

DISPOSICIONES

DEPARTAMENTO DE ENSEÑANZA

ORDEN ENS/337/2016, de 12 de diciembre, por la que se establece el currículum del ciclo formativo de grado superior de asesoría de imagen personal y corporativa.

El Estatuto de autonomía de Cataluña determina, en el artículo 131.3.c, que corresponde a la Generalidad, en materia de enseñanza no universitaria, la competencia compartida para el establecimiento de los planes de estudio, incluyendo la ordenación curricular.

De acuerdo con el artículo 6 bis. 4 de la Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación, los objetivos, las competencias, los contenidos y los criterios de evaluación del currículum básico requieren el 55 por ciento de los horarios escolares.

Según lo establecido en el artículo 53 de la Ley 12/2009, de 10 de julio, de educación, en concordancia con el artículo 62.8, en el marco de los aspectos que garantizan la consecución de las competencias básicas, la validez de los títulos y la formación común regulados por las leyes, el Gobierno de la Generalidad aprueba el Decreto 284/2011, de 1 de marzo, de ordenación general de la formación profesional inicial.

Establecida la ordenación general, la disposición final cuarta de la Ley 10/2015, del 19 de junio, de formación y cualificación profesionales habilita al consejero competente para que establezca, mediante una orden, el currículum de los títulos de formación profesional.

El Real decreto 1147/2011, de 29 de julio, ha regulado la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, y el Real decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, ha establecido el título de técnico superior en asesoría de imagen personal y corporativa y ha fijado sus enseñanzas mínimas.

Mediante el Decreto 28/2010, de 2 de marzo, se han regulado el Catálogo de cualificaciones profesionales de Cataluña y el Catálogo modular integrado de formación profesional.

El currículum de los ciclos formativos se establece a partir de las necesidades de cualificación profesional detectadas en Cataluña, su pertenencia al sistema integrado de cualificaciones y formación profesional, y la posibilidad de adecuarlo a las necesidades específicas del ámbito socioeconómico de los centros.

El objeto de esta Orden es establecer el currículum del ciclo formativo de grado superior de asesoría de imagen personal y corporativa, que conduce a la obtención del título correspondiente de técnico superior, que sustituye el currículum del ciclo formativo de grado superior de asesoría de imagen personal aprobado por el Decreto 298/1999, de 9 de noviembre, que queda derogado por la Orden que se aprueba.

La autonomía pedagógica y organizativa de los centros y el trabajo en equipo de los profesores permiten desarrollar actuaciones flexibles y posibilitan concreciones particulares del currículum en cada centro educativo. El currículum establecido en esta Orden tiene que ser desarrollado en las programaciones elaboradas por el equipo docente, las cuales tienen que potenciar las capacidades clave de los alumnos y la adquisición de las competencias profesionales, personales y sociales establecidas en el perfil profesional, teniendo en cuenta, por otra parte, la necesidad de integración de los contenidos del ciclo formativo.

Esta Orden se ha tramitado según lo dispuesto en el artículo 59 y siguientes de la Ley 26/2010, de 3 de agosto, de régimen jurídico y de procedimiento de las administraciones públicas de Cataluña y con el dictamen previo del Consejo Escolar de Cataluña.

En su virtud, a propuesta del director general de Formación Profesional Inicial y Enseñanzas de Régimen Especial, de acuerdo con el dictamen de la Comisión Jurídica Asesora,

Ordeno:

Artículo 1

CVE-DOGC-B-16355044-2016

Objeto

Establecer el currículum del ciclo formativo de grado superior de asesoría de imagen personal y corporativa que permite obtener el título de técnico superior regulado por el Real decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

Artículo 2

Identificación del título y perfil profesional

1. Los elementos de identificación del título se establecen en el apartado 1 del anexo.
2. El perfil profesional del título se indica en el apartado 2 del anexo.
3. La relación de las cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo de cualificaciones profesionales de Cataluña que son el referente del perfil profesional de este título y la relación con las cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo nacional de cualificaciones profesionales, se indican en el apartado 3 del anexo.
4. El campo profesional del título se especifica en el apartado 4 del anexo.

Artículo 3

Currículum

1. Los objetivos generales del ciclo formativo se establecen en el apartado 5.1 del anexo.
2. Este ciclo formativo se estructura en los módulos profesionales y las unidades formativas que se indican en el apartado 5.2 del anexo.
3. La descripción de las unidades formativas de cada módulo se fija en el apartado 5.3 del anexo. Estos elementos de descripción son los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y los contenidos de procedimientos, conceptos y actitudes.

En este apartado se establece también la duración de cada módulo profesional y de las unidades formativas correspondientes y, si procede, las horas de libre disposición del módulo de que dispone el centro. Estas horas las utiliza el centro para completar el currículum y adecuarlo a las necesidades específicas del sector y/o ámbito socioeconómico del centro.

4. Los elementos de referencia para la evaluación de cada unidad formativa son los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación.

Artículo 4

Incorporación de la lengua inglesa en el ciclo formativo

1. Con la finalidad de incorporar y normalizar el uso de la lengua inglesa en situaciones profesionales habituales y en la toma de decisiones en el ámbito laboral, en este ciclo formativo se tienen que diseñar actividades de enseñanza y aprendizaje que incorporen la utilización de la lengua inglesa, al menos en uno de los módulos.

