció simultània i altres.

– La comunicació en els actes protocol·laris. Les relacions amb els mitjans de comunicació. Les rodes de premsa.

– Fase d'avaluació de l'acte o esdeveniment. Seguiment de la difusió de l'acte. Accions posteriors a l'esdeveniment.

– Aplicació del control de qualitat de l'acte:

Detecció de problemes.

Registre d'incidències.

Mesures de correcció de les desviacions.

Elaboració de la proposta d'organització d'actes protocol·laris:

– Disseny de propostes d'organització d'actes protocol·laris. Estructura específica de la proposta. El dossier de l'acte: criteri organitzador general, orde del dia, temporalització, ordenació de taules i organització de les intervencions.

– Descripció de les característiques i requeriments de l'acte protocol·lari:

Descripció de l'acte: data i lloc, cronograma.

Protocol previ a la celebració: Llista d'invitats. Remissió d'invitacions.

Protocol durant la celebració: Recepció d'invitats.

Acte en si mateix. Documentació econòmica: elaboració del pressupost i altres.

Informe de resultats.

– Relació de la logística i activitats necessàries per a l'acte protocol·lari. La seguretat en l'acte. El sistema mèdic.

– Selecció de mitjans, espais, recursos humans i materials necessaris per a dur a terme l'acte protocol·lari. Proveïdors i altres professionals:

Mitjans personals, criteris de selecció de professionals col·laboradors.

Materials.

Guions d'actuació membres de la presidència i mitjans de comunicació.

Instruccions per a auxiliars. Coordinació de treballs.

– Planificació d'accions: programa i cronograma. Calendari d'actuació.

– Els actes protocol·laris i els comunicats de premsa.

– Documentació tècnica annexa a la proposta: tipus i característiques:

Documentació de l'acte: Invitacions, cartes.

Documents de la inscripció.

Certificat d'assistència.

– Documentació econòmica: elaboració del pressupost.

– Elaboració de propostes en suport manual i informàtic.

– Presentació de la proposta personalitzada.

– Conclusió de la proposta: resolució de dubtes, acords i autorització del procés.

Caracterització del protocol internacional:

– Protocol internacional: el protocol estranger i el protocol diplomàtic. Protocol comparat. Les recepcions diplomàtiques: models de comportament en recepcions diplomàtiques.

– El proyecto organizativo y sus fases.

– Fase previa: objetivos del acto. 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. 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, música, vestuario, etc...

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.

– 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.

d) 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.

– Descripción de las características y requerimientos del acto protocolari:

Descripción del acto: fecha y lugar, cronograma.

Protocolo previo a la celebración: Lista de invitados. Remisión de invitaciones.

Protocolo durante la celebración: Recepción de invitados.

Acto en sí mismo. Documentación económica: elaboración del presupuesto y otros.

Informe de resultados.

– 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:

Medios personales, criterios de selección de profesionales colaboradores.

Materiales.

Guiones de actuación miembros de la presidencia y medios de comunicación.

Instrucciones para auxiliares. Coordinación de trabajos.

– Planificación de acciones: programa y cronograma. Calendario de actuación.

– Los actos protocolarios y los comunicados de prensa.

– Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características:

Documentación del acto: Invitaciones, cartas.

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.

e) Caracterización del protocolo internacional:

– Protocolo internacional: el protocolo extranjero y el protocolo diplomático. Protocolo comparado. Las recepciones diplomáticas: modelos de comportamiento en recepciones diplomáticas.



– El protocol internacional i la seua relació amb el món empresarial. Els grups dominants mundials. Divisió en zones geogràfiques o amb característiques comunes.

– La Unió Europea: concepte, història i característiques. Simbologia associada. Organigrama. Normes protocol·làries.

– Costums, hàbits i cultura social dels principals països constituents de la Unió Europea.

– Costums, hàbits i cultura social dels països de l'est.

– Canadà. Divisions idiomàtiques i culturals.

– Costums, hàbits i cultura social dels Estats Units d'Amèrica.

Zones d'influència associades.

– Amèrica llatina. Hàbits, costums i cultura social.

– El món àrab. La religió, hàbits, costums i cultura social.

– L'Àfrica subsahariana. Països constituents. Costums i cultura social comuna.

– Les cultures orientals. Hàbits, costums i cultura social de cada zona. Característiques diferenciadores respecte als països occidentals.

– Les relacions internacionals i la seua repercussió en el protocol.

– Pautes d'actuació en el protocol internacional.

Establiment del protocol empresarial:

– Les empreses i la seua organització. Organigrama empresarial. Els departaments amb repercussió en protocol empresarial.

– Els actes empresarials públics i privats. Àmbits d'aplicació, simbologia, patrocini extern i altres.

– Les precedències empresarials.

– Presidència dels actes. Cessió de presidències en els actes empresarials.

– Actuacions empresarials amb repercussió en protocol: les presentacions personals, l'autopresentació i la presentació de l'empresa.

– Les visites i altres actes socials empresarials. El viatge de negocis. Característiques i necessitats.

– Els esmorzars de negocis. Tipus. Característiques.

– Actes de caràcter empresarial privat. Les reunions. Funcionament general:

Juntes d'accionistes.

Juntes generals.

Consells d'administració.

Reunions internes. Reunions externes.

– L'organització d'actes de promoció empresarial externs i interns:

Tipus. Característiques.

Patrocini empresarial. Objectiu i característiques.

Elecció del mitjà de patrocini.

6. Mòdul professional: Usos socials

Codi: 1186

Duració: 80 hores

Continguts:

a) Identificació del camp d'actuació de l'assessor en usos socials:

– El protocol social. Els usos socials: definició i característiques i conceptes associats. Història del protocol social.

– Usos del protocol social. Necessitat de codis de comunicació i conducta: relativitat o obligatorietat dels usos socials. Accions del protocol social:

. Conceptes associats: urbanitat, bones maneres, protocol social, habilitats socials, cortesia, modals, educació i altres.

. Normes, hàbits i costums. Accions que han d'evitar-se.

. Els nous manuals d'urbanitat.

– Estudi de les característiques personals associades al protocol social: trets personals positius. Qualitats que cal potenciar o neutralitzar.

– Aplicació de la intel·ligència emocional en el comportament social:

. Empatia i autovaloració.

. Anàlisi del llenguatge corporal. Importància i interpretació dels gestos, com a mitjà de comunicació, en usos socials.

– Estudi de l'àmbit d'aplicació dels usos socials: Comportament personal. La vida en societat i altres. Classificació dels actes i reunions socials.

– Repercussió de la multiculturalitat en els usos socials. Característiques i factors diferencials. Implicacions en el comportament social.

– 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. Normas protocolarias.

– Costumbres, hábitos y cultura social de los principales países constituyentes de la UE.

– Costumbres, hábitos y cultura social de los países del este.

– Canadá. Divisiones idiomáticas y culturales.

– Costumbres, hábitos y cultura social de EEUU. Zonas de influencia asociadas.

– América latina. Hábitos, costumbres y cultura social.

– El mundo árabe. La religión, hábitos, costumbres y cultura social.

– El África subsahariana. Países constituyentes. Costumbres y cultura social común.

– 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.

f) 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.

– 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. Funcionamiento general:

Juntas de accionistas.

Juntas generales.

Consejos de administración.

Reuniones internas. Reuniones externas.

– La organización de actos de promoción empresarial externos e

internos: Tipos. Características.

Patrocini empresarial. Objetivo y características.

Elección del medio de patrocini.

6. Módulo profesional: Usos sociales.

Código: 1186

Duración: 80 horas

Contenidos:

a) 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. Acciones del protocolo social:

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

. Normas, hábitos y costumbres. Acciones que deben evitarse.

. Los nuevos manuales de urbanidad.

– Estudio de las características personales asociadas al protocolo social: rasgos personales positivos. Cualidades a potenciar o neutralizar.

– 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 y otros. 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 de l'assessor en usos socials: camp d'actuació.
– Tècniques per a detectar les característiques, necessitats i demandes del client en usos socials.

– Registre i control de la informació.

b) Determinació d'usos i normes protocol·laries en les relacions socials:

– Les relacions socials. Tipus.

– Etiqueta social, personal, laboral i altres. Normes de comportament en societat. Valoració de models de comportaments en públic.

– Normes de comportament en la via pública. Normes de comportament en els transports públics. Normes de comportament en els establiments públics.

– Aplicació de l'etiqueta social en la vestimenta. Etiqueta social en l'aplicació de perfum i maquillatge.

– Tècniques protocol·làries en usos socials elementals: Normes protocol·làries en les visites. L'atenció a visites:

Visites personals.

Visites concertades.

Criteris de selecció del moment i duració de la visita.

Normes d'actuació en visites singulars: inesperades, a malalts, de condol i altres.

– Comportament social relacionat amb els regals:

Tipus de regals.

Criteris d'elecció: adequació del regal a les circumstàncies personals, socials i laborals.

Presentació i entrega de regals.

Comportament en la recepció dels regals.

– El comportament en l'entorn laboral. El protocol social en les relacions laborals. La jerarquia en el treball. La convivència laboral.

– Tècniques d'avaluació del procés d'assessoria en usos socials.

c) Determinació dels usos socials lligats a la presentació i a la comunicació personal:

– Les salutacions. Models de salutacions en diferents àmbits:

Valoració de les distàncies físiques en diferents contextos i cultures.

Salutacions a personalitats i autoritats.

– Les invitacions. Tipus d'invitacions. Tipus de resposta davant d'una invitació.

– Les presentacions. Elements de presentació: Presentació de familiars. Presentació en societat. Actuació en la presentació en diferents situacions. Presentació en la vida professional. Targetes de presentació. L'autopresentació.

– La correspondència. Normes de cortesia en la correspondència: el llenguatge en la correspondència:

Elements suports de la correspondència: el paper de les cartes, el paper timbrat i els sobres.

Tipus de correspondència: cartes personals, correspondència comercial, cartes postals, felicitacions escrites i altres documents: informes i memoràndum.

El protocol en els documents escrits en internet. La netiqueta.

La firma. Abreviatures utilitzades en la correspondència.

Pla d'entrenament a l'usuari en usos socials lligats a la presentació i comunicació personal.

– Llenguatge i codis en usos socials: L'art de conversar en societat:

Dirigir la paraula.

Llenguatge col·loquial.

Iniciar i mantindre una conversació.

Conversacions en la taula.

Conversacions telefòniques.

Projecció i to de la veu.

Ús del llenguatge culte, col·loquial i vulgar en la conversació.

d) Caracterització dels usos socials en la taula:

– Habilitats socials en la taula: Comportament en la taula:

L'ús del tovalló.

Maneig dels coberts amb els diferents aliments.

Formes de servir els aliments.

– Preparació de la taula: L'ordenació de la taula. Elements que la integren: l'ordre dels elements en la taula. Comensals. Tipus i característiques. Classificació i categoria respecte a l'acte. Criteris de col·locació de comensals en la taula. La taula i els xiquets.

– Elecció del menú i l'hora:

– La figura del asesor en usos socials: campo de actuación.

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

– Registro y control de la información.

b) Determinación de usos y normas protocolarias en las relaciones sociales:

– Las relaciones sociales. Tipos.

– Etiqueta social, personal, laboral y otras. Normas de comportamiento en sociedad. Valoración de modelos de comportamientos en público.

– Normas de comportamiento en la vía pública. Normas de comportamiento en los transportes públicos. Normas de comportamiento en los establecimientos públicos.

– Aplicación de la etiqueta social en el vestir. Etiqueta social en la aplicación de perfume y maquillaje.

– Técnicas protocolarias en usos sociales elementales: Normas protocolarias en las visitas. La atención a visitas:

Visitas personales.

Visitas concertadas.

Criterios de selección del momento y duración de la visita.

Normas de actuación en visitas singulares: inesperadas, a enfermos, de pésame, otras.

– Comportamiento social relacionado con los regalos:

Tipos de regalos.

Criterios de elección: adecuación del regalo a las circunstancias personales, sociales y laborales.

Presentación y entrega de regalos.

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. La convivencia laboral.

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

c) 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 personalidades y autoridades.

– Las invitaciones. Tipos de invitaciones. Tipos de respuesta ante una invitación.

– Las presentaciones. Elementos de presentación: Presentación de familiares. Presentación en sociedad. 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 memorandum.

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.

Iniciar y mantener una conversación.

Conversaciones en la mesa.

Conversaciones telefónicas.

Proyección y tono de la voz.

Uso del lenguaje culto, coloquial y vulgar en la conversación.

d) Caracterización de los usos sociales en la mesa:

– Habilidades sociales en la mesa: Comportamiento en la mesa:

El uso de la servilleta.

Manejo de los cubiertos con los diferentes alimentos.

Formas de servir los alimentos.

– Preparación de la mesa: La ordenación de la mesa. Elementos que la integran: El orden de los elementos en la mesa. 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:



Adequació a l'aperitiu, esmorzar, sopar, còctel, brunch, lunch, bufet i altres.

Aliments i begudes. Quantitats aproximades per comensal. Selecció de vins.

– Models de comportament en establiments de restauració:

La carta.

Elecció de plats.

Comunicació amb el personal: el maître, el sommelier, el xef de cuina i altres.

El compte.

– Pla d'entrenament en habilitats socials en la taula.

e) Elaboració de propostes d'assessorament en usos socials i organització d'actes i reunions socials:

– Disseny de propostes personalitzades: definició i estructura.

– Descripció de les necessitats i demandes: variables personals, socials i laborals.

– Valoració de les necessitats en usos socials i característiques personals, del llenguatge corporal, oral i altres.

– Determinació dels canvis necessaris en usos socials.

– Elaboració i preparació de materials per a elaborar la proposta.

– Relació de mitjans, espais, recursos humans i materials necessaris per a dur a terme el projecte. Criteris de selecció de professionals col·laboradors.

– Documentació tècnica i econòmica: tipus i característiques. Elaboració del pressupost.

– Planificació d'accions: calendari d'actuació, temporalització i coordinació de treballs.

– Elaboració de propostes en diferents suports.

– Presentació i argumentació d'una proposta.

– Conclusió de la proposta: resolució de dubtes, acords i autorització del procés.

– Pla d'entrenament en els nous usos socials.

f) Establiment de pautes d'organització d'actes i reunions socials:

– Pautes d'organització de reunions en el domicili: concepte i tipus. Recepció a casa. Normes bàsiques de recepció. Deures de l'amfitrió i dels invitats.

– Pautes d'organització de celebracions familiars de caràcter civil o religiós. Identificació i repartiment d'activitats i funcions. Normes de comportament dels invitats.

– Els batejos, la primera comunió i altres. Característiques, normes de comportament i recomanacions de vestuari.

– Necessitats per a l'organització d'aniversaris. Identificació i repartiment d'activitats i funcions. Deures de l'amfitrió i dels invitats. Tipificació dels aniversaris i efemèrides.

– Necessitats organitzatives en els funerals.. Normes de comportament.

Formes de difusió de la informació o comunicació del succés.

El vestuari de dol.

– Normes de comportament en actes amb autoritats civils, religioses i militars.

– Necessitats organitzatives en altres actes protocol·laris no oficials: presentació en societat. La posada de llarg. Els concerts. Altres. Normes de comportament.

g) Organització d'esdeveniments singulars:

– Pautes d'organització de banquetes. Definició i característiques: Tipus de banquetes protocol·laris:

Característiques dels espais i les seues necessitats.

Tipus de taules i característiques. Criteris de selecció. Nombre i distribució de taules.

– Invitats i precedència. Elaboració de llistes d'invitats. Les presidències. Col·locació de comensals.

– Elaboració de documents associats al banquet: invitacions, minuts, cambres i targetes de comensal.

– El menú i les seues característiques. Disseny del menú. Característiques particulars del disseny del menú (motivacions religioses, menús infantils i altres).

– Pautes d'organització de bodes. Tipus de cerimònies. Característiques. Diferències regionals, religioses, ètniques i altres.

La petició de mà. Despedides de solters.

Organització del lloc. Decoració. Les invitacions.

Adecuación al aperitivo, almuerzo, cena, còctel, brunch, lunch, buffet y otros.

Alimentos y bebidas. Cantidades aproximadas por comensal. Selección de vinos.

– 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.

e) 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.

– 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. Elaboración del presupuesto.

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

– Elaboración de propuestas en distintos soportes.

– Presentación y argumentación de una propuesta.

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

– Plan de entrenamiento en los nuevos usos sociales.

f) 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. Deberes del anfitrión y de los invitados.