En el apartado 6 del anexo se determinan los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y la relación de módulos susceptibles de incorporar la lengua inglesa.

2. En el módulo profesional de proyecto también se tiene que utilizar la lengua inglesa, como mínimo, en alguna de estas fases: en la elaboración de documentación escrita, en la exposición oral o bien en el desarrollo de algunas actividades. Todo ello sin perjuicio de lo que establece el mismo módulo profesional de proyecto.

Artículo 5

Espacios

Los espacios requeridos para el desarrollo del currículum de este ciclo formativo se establecen en el apartado 7 del anexo.

Artículo 6

Profesorado

Los requisitos de profesorado se regulan en el apartado 8 del anexo.

Artículo 7

Acceso

1. Tienen preferencia para acceder a este ciclo, en centros públicos o en centros privados que lo tengan concertado, los alumnos que hayan cursado la modalidad de bachillerato de ciencias y tecnología o la modalidad de humanidades y ciencias sociales.
2. El título de técnico superior en asesoría de imagen personal y corporativa permite el acceso directo para cursar cualquier otro ciclo formativo de grado superior, en las condiciones de admisión que se establezcan.
3. El título de técnico superior en asesoría de imagen personal y corporativa permite el acceso directo a las enseñanzas conducentes a los títulos universitarios de grado en las condiciones que se establezcan.

Artículo 8

Convalidaciones

Las convalidaciones de módulos profesionales y créditos de los títulos de formación profesional establecidos al amparo de la Ley orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de ordenación general del sistema educativo, con los módulos profesionales o unidades formativas de los títulos de formación profesional regulados al amparo de la Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación, se establecen en el apartado 9 del anexo.

Artículo 9

Correspondencias

1. La correspondencia de las unidades de competencia con los módulos profesionales que integran el currículo de este ciclo formativo para su convalidación se regula en el apartado 10.1 del anexo.
2. La correspondencia de los módulos profesionales que conforman el currículo de este ciclo formativo con las unidades de competencia para su acreditación se fija en el apartado 10.2 del anexo.

Artículo 10

Créditos ECTS

Al efecto de facilitar las convalidaciones que se establezcan entre este título y las enseñanzas universitarias de grado, se han asignado 120 créditos ECTS al título, distribuidos entre los módulos profesionales regulados por el currículo.

Artículo 11

Vinculación con capacidades profesionales

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

CVE-DOGC-B-16355044-2016

Disposición adicional

De acuerdo con 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, los elementos incluidos en esta Orden no constituyen una regulación del ejercicio de ninguna profesión titulada.

Disposiciones transitorias

Primera

Las enseñanzas que se extinguen se pueden completar de acuerdo con la Orden EDU/362/2009, de 17 de julio, del procedimiento para completar las enseñanzas de formación profesional que se extinguen, de la Ley orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de ordenación general del sistema educativo.

Disposición derogatoria

Se deroga el Decreto 298/1999, de 9 de noviembre, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior de asesoría de imagen personal, de conformidad con la habilitación prevista en la disposición final cuarta de la Ley 10/2015, de 19 de junio, de formación y cualificación profesionales.

Disposiciones finales

Primera

El Departamento ha de llevar a cabo las actuaciones necesarias para desarrollar el currículo, tanto en la modalidad de educación presencial como en la de educación a distancia, la adecuación a las características de los alumnos con necesidades educativas especiales y la autorización de la reorganización de las unidades formativas, respetando los módulos profesionales establecidos.

Segunda

La dirección general competente puede adecuar el currículo a las características de los alumnos con necesidades educativas especiales y puede autorizar la reorganización de las unidades formativas, respetando los módulos profesionales establecidos, en el caso de personas individuales y de centros educativos concretos, respectivamente.

Barcelona, 12 de diciembre de 2016

Meritxell Ruiz Isern
Consejera de Enseñanza

Anexo

CVE-DOGC-B-16355044-2016

1. Identificación del título

1.1 Denominación: asesoría de imagen personal y corporativa

1.2 Nivel: formación profesional de grado superior

1.3 Duración: 2.000 horas

1.4 Familia profesional: imagen personal

1.5 Referente europeo: CINE-5b (Clasificación internacional normalizada de la educación)

2. Perfil profesional

El perfil profesional del título de técnico superior en asesoría de imagen personal y corporativa queda determinado por la competencia general, las competencias profesionales, personales y sociales y las capacidades clave que se tienen que adquirir, y por la relación de cualificaciones del Catálogo de cualificaciones profesionales de Cataluña incluidas en el título.

2.1 Competencia general

La competencia general de este título consiste en diseñar y organizar proyectos de asesoramiento en imagen personal, empresarial e institucional, organizar eventos y planificar los procesos de entrenamiento personal en habilidades de comunicación, protocolo y usos sociales, respetando criterios de calidad, seguridad, respeto al medio ambiente y diseño para todos.