– Pautas de organización de celebraciones familiares de carácter civil o religioso. Identificación y reparto de actividades y funciones. Normas de comportamiento de los invitados.

– Los bautizos, la primera comunió y otros. Características, normas de comportamiento y recomendaciones de vestuario.

– 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 funerals.. Normas de comportamiento.

Formas de difusión de la información o comunicació del suceso.

El vestuario de luto.

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

– Necesidades organizativas en otros actos protocolarios no oficiales: presentación en sociedad. La puesta de largo. Los conciertos. Otros. Normas de comportamiento.

g) Organización de eventos singulares:

– Pautes de organizació de banquetes. Definició i característiques: Tipus de banquetes protocol·laris:

Característiques dels espais i les seues necessitats.

Tipus de meses i característiques. Criteris de selecció. Número de meses i su distribució.

– 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. Tipus de ceremonias. Característiques. Diferencias regionales, religiosas, étnicas y otras.

La petición de mano. Despedidas de solteros.

Organización del lugar. Decoración. Las invitaciones.



Elaboració de llistes de regals de boda. Actuació davant de ruptures prenupcial.

La cerimònia. El seguici nupcial: components i organització. Criteris per a la col·locació dels assistents. Vestuari aconsellat per als invitats.

Distribució de la taula nupcial i de les dels invitats. Sistemes d'ordenació. L'elecció del menú. La tortada nupcial.

Altres necessitats associades: el vehicle, el restaurant i el domicili. La música. Fotografia i vídeo. Viatge de nòvies.

Segones cerimònies.

– Necessitats organitzatives d'altres esdeveniments singulars: festes, balls i exhibicions d'art, entre d'altres.

7. Mòdul professional: Assessoria estètica.

Codi: 1187

Duració: 160 hores

Continguts:

a) Elaboració del protocol de treball de l'assessor d'estètica:

– Protocols d'assessoria d'estètica. Fases d'actuació de l'assessor d'imatge en atencions estètiques i maquillatge.

– Fases de documentació. Mètodes d'obtenció de la informació:

– Estratègies de busca. Criteris de selecció. Mètodes d'organització i integració dels resultats de la busca. Anàlisi i classificació de la informació. Dossier de col·laboradors professionals: criteris per a l'elaboració i actualització de fitxers d'especialistes en estètica, perruqueria, dermatologia, cirurgia estètica, endocrinologia, oftalmologia i altres.

– Fase d'anàlisi de les característiques, les necessitats i demandes de les persones usuàries i del seu entorn.

– Fase d'assessorament en atencions estètiques i maquillatge:

Fase de determinació de canvis en la imatge.

Fase d'elaboració i presentació de propostes.

Fase d'establiment de pautes per al manteniment.

Fase d'avaluació i control: supervisió de les realitzacions tècniques.

– Camp d'actuació de l'assessor d'imatge: l'assessoria d'atencions estètiques.

– L'assessorament en el canvi d'imatge a través del maquillatge. L'assessorament en actes i esdeveniments. Puntual per a esdeveniment (personal, professional, passarel·la de moda i altres). L'assessorament estètic per als mitjans audiovisuals i de moda. Canvi de look total a través de nous estils de maquillatge.

– Elaboració d'un manual d'estils: fonts documentals d'estils, maquillatges tipus, estilismes que modifiquen la imatge, maquilladores famoses i tendències que marquen moda.

– Aplicació de la Llei de Propietat Intel·lectual: drets d'autor.

b) Realització de l'estudi de la imatge física per a l'assessoria estètica:

– Tècniques de preparació del professional i del client.

– Aplicació de protocols de tècniques d'anàlisi facial i corporal.

Identificació de l'estat de la pell i annexos.

Identificació d'alteracions cutànies facials amb repercussió en la imatge personal.

– Identificació del tipus de pell. Classificació i característiques dels tipus de pell.

– Identificació d'alteracions estètiques corporals: cel·lulitis, obesitat, estries, flacciditat, borrisol i altres.

– Fases del procés. Mètodes per a l'exploració.

– Maneig d'equips per a l'anàlisi estètica: protocols d'actuació:

Interpretació de resultats. Valoració professional.

– Criteris per a la derivació a altres professionals: cirurgià estètic, odontòleg, dietista i dermatòleg, entre d'altres.

– Documentació tècnica:

Historial estètic.

Fitxa per a l'anàlisi de la pell.

Fitxa per a l'exploració corporal.

Fitxa amb pautes d'aplicació de cosmètics recomanats.

Informes per a derivació a altres professionals.

Consentiment informat.

– Seguretat i higiene en els processos d'anàlisi facial i corporal.

– Registre i control de la documentació. Confidencialitat.

c) Determinació dels tractaments facials i corporals per a l'assessorament estètic:

Elaboración de listas de regalos de boda. Actuación ante rupturas prenupciales.

La ceremonia. El cortejo nupcial: componentes y organización. 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

7. Módulo profesional: Asesoría estética.

Código: 1187

Duración: 160 horas

Contenidos:

a) 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 otros.

– 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.

b) 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.

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.

– Fases del proceso. Métodos para la exploración.

– Manejo de equipos para el análisis estético: protocolos de actuación:

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.

c) Determinación de los tratamientos faciales y corporales para el asesoramiento estético:



– Tractaments estètics facials i corporals:
– Classificació de tractaments facials i corporals:
Hidratants, seboreguladors, despigmentadors, preventius i pal·liatius de l'envelliment cutani, reductors, reafirmants, de la circulació perifèrica i altres. Indicacions.
Criteris de selecció.
Tractaments per a l'eliminació i decoloració del borrisol:
Tècniques de depilació mecànica: indicacions i contraindicacions.
Criteris de selecció.
Tècnica de depilació elèctrica: indicacions i contraindicacions. Criteris de selecció.
Fotodepilació: indicacions i contraindicacions. Criteris de selecció.

Atencions de mans i peus: manicura, pedicura, ungles artificials. Indicacions.
Tractaments de mans i peus. Indicacions. Criteris de selecció.
– Medicina i cirurgia estètica:
Classificació de tractaments medicoestètics i cirurgia estètica. Indicacions.
Criteris d'assessorament i derivació a professionals especialistes.
– Tècniques electroestètiques: classificació. Indicacions i contraindicacions. Efectes. Aplicacions. Criteris de selecció.
– Tècniques manuals: classificació, efectes i indicacions. Criteris de selecció.
– Tècniques cosmetològiques: classificació de cosmètics associats als tractaments. Criteris de selecció.
– Tècniques hidrotermals: classificació. Efectes. Indicacions. Criteris de selecció.

d) Realització de l'estudi morfològic del rostre per a l'assessorament en estils de maquillatge:
– El cànon del cap humà: proporcions i localització de les faccions del rostre. Representació gràfica.
– Estudi del rostre sobre el pla horitzontal i vertical: proporcions i asimetries.
– Geometria del rostre: tipus d'oval.
– Estudi dels elements del rostre: celles, ulls, nas, boca, pòmuls, barbata i front.
– El color en el maquillatge:
Harmonia del color de la pell, ulls, pèl i celles per a la selecció de cosmètics de maquillatge.
Fitxa de visatgisme.
Aplicació dels colors primaris, secundaris i complementaris del cercle cromàtic en el maquillatge.
Colors càlids i freds.
Harmonia i contrast de colors.
Aspectes del color: matis, saturació, to i brillantor.
Influència dels colors del maquillatge en la imatge personal.
– Aspectes relacionats amb el maquillatge: edat i personalitat, moment i circumstància, indumentària i altres.
– Tècniques de visatgisme: correccions del rostre a través del maquillatge:
Tècnica del clarobscur.
Disposició de línies.
– Tipus d'estils de maquillatge: característiques dels diferents estils:

Classificació: maquillatge de dia, vesprada, nit, festa, núvia, passarel·la, masculí i maquillatges especials (ulleres, taques i altres alteracions estètiques).
Característiques i la seua relació amb els actes socials.
– Esbossos de canvis d'estil de maquillatge:
Aplicació de tècniques de dibuix: iniciació a les tècniques d'expressió gràfica.
Aplicació de ferramentes informàtiques. Maneig de programes de dibuix actuals. Maneig de programes de disseny facial amb canvis de maquillatge. Opcions d'aplicació de bellesa: coloret, ombres, delineador d'ulls i llavis, llapis de celles i llavis.

e) Aplicació de tècniques d'automaquillatge:
– Selecció de cosmètics decoratius. Classificació, tipus i formes de presentació. Tons i textures.
– Selecció d'útils i materials. Tipus i característiques.
– Tècniques prèvies a l'aplicació de maquillatge: desmaquillat i preparació de la pell.

– Tratamientos estéticos faciales y corporales:
– Clasificación de tratamientos faciales y corporales:
Hidratantes, seboreguladores, 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 electroestéticas: 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.

d) 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 y vertical: proporciones y asimetrías.
– Geometría del rostro: tipos de óvalo.
– Estudio de los elementos del rostro: cejas, ojos, nariz, boca, pómulos, barbilla y frente.
– El color en el maquillaje:
Armonía del color de la piel, ojos, pelo y cejas para la selección de cosméticos de maquillaje.
Ficha de visajismo.
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.

e) 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.



- Tècniques de correcció i disseny personalitzat de les celles.
- Tècniques d'aplicació de productes cosmètics decoratius:
El maquillatge de fons: la tècnica del batut, arrossegament i difuminat.
Paràmetres que s'han de tindre en compte per a l'aplicació de bases de maquillatge, pòlvores, coloret, correctors, ombres, delineadores, cosmètics labials: zones d'aplicació, direcció, material d'aplicació, color i maniobres, entre d'altres.
- Tècniques d'aplicació de maquillatge correctiu en el rostre:
Correccions de la coloració de la pell.
Aplicació de correccions clares i fosques.
- Maquillatge d'ulls:
Tècnica de llapis i ombres.
- Tècniques de diferents ombrejos (bananes, conques obertes, conques tancades i fumats).
Tècnica de delineat.
- Maquillatge de llavis: correccions, perfilat, farciment i volum.
- Maquillatge de galtes: correccions, colors i forma segons el rostre.

- Procés de realització dels diferents estils de maquillatge i adequació al model, sexe, edat i circumstància. Fases i seqüenciació:
- Tècnica de realització del maquillatge personalitzat de dia.
- Tècnica de realització del maquillatge personalitzat de vesprada i nit:
Transformació de maquillatge de vesprada en nit.
- Tècnica de realització del maquillatge personalitzat de festa:
Aplicació de pedreria i il·luminadors del rostre.
Aplicació de pestanyes postisses.
- Seguretat i higiene en els processos de maquillatge.
- f) Elaboració de propostes personalitzades de canvis d'imatge a través de tractaments estètics i maquillatge:
- Estructura específica de la proposta:
Descripció de les necessitats i demandes:
Variables personals i sociolaborals: estil de vida, personalitat, característiques estètiques, esdeveniments, àmbit laboral i altres.
Interpretació d'informes professionals.
Valoració dels resultats de l'estudi de la imatge personal: característiques que s'han de potenciar i/o modificar.
Caracterització del nou estil.
- Relació dels treballs tècnics d'estètica i maquillatge necessaris per al canvi d'imatge:
Selecció de tractaments i atencions estètiques facials.
Selecció de tractaments i atencions estètiques corporals.
Selecció de tractaments associats a tècniques de cirurgia i medicina estètica.
Selecció d'estils de maquillatge.
Selecció del tipus de maquillatge permanent.
- Documentació tècnica annexa a la proposta: tipus i característiques.
- Elaboració de dissenys gràfics i fotogràfics: els esbossos sobre estils de maquillatge.
- Mitjans, espais, recursos humans i materials necessaris per a dur a terme el projecte. Criteris de selecció de professionals col·laboradors.

- Planificació d'accions: calendari d'actuació. Temporalització. Coordinació de treballs.
- Documentació econòmica: elaboració del pressupost.
- Presentació de la proposta personalitzada:
Selecció del format de presentació.
Selecció del material visual: fotos, esquemes, esbossos i programes informàtics.
Argumentació de la proposta personalitzada.
Conclusió de la proposta: resolució de dubtes, acords i autorització del procés. Emplenament de l'autorització de posada en marxa del procés.
- g) Establiment de pautes per al manteniment de la nova imatge:
- Tècniques d'entrenament per a la higiene i preparació de la pell.
- Pla d'activitats per a la formació del client en atencions estètiques.

- Tècniques d'orientació en la selecció de cosmètics decoratius: color, textura i zona d'aplicació. Pautes d'aplicació, manipulació i conservació.

- 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 maniobras, 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.
- f) 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 estils 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.
- g) 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 maquillatge bàsic: components. Estudi dels cosmètics personals de l'usuari. Actualització del set.

– L'autoaquillatge: estudi i valoració del rostre propi, de l'estil, de la personalitat, del moment i de la circumstància. Preparació i cures bàsiques de la pell.

– Entrenament per al maneig d'útils per a l'autoaquillatge:

Aplicació d'autoaquillatge.

Tècniques de finalització de l'autoaquillatge.

– Pautes d'atencions posteriors als tractaments estètics de canvi d'imatge.

8. Mòdul professional: Habilitats comunicatives

Codi: 1188

Duració: 100 hores

Continguts:

a) Caracterització dels tipus de comunicació:

– La comunicació. Aspectes generals. Elements de la comunicació.

Diferències entre comunicació i informació.

– Comunicació escrita: ferramentes d'escriptura. Estructura i vocabulari:

Marcadors textuais.

Falques i comodins.

Nivell de formalitat del text.

– Les noves tècniques de comunicació escrita: les adreces electròniques, la netiqueta i altres.

– Comunicació oral: ferramentes de l'expressió oral.

– Comunicació gestual: l'expressió corporal. El llenguatge del cos. El llenguatge facial.

– La comunicació interpersonal, social i laboral. Característiques. Tipus.

– La comunicació pública: característiques. Tipus de públic. El llenguatge en la comunicació pública: el discurs, l'entrevista, el brindis i altres.

– Les tècniques de comunicació en l'actualitat: couching, taping i altres.

– Imatge personal i comunicació.

b) Elaboració del pla d'actuació de l'assessor en tècniques de comunicació:

– Pla general d'assessorament en tècniques de comunicació: estructura i elements. Fases d'actuació de l'assessor d'habilitats comunicatives.

– Fase de documentació. Mètodes d'obtenció de la informació:

Estratègies de busca.

Criteris de selecció.

Mètodes d'organització i integració dels resultats de la busca.

Anàlisi i classificació de la informació.

– Dossier de col·laboradors professionals: criteris per a l'elaboració i actualització de fitxers d'especialistes.

– Fase d'anàlisi de les característiques, les necessitats i les demandes de la persona usuària i del seu entorn.

– Fase de desenvolupament: pla d'intervenció per a la millora d'habilitats de comunicació en els diferents àmbits d'actuació: objectius, mitjans tècnics, temporalització i planificació d'activitats. Elements de la imatge que influeixen en la comunicació.

Activitats per a un esdeveniment puntual.

Activitats per a canvis progressius.

– Fase d'avaluació i control: pautes per a realitzar el seguiment del pla i evitar desviacions.

– Camp d'actuació de l'assessor.

c) Aplicació de tècniques d'anàlisi de les habilitats comunicatives:

– Mètodes per a l'anàlisi de les habilitats comunicatives. Observació directa del client. Observació a través de mitjans audiovisuals.

– Detecció de les necessitats i demandes del client: entrevista personal. Fitxa de client. Fitxa d'iconologia. Altres.

– Anàlisi dels elements que intervien en la comunicació.

– Anàlisi dels elements que intervien en els diferents àmbits d'actuació: personal, social, cultural i professional. Detecció de les habilitats comunicatives del client per mitjà de tècniques visuals.

– El set de maquillaje básico: componentes. Estudio de los cosméticos personales del usuario. Actualización del set.

– El autoaquillaje: 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 autoaquillaje:

Aplicación de autoaquillaje.

Técnicas de finalización del autoaquillaje.

– Pautas de cuidados posteriores a los tratamientos estéticos de cambio de imagen.

8. Módulo profesional: Habilidades comunicativas.

Código: 1188

Duración: 100 horas

Contenidos:

a) Caracterización de los tipos de comunicación:

– La comunicación. Aspectos generales. Elementos de la comunicación.

Diferencias entre comunicación e información.

– Comunicación escrita: herramientas de escritura. Estructura y vocabulario:

Marcadores textuales.

Muletillas y comodines.

Nivel de formalidad del texto.

– Las nuevas técnicas de comunicación escrita: los e-mails, la net-etiqueta y otros.

– Comunicación oral: herramientas de la expresión oral.

– Comunicación gestual: la expresión corporal. El lenguaje del cuerpo. El lenguaje facial.

– La comunicación interpersonal, social y laboral. Características. Tipus.

– La comunicació pública: característiques. Tipus de públic. El llenguatge en la comunicació pública: el discurs, la entrevista, el brindis i altres.

– Las técnicas de comunicación en la actualidad: couching, taping y otros.

– Imagen personal y comunicación.

b) 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.

c) 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.

– Detecció de les necessitats i demandes del client: entrevista personal. Ficha de cliente. Ficha de iconología. Otros.

– Anàlisi de los elementos que intervien en la comunicació.

– Anàlisi de los elementos que intervien en los distintos ámbitos de actuación: personal, social, cultural y profesional. Detecció de las habilidades comunicativas del cliente mediante técnicas visuales.



– Conclusions resultants del procés d'anàlisi: carències en l'àrea de comunicació, tècniques de comunicació que cal potenciar, modificar o adquirir.

– Registre i control de la informació. Emplenament i custòdia de la documentació. Aplicació de la Llei de Protecció de Dades de Caràcter Personal i normativa sobre el dret a la imatge.

d) Presentació de la proposta tècnica de comunicació:

– Proposada d'assessoria en tècniques de comunicació: estructura, informació i seqüenciació. Factors que condicionen o modifiquen la proposta. Propostes personalitzades.

– Tipus de suports per a l'elaboració i preparació de documents: paper, mitjans informàtics i mitjans audiovisuals, entre d'altres.

– Elaboració de la proposta en diferents tipus de suports.

– Tècniques de comunicació de la proposta o pla d'actuació. Avantatges i desavantatges de la comunicació oral i escrita.

– Tècniques per a la resolució de dubtes.

– Emplenament de documentació: acords i autorització del procés.

e) Aplicació de tècniques d'entrenament en comunicació:

– Activitats per a desenvolupar habilitats comunicatives personals i interpersonals, socials i professionals.

– Compareixences davant de públic i audiències: tècnica vocal, la personalitat i el missatge. Autocontrol: preparació i recuperació de l'estat emocional òptim. Tipus de compareixences: oficials i privades, entre d'altres.

– Característiques de les compareixences que condicionen la imatge.

– Parlar en públic. Tècniques i estratègies per a millorar la parla en públic.

– Activitats per a la modificació de la comunicació escrita, oral i/o gestual.

Elaboració de documents escrits: cartes, targetes i altres.

Aplicació de criteris lingüístics, ortogràfics i d'estil.

Elaboració d'exposicions orals: discursos, presentacions, conferències, entrevistes i altres. Anàlisi de l'estructura i del llenguatge empleat.

Mètodes per a potenciar els recursos expressius.

– Activitats per a la modificació dels elements de la imatge que influeixen en la comunicació. Elaboració de vídeos, CD, DVD i altres.

– Entrenament en ferramentes de la comunicació: telèfon, fax, comunicacions escrites, internet, correu electrònic, utilització de blogs i pàgines web, entre d'altres. Tipus de llenguatge i tècniques que s'han d'emprar.

– Tècniques de seguiment del procés d'assessoria en comunicació. Avaluació del procés.

f) Aplicació de tècniques d'assessorament per a la compareixença en mitjans de comunicació:

– Els mitjans de comunicació: tipus (massius i interpersonals) i funcions.

– Característiques dels mitjans amb influència en la comunicació.

– La comunicació en els diferents mitjans: ràdio, televisió, cine, publicitat, premsa, videoconferències i internet, entre d'altres.

Tipus de missatges. Missatge publicitari.

– La imatge en la comunicació davant dels mitjans.

Elements visuals que influeixen en la comunicació.

Característiques dels mitjans que condicionen la imatge.

– Característiques del llenguatge oral i gestual en els diferents mitjans de comunicació.

– Adaptació del missatge i del llenguatge al tipus de públic i al mitjà de comunicació.

Estratègies de persuasió i seducció.

Publicitat subliminar. Publicitat enganyosa.

– La imatge personal en fotografia.

9. Mòdul professional: Imatge corporativa

Codi: 1189

Duració: 100 hores

Continguts:

a) Realització de l'estudi de la identitat corporativa:

– Identitat corporativa: una actuació multidisciplinària. Definicions.

– Camp d'actuació de l'assessor d'imatge corporativa:

– 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.

d) 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.

– 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.

– Técnicas para la resolución de dudas.

– Cumplimentación de documentación: acuerdos y autorización del proceso.

e) 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.

Aplicación de criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.

Elaboración de exposiciones orales: discursos, 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.

f) 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. Mensaje publicitario.

– 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.

Estrategias de persuasión y seducción.

Publicidad subliminar. Publicidad engañosa.

– La imagen personal en fotografía.

9. Módulo profesional: Imagen corporativa.

Código: 1189

Duración: 100 horas

Contenidos:

a) Realización del estudio de la identidad corporativa:

– Identidad corporativa: una actuación multidisciplinaria. Definiciones.

– Campo de actuación del asesor de imagen corporativa:



Assessorament en imatge dels espais: ubicació espacial de la seu social, imatge arquitectònica, paisatge urbà, logística, senyalització, aparcaments, imatge de l'hàbitat i altres.

Assessorament en imatge de les persones.

Assessorament en imatge iconogràfica i cultura corporativa.

Assessorament en imatge de la gestió.

– Personalitat corporativa de l'organització:

Temperament, caràcter i personalitat.

– La cultura corporativa: manifestacions i accions.

– Transmissió de la cultura corporativa: habilitats socials, habilitats d'interrelació professional i corporativa.

– La ideologia o filosofia corporativa de l'organització. Ideologia dels fundadors: adscripcions i nivells de compromís, ideologia de l'equip directiu i ideologia dels recursos humans:

Interrelació entre ideologia i cultura corporatives.

Públic objectiu i públic potencial. Repercussió.

– Identitat corporativa i institucional: identificació de la imatge corporativa.

– Mètodes i tècniques per a realitzar la concreció de la identitat corporativa. L'argument corporatiu:

Graella tècnica.

Investigació sobre els valors que s'han de transmetre: metodologia d'investigació mixta (PIT). Tècnica DAFO.

– Estudi d'imatges corporatives públiques i privades d'àmbit nacional i internacional. Anàlisi del tractament de la imatge corporativa en uns altres països.

– Relació entre imatge corporativa i tipus d'empresa i/o entitat. Característiques.

– La percepció social dels valors i la imatge corporatiu. Sistemes de valoració de la percepció social. Anàlisi de la percepció.

b) Determinació dels elements que defineixen la imatge corporativa de les entitats:

– Els signes visuals que determinen la imatge corporativa: el nom o la raó social, la marca, logotips, imatgotips, retolació, tipografia, colors corporatius i firma corporativa. El posicionament de la marca i del logotip en el consumidor, en els distribuïdors, en la competència i en els mitjans de comunicació.

– Suports i estructures on s'apliquen els elements gràfics corporatius:

Papereria corporativa.

Uniformes (nivells o jerarquitzacions).

Envasos, etiquetes i embalatges.

Articles promocionals.

Transportes: vehicles corporatius, de transport de personal o de producte.

Aplicacions digitals: Portal d'internet/botiga virtual i CD interactius.

Aplicacions editorials: fullets corporatius o institucionals, catàlegs de productes i altres.

– Línies de disseny elementals per a la creació de la identitat gràfica.

– Els espais interiors i exteriors: l'arquitectura corporativa:

Diferenciació dels distints espais a què es vincula l'organització.

Espai exterior.

Espai intermedi: exterior-interior

Espai interior.

Assessoria d'imatge de l'entorn.

– Condicionants i principis perceptius de la imatge iconogràfica: la vinculació sensorial.

– El mètode iconològic aplicat a l'assessoria d'imatge corporativa:

Els elements iconològics i la seua relació amb la imatge corporativa. Utilització dels elements iconològics.

Ús d'altres codis d'assessoria en imatge corporativa.

– La relació entre els elements identificadors i la filosofia corporativa. Elements que es potenciaran, neutralitzaran o eliminaran.

– El simbolisme i el disseny dels elements distintius. Diferenciació amb la competència.

– L'evolució dels elements d'identificació. Altres canvis evolutius amb repercussió en la imatge.

c) Determinació de la imatge dels col·lectius professionals:

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, carácter y personalidad.

– 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 e ideología de los recursos humanos:

Interrelación entre ideología y cultura corporativas.

Público objetivo y 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.

Investigación sobre los valores a transmitir: Metodología de investigación mixta (PIT). Técnica DAFO.

– 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.

b) 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, imatgotipos, 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:

Diferenciación de los distintos espacios a los que se vincula la organización.

Espacio exterior.

Espacio intermedio: exterior-interior

Espacio interior.

Asesoría de imagen del entorno.

– 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.

c) Determinación de la imagen de los colectivos profesionales:



– La imatge corporativa a través dels col·lectius professionals. Aspectes de la identitat corporativa que es desitgen transmetre.

– Anàlisi de l'equip de professionals. Imatge. Expressió. Estils. Habilitats d'interrelació i altres.

– Determinació dels elements, característiques i símbols per a crear la imatge col·lectiva.

– Proposta d'assessoria d'imatge col·lectiva. Manual de procediment d'imatge col·lectiva. Professionals col·laboradors:

Assessorament en imatge externa: pentinat, automaquillatge i altres.

Assessorament en expressió: oral, gestual, corporal.

Assessorament en habilitats d'interrelació personal, social, professional i corporativa.

Estils d'habilitats d'interrelació. Rituals d'interrelació: nivells.

– Implementació de la imatge col·lectiva. La imatge professional: imatge externa, uniformes corporatius i noves formes d'expressió personal.

d) Elaboració de projectes d'assessoria d'imatge corporativa:

– Assessoria d'imatge corporativa: protocol d'imatge o d'estil.

– Fase d'investigació i validació de la identitat corporativa:

Estudi extern: perfils de mercat, hàbits i costums del públic, competidors i altres.

Auditoria d'imatge. Concreció de la identitat corporativa futura.

Concreció de la cultura corporativa.

Elaboració del protocol d'imatge o d'estil: manual de procediment.

– Fase d'implementació de la imatge corporativa en els diferents àmbits i camps d'aplicació:

Àrees funcionals, grups i departaments.

Arquitectura, iconografia, col·lectius humans i altres.

Els productes i servicis.

– Fase de manteniment i control de la imatge corporativa: establiment dels indicadors de qualitat.

– Documentació tècnica annexa a la proposta: tipus i característiques.

– Ferramentes i tècniques per a l'elaboració dels projectes d'imatge corporativa.

– Elaboració de propostes en suport manual i informàtic.

– Planificació d'accions:

Calendari d'actuació. Temporalització.

Coordinació de treballs.

– Documentació econòmica: elaboració del pressupost.

– Presentació de la proposta personalitzada:

Selecció del format de presentació.

Selecció del material visual: fotos, esquemes, esbossos, programes informàtics i altres.

Argumentació de la proposta personalitzada.

– Conclusió de la proposta: resolució de dubtes, acords i autorització del procés.

e) Elaboració del manual d'imatge corporativa:

– El manual d'estil o manual d'imatge corporativa. Estructura i objectius:

Introducció. Informació bàsica sobre l'empresa, filosofia corporativa. Objectius del manual d'identitat visual corporativa.

Bases de la identitat visual. Logotip. Símbol o isotip. Logosímbol monocromàtic positiu i negatiu. Logosímbol de color: color corporatiu. Construcció geomètrica. Escala dimensional. Tipografies corporatives. Usos incorrectes.

Aplicacions gràfiques. Papereria corporativa: sobre, paper amb membrete, targeta de presentació. Factura.

Aplicacions paragràfiques. Uniformes. Vehícles. Banderí o banderes. Productes promocionals.

Aplicacions arquitectòniques i ambientals: rètol de fatxada. Senyalística: senyal referencial, senyals indicatius i senyals direccionals.

– Els llibres d'estil. Estructura i continguts.

– Manuals corporatius d'interés en assessoria d'imatge corporativa:

Elements identificadors. Característiques. Diferències entre les diferents opcions.

– La gestió de la imatge corporativa en la comunicació visual.

– Avaluació de l'evolució del manual d'imatge.

– Anàlisi de la repercussió econòmica de les accions en imatge corporativa.

– 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.

d) 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.

Auditoria 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.

e) Elaboración del manual de imagen corporativa:

– El manual de estilo o manual de imagen corporativa. Estructura y objetivos:

Introducción. Información básica sobre la empresa, filosofía corporativa. Objetivos del manual de identidad visual corporativa.

Bases de la identidad visual. Logotipo. Símbolo o isotipo. Logosímbolo monocromático positivo y negativo. Logosímbolo a color: color corporativo. Construcción geométrica. Escala dimensional. Tipografías corporativas. Usos incorrectos.

Aplicaciones gráficas. Papelería corporativa: sobre, papel membreteado, tarjeta de presentación. Factura.

Aplicaciones paragráficas. Uniformes. Vehículos. Banderín o banderas. Productos promocionales.

Aplicaciones arquitectónicas y ambientales: rótulo de fachada. Señalética: señal referencial, señales indicativas y señales direccionales.

– Los libros de estilo. Estructura y contenidos.

– Manuales corporativos de interés en asesoría de imagen corporativa:

Elementos identificadores. Características. Diferencias entre las diferentes opciones.

– 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.



f) Implementació d'estratègies de comunicació:

– Polítiques d'imatge i comunicació empresarial/institucional.
Estratègies de comunicació corporativa.

– Pla de comunicació empresarial: definició d'objectius, definició d'estratègies i missatges, calendari d'actuació, avaluació de costos i seguiment del pla. Instruments del pla de comunicació:

Objectiu i destinataris.

Desenvolupament: tipus de comunicació. Suports de comunicació interna. Línia telefònica. Bústia de suggeriments. Tecnologies de la Informació i Comunicació (TIC). Enquestes als treballadors.

Metodologia: Disseny del pla de comunicació. Accions concretes.

– Anàlisi i aplicació del pla de comunicació empresarial.

– Les relacions externes amb repercussió en la imatge empresarial o institucional:

Definir la política general de comunicació amb un decàleg de principis i objectius.

Avaluar la situació actual.

Dissenyar el pla d'actuació. Elaborar programes i establir el planning.

Elaborar un protocol per a situacions de crisi.

Establir sistemes de seguiment i control. Auditories de comunicació, estratègies publicitàries, avaluació de campanyes, estudis de presència i valoració, entre d'altres.

– Relacions amb els mitjans i les agències de comunicació: selecció de la informació de l'empresa, anàlisi de la informació produïda pels mitjans de comunicació, intermediació entre l'empresa i els mitjans de comunicació. Anàlisi del clima d'opinió.

– La promoció institucional i/o corporativa. Definició i característiques.

– Elements de promoció corporativa:

Objectius.

Estratègia que s'ha de seguir

– Les accions de patrocini/mecenatge:

Selecció del patrocini.

Criteris bàsics de selecció.

Anàlisi de l'oferta.

Desenvolupament del patrocini.

Tipus de patrocini: patrocinador oficial, patrocinador associat, patrocinador tècnic.

10. Mòdul professional: Direcció i comercialització

Codi: 1071

Duració: 100 hores

Continguts:

a) Aplicació de tècniques d'organització de l'establiment d'imatge personal:

– Models organitzatius d'empreses d'imatge personal. Les empreses tradicionals d'imatge personal. Noves tendències empresarials.

– Instal·lacions generals dels establiments d'imatge personal. Disseny i distribució:

Instal·lacions tècniques (elèctriques, calefacció, climatització, etc.).

Instal·lacions professionals.

Instal·lacions complementàries (zona administrativa i zona de vendes, recepció, lavabos, magatzem, etc.).

– Recursos tècnics. Organització d'equips, ferramentes, cosmètics i útils.

– Imatge empresarial. Elements que la conformen.

b) Aplicació de tècniques d'organització i coordinació dels professionals:

– Organigrama del centre. Estructura jeràrquica:

Càrrecs, funcions i competències.

Necessitats de personal segons l'estructura de l'establiment.

– Qualificació dels professionals.

Requeriments mínims.

Relació amb el pla de formació empresarial.

– Planificació de la plantilla: procés de selecció de personal. Tècniques de selecció.

Entrevista, test i altres formes de selecció.

El reclutament. Concepte i característiques.

Sistemes de reclutament: intern i extern. Fonts per a reclutar. La preselecció.

f) 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:

Objetivo y destinatarios.