2.2 Competencias profesionales, personales y sociales

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título se relacionan a continuación:

- a) Dirigir y gestionar las actividades, organizando los recursos materiales, personales y técnicos.
- b) Analizar los cambios en la moda, adaptando las tendencias del mercado a las expectativas y necesidades de los clientes.
- c) Gestionar la documentación, utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.
- d) Identificar las necesidades del cliente, analizando sus características y requerimientos.
- e) Entrenar al cliente en habilidades de comunicación, elaborando un plan para la adquisición de nuevas técnicas comunicativas.
- f) Asesorar en la organización de actos protocolarios y eventos, elaborando un proyecto y coordinando las actividades.
- g) Asesorar en las empresas para la creación de una imagen corporativa, interpretando sus solicitudes.
- h) Elaborar proyectos de cambio de imagen, controlando la calidad y la documentación relacionada.
- i) Asesorar y entrenar al cliente en maquillaje, peluquería y estética, atendiendo a los requerimientos.
- j) Comercializar productos y servicios de imagen personal, utilizando técnicas de *marketing*.
- k) Hacer cambios de estilo a través del vestuario, asesorando sobre indumentaria y complementos.
- l) Guiar en la compra de vestuario, complementos y cosméticos, calibrando las necesidades del cliente para cubrir sus expectativas.
- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.
- n) Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.
- o) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.
- p) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías

CVE-DOGC-B-16355044-2016

eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

- q) Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.
- r) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de diseño para todos, en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- s) Llevar a cabo la gestión básica para la creación y el funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.
- t) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

2.3 Capacidades clave

Son las capacidades transversales que afectan a diferentes puestos de trabajo y que son transferibles a nuevas situaciones de trabajo. Entre estas capacidades destacan las de autonomía, de innovación, de organización del trabajo, de responsabilidad, de relación interpersonal, de trabajo en equipo y de resolución de problemas.

2.4 El equipo docente tiene que potenciar la adquisición de las competencias profesionales, personales y sociales y de las capacidades clave a partir de las actividades programadas para desplegar el currículo de este ciclo formativo.

3. Relación entre las cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo de cualificaciones profesionales de Cataluña (CQPC) incluidas en el título y las del Catálogo nacional de cualificaciones profesionales (CNQP)

Cualificación completa: asesoría integral de imagen personal

Unidades de competencia:

UC_2-1248-11_3: realizar el estudio de la imagen personal para proponer proyectos de cambio personalizados

Se relaciona con:

UC1248_3: realizar el estudio de la imagen personal para proponer proyectos de cambio personalizados.

UC_2-1249-11_3: asesorar a los clientes sobre cambios en su imagen personal mediante el cuidado y transformación estética del cabello y pelo del rostro

Se relaciona con:

UC1249_3: asesorar a los clientes sobre cambios en su imagen personal mediante el cuidado y transformación estética del cabello y pelo del rostro.

UC_2-1250-11_3: asesorar a los clientes sobre cambios en su imagen personal mediante cuidados estéticos

Se relaciona con:

UC1250_3: asesorar a los clientes sobre cambios en su imagen personal mediante cuidados estéticos.

UC_2-1251-11_3: asesorar a los clientes sobre cambios en su imagen personal mediante la indumentaria y los complementos

Se relaciona con:

CVE-DOGC-B-16355044-2016

UC1251_3: asesorar a los clientes sobre cambios en su imagen personal mediante la indumentaria y los complementos.

UC_2-1252-11_3: asesorar al cliente en las actuaciones de protocolo y usos sociales relacionados con la imagen personal

Se relaciona con:

UC1252_3: asesorar al cliente en las actuaciones de protocolo y usos sociales relacionados con la imagen personal.

UC_2-1253-11_3: asesorar al cliente en técnicas de comunicación relacionadas con la imagen personal

Se relaciona con:

UC1253_3: asesorar al cliente en técnicas de comunicación relacionadas con la imagen personal.

Cualificación incompleta: peluquería técnico-artística

Unidades de competencia:

UC_2-0793-11_3: asesorar a los clientes sobre su imagen personal, mediante el cuidado y transformación estética del cabello y el pelo del rostro

Se relaciona con:

UC0793_3: asesorar a los clientes sobre su imagen personal, mediante el cuidado y transformación estética del cabello y el pelo del rostro.

UC_2-0795-11_3: dirigir y gestionar las actividades desarrolladas en empresas de imagen personal

Se relaciona con:

UC0795_3: dirigir y gestionar las actividades desarrolladas en empresas de imagen personal.

Calificación incompleta: tratamientos capilares estéticos

Unidades de competencia:

UC_2-0352-11_3: asesorar y vender productos y servicios para la imagen personal

Se relaciona con:

UC0352_3: asesorar y vender productos y servicios para la imagen personal.

4. Campo profesional

4.1 El ámbito profesional y de trabajo

Este profesional ejercerá la actividad en empresas del sector servicios que se dedican a la asesoría de imagen personal, corporativa y pública, o se integrará en equipos multidisciplinares de cualquier empresa en departamentos de comunicación o *marketing*. De igual manera, puede ejercer su actividad en establecimientos dedicados a la venta de vestuario, complementos y cosméticos, donde desarrolla tareas en las áreas

CVE-DOGC-B-16355044-2016

funcionales de diseño de una nueva imagen personal, pública y corporativa, y en la organización y prestación de servicios. Actúa por cuenta propia, con un alto grado de autonomía, asumiendo labores de gestión y dirección; o por cuenta ajena, integrándose en un equipo de trabajo con personas de su mismo, inferior o superior nivel de calificación.