Desarrollo: Tipos de comunicación. Soportes de comunicación interna. Línea telefónica. Buzón de sugerencias. Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Encuestas a los trabajadores.

Metodología: Diseño del plan de comunicación. Acciones concretas.

– Análisis y aplicación del plan de comunicación empresarial.

– Las relaciones externas con repercusión en la imagen empresarial o institucional:

Definir la política general de comunicación con un decálogo de principios y objetivos.

Evaluar la situación actual.

Diseñar el Plan de actuación. Elaborar programas y establecer el planning.

Elaborar un protocolo para situaciones de crisis.

Establecer sistemas de seguimiento y control. Auditorías de comunicación, estrategias publicitarias, evaluación de campañas, estudios de presencia y valoración, entre otros.

– 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. Análisis del clima de opinión.

– La promoción institucional y/o corporativa. Definición y características.

– Elementos de promoción corporativa:

Objetivos.

Estrategia a seguir

– Las acciones de patrocinio/mecenazgo:

Selección del patrocinio.

Criterios básicos de selección.

Análisis de la oferta.

Desarrollo del patrocinio.

Tipos de patrocinio: Patrocinador Oficial. Patrocinador Asociado. Patrocinador Técnico.

10. Módulo profesional: Dirección y comercialización.

Código: 1071

Duración: 100 horas

Contenidos:

a) 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:

Instalaciones técnicas (eléctricas, calefacción, climatización, etc.)

Instalaciones profesionales.

Instalaciones complementarias (zona administrativa y zona de ventas, recepción, aseos, almacén, etc.)

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

– Imagen empresarial. Elementos que la conforman.

b) 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.



Concepte de motivació i desmotivació. Factors influents.

- Disseny del pla d'acollida en l'empresa.
- Organització i coordinació de l'horari de treball del personal.

Planificació de torns, períodes vacacionals, absències laborals i altres.

Previsió per a cobrir vacants i absències. Borsa de treball.

- Organització i coordinació de l'equip de treball i dels mitjans materials: distribució del treball al llarg de la jornada laboral.

c) Disseny de normes d'atenció i comunicació interpersonals:

- La comunicació. Comunicació externa i interna en l'empresa: tipus, característiques i diferències.
- Tècniques de comunicació eficaç:

Escolta activa: elements que faciliten l'escolta i elements que s'han d'evitar.

Feedback, claredat, concreció, assertivitat, empatia i altres.

- Claus per a una comunicació efectiva en un equip de treball.
- Comunicació externa amb clients i proveïdors: normes d'atenció al client. Protocol de comunicació amb el client:

Informació de productes i servicis.

Tècniques de presentació de propostes.

- Problemes en la comunicació externa: tipus i tècniques per a resoldre situacions de crisi.
- Comunicació interna en l'empresa: comunicació ascendent, descendent i horitzontal:

Protocols de comunicació interna.

Tècniques de motivació.

- Tècniques de resolució de conflictes.
- Deontologia professional:

Normes deontològiques aplicades a la imatge personal.

Secret professional.

- El lideratge. Lleis bàsiques de la direcció d'equips. Estils de lideratge.
- Altres tipus de comunicació o comunicació mixta: les reunions de treball. Tipus fases d'una reunió:

Com organitzar una reunió.

Elements necessaris, presa de decisions i altres aspectes.

d) Disseny de plans de formació i informació:

- Pla de formació i informació: concepte i finalitat. Identificació de la política de formació:

Expansió de l'empresa i adaptació a nous sectors.

La formació com a inversió.

- Objectius del pla de formació de l'empresa d'imatge personal.
- Fase d'anàlisi: detecció de necessitats formatives:

Instruments d'anàlisi: les fonts d'informació.

Priorització de necessitats.

- Disseny de les accions formatives: estructura, característiques i planificació.
- Tipus d'accions formatives: cursos, ponències, conferències, demostracions professionals, jornades, fires i congressos, entre d'altres:

Planificació operativa i logística: continguts, metodologia, formadors, organització, seqüenciació, ubicació, pressupost i recursos humans i materials.

- Comunicació i convocatòria del pla: continguts, proposta de formació i instruments de comunicació. Gestió, formadors i participants.

- Fase de desplegament i aplicació: característiques, seqüenciació i documentació.

- Fase de seguiment i avaluació. Instruments d'avaluació:

Valoració dels resultats.

Memòria final.

e) Realització d'operacions de gestió tècnica:

- Documentació: tipus de documentació tècnica i comercial:

Formats per a l'elaboració de documents adaptats als processos.

Mètodes de classificació, codificació, renovació i eliminació.

- Sistemes i mètodes d'arxivament de la documentació.

Tipus d'arxiu. Criteris de selecció.

Metodologia d'arxiu: fases del procediment organitzatiu.

- Aplicacions informàtiques específiques del sector: tipus, característiques i utilitats.
- Configuració de l'aplicació: assistència tècnica.

Concepto de motivación y desmotivación. Factores influyentes.

- 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.

c) 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 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. Estilos de liderazgo.
- Otros tipos de comunicación o comunicación mixta: las reuniones de trabajo. Tipos fases de una reunión:

Cómo organizar una reunión.

Elementos necesarios, toma de decisiones y otros aspectos.

d) 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 y logística: contenidos, metodología, formadores, organización, secuenciación, ubicación, presupuesto y recursos humanos y materiales.

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

e) Realización de operaciones de gestión técnica:

- Documentación: tipos de documentación técnica y comercial:

Formatos para la elaboración de documentos, adaptados a los procesos.

Métodos de clasificación, codificación, renovación y eliminación.

- Sistemas y métodos de archivo de la documentación.

Tipos de archivo. Criterios de selección.

Metodología de archivo: fases del procedimiento organizativo.

- Aplicaciones informáticas específicas del sector: tipos, características y utilidades.
- Configuración de la aplicación: asistencia técnica.



– Protecció de dades: legislació, sistemes de seguretat, protecció i confidencialitat de la informació.

– Persones usuàries del programa de gestió: criteris d'assignació.

– Creació de la base de dades i tractament de la informació:

Gestió de servicis, productes, clients i empleats.

Manteniment i còpies de seguretat.

f) Elaboració del pla de comercialització:

– Definició i conceptes bàsics de màrqueting. Tipus de màrqueting.

– El pla de comercialització de l'empresa:

Concepte i objectius.

Estratègies i accions.

– El client: tipus, necessitats i fidelització.

– Els productes i servicis en imatge personal. Disseny d'ofertes de producte servicis. Desenvolupament i llançament de nous productes i servicis.

– Tècniques de venda. El públic objectiu.

– L'assessor de vendes.

– Tractament i resolució de queixes i reclamacions:

Identificació del conflicte.

Aplicació de tècniques d'escolta activa.

Proposta de mesures correctores.

– Les promocions: concepte i classificació:

Principals objectius i efectes que persegueixen les promocions.

Estratègies promocionals utilitzades en el sector.

– Campanya promocional:

Criteris en una campanya promocional en imatge personal.

Les demostracions professionals i les fires i congressos com a tècniques de promoció i venda de productes i servicis.

g) Organització de l'aplicació de tècniques de publicitat i marxandatge:

– Pla de publicitat i marxandatge: concepte i objectius del pla. Estratègies i accions: el briefing, la fixació de propòsits, la definició del missatge, els mitjans dirigits i la posada en marxa.

– La publicitat: concepte i objectius. Principis de la publicitat: estudi de mercat i destinataris.

– Elements que conformen la publicitat com a tècnica de venda:

Estratègies publicitàries.

Mitjans publicitaris externs (televisió, ràdio, premsa, tanques publicitàries, marquesines, transport públic, publicitat en línia i pàgines web, entre d'altres) i interns (displays, expositors, cartells, aparadors, pel·lícules i altres).

– El marxandatge en una empresa d'imatge personal. Concepte. Elements del marxandatge. L'ambientació general, els punts de venda, els elements exteriors de l'establiment i la publicitat en el lloc de venda (PLV).

h) Establiment dels criteris de qualitat dels processos d'imatge personal:

– La figura del consultor-avaluador.

– La qualitat. Indicadors de la qualitat. Les normes de qualitat aplicades a una empresa del sector de la imatge personal. El principi de Pareto aplicat a la qualitat.

– Pla d'avaluació del projecte empresarial.

– Objectius de l'avaluació.

– Mètodes d'anàlisi. Anàlisi interna i extern. Paràmetres.

– Avaluació de recursos tècnics, humans i instal·lacions.

– Avaluació de la gestió tècnica i comercial.

– Avaluació de la imatge corporativa.

– Avaluació de la comercialització de productes i servicis.

– Avaluació de la comunicació integral de l'empresa.

– Avaluació dels processos tècnics i dels protocols de treball.

– Avaluació de l'entorn de l'empresa.

– Pla d'intervenció per a la correcció de les desviacions. Accions, seqüenciació, presentació de l'informe tècnic al client i altres.

– Valoració de les expectatives del client i grau de satisfacció. Tècniques per a mesurar el grau de satisfacció del client.

11. Mòdul professional: Projecte d'assessoria d'imatge personal i corporativa

Codi: 1190

Duració: 40 hores

Continguts:

– 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.

f) 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 producto servicios. Desarrollo y lanzamiento de nuevos productos y servicios.

– Técnicas de venta. El público objetivo.

– 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.

Estrategias promocionales utilizados en el sector.

– Campaña promocional:

Criterios en una campaña promocional en imagen personal.

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

g) Organización de la aplicación de técnicas de publicidad y merchandising:

– Plan de publicidad y merchandising: concepto y objetivos del plan. Estrategias y acciones: el briefing, la fijación de propósitos, la definición del mensaje, los medios dirigidos, y la puesta en marcha.

– La publicidad: Concepto y objetivos. Principios de la publicidad: estudio de mercado y destinatarios.

– 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).

– 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).

h) Establecimiento de los criterios de calidad de los procesos de imagen personal:

– La figura del consultor-evaluador.

– La calidad. Indicadores de la calidad. Las normas de calidad aplicadas a una empresa del sector de la imagen personal. El principio de Pareto aplicado a la calidad.

– 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.

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

Código: 1190

Duración: 40 horas

Contenidos:



a) Identificació de les necessitats del sector de l'assessoria d'imatge i relació amb projectes tipus que les satisfacen.

– Estructura i organització empresarial del sector de l'assessoria d'imatge.

– Activitat de l'empresa i ubicació en el sector de l'assessoria d'imatge.

– Organigrama de l'empresa. relació funcional entre departaments.

– Tendències del sector: productives, econòmiques, organitzatives, d'ocupació i altres.

– Identificació del tipus de projecte requerit i característiques per a donar resposta a les demandes del sector de l'assessoria d'imatge.

– Determinació de les obligacions fiscals, laborals i de prevenció de riscos, i condicions d'aplicació.

– Determinació de possibles ajudes o subvencions per a la incorporació de noves tecnologies que es proposen.

– Elaboració del guió de treball del projecte.

– Sistemes de qualitat i seguretat aplicables en el sector de l'assessoria d'imatge

b) Disseny de projectes relacionats amb el sector de l'assessoria d'imatge:

– Recopilació d'informació.

– Viabilitat i oportunitat del projecte.

– Estructura general d'un projecte. Fases o parts que el componen.

– Elaboració d'un guió de treball.

– Planificació de l'execució del projecte: objectius, continguts, recursos materials i personals, temporalització.

– Realització del pressupost econòmic. Identificació de les necessitats de finançament.

– Identificació dels indicadors de garantia de la qualitat del projecte.

– Revisió de la normativa aplicable.

c) Execució de projectes. Pla d'intervenció.

– Seqüenciació d'activitats i determinació de recursos i logística necessaris per a aquestes.

– Procediments d'actuació o execució de les activitats. Elaboració d'instruccions de treball.

– Documentació necessària per a l'execució del projecte. Permisos i autoritzacions.

– Elaboració d'un pla de prevenció de riscos.

– Compliment de normes de seguretat i ambientals.

d) Avaluació de projectes. Seguiment i control de l'execució.

– Definició del procediment d'avaluació del projecte.

– Determinació de les variables susceptibles d'avaluació.

– Determinació dels indicadors de qualitat per a realitzar l'avaluació.

– Avaluació de les incidències que es presenten en la realització del projecte i la possible solució i registre.

– Documentació necessària per a l'avaluació del projecte.

– Control de qualitat del procés i producte final.

– Registre de resultats.

12. Mòdul professional: Formació i orientació laboral

Codi: 1191

Duració: 96 hores

Continguts:

a) Busca activa d'ocupació:

– Valoració de la importància de la formació permanent per a la trajectòria laboral i professional del tècnic superior en Assessoria d'Imatge Personal i Corporativa.

– Anàlisi dels interessos, aptituds i motivacions personals per a la carrera professional.

– Identificació d'itineraris formatius relacionats amb el tècnic superior en Assessoria d'Imatge Personal i Corporativa.

– Definició i anàlisi del sector professional del tècnic superior en Assessoria d'Imatge Personal i Corporativa.

– Planificació de la carrera pròpia: establiment d'objectius a mitjà i llarg termini.

– Procés de busca d'ocupació en empreses del sector.

– Oportunitats d'aprenentatge i ocupació a Europa. Europass (elaborat en una segona llengua europea), Ploteus, Erasmus.

a) Identificación de las necesidades del sector de la asesoría de imagen y su relación con proyectos tipo que las satisfagan.

– Estructura y organización empresarial del sector de la asesoría de imagen.

– Actividad de la empresa y su ubicación en el sector de la asesoría de imagen.

– Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos.

– Tendencias del sector: productivas, económicas, organizativas, de empleo y otras.

– Identificación del tipo de proyecto requerido y sus características para dar respuesta a las demandas del sector de la asesoría de imagen.

– Determinación de las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos y sus condiciones de aplicación.

– Determinación de posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de nuevas tecnologías que se proponen.

– Elaboración del guión de trabajo del proyecto.

– Sistemas de calidad y seguridad aplicables en el sector de la asesoría de imagen

b) Diseño de proyectos relacionados con el sector de la asesoría de imagen:

– Recopilación de información.

– Viabilidad y oportunidad del proyecto.

– Estructura general de un proyecto. Fases o partes que lo componen.

– Elaboración de un guión de trabajo.

– Planificación de la ejecución del proyecto: objetivos, contenidos, recursos materiales y personales, temporalización.

– Realización del presupuesto económico. Identificación de las necesidades de financiación.

– Identificación de los indicadores de garantía de la calidad del proyecto.

– Revisión de la normativa aplicable.

c) Ejecución de proyectos. Plan de intervención.

– Secuenciación de actividades y determinación de recursos y logística necesarios para las mismas.

– Procedimientos de actuación o ejecución de las actividades. Elaboración de instrucciones de trabajo.

– Documentación necesaria para la ejecución del proyecto. Permisos y autorizaciones.

– Elaboración de un plan de prevención de riesgos.

– Cumplimiento de normas de seguridad y ambientales.

d) Evaluación de proyectos. Seguimiento y control de la ejecución.

– Definición del procedimiento de evaluación del proyecto.

– Determinación de las variables susceptibles de evaluación.

– Determinación de los indicadores de calidad para realizar la evaluación.

– Evaluación de las incidencias que se presenten en la realización del proyecto y su posible solución y registro.

– Documentación necesaria para la evaluación del proyecto.

– Control de calidad del proceso y producto final.

– Registro de resultados.

12. Módulo profesional: Formación y orientación laboral

Código: 1191

Duración: 96 horas

Contenidos:

a) 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.

– 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 Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

– Planificación de la propia carrera: establecimiento de objetivos a medio y largo plazo.

– Proceso de búsqueda de empleo en empresas del sector.

– Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa. Europass (elaborado en una segunda lengua europea), Ploteus, Erasmus.



– Tècniques i instruments de busca d'ocupació: fonts d'informació i reclutament. Tècniques per a la selecció i organització de la informació.

– Carta de presentació. Currículum. Tests psicotècnics. Entrevista de treball.

– Valoració d'altres possibilitats d'inserció: autoocupació i accés a la funció pública.

– El procés de presa de decisions.

b) Gestió del conflicte i equips de treball:

– Valoració dels avantatges i inconvenients del treball en equip per a l'eficàcia de l'organització davant del treball individual.

– Concepte d'equip de treball.

– Tipus d'equips en el sector de l'assessoria d'imatge segons les funcions que exercixen.

– Característiques d'un equip de treball eficaç.

– La participació en l'equip de treball. Anàlisi dels diferents rols dels participants.

– Etapes de formació dels equips de treball.

– Tècniques de dinamització de grups.

– Definició del conflicte: característiques, fonts i etapes.

– Causes del conflicte en el món laboral.

– Mètodes per a la resolució o la supressió del conflicte: negociació; mediació, conciliació i arbitratge.

c) Contracte de treball:

– El dret del treball. Fonts del dret del treball, en especial, el conveni col·lectiu.

– Anàlisi de la relació laboral individual.

– Relacions laborals excloses i relacions laborals especials.

– Noves formes de regulació del treball.

– Intervenció dels organismes públics en les relacions laborals.

– Drets i deures derivats de la relació laboral.

– El contracte de treball: característiques, contingut mínim, formalització i període de prova.

– Modalitats de contractes de treball i mesures de foment de la contractació. ETT.

– Temps de treball: jornada, descans, vacances, permisos, hores extraordinàries, festius, horaris...

– Condicions de treball relacionades amb la conciliació de la vida laboral i familiar.

– Salari: estructura del salari, SMI, FOGASA, rebut de salaris.

– Modificació, suspensió i extinció del contracte de treball. Rebut de liquidació.

– Representació dels treballadors: representants unitaris i sindicals.

– Negociació col·lectiva.

– Anàlisi d'un conveni col·lectiu aplicable a l'àmbit professional del tècnic superior en Assessoria d'Imatge Personal i Corporativa.

– Conflictes col·lectius de treball.

– Noves formes d'organització del treball: subcontractació, tele treball...

– Beneficis per als treballadors en les noves organitzacions: flexibilitat i beneficis socials, entre d'altres.

– Plans d'igualtat.

d) Seguretat Social, ocupació i desocupació:

– El sistema de Seguretat Social com a principi bàsic de solidaritat social.

– Estructura del sistema de Seguretat Social: nivells de protecció; règims especials i general.

– Determinació de les principals obligacions dels empresaris i dels treballadors en matèria de Seguretat Social: afiliació, altes, baixes i cotització.

– L'acció protectora de la Seguretat Social: prestacions contributives i no contributives.

– Concepte i situacions protegibles en la protecció per desocupació: prestació de desocupació, subsidi, renda activa d'inserció.

– RETA: obligacions i acció protectora.

e) Avaluació de riscos professionals:

– La cultura preventiva: integració en l'activitat i l'organització de l'empresa.

– Valoració de la relació entre treball i salut. Normativa reguladora.

– El risc professional.

– El dany laboral: AT, EP, altres patologies.

– Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo: fuentes de información y reclutamiento. Técnicas para la selección y organización de la información.

– Carta de presentación. Currículum Vitae. Tests psicotécnicos. Entrevista de trabajo.

– Valoración de otras posibilidades de inserción: autoempleo y acceso a la función pública.

– El proceso de toma de decisiones.

b) Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

– Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo en equipo para la eficacia de la organización frente al trabajo individual.

– Concepto de equipo de trabajo.

– Tipos de equipos en el sector de la asesoría de imagen según las funciones que desempeñan.

– Características de un equipo de trabajo eficaz.

– La participación en el equipo de trabajo. Análisis de los diferentes roles de los participantes.

– Etapas de formación de los equipos de trabajo.

– Técnicas de dinamización de grupos.

– Definición del conflicto: características, fuentes y etapas.

– Causas del conflicto en el mundo laboral.

– Métodos para la resolución o supresión del conflicto: negociación; mediación, conciliación y arbitraje.

c) Contrato de trabajo:

– El derecho del trabajo. Fuentes del derecho del trabajo, en especial, el convenio colectivo.

– Análisis de la relación laboral individual.

– Relaciones laborales excluidas y relaciones laborales especiales.

– Nuevas formas de regulación del trabajo.

– Intervención de los organismos públicos en las relaciones laborales.

– Derechos y deberes derivados de la relación laboral.

– El contrato de trabajo: características, contenido mínimo, formalización y período de prueba.

– Modalidades de contratos de trabajo y medidas de fomento de la contratación. ETT.

– Tiempo de trabajo: jornada, descanso, vacaciones, permisos, horas extraordinarias, festivos, horarios...

– Condiciones de trabajo relacionadas con la conciliación de la vida laboral y familiar.

– Salario: estructura del salario, SMI, FOGASA, recibo de salarios.

– Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo. Recibo de finiquito.

– Representación de los trabajadores: representantes unitarios y sindicales.

– Negociación colectiva.

– Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

– Conflictos colectivos de trabajo.

– Nuevas formas de organización del trabajo: subcontractación, teletrabajo...

– Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad y beneficios sociales, entre otros.

– Planes de Igualdad.

d) Seguridad Social, empleo y desempleo:

– El sistema de Seguridad Social como principio básico de solidaridad social.

– Estructura del sistema de Seguridad Social: niveles de protección; regímenes especiales y general.

– Determinación de las principales obligaciones de los empresarios y los trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.

– La acción protectora de la Seguridad Social: prestaciones contributivas y no contributivas.

– Concepto y situaciones protegibles en la protección por desempleo: prestación de desempleo, subsidio, renta activa de inserción.

– RETA: obligaciones y acción protectora.

e) Evaluación de riesgos profesionales:

– La cultura preventiva: integración en la actividad y organización de la empresa.

– Valoración de la relación entre trabajo y salud. Normativa reguladora.

– El riesgo profesional.

– El daño laboral: AT, EP, otras patologías.



- Tècniques de prevenció.
- Anàlisi de factors de risc.
- L'avaluació de riscos en l'empresa com a element bàsic de l'activitat preventiva. Metodologia d'avaluació.
- Anàlisi de riscos lligats a les condicions de seguretat.
- Anàlisi de riscos lligats a les condicions ambientals.
- Anàlisi de riscos lligats a les condicions ergonòmiques i psicosocials.
- Riscos específics en el sector de l'assessoria d'imatge.
- Determinació dels possibles danys a la salut del treballador que poden derivar-se de les situacions de risc detectades.
- f) Planificació de la prevenció de riscos en l'empresa:
 - Drets i deures en matèria de prevenció de riscos laborals.
 - Responsabilitats en matèria de prevenció de riscos laborals.
 - Modalitats d'organització de la prevenció a l'empresa.
 - Auditories internes i externes.
 - Representació dels treballadors en matèria preventiva.
 - Organismes públics relacionats amb la prevenció de riscos laborals: OIT, Agència Europea de Seguretat i Salut, INSHT, Inspecció de Treball, INVASSAT...
 - Gestió de la prevenció en l'empresa.
 - Planificació de la prevenció en l'empresa.
 - Investigació, notificació i registre d'accidents de treball.
 - Índexs de sinistralitat laboral.
 - Plans d'emergència i d'evacuació en entorns de treball.
 - Elaboració d'un pla d'emergència en una empresa del sector.
- g) Aplicació de mesures de prevenció i protecció en l'empresa:
 - Determinació de les mesures de prevenció i protecció individual i col·lectiva.
 - Protocol d'actuació davant d'una situació d'emergència.
 - Primers auxilis: concepte, aplicació de tècniques de primers auxilis.
 - Vigilància de la salut dels treballadors.

13. Mòdul professional: Empresa i iniciativa emprenedora

Codi: 1192

Duració: 60 hores

Continguts:

- a) Iniciativa emprenedora:
 - Innovació i desenvolupament econòmic. Principals característiques de la innovació en l'activitat de l'assessoria d'imatge (materials, tecnologia i organització de la producció, entre d'altres).
 - Beneficis socials de la cultura emprenedora.
 - El caràcter emprenedor. Factors clau dels emprenedors: iniciativa, creativitat i formació.
 - L'actuació dels emprenedors com a empleats d'una pime relacionada amb l'assessoria d'imatge.
 - L'actuació dels emprenedors com a empresaris en el sector de l'assessoria d'imatge.
 - El risc en l'activitat emprenedora.
 - Concepte d'empresari. Requisits per a l'exercici de l'activitat empresarial.
 - Objectius personals versus objectius empresarials.
 - Pla d'empresa: la idea de negoci en l'àmbit de l'assessoria d'imatge.
 - Bones pràctiques de cultura emprenedora en l'àmbit de la de l'assessoria d'imatge.
- b) L'empresa i el seu entorn:
 - Funcions bàsiques de l'empresa.
 - L'empresa com a sistema.
 - Distintes formes d'organització: avantatges i inconvenients. L'organigrama.
 - L'entorn general de l'empresa: econòmic, social, demogràfic, cultural i mediambiental.
 - L'entorn específic de l'empresa: clients, proveïdors i competència.
 - Anàlisi de l'entorn general d'una pime relacionada amb l'assessoria d'imatge.
 - Anàlisi de l'entorn específic d'una pime relacionada amb l'assessoria d'imatge.
 - L'estudi de mercat.
 - Localització de l'empresa.

- Técnicas de prevención.
- Análisis de factores de riesgo.
- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva. Metodología de evaluación.
- 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 psicosociales.
- Riesgos específicos en el sector de la asesoría de imagen.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.
- f) Planificación de la prevención de riesgos en la empresa:
 - Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
 - Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.
 - Modalidades de organización de la prevención a la empresa.
 - Auditorías internas y externas.
 - Representación de los trabajadores en materia preventiva.
 - Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales: OIT, Agencia Europea de Seguridad y Salud, INSHT, Inspección de Trabajo, INVASSAT...
 - Gestión de la prevención en la empresa.
 - Planificación de la prevención en la empresa.
 - Investigación, notificación y registro de accidentes de trabajo.
 - Índices de siniestralidad laboral.
 - Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
 - Elaboración de un plan de emergencia en una empresa del sector.
- g) 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: concepto, aplicación de técnicas de primeros auxilios.
 - Vigilancia de la salud de los trabajadores.

13. Módulo profesional: Empresa e iniciativa emprenedora.

Código: 1192

Duración: 60 horas

Contenidos:

- a) Iniciativa emprenedora:
 - Innovación y desarrollo económico. Principales características de la innovación en la actividad de la asesoría de imagen (materiales, tecnología y organización de la producción, entre otras.).
 - Beneficios sociales de la cultura emprenedora.
 - El carácter emprenedor. Factores claves de los emprenedores: iniciativa, creatividad y formación.
 - La actuación de los emprenedores como empleados de una pime relacionada con la asesoría de imagen.
 - La actuación de los emprenedores como empresarios en el sector de la asesoría de imagen.
 - El riesgo en la actividad emprenedora.
 - Concepto de empresario. Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial.
 - Objetivos personales versus objetivos empresariales.
 - Plan de empresa: la idea de negocio en el ámbito de la asesoría de imagen.
 - Buenas prácticas de cultura emprenedora en el ámbito de la de la asesoría de imagen.
- b) La empresa y su entorno:
 - Funciones básicas de la empresa.
 - La empresa como sistema.
 - Distintas formas de organización: ventajas e inconvenientes. El organigrama.
 - El entorno general de la empresa: económico, social, demográfico, cultural y medioambiental.
 - El entorno específico de la empresa: clientes, proveedores y competencia.
 - Análisis del entorno general de una pime relacionada con la asesoría de imagen.
 - Análisis del entorno específico de una pime relacionada con la asesoría de imagen.
 - El estudio de mercado.
 - Localización de la empresa.



- Pla de màrqueting.
- Relacions d'una pime d'assessoria d'imatge amb el seu entorn.
- Relacions d'una pime d'assessoria d'imatge amb el conjunt de la societat.
- Contribució d'una pime relacionada amb l'assessoria d'imatge i el desenvolupament sostenible.
- Cultura de l'empresa i imatge corporativa
- L'ètica empresarial i els principis ètics d'actuació.
- La responsabilitat social corporativa.
- El balanç social.
- Responsabilitat social i ètica de les empreses assessoria d'imatge.
- c) Creació i posada en marxa d'una empresa:
 - Concepte jurídic d'empresa.
 - Tipus d'empresa i elecció de la forma jurídica: responsabilitat, fiscalitat, capital social, dimensió i nombre de socis.
 - Requisits legals mínims exigits per a la constitució de l'empresa, segons la seua forma jurídica.
 - Tràmits administratius per a la constitució d'una empresa.
 - Vies d'assessorament i gestió administrativa externs existents per a posar en marxa una pime. La finestreta única empresarial.
 - Concepte d'inversió i fonts de finançament.
 - Instruments de finançament bancari.
 - Ajudes, subvencions i incentius fiscals per a empreses assessoria d'imatge.
 - Viabilitat econòmica i viabilitat financera d'una pime relacionada l'assessoria d'imatge.
 - Pla d'empresa: elecció de la forma jurídica, estudi de viabilitat econòmica i financera, tràmits administratius i gestió d'ajudes i subvencions.
- d) Funció administrativa:
 - Concepte de comptabilitat i nocions bàsiques.
 - Operacions comptables: registre de la informació econòmica d'una empresa.
 - La comptabilitat com a imatge fidel de la situació econòmica.
 - El balanç i el compte de resultats.
 - Anàlisi de la informació comptable.
 - Llibres i documents obligatoris segons la normativa vigent.
 - Obligacions fiscals de les empreses.
 - Gestió administrativa de l'assessoria d'imatge.
 - Documents necessaris per a l'exercici de l'activitat econòmica: documents de compravenda, mitjans de pagament i altres.

14. Mòdul professional: Formació en centres de treball

Codi: 1193

Duració: 400 hores

Continguts:

- a) Identificació de l'estructura i organització empresarial:
 - Estructura i organització de l'empresa.
 - Activitat de l'empresa i ubicació en el sector de la imatge personal.
 - Organigrama de l'empresa. relació funcional entre departaments.
 - Organigrama logístic de l'empresa. Proveïdors, clients i canals de comercialització.
 - Procediments de treball en l'àmbit de l'empresa. Sistemes i mètodes de treball.
 - Recursos humans en l'empresa: requisits de formació i de competències professionals, personals i socials associades als diferents llocs de treball.
 - Sistema de qualitat establert en el centre de treball.
 - Sistema de seguretat establert en el centre de treball.
- b) Aplicació d'hàbits ètics i laborals:
 - Actituds personals: empatia, puntualitat.
 - Actituds professionals: orde, neteja, responsabilitat i seguretat.
 - Actituds davant de la prevenció de riscos laborals i ambientals.
 - Jerarquia en l'empresa. Comunicació amb l'equip de treball.
 - Documentació de les activitats professionals: mètodes de classificació, codificació, renovació i eliminació.
 - Reconeixement i aplicació de les normes internes de l'empresa, instruccions de treball, procediments normalitzats de treball i altres.
- c) Realització d'operacions de preparació de l'activitat laboral:
 - Interpretació dels procediments i les instruccions de l'empresa.

- Plan de marketing.
- Relaciones de una pyme de asesoría de imagen con su entorno.
- Relaciones de una pyme de asesoría de imagen con el conjunto de la sociedad.
- Contribución de una pyme relacionada con la asesoría de imagen y el desarrollo sostenible.
- Cultura de la empresa e imagen corporativa
- La ética empresarial y los principios éticos de actuación.
- La responsabilidad social corporativa.
- El balance social.
- Responsabilidad social y ética de las empresas asesoría de imagen.
- c) Creación y puesta en marcha de una empresa:
 - Concepto jurídico de empresa.
 - Tipos de empresa y elección de la forma jurídica: responsabilidad, fiscalidad, capital social, dimensión y número de socios.
 - Requisitos legales mínimos exigidos para la constitución de la empresa, según su forma jurídica.
 - Trámites administrativos para la constitución de una empresa.
 - Vías de asesoramiento y gestión administrativa externos existentes para poner en marcha una pyme. La ventanilla única empresarial.
 - Concepto de inversión y fuentes de financiación.
 - Instrumentos de financiación bancaria.
 - Ayudas, subvenciones e incentivos fiscales para empresas asesoría de imagen.
 - Viabilidad económica y viabilidad financiera de una pyme relacionada la 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.
- d) Función administrativa:
 - Concepto de contabilidad y nociones básicas.
 - Operaciones contables: registro de la información económica de una empresa.
 - La contabilidad como imagen fiel de la situación económica.
 - El Balance y la Cuenta de resultados.
 - Análisis de la información contable.
 - Libros y documentos obligatorios según la normativa vigente
 - Obligaciones fiscales de las empresas.
 - Gestión administrativa de la asesoría de imagen.
 - Documentos necesarios para el desarrollo de la actividad económica: documentos de compraventa, medios de pago y otros.