4.2 Las principales ocupaciones y puestos de trabajo son:

- a) Director técnico-artístico en producciones audiovisuales, escénicas y de moda.
- b) Técnico de protocolo y ceremonial en instituciones públicas y privadas.
- c) Experto en etiqueta y usos sociales.
- d) Asesor/consultor de estilismo en el vestir.
- e) Asesor de estilos y tendencias.
- f) Asistente técnico de imagen política, cultural y artística.
- g) Asesor en comercios de vestuario y complementos.
- h) Asesor de imagen en medios audiovisuales y de moda.
- i) Técnico comercial.
- j) Asesor/consultor de imagen corporativa.
- k) Experto en habilidades comunicativas.
- l) Técnico especialista en gabinetes de relaciones públicas.
- m) Técnico especialista en imagen en departamento de *marketing*.
- n) Director de gabinete de asesoría de imagen.
- o) Consultor/asesor de protocolo y organización de actos y eventos.
- p) Asesor en la compra de vestuario, complementos, regalos y cosméticos.
- q) Asistente personal en el cuidado de la imagen.
- r) Organizador de bodas o *wedding planner*.
- s) Asesor de prensa especializada en imagen personal.

5. Currículo

5.1 Objetivos generales del ciclo formativo

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

- a) Identificar los recursos personales, materiales y técnicos, organizando las actividades de asesoría, para dirigir y gestionar los procesos.
- b) Caracterizar la indumentaria, los estilos de peinado y maquillaje y la comunicación, entre otros, de los grupos sociales, identificando los elementos que definen la imagen para analizar la evolución de las tendencias.
- c) Aplicar técnicas de archivo de documentación utilizada y generada, seleccionando aplicaciones manuales, informáticas y documentales para gestionar la base de información.
- d) Aplicar técnicas de análisis, estudiando las características y estilos de las personas usuarias para identificar sus necesidades.
- e) Analizar las técnicas de comunicación, seleccionando actividades para diseñar un plan de entrenamiento de habilidades comunicativas.
- f) Interpretar las normas de protocolo, analizando los diferentes actos socio-laborales u oficiales para asesorar en la organización de actos protocolarios y eventos.
- g) Determinar los modelos de comportamiento y los usos sociales, caracterizando las normas del protocolo social, para asesorar en la organización de actos protocolarios y eventos.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

- h) Diseñar proyectos de organización de eventos, analizando la estructura de los actos sociales, empresariales y oficiales para asesorar en la organización de actos protocolarios y eventos.
- i) Elaborar un manual de identidad corporativa, analizando las características de imagen de empresa para elaborar el proyecto de imagen corporativa.
- j) Diseñar modelos de propuestas y presupuestos, describiendo sus fases para hacer el proyecto.
- k) Determinar los cuidados estéticos, de peluquería y vestuario relacionándolas con las características físicas y con los estilos personales para desarrollar proyectos de cambio de imagen personal.
- l) Llevar a cabo procesos de embellecimiento, identificando los requerimientos técnicos para entrenar en técnicas de maquillaje y cuidados estéticos.
- m) Establecer pautas de asesoramiento en peluquería y cuidado del pelo del rostro, identificando los requerimientos técnicos para elaborar un plan de entrenamiento para el mantenimiento del nuevo estilo.
- n) Identificar operaciones de venta y técnicas publicitarias y de *merchandising*, evaluando las características y demandas del mercado para comercializar productos y servicios de imagen personal.
- o) Establecer pautas para asesorar en indumentaria, reconociendo y seleccionando las piezas, tejidos, accesorios y complementos para hacer cambios de estilo a través del vestuario.
- p) Establecer el procedimiento de trabajo del asistente personal de compras, identificando las fases para guiar en la compra de vestuario, complementos y cosméticos.
- q) Analizar las líneas cosméticas, relacionando las propiedades de los cosméticos con las características cutáneas, para asesorar en la compra y aplicación de cosméticos y perfumes.
- r) Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.
- s) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.
- t) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de ámbitos diferentes y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación, para afrontar y resolver diferentes situaciones, problemas o contingencias.
- u) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
- v) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.
- w) Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.
- x) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al diseño para todos.
- y) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades hechos en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaz de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.
- z) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para llevar a cabo la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
- aa) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar como ciudadano democrático.

5.2 Relación de los módulos profesionales y unidades formativas

Módulo profesional 1: asesoría cosmética

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: 20 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: la piel y sus anexos. 22 horas

UF 2: cosmética para la piel y sus anexos. 50 horas

UF 3: estudio cosmético. 20 horas

UF 4: perfumería cosmética. 20 horas

Módulo profesional 2: diseño de imagen integral

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: 20 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: recursos para el estudio de la imagen. 80 horas

UF 2: estudio integral de la imagen. 32 horas

Módulo profesional 3: estilismo en vestuario y complementos

Duración: 264 horas

Horas de libre disposición: 25 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 13

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: estilismo en el vestir. 16 horas

UF 2: evolución de los cánones estéticos. 70 horas

UF 3: moda contemporánea. 70 horas

UF 4: vestuario y complementos. 53 horas

UF 5: estudio del vestuario y los complementos. 30 horas

Módulo profesional 4: asesoría de peluquería

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: 20 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: estudio capilar. 50 horas