14. Módulo profesional: Formación en centros de trabajo.

Código: 1193

Duración: 400 horas

Contenidos:

- a) Identificación de la estructura y organización empresarial:
 - Estructura y organización de la empresa.
 - Actividad de la empresa y su ubicación en el sector de la imagen personal.
 - Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos.
 - Organigrama logístico de la empresa. Proveedores, clientes y canales de comercialización.
 - Procedimientos de trabajo en el ámbito de la empresa. Sistemas y métodos de trabajo.
 - Recursos humanos en la empresa: requisitos de formación y de competencias profesionales, personales y sociales asociadas a los diferentes puestos de trabajo.
 - Sistema de calidad establecido en el centro de trabajo.
 - Sistema de seguridad establecido en el centro de trabajo.
- b) Aplicación de hábitos éticos y laborales:
 - Actitudes personales: empatía, puntualidad.
 - Actitudes profesionales: orden, limpieza, responsabilidad y seguridad.
 - Actitudes ante la prevención de riesgos laborales y ambientales.
 - Jerarquía en la empresa. Comunicación con el equipo de trabajo.
 - Documentación de las actividades profesionales: métodos de clasificación, codificación, renovación y eliminación.
 - Reconocimiento y aplicación de las normas internas de la empresa, instrucciones de trabajo, procedimientos normalizados de trabajo y otros.
- c) Realización de operaciones de preparación de la actividad laboral:
 - Interpretación de los procedimientos e instrucciones de la empresa.



– Valoració de la imatge personal pròpia com a imatge d'empresa.
– Maneig d'informació i documentació utilitzada i generada en el procés.

– Gestió de fitxers de servicis, empleats, clients, productes i proveïdors.

– Organització de documentació, dossiers i manuals de l'empresa.
– Interpretació i disseny de protocols de l'empresa.
– Organització i coordinació de l'equip de treball.
– L'avaluació global dels processos de l'empresa. Criteris de qualitat.

d) Identificació de les necessitats del client:

– Identificació de demandes i requeriments del client.
– Anàlisi de les característiques i necessitats de la pell i del cabell.
– Anàlisi de la morfologia facial i corporal.
– Identificació del perfil psicosocial i professional.
– Aplicació de mètodes d'observació i mitjans audiovisuals per a analitzar habilitats comunicatives, models de comportament i/o usos socials.

– La imatge corporativa. Interpretació iconològica dels elements interns i externs que la conformen.

– Identificació de les característiques que es corregiran o potenciaran a través de l'assessoria d'imatge personal o corporativa.

– Normes d'atenció al client.

e) Propostes d'estils de pentinats, maquillatge i atencions estètiques:

– La documentació en l'assessoria d'imatge personal. Fonts documentals i manuals d'estils.

– Determinació dels canvis que es realitzaran en l'estil de pentinat, el tipus de maquillatge i els tractaments i atencions estètiques segons el tipus d'assessorament (personal, o corporatiu).

– Entrenament d'automaquillatge.

– Selecció de tècniques de perruqueria i atencions estètiques.

– Elaboració del dossier d'assessoria d'imatge amb les propostes realitzades.

– Pla d'actuació per al canvi d'imatge. Pla de manteniment de la nova imatge.

f) Assessorament en canvis d'imatge a través de la indumentària:

– Anàlisi de les característiques físiques i preferències en estil del client per a l'elecció del vestuari i complementos.

– Determinació dels canvis en la indumentària segons el tipus d'assessorament (personal o corporatiu).

– Identificació i selecció de peces de roba, tèxtils i colors més recomanables segons les característiques del client.

– Relació entre indumentària, maquillatge i pentinat.

– Elecció i combinació de peces de vestir i complementos.

– Assessorament en la compra de roba i complementos. Proposició d'establiments, marques i firmes de roba.

– L'etiqueta en la vestimenta.

– Elaboració del dossier d'assessoria d'imatge amb les propostes realitzades.

– El comportament professional de l'assessor.

g) Col·laboració en l'organització d'actes protocol·laris i esdeveniments:

– Requeriments dels actes i esdeveniments en matèria de protocol, usos socials, etiqueta i materials.

– Normativa protocol·laria: les precedències oficials.

– Planificació de la posada en marxa dels actes i esdeveniments. Distribució dels assistents. Seqüenciació de les intervencions orals, entre d'altres.

– Pla d'entrenament al client en usos socials.

– Pla d'entrenament al client en habilitats comunicatives.

– L'assessorament en imatge personal per als actes protocol·laris.

– Col·laboració en actes o esdeveniments empresarials. Aplicació de criteris d'imatge corporativa. Control del procés i seguiment de normes de qualitat de l'empresa.

h) Presentació de la proposta tècnica de canvi d'imatge:

– Disseny de la proposta tècnica d'assessoria personal, pública i/o corporativa.

– Documentació associada a la proposta. El pressupost. Autorització de la posada en marxa del canvi d'imatge.

– Suports per a la proposta: el suport manual i el suport informàtic.

– Valoración de la propia imagen personal como imagen de empresa.
– Manejo de información y documentación utilizada y generada en el proceso.

– Gestión de ficheros de servicios, empleados, clientes, productos y proveedores.

– Organización de documentación, dossiers y manuales de la empresa.
– Interpretación y diseño de protocolos de la empresa.
– Organización y coordinación del equipo de trabajo.
– La evaluación global de los procesos de la empresa. Criterios de calidad.

d) Identificación de las necesidades del cliente:

– Identificación de demandas y requerimientos del cliente.
– Análisis de las características y necesidades de la piel y del pelo.
– Análisis de la morfología facial y corporal.
– Identificación del perfil psicosocial y profesional.
– Aplicación de métodos de observación y medios audiovisuales para analizar habilidades comunicativas, modelos de comportamiento y/o usos sociales.

– La imagen corporativa. Interpretación iconológica de los elementos internos y externos que la conforman.

– Identificación de las características que se van a corregir o potenciar a través de la asesoría de imagen personal o corporativa.

– Normas de atención al cliente.

e) Propuestas de estilos de peinados, maquillaje y cuidados estéticos:

– La documentación en la asesoría de imagen personal. Fuentes documentales y manuales de estilos.

– Determinación de los cambios que se van a realizar en el estilo de peinado, el tipo de maquillaje y los tratamientos y cuidados estéticos según el tipo de asesoramiento (personal, o corporativo).

– Entrenamiento de Automaquillaje.

– Selección de técnicas de peluquería, y cuidados estéticos.

– Elaboración del dossier de asesoría de imagen con las propuestas realizadas

– Plan de actuación para el cambio de imagen. Plan de mantenimiento de la nueva imagen.

f) Asesoramiento en cambios de imagen a través de la indumentaria:

– Análisis de las características físicas y preferencias en estilo del cliente para la elección del vestuario y complementos.

– Determinación de los cambios en la indumentaria según el tipo de asesoramiento (personal, o corporativo).

– Identificación Selección de prendas, textiles y colores más recomendables según las características del cliente.

– Relación entre indumentaria, maquillaje y peinado.

– Elección y combinación de piezas de vestir y complementos.

– Asesoramiento en la compra de ropa y complementos. Proposición de establecimientos, marcas y firmas de ropa.

– La etiqueta en el vestir.

– Elaboración del dossier de asesoría de imagen con las propuestas realizadas

– El comportamiento profesional del asesor.

g) Colaboración en la organización de actos protocolarios y eventos:

– Requerimientos de los actos y eventos en materia de protocolo, usos sociales, etiqueta y materiales.

– Normativa protocolaria: las precedencias oficiales.

– Planificación de la puesta en marcha de los actos y eventos. Distribución de los asistentes. Secuenciación de las intervenciones orales, entre otras.

– Plan de entrenamiento al cliente en usos sociales.

– Plan de entrenamiento al cliente en habilidades comunicativas.

– El asesoramiento en imagen personal para los actos protocolarios.

– Colaboración en actos o eventos empresariales. Aplicación de criterios de imagen corporativa. Control del proceso y seguimiento de normas de calidad de la empresa.

h) Presentación de la propuesta técnica de cambio de imagen:

– Diseño de la propuesta técnica de asesoría personal, pública y/o corporativa.

– Documentación asociada a la propuesta. El presupuesto. Autorización de la puesta en marcha del cambio de imagen.

– Soportes para la propuesta: el soporte manual y el soporte informático.

- Tècniques de comunicació en la presentació de la proposta i el pressupost al client.
- Les objeccions i l'argumentació d'aquestes.
- Les normes deontològiques i la Llei de Protecció de Dades de Caràcter Personal.

- Técnicas de comunicación en la presentación de la propuesta y presupuesto al cliente.
- Las objeciones y su argumentación.
- Las normas deontológicas y la Ley de Protección de Datos de Carácter Personal.

ANNEX II

Seqüenciació i distribució horària setmanal dels mòduls professionals

Cicle formatiu de grau superior: Assessoria d'Imatge Personal i Corporativa				
Mòdul professional	Duració (hores)	Primer curs h/ setmana	Segon curs	
			2 trimestres h/setmana	1 trimestre hores
1181. Assessoria cosmètica.	96	3		
1182. Disseny d'imatge integral	160	5		
1183. Estilisme en vestuari i complements	192	6		
1184. Assessoria de perruqueria	160	5		
1187. Assessoria estètica	160	5		
1191. Formació i orientació laboral	96	3		
CV0003 Anglès tècnic I-S. Horari reservat per a la docència en anglès	96	3		
1185. Protocol i organització d'esdeveniments	120		6	
1186. Usos socials	80		4	
1188. Habilitats comunicatives	100		5	
1189. Imatge corporativa	100		5	
1071. Direcció i comercialització (1)	100		5	
1190. Projecte d'assessoria d'imatge personal i corporativa	40			40
1192. Empresa i iniciativa emprenedora	60		3	
CV0004 Anglès tècnic II-S. Horari reservat per a la docència en anglès	40		2	
1193. Formació en centres de treball.	400			400
Total en el cicle formatiu	2.000	30	30	440

(1): Mòduls professionals transversals a uns altres títols de Formació Professional.

ANEXO II

Secuenciación y distribución horaria semanal de los módulos profesionales

Ciclo formativo de grado superior: Asesoría de Imagen Personal y Corporativa				
Módulo profesional	Duración (horas)	Primer curso h/ semana	Segundo curso	
			2 trimestres h/semana	1 trimestre horas
1181. Asesoría Cosmética	96	3		
1182. Diseño de Imagen Integral	160	5		
1183. Estilismo en Vestuario y Complementos	192	6		
1184. Asesoría de Peluquería	160	5		
1187. Asesoría Estética	160	5		
1191. Formación y Orientación Laboral	96	3		
CV0003 Inglés Técnico I-S. Horario reservado para la docencia en inglés	96	3		
1185. Protocolo y Organización de Eventos	120		6	
1186. Usos Sociales	80		4	
1188. Habilidades Comunicativas	100		5	
1189. Imagen Corporativa	100		5	
1071. Dirección y Comercialización (1)	100		5	
1190. Proyecto de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa	40			40
1192. Empresa e Iniciativa Emprendedora.	60		3	
CV0004 Inglés Técnico II-S. Horario reservado para la docencia en inglés	40		2	
1193. Formación en Centros de Trabajo	400			400
Total en el ciclo formativo	2000	30	30	440

(1): Módulos profesionales transversales a otros títulos de Formación Profesional.



ANNEX III
Professorat

A. Atribució docent

Mòduls professionals	Especialitat del professorat	Cos
CV0003. Anglès tècnic I-S CV0004. Anglès tècnic II-S	Anglès	– Catedràtic d'Ensenyança Secundària – Professor d'Ensenyança Secundària

B. Formació inicial requerida al professorat de centres docents de titularitat privada o d'altres administracions diferents de l'educativa

Mòduls professionals	Requisits de formació inicial
CV0003. Anglès tècnic I-S CV0004. Anglès tècnic II-S	Els indicats per a impartir la matèria d'Anglès, d'Educació Secundària Obligatòria o de Batxillerat, segons estableix el Reial decret 860/2010, de 2 de juliol, pel qual es regulen les condicions de formació inicial del professorat dels centres privats per a exercir la docència en les ensenyances d'Educació Secundària Obligatòria o del Batxillerat (BOE 17).

ANNEX IV

Curriculum complet de mòduls professionals d'Anglès tècnic

Mòdul professional: Anglès tècnic I-S.

Codi: CV0003

Duració: 96 hores

Resultats d'aprenentatge i criteris d'avaluació.

1. Reconeix informació professional i quotidiana continguda en tot tipus de discursos orals emesos per qualsevol mitjà de comunicació en llengua estàndard, i interpreta amb precisió el contingut del missatge.

a) S'ha identificat la idea principal del missatge.

b) S'ha reconegut la finalitat de missatges radiofònics i d'un altre material gravat o retransmès pronunciat en llengua estàndard i s'ha identificat l'estat d'ànim i el to del parlant.

c) S'ha extret informació de gravacions en llengua estàndard relacionades amb la vida social, professional o acadèmica.

d) S'han identificat els punts de vista i les actituds del parlant.

e) S'han identificat les idees principals de declaracions i missatges sobre temes concrets i abstractes, en llengua estàndard i amb un ritme normal.

f) S'ha comprès detalladament el que se li diu en llengua estàndard, inclús en un ambient amb soroll de fons.

g) S'han extret les idees principals de conferències, xarrades i informes, i altres formes de presentació acadèmica i professional lingüísticament complexes.

h) S'ha pres consciència de la importància de comprendre globalment un missatge, sense entendre tots i cada un dels seus elements.

2. Interpreta informació professional continguda en textos escrits complexos, i analitza de forma comprensiva els continguts.

a) S'ha llegit amb un alt grau d'independència, adaptant l'estil i la velocitat de la lectura a diferents textos i finalitats i utilitzant fonts de referència apropiades de forma selectiva.

b) S'ha interpretat la correspondència relativa a la seua especialitat, i s'ha captat fàcilment el significat essencial.

c) S'han interpretat, amb tots els detalls, textos extensos i de relativa complexitat, relacionats o no amb la seua especialitat, sempre que puga tornar-ne a llegir les seccions difícils.

d) S'ha relacionat el text amb l'àmbit del sector a què es refereix.

e) S'ha identificat amb rapidesa el contingut i la importància de notícies, articles i informes sobre una àmplia sèrie de temes professionals i decidit si és oportú una anàlisi més profunda.

ANEXO III
Profesorado

A. Atribución docente

Módulos profesionales	Especialidad del profesorado	Cuerpo
CV0003. Inglés técnico I-S CV0004. Inglés técnico II-S	Inglés	– Catedrático de Enseñanza Secundaria – Profesor de Enseñanza Secundaria

B. Formación inicial requerida al profesorado de centros docentes de titularidad privada o de otras administraciones distintas de la educativa

Módulos profesionales	Requisitos de formación inicial
CV0003. Inglés técnico I-S CV0004. Inglés técnico II-S	Los indicados para impartir la materia de inglés, de Educación Secundaria Obligatoria o Bachillerato, según establece el Real Decreto 860/2010, de 2 de julio, por el que se regulan las condiciones de formación inicial del profesorado de los centros privados para ejercer la docencia en las enseñanzas de educación secundaria obligatoria o del bachillerato (BOE 17)

ANEXO IV

Curriculo completo de módulos profesionales de inglés técnico

Módulo profesional: Inglés técnico I-S

Código: CV0003

Duración: 96 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Reconoce información profesional y cotidiana contenida en todo tipo de discursos orales emitidos por cualquier medio de comunicación en lengua estándar, interpretando con precisión el contenido del mensaje.

a) Se ha identificado la idea principal del mensaje.

b) Se ha reconocido la finalidad de mensajes radiofónicos y de otro material grabado o retransmitido pronunciado en lengua estándar identificando el estado de ánimo y el tono del hablante.

c) Se ha extraído información de grabaciones en lengua estándar relacionadas con la vida social, profesional o académica.

d) Se han identificado los puntos de vista y las actitudes del hablante.

e) Se han identificado las ideas principales de declaraciones y mensajes sobre temas concretos y abstractos, en lengua estándar y con un ritmo normal.

f) Se ha comprendido con todo detalle lo que se le dice en lengua estándar, incluso en un ambiente con ruido de fondo.

g) Se han extraído las ideas principales de conferencias, charlas e informes, y otras formas de presentación académica y profesional lingüísticamente complejas.

h) Se ha tomado conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos del mismo.