UF 2: diseño de estilos de imagen. 62 horas

Módulo profesional 5: protocolo y organización de eventos

Duración: 198 horas

Horas de libre disposición: 25 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: protocolo institucional. 65 horas

UF 2: protocolo empresarial. 23 horas

UF 3: organización de eventos. 85 horas

Módulo profesional 6: usos sociales

Duración: 66 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: protocolo social. 36 horas

UF 2: usos en mesa. 30 horas

Módulo profesional 7: asesoría estética

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: 20 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 11

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: estudio de tratamientos estéticos. 75 horas

UF 2: estudio de maquillaje. 37 horas

Módulo profesional 8: habilidades comunicativas

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: 20 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: comunicación y habilidades comunicativas. 40 horas

UF 2: estudio de las habilidades comunicativas. 72 horas

Módulo profesional 9: imagen corporativa

Duración: 66 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Unidades formativas que lo componen:

CVE-DOGC-B-16355044-2016

UF 1: identidad corporativa. 33 horas

UF 2: estudio de la imagen corporativa. 33 horas

Módulo profesional 10: dirección y comercialización

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: 15 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: la empresa de imagen personal. 60 horas

UF 2: planes de venta, comercialización y comunicación empresarial. 42 horas

UF 3: protocolo de atención a los clientes. 15 horas

Módulo profesional 11: formación y orientación laboral

Duración: 99 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: incorporación al trabajo. 66 horas

UF 2: prevención de riesgos laborales. 33 horas

Módulo profesional 12: empresa e iniciativa emprendedora

Duración: 66 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 4

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: empresa e iniciativa emprendedora. 66 horas

Módulo profesional 13: proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa

Duración: 99 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa. 99 horas

Módulo profesional 14: formación en centros de trabajo

Duración: 350 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 22

5.3 Descripción de los módulos profesionales y de las unidades formativas

Módulo profesional 1: asesoría cosmética

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: 20 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: la piel y sus anexos. 22 horas

UF 2: cosmética para la piel y sus anexos. 50 horas

UF 3: estudio cosmético. 20 horas

UF 4: perfumería cosmética. 20 horas

UF 1: la piel y sus anexos

Duración: 22 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Caracteriza el estudio estético para la asesoría cosmética utilizando técnicas de análisis del órgano cutáneo, de los anexos cutáneos y de la morfología corporal.

Criterios de evaluación

1.1 Identifica la estructura anatómica y fisiológica del órgano cutáneo y sus anexos.

1.2 Especifica las características de las tipologías cutáneas.

1.3 Establece las diferencias entre los diferentes tipos de piel y de cuero cabelludo.

1.4 Reconoce las necesidades cosméticas de cada tipo de piel.

1.5 Especifica las reacciones que puede presentar la piel por la acción de diversos agentes externos.

1.6 Identifica los métodos de análisis de la piel y del estado del cabello y del cuero cabelludo.

1.7 Relaciona las alteraciones faciales, corporales y de los anexos cutáneos con influencia en la imagen personal con los tratamientos estéticos y/o cosméticos.

1.8 Identifica los tratamientos estéticos faciales, corporales y capilares en el ámbito de la medicina y la cirugía estética.

Contenidos

1. El estudio estético del órgano cutáneo, de los anexos cutáneos y de la morfología corporal:

1.1 La piel: características, estructura anatómica y fisiología. El cuero cabelludo.

- 1.2 Los anexos cutáneos: tipo, estructura, características y fisiología.
- 1.3 La tipología cutánea según diferentes criterios: emulsión epicutánea, fototipo, elasticidad y otros. Características. Rasgos diferenciadores entre la piel masculina y femenina. Necesidades cosméticas generales.
- 1.4 La reacción cutánea a los agentes externos y cosmetológicos. La prueba de sensibilidad.
- 1.5 Los métodos y técnicas de análisis de la piel, el estado del cabello y del cuero cabelludo.
- 1.6 El protocolo de reconocimiento del estado cutáneo y capilar.
- 1.7 Las alteraciones faciales y corporales con influencia en la imagen personal y los posibles tratamientos o cuidados cosmetológicos. Alteraciones vasculares y de la microcirculación, de la queratinización, del tejido subcutáneo y conjuntivo, discromías, etc.
- 1.8 Las principales alteraciones de los anexos cutáneos y el cuero cabelludo con influencia en la imagen personal y los posibles tratamientos o cuidados cosmetológicos. Alteraciones ungueales, de la secreción sudoral, de la lipidación, en la cantidad pilosa, alteraciones estéticas estructurales y cromáticas del tallo piloso, etc.
- 1.9 Trastornos alimenticios, psicológicos u otros relacionados con la imagen personal. Sobrepeso, obesidad, anorexia y bulimia. Parámetros relacionados: IMC, etc.
- 1.10 La cirugía y la medicina estética facial, corporal y capilar. Principales técnicas asociadas.
- 1.11 Alteraciones que requieren la intervención médica o de otros profesionales.

UF 2: cosmética para la piel y sus anexos

Duración: 50 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Caracteriza los cosméticos y las formas cosméticas analizando sus características y su capacidad de penetración en la piel.