2. Interpreta información profesional contenida en textos escritos complejos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.

a) Se ha leído con un alto grado de independencia, adaptando el estilo y la velocidad de la lectura a distintos textos y finalidades y utilizando fuentes de referencia apropiadas de forma selectiva.

b) Se ha interpretado la correspondencia relativa a su especialidad, captando fácilmente el significado esencial.

c) Se han interpretado, con todo detalle, textos extensos y de relativa complejidad, relacionados o no con su especialidad, siempre que pueda volver a leer las secciones difíciles.

d) Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector a que se refiere.

e) Se ha identificado con rapidez el contenido y la importancia de noticias, artículos e informes sobre una amplia serie de temas profesionales y decide si es oportuno un análisis más profundo.



f) S'han realitzat traduccions de textos complexos utilitzant material de suport en cas necessari.

g) S'han interpretat missatges tècnics rebuts a través de suports telemàtics: correu electrònic, fax.

h) S'han interpretat instruccions extenses i complexes, que estiguen dins de la seua especialitat.

3. Emet missatges orals clars i ben estructurats, analitzant el contingut de la situació i adaptant-se al registre lingüístic de l'interlocutor.

a) S'han identificat els registres utilitzats per a l'emissió del missatge.

b) S'ha expressat amb fluïdesa, precisió i eficàcia sobre una àmplia sèrie de temes generals, acadèmics, professionals o d'oci, marcant amb claredat la relació entre les idees.

c) S'ha comunicat espontàniament, adoptant un nivell de formalitat adequat a les circumstàncies.

d) S'han utilitzat normes de protocol en presentacions formals i informals.

e) S'ha utilitzat correctament la terminologia de la professió.

f) S'han expressat i defensat punts de vista amb claredat, proporcionant explicacions i arguments adequats.

g) S'ha descrit i seqüenciat un procés de treball de la seua competència.

h) S'ha argumentat amb tots els detalls, l'elecció d'una determinada opció o procediment de treball triat.

i) S'ha sol·licitat la reformulació del discurs o d'una part quan s'ha considerat necessari.

4. Elabora documents i informes propis del sector o de la vida acadèmica i quotidiana, i relaciona els recursos lingüístics amb el propòsit d'aquest.

a) S'han redactat textos clars i detallats sobre una varietat de temes relacionats amb la seua especialitat, sintetitzant i avaluant informació i arguments procedents d'unes quantes fonts.

b) S'ha organitzat la informació amb correcció, precisió, coherència i cohesió, sol·licitant o facilitant informació de tipus general o detallada.

c) S'han redactat informes, destacant els aspectes significatius i oferint detalls rellevants que servisquen de suport.

d) S'ha emplenat documentació específica del seu camp professional.

e) S'han aplicat les fórmules establides i el vocabulari específic en l'emplenament de documents.

f) S'han resumit articles, manuals d'instruccions i altres documents escrits, utilitzant un vocabulari ampli per a evitar la repetició freqüent.

g) S'han utilitzat les fórmules de cortesia pròpies del document que cal elaborar.

5. Aplica actituds i comportaments professionals en situacions de comunicació, i descriu les relacions típiques característiques del país de la llengua estrangera.

a) S'han definit els trets més significatius dels costums i usos de la comunitat on es parla la llengua estrangera.

b) S'han descrit els protocols i normes de relació social propis del país.

c) S'han identificat els valors i creences propis de la comunitat on es parla la llengua estrangera.

d) S'ha identificat els aspectes socioprofessionals propis del sector, en qualsevol tipus de text.

e) S'han aplicat els protocols i normes de relació social propis del país de la llengua estrangera.

S'han reconegut els marcadors lingüístics de la procedència regional.

Continguts:

1. Anàlisi de missatges orals:

– Comprensió de missatges professionals i quotidians:

Missatges directes, telefònics, radiofònics, gravats.

Terminologia específica del sector

Idees principals i secundàries.

Recursos gramaticals: temps verbals, preposicions, locucions, expressió de la condició i dubte, ús de la veu passiva, oracions de relatiu, estil indirecte, verbs modals...

f) Se han realizado traducciones de textos complejos utilizando material de apoyo en caso necesario.

g) Se han interpretado mensajes técnicos recibidos a través de soportes telemáticos: e-mail, fax.

h) Se han interpretado instrucciones extensas y complejas, que estén dentro de su especialidad.

3. Emite mensajes orales claros y bien estructurados, analizando el contenido de la situación y adaptándose al registro lingüístico del interlocutor.

a) Se han identificado los registros utilizados para la emisión del mensaje.

b) Se ha expresado con fluidez, precisión y eficacia sobre una amplia serie de temas generales, académicos, profesionales o de ocio, marcando con claridad la relación entre las ideas.

c) Se ha comunicado espontáneamente, adoptando un nivel de formalidad adecuado a las circunstancias.

d) Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones formales e informales.

e) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.

f) Se han expresado y defendido puntos de vista con claridad, proporcionando explicaciones y argumentos adecuados.

g) Se ha descrito y secuenciado un proceso de trabajo de su competencia.

h) Se ha argumentado con todo detalle, la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo elegido.

i) Se ha solicitado la reformulación del discurso o parte del mismo cuando se ha considerado necesario.

4. Elabora documentos e informes propios del sector o de la vida académica y cotidiana, relacionando los recursos lingüísticos con el propósito del mismo.

a) Se han redactado textos claros y detallados sobre una variedad de temas relacionados con su especialidad, sintetizando y evaluando información y argumentos procedentes de varias fuentes.

b) Se ha organizado la información con corrección, precisión, coherencia y cohesión, solicitando y/o facilitando información de tipo general o detallada.

c) Se han redactado informes, destacando los aspectos significativos y ofreciendo detalles relevantes que sirvan de apoyo.

d) Se ha cumplimentado documentación específica de su campo profesional.

e) Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.

f) Se han resumido artículos, manuales de instrucciones y otros documentos escritos, utilizando un vocabulario amplio para evitar la repetición frecuente.

g) Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento a elaborar.

5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.

b) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país.

c) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.

d) Se ha identificado los aspectos socio-profesionales propios del sector, en cualquier tipo de texto.

e) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.

f) Se han reconocido los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.

Contenidos:

1. Análisis de mensajes orales:

a) Comprensió de missatges professionals i quotidians:

– Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados.

– Terminología específica del sector

– Ideas principales y secundarias.

– Recursos gramaticales: Tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales...



Altres recursos lingüístics: acords i desacords, hipòtesi i especulacions, opinions i consells, persuasió i advertència.

Diferents accents de llengua oral.

2. Interpretació de missatges escrits:

– Comprensió de missatges, textos, articles bàsics professionals i quotidians.

Suports telemàtics: fax, correu electrònic, burofax.

Terminologia específica del sector.

Idees principals i idees secundàries.

Recursos gramaticals: temps verbals, preposicions, *phrasal verbs*, I wish + passat simple o perfecte, I wish + would, If only; ús de la veu passiva, oracions de relatiu, estil indirecte, verbs modals.....

– Relacions lògiques: oposició, concessió, comparació, condició, causa, finalitat, resultat.

– Relacions temporals: anterioritat, posterioritat, simultaneïtat.

3. Producció de missatges orals:

– Missatges orals:

Registres utilitzats en l'emissió de missatges orals.

Terminologia específica del sector.

Recursos gramaticals: temps verbals, preposicions, *phrasal verbs*, locucions, expressió de la condició i dubte, ús de la veu passiva, oracions de relatiu, estil indirecte, verbs modals...

Altres recursos lingüístics: acords i desacords, hipòtesi i especulacions, opinions i consells, persuasió i advertència.

Fonètica. Sons i fonemes vocàlics i les seues combinacions i sons i fonemes consonàntics i les seues agrupacions.

Marcadors lingüístics de relacions socials, normes de cortesia i diferències de registre.

Manteniment i seguiment del discurs oral:

– Presa, manteniment i cessió del torn de paraula.

– Suport, demostració d'enteniment, petició d'aclariment, etc.

– Entonació com a recurs de cohesió del text oral: ús dels patrons d'entonació.

Emissió de textos escrits:

– Expressió i emplenament de missatges i textos professionals i quotidians.

Curriculum i suports telemàtics: fax, correu electrònic, burofax.

Terminologia específica del sector.

Idea principal i secundàries.

Recursos gramaticals: temps verbals, preposicions, *phrasal verbs*, verbs modals, locucions, ús de la veu passiva, oracions de relatiu, estil indirecte.

– Relacions lògiques: oposició, concessió, comparació, condició, causa, finalitat, resultat.

– Have something done.

– Nexes: although, even if, in spite of, despite, however, in contrast...

– Derivació: sufixos per a formar adjectius i substantius.

– Relacions temporals: anterioritat, posterioritat, simultaneïtat.

– Coherència textual:

– Adequació del text al context comunicatiu.

Tipus i format de text.

Varietat de llengua. Registre.

Selecció lèxica, d'estructures sintàctiques i de contingut rellevant.

Inici del discurs i introducció del tema. Desenvolupament i expansió: exemplificació.

Conclusió i resum del discurs.

– Ús dels signes de puntuació.

Identificació i interpretació dels elements culturals més significatius dels països de llengua anglesa:

– Valoració de les normes socioculturals i protocol·làries en les relacions internacionals.

– Ús dels recursos formals i funcionals en situacions que requereixen un comportament socioprofessional a fi de projectar una bona imatge de l'empresa.

– Reconeixement de la llengua estrangera per a aprofundir en coneixements que resulten d'interès al llarg de la vida personal i professional.

– Ús de registres adequats segons el context de la comunicació, l'interlocutor i la intenció dels interlocutors.

Orientacions pedagògiques

– Otros recursos lingüísticos: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.

– Diferentes acentos de lengua oral.

2. Interpretación de mensajes escritos:

a) Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos:

Soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.

Terminología específica del sector.

Ideas principales e ideas secundarias.

Recursos gramaticales: Tiempos verbales, preposiciones, *phrasal verbs*, I wish + pasado simple o perfecto, I wish + would, If only; uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales.....

b) Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.

c) Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

3. Producción de mensajes orales:

– Mensajes orales:

Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.

Terminología específica del sector.

Recursos gramaticales: Tiempos verbales, preposiciones, *phrasal verbs*, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales...

Otros recursos lingüísticos: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.

Fonética. Sonidos y fonemas vocálicos y sus combinaciones y sonidos y fonemas consonánticos y sus agrupaciones.

Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesia y diferencias de registro.

Mantenimiento y seguimiento del discurso oral:

– Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.

– Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, etc.

– Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.

Emisión de textos escritos:

– Expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y cotidianos:

Curriculum vitae y soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.

Terminología específica del sector.

Idea principal y secundarias.

Recursos gramaticales: Tiempos verbales, preposiciones, *phrasal verbs*, verbos modales, locuciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto.

– Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.

– Have something done.

– Nexos: although, even if, in spite of, despite, however, in contrast...

– Derivación: sufijos para formar adjetivos y sustantivos.

– Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

– Coherencia textual:

Adecuación del texto al contexto comunicativo.

Tipo y formato de texto.

Variiedad de lengua. Registro.

Selección léxica, de estructuras sintácticas y de contenido relevante.

Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión: Ejemplificación.

Conclusión y resumen del discurso:

– Uso de los signos de puntuación.

Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países de lengua inglesa:

– Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.

– Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofessional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.

– Reconocimiento de la lengua extranjera para profundizar en conocimientos que resulten de interés a lo largo de la vida personal y profesional.

– Uso de registros adecuados según el contexto de la comunicación, el interlocutor y la intención de los interlocutores.

Orientaciones pedagógicas.



Aquest mòdul conté la formació necessària per a l'exercici d'activitats relacionades amb el sector.

La gestió en el sector inclou el desenvolupament dels processos relacionats i el compliment de processos i protocols de qualitat, tot això en llengua anglesa.

La formació del mòdul contribueix a assolir els objectius generals del cicle formatiu i la competència general del títol.

Les línies d'actuació en el procés d'ensenyança- aprenentatge que permeten assolir els objectius del mòdul, versaran sobre:

– La descripció, anàlisi i aplicació dels processos de comunicació utilitzant l'anglès.

– La caracterització dels processos del sector en anglès.

– Els processos de qualitat en l'empresa, la seua avaluació i la identificació i formalització de documents associats a la gestió en el sector.

– La identificació, anàlisi i procediments d'actuació davant de situacions imprevistes (queixes, reclamacions...), en anglès

Mòdul professional Anglès tècnic II-S

Codi: CV0004

Duració: 40 hores

Resultats d'aprenentatge i criteris d'avaluació

1. Produïx missatges orals en llengua anglesa, en situacions habituals de l'àmbit social i professional de l'empresa reconeixent i aplicant les normes pròpies de la llengua anglesa.

a) S'han identificat missatges de salutacions, presentació i acomiadament, amb el protocol i les pautes de cortesia associades.

b) S'han utilitzat amb fluïdesa missatges proposats en la gestió de cites.

c) S'han transmés missatges relatius a justificació de retards, absències, o qualsevol altra eventualitat.

d) S'han emprat amb fluïdesa les expressions habituals per al requeriment de la identificació dels interlocutors.

e) S'han identificat missatges relacionats amb el sector.

2. Manté conversacions en llengua anglesa de l'àmbit del sector i interpreta la informació de partida.

a) S'ha utilitzat un vocabulari tècnic adequat al context de la situació.

b) S'han utilitzat els missatges adequats de salutacions, presentació, identificació i altres, amb les pautes de cortesia associades dins del context de la conversació.

c) S'ha atés consultes directes telefònicament amb suposats clients i proveïdors.

d) S'ha identificat la informació facilitada i requeriments realitzats per l'interlocutor.

e) S'han formulat les preguntes necessàries per a afavorir i confirmar la percepció correcta del missatge.

f) S'han proporcionat les respostes correctes als requeriments i instruccions rebuts.

g) S'han realitzat les anotacions oportunes en anglès en cas de ser necessari.

h) S'han utilitzat les fórmules comunicatives més usuals utilitzades en el sector.

i) S'han comprés sense dificultat els punts principals de la informació.

j) S'ha utilitzat un accent adequat en les conversacions en anglès.

3. Emplena documents de caràcter tècnic en anglès reconeixent i aplicant les normes pròpies de la llengua anglesa.

a) S'ha identificat un vocabulari d'ús general en la documentació pròpia del sector.

b) S'ha identificat les característiques i dades clau del document.

c) S'ha analitzat el contingut i finalitat de distints documents tipus d'altres països en anglès.

d) S'han emprat documents professionals relacionats amb el sector.

e) S'han redactat cartes d'agraïment a proveïdors i clients en anglès.

f) S'han emprat documents d'incidències i reclamacions.

Este módulo contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con el sector.

La gestión en el sector incluye el desarrollo de los procesos relacionados y el cumplimiento de procesos y protocolos de calidad, todo ello en inglés.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales del ciclo formativo y las competencias del título.

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

– La descripción, análisis y aplicación de los procesos de comunicación utilizando el inglés.

– La caracterización de los procesos del sector en inglés.

– Los procesos de calidad en la empresa, su evaluación y la identificación y formalización de documentos asociados a la gestión en el sector.

– La identificación, análisis y procedimientos de actuación ante situaciones imprevistas (quejas, reclamaciones...), en inglés

Módulo profesional: Inglés técnico II-S

Código: CV0004

Duración: 40 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Produce mensajes orales en lengua inglesa, en situaciones habituales del ámbito social y profesional de la empresa reconociendo y aplicando las normas propias de la lengua inglesa.

a) Se han identificado mensajes de saludos, presentación y despedida, con el protocolo y las pautas de cortésia asociadas.

b) Se han utilizado con fluidez mensajes propuestos en la gestión de citas.

c) Se ha transmitido mensajes relativos a justificación de retrasos, ausencias, o cualquier otra eventualidad.

d) Se han empleado con fluidez las expresiones habituales para el requerimiento de la identificación de los interlocutores.

e) Se han identificado mensajes relacionados con el sector.

2. Mantiene conversaciones en lengua inglesa, del ámbito del sector interpretando la información de partida.

a) Se ha utilizado un vocabulario técnico adecuado al contexto de la situación.

b) Se han utilizado los mensajes adecuados de saludos, presentación, identificación y otros, con las pautas de cortésia asociadas dentro del contexto de la conversación.

c) Se ha atendido consultas directas telefónicamente con supuestos clientes y proveedores.

d) Se ha identificado la información facilitada y requerimientos realizados por el interlocutor.

e) Se han formulado las preguntas necesarias para favorecer y confirmar la percepción correcta del mensaje.

f) Se han proporcionado las respuestas correctas a los requerimientos e instrucciones recibidos.

g) Se han realizado las anotaciones oportunas en inglés en caso de ser necesario.

h) Se han utilizado las fórmulas comunicativas más usuales utilizadas en el sector.

i) Se han comprendido sin dificultad los puntos principales de la información.

j) Se ha utilizado un acento adecuado en las conversaciones en inglés.

3. Cumplimenta documentos de carácter técnico en inglés reconociendo y aplicando las normas propias de la lengua inglesa.

a) Se ha identificado un vocabulario de uso general en la documentación propia del sector.

b) Se ha identificado las características y datos clave del documento.

c) Se ha analizado el contenido y finalidad de distintos documentos tipo de otros países en inglés.

d) Se han cumplimentado documentos profesionales relacionados con el sector.

e) Se han redactado cartas de agradecimientos a proveedores y clientes en inglés.

f) Se han cumplimentado documentos de incidencias y reclamaciones.



g) S'ha rebut i remès correus electrònics i fax en anglés amb les expressions correctes de cortesia, salutació i comiat.

h) S'han utilitzat les ferramentes informàtiques en la redacció i l'emplenament dels documents.

4. Redacta documents de caràcter administratiu/laboral reconeixent i aplicant les normes pròpies de la llengua anglesa i del sector.

a) S'ha identificat un vocabulari d'ús general en la documentació pròpia de l'àmbit laboral.

b) S'ha elaborat un currículum en el model europeu (Europass) o en uns altres propis dels països de llengua anglesa.

c) S'han identificat borses d'ocupació en anglés accessibles per mitjans tradicionals i utilitzant les noves tecnologies.

d) S'han traduït ofertes d'ocupació en anglés.

e) S'ha redactat la carta de presentació per a una oferta d'ocupació.

f) S'han descrit les habilitats personals més adequades a la sol·licitud d'una oferta d'ocupació.

g) S'ha inserit un currículum en una borsa de treball en anglés.

h) S'han redactat cartes de citació, rebuig i selecció per a un procés de selecció en l'empresa.

i) S'ha desenvolupat una actitud de respecte cap a les distintes formes d'estructurar l'entorn laboral.

j) S'ha valorat la llengua anglesa com a mitjà de relació i enteniment en el context laboral.

5. Interpreta textos, documents, conversacions, gravacions o altres en llengua anglesa relacionats amb la cultura general de negoci i empresa utilitzant les ferramentes de suport més adequades.

a) S'han identificat les ferramentes de suport més adequades per a la interpretació i traduccions en anglés.

b) S'ha interpretat informació sobre l'empresa, el producte i el servei.

c) S'han interpretat estadístiques i gràfics en anglés sobre l'àmbit professional.

d) S'han aplicat els coneixements de la llengua anglesa a les noves tecnologies de la comunicació i de la informació.

e) S'ha valorat la dimensió de la llengua anglesa com a mitjà de comunicació base en la relació empresarial, tant europea com mundial.

Continguts:

Missatges orals en anglés en situacions pròpies del sector:

– Recursos, estructures lingüístiques, lèxic bàsic i aspectes fonològics sobre: Presentació de persones, salutacions i comiats, tractaments de cortesia, identificació dels interlocutors, gestió de cites, visites, justificació de retards o absències, allotjaments, mitjans de transports, horaris, actes culturals i anàlegs.

– Recepció i transmissió de missatges de forma: presencial, telefònica o telemàtica.

– Sol·licituds i peticions d'informació.

– Convencions i pautes de cortesia en les relacions professionals: horaris, festes locals i professionals i adequació al llenguatge no verbal.

– Estils comunicatius formals i informals: la recepció i relació amb el client.

Conversació en llengua anglesa en l'àmbit de l'atenció al client

– Recursos, estructures lingüístiques, lèxic i aspectes fonològics relacionats amb la contractació, l'atenció al client, queixes i reclamacions: documents bàsics. formulació de disculpes en situacions delicades

– Planificació d'agendes: concert, ajornament i anul·lació de cites.

– Presentació de productes/servicis: característiques de productes/servicis, mesures, quantitats, servicis i valors afegits, condicions de pagament, etc..

– Convencions i pautes de cortesia, relacions i pautes professionals, usades en l'atenció al client, extern i intern.

Emplenament de documentació administrativa i comercial en anglés:

– Interpretació de les condicions d'un contracte de compravenda.

– Emplenament de documentació comercial bàsica: propostes de comanda, albarans, factures proforma, factures, documents de transport, documents de pagament o altres.

g) Se ha recepcionado y remitido email y fax en inglés con las expresiones correctas de cortesia, saludo y despedida.

h) Se han utilizado las herramientas informáticas en la redacción y cumplimentación de los documentos.

4. Redacta documentos de carácter administrativo/laboral reconociendo y aplicando las normas propias de la lengua inglesa y del sector.

a) Se ha identificado un vocabulario de uso general en la documentación propia del ámbito laboral.

b) Se ha elaborado un Currículo Vitae en el modelo europeo (Europass) u otros propios de los países de lengua inglesa.

c) Se han identificado bolsas de empleo en inglés accesibles por medios tradicionales y utilizando las nuevas tecnologías.

d) Se han traducido ofertas de empleo en inglés.

e) Se ha redactado la carta de presentación para una oferta de empleo.

f) Se han descrito las habilidades personales más adecuadas a la solicitud de una oferta de empleo.

g) Se ha insertado un Currículum Vitae en una bolsa de empleo en inglés.

h) Se han redactado cartas de citación, rechazo y selección para un proceso de selección en la empresa.

i) Se ha desarrollado una actitud de respeto hacia las distintas formas de estructurar el entorno laboral.

j) Se ha valorado la lengua inglesa como medio de relación y entendimiento en el contexto laboral.

5. Interpreta textos, documentos, conversaciones, grabaciones u otros en lengua inglesa relacionados con la cultura general de negocio y empresa utilizando las herramientas de apoyo más adecuadas.

a) Se han identificado las herramientas de apoyo más adecuadas para la interpretación y traducciones en inglés.

b) Se ha interpretado información sobre la empresa, el producto y el servicio.

c) Se han interpretados estadísticas y gráficos en inglés sobre el ámbito profesional.

d) Se han aplicado los conocimientos de la lengua inglesa a las nuevas Tecnologías de la Comunicación y de la Información.

e) Se ha valorado la dimensión de la lengua inglesa como medio de comunicación base en la relación empresarial, tanto europea como mundial.

Contenidos:

Mensajes orales en inglés en situaciones propias del sector:

– Recursos, estructuras lingüísticas, léxico básico y aspectos fonológicos sobre: Presentación de personas, saludos y despedidas, tratamientos de cortesia, identificación de los interlocutores, gestión de citas, visitas, justificación de retrasos o ausencias, alojamientos, medios de transportes, horarios, actos culturales y análogos.

– Recepción y transmisión de mensajes de forma: presencial, telefónica o telemática.

– Solicitudes y peticiones de información.

– Convenciones y pautas de cortesia en las relaciones profesionales: horarios, fiestas locales y profesionales y adecuación al lenguaje no verbal.

– Estilos comunicativos formales e informales: la recepción y relación con el cliente.

Conversación en lengua inglesa en el ámbito de la atención al cliente:

– Recursos, estructuras lingüísticas, léxico y aspectos fonológicos relacionados con la contratación, la atención al cliente, quejas y reclamaciones: documentos básicos. Formulación de disculpas en situaciones delicadas

– Planificación de agendas: concierto, aplazamiento y anulación de citas.

– Presentación de productos/servicios: características de productos/servicios, medidas, cantidades, servicios y valores añadidos, condiciones de pago, etc..

– Convenciones y pautas de cortesia, relaciones y pautas profesionales, usadas en la atención al cliente, externo e interno.

Cumplimentación de documentación administrativa y comercial en inglés:

– Interpretación de las condiciones de un contrato de compraventa.

– Cumplimentación de documentación comercial básica: propuestas de pedido, albaranes, facturas proforma, facturas, documentos de transporte, documentos de pago u otros.



– Recursos, estructures lingüístiques, i lèxic bàsic relacionats amb la gestió de comandes, contractació, intenció i preferència de compra, devolucions i descomptes.

Redacció de documentació relacionada amb la gestió laboral en llengua anglesa:

– Recursos, estructures lingüístiques, i lèxic bàsic relacionats amb l'àmbit laboral: currículum en diferents models. Borses de treball. Ofertes d'ocupació. Cartes de presentació

– La selecció i contractació del personal: Contractes de treball. Cartes de citació, admissió i rebuig en processos de selecció.

– L'organització de l'empresa: llocs de treball i funcions

Interpretació de textos amb ferramentes de suport:

– Ús de diccionaris temàtics, correctors ortogràfics, programes de traducció automàtics aplicats a textos relacionats amb:

La cultura d'empresa i objectius: diferents enfocaments.

Articles de premsa específics del sector.

Descripció i comparació de gràfics i estadística. Comprensió dels indicadors econòmics més habituals.

Agenda. Documentació per a l'organització de cites, trobades, i reunions. organització de les tasques diàries.

Consulta de pàgines web amb continguts econòmics en anglés amb informació rellevant per a l'empresa.

Orientacions pedagògiques.

Aquest mòdul conté la formació necessària per a l'exercici d'activitats relacionades amb el sector.

La gestió en el sector inclou el desenvolupament dels processos relacionats i el compliment de processos i protocols de qualitat, tot això en llengua anglesa.

La formació del mòdul contribueix a assolir els objectius generals del cicle formatiu i la competència general del títol.

Les línies d'actuació en el procés d'ensenyança–aprenentatge que permeten assolir els objectius del mòdul, versaran sobre:

– La descripció, anàlisi i aplicació dels processos de comunicació utilitzant l'anglés.

– La caracterització dels processos del sector en anglés.

– Els processos de qualitat en l'empresa, L'avaluació d'aquests i la identificació i formalització de documents associats a la gestió d'allotjament en anglés.

– La identificació, anàlisi i procediments d'actuació davant de situacions imprevistes (queixes, reclamacions...), en anglés.

– Recursos, estructures lingüístiques, y léxico básico relacionados con la gestión de pedidos, contratación, intención y preferencia de compra, devoluciones y descuentos.

Redacción de documentación relacionada con la gestión laboral en inglés:

– Recursos, estructures lingüístiques, y léxico básico relacionados con el ámbito laboral: Currículo Vitae en distintos modelos. Bolsas de empleo. Ofertas de empleo. Cartas de presentación

– La selección y contratación del personal: Contratos de trabajo. Cartas de citación, admisión y rechazo en procesos de selección.

– La organización de la empresa: puestos de trabajo y funciones

Interpretación de textos con herramientas de apoyo

– Uso de diccionarios temáticos, correctores ortográficos, programas de traducción automática aplicados a textos relacionados con:

La cultura de empresa y objetivos: distintos enfoques.

Artículos de prensa específicos del sector.

Descripción y comparación de gráficos y estadística. Comprensión de los indicadores económicos más habituales.

Agenda. Documentación para la organización de citas, encuentros, y reuniones. Organización de las tareas diarias.

Consulta de páginas webs con contenidos económicos en inglés con información relevante para la empresa.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con el sector.

La gestión en el sector incluye el desarrollo de los procesos relacionados y el cumplimiento de procesos y protocolos de calidad, todo ello en inglés.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales del ciclo formativo y las competencias del título.

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

– La descripción, análisis y aplicación de los procesos de comunicación utilizando el inglés.

– La caracterización de los procesos del sector en inglés.

– Los procesos de calidad en la empresa, su evaluación y la identificación y formalización de documentos asociados a la gestión de alojamiento en inglés.

– La identificación, análisis y procedimientos de actuación ante situaciones imprevistas (quejas, reclamaciones...), en inglés.

ANNEX V Espais mínims

Espai formatiu	Superfície m ²	
	30 alumnes	20 alumnes
Aula polivalent	60	40
Aula tècnica d'assessoria d'imatge	120	90

ANNEX VI

Titulacions acadèmiques requerides per a la impartició dels mòduls professionals que formen el cicle formatiu als centres de titularitat privada o d'altres administracions diferents de l'educativa

Mòduls professionals	Titulacions
1181. Assessoria cosmètica	Llicenciatura en Biologia Llicenciatura en Bioquímica Llicenciatura en Farmàcia Llicenciatura en Medicina Llicenciatura en Química Enginyeria Química
1182. Disseny d'imatge integral	
1183. Estilisme en vestuari i complementos	
1185. Protocol i organització d'Esdeveniments	
1186. Usos Socials	
1188. Habilitats comunicatives	
1189. Imatge corporativa	
1071. Direcció i comercialització	

ANEXO V Espacios mínimos

Espacio formativo	Superfície m ²	
	30 alumnos	20 alumnos
Aula polivalente.	60	40
Aula tècnica de asesoria de imagen	120	90

ANEXO VI

Titulaciones académicas requeridas para la impartición de los módulos profesionales que conforman el ciclo formativo en los centros de titularidad privada, o de otras administraciones distintas de la educativa

Módulos profesionales	Titulaciones
1181. Asesoría cosmética	Licenciatura en Biología Licenciatura en Bioquímica Licenciatura en Farmacia Licenciatura en Medicina Licenciatura en Química Ingeniería Química
1182. Diseño de imagen integral	
1183. Estilismo en vestuario y complementos	
1185. Protocolo y organización de eventos	
1186. Usos sociales	
1188. Habilidades comunicativas	
1189. Imagen corporativa	
1071. Dirección y comercialización	



1184. Assessoria de perruqueria	Llicenciatura en Biologia Llicenciatura en Bioquímica Llicenciatura en Farmàcia Llicenciatura en Medicina Llicenciatura en Química Diplomatura en Fisioteràpia Diplomatura en Infermeria Diplomatura en Podologia Tècnic Superior en Assessoria d'Imatge Personal Tècnic Especialista en Perruqueria
1187. Assessoria estètica	Llicenciatura en Farmàcia Llicenciatura en Medicina Llicenciatura en Biologia Llicenciatura en Química Llicenciatura en Bioquímica Diplomatura en Fisioteràpia Diplomatura en Infermeria Diplomatura en Podologia Tècnic Superior en Estètica Tècnic Especialista en Estètica
1190. Projecte d'assessoria d'imatge personal i corporativa	Llicenciatura en Biologia Llicenciatura en Bioquímica Llicenciatura en Farmàcia Llicenciatura en Medicina Llicenciatura en Química Enginyeria Química Diplomatura en Fisioteràpia Diplomatura en Infermeria Diplomatura en Podologia Tècnic Superior en Assessoria d'Imatge Personal Tècnic Superior en Estètica Tècnic Especialista en Perruqueria Tècnic Especialista en Estètica
1191. Formació i orientació laboral 1192. Empresa i iniciativa emprenedora	Llicenciatura en Dret Llicenciatura en Administració i Direcció d'Empreses Llicenciatura en Ciències Actuarials i Financeres Llicenciatura en Ciències Polítiques i de l'Administració Llicenciatura en Ciències del Treball Llicenciatura en Economia Llicenciatura en Psicologia Llicenciatura en Sociologia Enginyeria en Organització Industrial Diplomatura en Ciències Empresarials Diplomatura en Relacions Laborals Diplomatura en Educació Social Diplomatura en Treball Social Diplomatura en Gestió i Administració Pública

1184. Asesoría de peluquería	Licenciatura en Biología Licenciatura en Bioquímica Licenciatura en Farmacia Licenciatura en Medicina Licenciatura en Química Diplomatura en Fisioterapia Diplomatura en Enfermería Diplomatura en Podología Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal Técnico Especialista en Peluquería
1187. Asesoría estética	Licenciatura en Farmacia Licenciatura en Medicina Licenciatura en Biología Licenciatura en Química Licenciatura en Bioquímica Diplomatura en Fisioterapia Diplomatura en Enfermería Diplomatura en Podología Técnico Superior en Estética Técnico Especialista en Estética
1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa	Licenciatura en Biología Licenciatura en Bioquímica Licenciatura en Farmacia Licenciatura en Medicina Licenciatura en Química Ingeniería Química Diplomatura en Fisioterapia Diplomatura en Enfermería Diplomatura en Podología Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal Técnico Superior en Estética Técnico Especialista en Peluquería Técnico Especialista en Estética
1191. Formación y orientación laboral 1192. Empresa e iniciativa emprenedora	Licenciatura en Derecho Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas Licenciatura en Ciencias Actuariales y Financieras Licenciatura en Ciencias Políticas y de la administración Licenciatura en Ciencias del Trabajo Licenciatura en Economía Licenciatura en Psicología Licenciatura en Sociología Ingeniero en Organización Industrial Diplomatura en Ciencias Empresariales Diplomatura en Relaciones Laborales Diplomatura en Educación Social Diplomatura en Trabajo Social Diplomatura en Gestión y Administración Pública