Criterios de evaluación

- 1.1 Identifica la composición general de los productos cosméticos.
 - 1.2 Identifica las características y las funciones de las sustancias más utilizadas en la elaboración de un cosmético.
 - 1.3 Especifica las características de las diferentes formas de presentación.
 - 1.4 Determina los mecanismos de actuación de los cosméticos sobre la piel.
 - 1.5 Identifica la parte externa de un cosmético comercial.
 - 1.6 Analiza la reglamentación técnico-sanitaria y la normativa europea sobre productos cosméticos.
2. Determina los cosméticos para la piel relacionando los ingredientes y formas de presentación con sus indicaciones cosméticas.

Criterios de evaluación

- 2.1 Establece la clasificación de los cosméticos para la piel según su composición, efectos y lugar de actuación.
- 2.2 Identifica los criterios de selección de los cosméticos más adecuados al tipo de piel y tratamiento.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

- 2.3 Relaciona los ingredientes activos de los cosméticos de higiene y complementarios con su mecanismo de actuación.
 - 2.4 Establece las indicaciones de los cosméticos de mantenimiento, protección y tratamiento de la piel.
 - 2.5 Relaciona los ingredientes activos de los cosméticos con sus indicaciones cosmetológicas.
 - 2.6 Identifica la cosmética facial y corporal masculina.
 - 2.7 Conoce los diferentes productos de uso en medicina estética.
 - 2.8 Valora la importancia del uso de complementos nutricionales con finalidades cosméticas.
 - 2.9 Identifica las necesidades cosméticas en las alteraciones estéticas faciales y corporales con influencia en la imagen personal.
 - 2.10 Valora la importancia de conocer las innovaciones cosméticas.
-
3. Determina los cosméticos para los anexos cutáneos y el cuero cabelludo relacionando los ingredientes y formas de presentación con sus indicaciones cosméticas.

Criterios de evaluación

- 3.1 Establece la clasificación de los cosméticos capilares.
- 3.2 Selecciona los cosméticos de higiene, acondicionamiento, cambios de forma, color y decoloración según el tipo y estado del cabello y cuero cabelludo.
- 3.3 Relaciona los principios activos de los cosméticos de tratamiento capilar con sus indicaciones.
- 3.4 Valora la importancia de los cosméticos para proteger y mantener el cabello y el cuero cabelludo en buen estado.
- 3.5 Identifica los cosméticos capilares masculinos.
- 3.6 Establece los criterios para la elección de los cosméticos depilatorios.
- 3.7 Valora la importancia del uso de decolorantes del vello.
- 3.8 Relaciona los cosméticos de manicura y pedicura con su forma de actuar.
- 3.9 Relaciona los cosméticos de tratamientos de manos, pies y uñas con su forma de actuar.
- 3.10 Conoce los complementos dietéticos y nutricionales para el cabello y las uñas.
- 3.11 Identifica las necesidades cosméticas de las alteraciones de los anexos cutáneos con influencia en la imagen personal.
- 3.12 Valora la importancia de conocer las innovaciones cosméticas.

Contenidos

1. Cosméticos y formas cosméticas:

- 1.1 Los productos cosméticos: concepto. Diferencia entre cosmético y medicamento. Clasificación de las diferentes líneas y cosméticos de tratamientos faciales/corporales. Composición general.
- 1.2 Características de las sustancias más utilizadas en la elaboración de un cosmético.
- 1.3 La forma cosmética: concepto. Tipo. Características. Efectos, mecanismos de actuación y criterios de selección de los cosméticos para tratamientos faciales y corporales.
- 1.4 La actuación de los cosméticos sobre la piel. Grados de permeabilidad.
- 1.5 Estabilidad, alteraciones, conservación y parámetros de calidad de los productos cosméticos.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

- 1.6 La parte externa del cosmético: elementos, etiquetado y certificaciones, entre otros.
 - 1.7 La normativa higiénico- sanitaria en cosmética.
 - 1.8 Otros elementos o complementos de uso cosmético: fitocosmética, complementos nutricionales (nutricosmética), etc.
2. Determinación de los cosméticos para la piel:
 - 2.1 Clasificación de los cosméticos según su composición, efectos y lugar de actuación.
 - 2.2 Cosméticos de higiene y complementarios. Cosméticos faciales y corporales: tipo, ingredientes activos principales, forma de presentación, efectos, indicaciones, contraindicaciones. Criterios de selección.
 - 2.3 Cosméticos de mantenimiento, protección y tratamiento de la piel. Cosméticos faciales y corporales: clasificación, características, sustancias activas, efectos, indicaciones, contraindicaciones. Criterios de selección.
 - 2.4 Cosméticos decorativos o de maquillaje. Concepto, tipo, composición, activos cosméticos, formas cosméticas, clasificación, mecanismos de actuación y contraindicaciones. Criterios de selección.
 - 2.5 Cosmética masculina facial y corporal: características y criterios de selección.
 - 2.6 Cosmética específica para medicina estética: inyecciones e implantes de sustancias, etc. Tipo, funciones, composición, formas de presentación. Precauciones. Criterios de selección.
 - 2.7 Complementos estéticos dietéticos y nutricionales. Concepto, clasificación e indicaciones. Principales ingredientes y forma de uso.
 - 2.8 Fitocosmética y otros.
 - 2.9 Necesidades cosméticas de las alteraciones estéticas faciales y corporales con influencia en la imagen personal.
 3. Determinación de los cosméticos para los anexos cutáneos y el cuero cabelludo:
 - 3.1 Cosméticos capilares: clasificación y características.
 - 3.2 Cosméticos para la higiene y el acondicionamiento capilar. Concepto, forma de actuar, ingredientes activos principales, indicaciones. Criterios de selección.
 - 3.3 Cosméticos para los cambios de forma temporales: aplicación, mantenimiento y acabado.
 - 3.4 Cosméticos para los cambios de forma permanente.
 - 3.5 Cosméticos para los cambios de color y decolorantes. Clasificación, forma de actuar, principales ingredientes, indicaciones y precauciones. Criterios de selección.
 - 3.6 Cosméticos para las alteraciones del cabello y del cuero cabelludo (estructurales, cromáticas, pitiriasis, seborrea, alopecia, etc.). Clasificación, principios activos, forma de actuar, indicaciones. Criterios de selección.
 - 3.7 Cosméticos para el mantenimiento y la protección del cabello y del cuero cabelludo: forma y color, protectores del calor, protectores solares y otros. Indicaciones, forma de actuar y formas cosméticas.
 - 3.8 Cosméticos masculinos: barbería. Clasificación, indicaciones, ingredientes y formas cosméticas.
 - 3.9 Cosméticos para la eliminación del vello: depilatorios químicos y físicos. Clasificación, forma de actuar, indicaciones y precauciones. Criterios de selección. Cosméticos pre y post depilación.
 - 3.10 Cosméticos decolorantes del vello. Composición, mecanismo de acción, formas cosméticas, indicaciones y precauciones. Criterios de selección.
 - 3.11 Productos para manicura y pedicura. Clasificación, función, principales ingredientes y formas cosméticas. Criterios de selección.
 - 3.12 Cosméticos para el mantenimiento, protección y tratamiento de manos, pies y uñas.
 - 3.13 Complementos dietéticos y nutricionales. Indicaciones e ingredientes activos.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

3.14 Necesidades cosméticas de las alteraciones de los anexos cutáneos con influencia en la imagen personal.

UF 3: estudio cosmético

Duración: 20 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Elabora propuestas personalizadas de tratamientos cosméticos estableciendo pautas de entrenamiento para los nuevos hábitos.

Criterios de evaluación

- 1.1 Aplica un protocolo personalizado de asesoría cosmética.
- 1.2 Cumplimenta los cuestionarios y la ficha cosmetológica.
- 1.3 Determina las necesidades cosméticas de los clientes.
- 1.4 Reconoce la informática y los medios audiovisuales como medio de tratamiento de la imagen personal en relación a las necesidades cosméticas de los clientes.
- 1.5 Identifica la necesidad de derivación a otros profesionales.
- 1.6 Establece los hábitos de vida y los consejos necesarios para optimizar el efecto cosmético.
- 1.7 Asesora en la elección de cosméticos para la piel y sus anexos.
- 1.8 Asesora en las técnicas de aplicación de los diferentes tipos de cosméticos propuestos.
- 1.9 Elabora el dossier sobre la asesoría cosmética de forma personalizada.
- 1.10 Valora el grado de satisfacción de los clientes.
- 1.11 Identifica las desviaciones de los resultados y propone medidas correctivas.

2. Establece pautas para el asesoramiento en la compra de cosméticos seleccionando los establecimientos de venta e identificando las líneas comerciales.

Criterios de evaluación

- 2.1 Caracteriza los establecimientos de venta de cosméticos y la venta en línea.
- 2.2 Elabora dossieres de información sobre líneas cosméticas, casas comerciales, centros de medicina estética y otros.
- 2.3 Asesora en las líneas de cosmética masculina.
- 2.4 Relaciona las líneas cosméticas con los establecimientos de venta.
- 2.5 Valora la importancia de la relación calidad-precio.
- 2.6 Identifica los factores a considerar en la compra de cosméticos.
- 2.7 Aplica técnicas de comunicación en la compra de cosméticos.
- 2.8 Identifica los productos asociados en venta de los cosméticos.
- 2.9 Elabora lotes y paquetes de regalos cosméticos.

Contenidos

1. Propuestas personalizadas de tratamientos cosméticos:

1.1 Protocolo de actuación en el asesoramiento de cosméticos.

1.2 Cuestionarios y ficha cosmetológica.

1.3 Programas informáticos y medios audiovisuales de tratamiento y valoración de la imagen personal.

1.4 Protocolo de tratamiento personalizado: preparación e higiene, núcleo del tratamiento, finalización del tratamiento.

1.5 Técnicas de aplicación de cosméticos de preparación e higiene de la piel. Secuenciación. Consejos de higiene en función del tipo de piel.

1.6 Técnicas de aplicación de cosméticos de mantenimiento y protección.

1.7 Técnicas de aplicación de cosméticos de tratamiento, faciales y corporales. Secuenciación.

1.8 Técnicas de aplicación de productos capilares: champú, acondicionador, cosméticos para alteraciones y otros.

1.9 Técnicas de aplicación de cosméticos para tratamientos de manos y pies.

1.10 Dossier de asesoría cosmética: estudios y análisis hechos, selección de cosméticos, pautas de aplicación, plan de mantenimiento y seguimiento.

1.11 Grado de satisfacción de los clientes. Propuesta de medidas correctivas.

2. Pautas para el asesoramiento en la compra de cosméticos:

2.1 Establecimientos de venta de cosméticos: características, tipo de cosméticos, criterios de selección. La venta en línea (*online*).

2.2 Fase de documentación. Elaboración de la base de información de líneas de cosméticos, casas comerciales, centros de medicina estética, etc. Las líneas de cosmética masculina. Cosmética bio, eco y natural.

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

2.4 Relación calidad-precio en la compra de cosméticos.

2.5 Criterios para la asesoría de compra de cosméticos faciales, capilares, corporales y decorativos. La asesoría de compra de cosmética masculina.

2.6 La comunicación aplicada a la asesoría para la compra de cosméticos. La venta cruzada.

2.7 El cosmético como artículo de regalo. Presentación externa. Elaboración de lotes y paquetes de regalos. Productos asociados en venta de cosméticos.

UF 4: perfumería cosmética

Duración: 20 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Determina pautas de asesoramiento personalizado en la elección de perfumes analizando las variables personales y sociolaborales.

Criterios de evaluación

CVE-DOGC-B-16355044-2016

- 1.1 Especifica las fases de un protocolo de asesoría en perfumería cosmética.
- 1.2 Identifica la composición general de un perfume.
- 1.3 Clasifica los productos de perfumería según su contenido en esencias, solución alcohólica y formas perfumantes.
- 1.4 Clasifica los perfumes en familias olfatorias.
- 1.5 Identifica las notas de fondo, cuerpo y salida de la estructura del perfume.
- 1.6 Diferencia los tipos de formas perfumantes.
- 1.7 Lleva a cabo el test del perfume.
- 1.8 Selecciona el perfume en función de las necesidades de los clientes.
- 1.9 Describe los factores que influyen en la variación de un perfume en diferentes personas.
- 1.10 Enumera los factores que influyen en la elección del perfume.
- 1.11 Especifica el procedimiento para la aplicación del perfume.
- 1.12 Establece los criterios para la compra de un perfume.
- 1.13 Relaciona el perfume con las tendencias.

Contenidos

1. Pautas de asesoramiento en la elección del perfume:
 - 1.1 Protocolo de actuación en el asesoramiento de perfumes.
 - 1.2 Perfumes: concepto, composición general (activos y excipientes) y clasificación.
 - 1.3 Estructura de un perfume. Pirámide olfatoria.
 - 1.4 Tipo de perfumes: perfumería alcohólica, las familias de perfumes y los métodos de extracción del perfume.
 - 1.5 El test del perfume: relación del tipo de perfume con las características y necesidades del cliente (personales, profesionales y sociales).
 - 1.6 Factores que influyen en la elección de un perfume. Criterios para escogerlo.
 - 1.7 Pautas de uso: zonas de aplicación y procedimiento.
 - 1.8 Criterios para la compra del perfume.
 - 1.9 El olor corporativo.

Módulo profesional 2: diseño de imagen integral

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: 20 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: recursos para el estudio de la imagen. 80 horas

UF 2: estudio integral de la imagen. 32 horas

UF 1: recursos para el estudio de la imagen

Duración: 80 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Identifica el campo de trabajo de los profesionales de la asesoría de imagen personal y corporativa estableciendo los protocolos de actuación.

Criterios de evaluación

- 1.1 Contextualiza el asesoramiento de la imagen personal y corporativa.
 - 1.2 Reconoce el campo de trabajo de los asesores de imagen personal y corporativa.
 - 1.3 Identifica las figuras relacionadas con la profesión.
 - 1.4 Elabora los protocolos de actuación de la asesoría personal y corporativa.
 - 1.5 Establece las fases de actuación de los asesores de imagen personal y corporativa.
 - 1.6 Identifica la motivación en el cambio de imagen personal o corporativa.
 - 1.7 Identifica las necesidades sociolaborales o personales de los clientes, entidades o empresas.
 - 1.8 Establece los métodos y equipos para el estudio de los clientes, entidades o empresas.
 - 1.9 Identifica los muestrarios básicos de referencia.
 - 1.10 Determina las capacidades profesionales de los asesores de imagen personal y corporativa.
2. Caracteriza la iconología relacionando su percepción con la repercusión en asesoría de imagen personal y corporativa.

Criterios de evaluación

- 2.1 Identifica la iconología y sus características.
- 2.2 Valora la evolución histórica de la iconología.
- 2.3 Establece los valores asociados a la iconología.
- 2.4 Relaciona el uso de los elementos iconológicos con su aplicación en la asesoría de imagen personal y corporativa.
- 2.5 Identifica los códigos, signos y símbolos iconológicos.
- 2.6 Establece las relaciones entre las percepciones y las sensaciones asociadas.
- 2.7 Relaciona los elementos iconológicos con los sentidos, las emociones y las cualidades personales.
- 2.8 Establece los niveles de percepción y sus condicionantes.
- 2.9 Justifica la importancia de la objetividad en el análisis iconológica.
- 2.10 Valora la importancia de la utilización correcta del lenguaje iconológico.
- 2.11 Analiza las líneas, los colores, las formas, los volúmenes y la expresividad corporal y los elementos sensoriales asociados a la imagen personal y corporativa.
- 2.12 Determina los códigos de asesoramiento de imagen personal y corporativa.

3. Elabora y gestiona documentación para la asesoría de imagen personal y corporativa teniendo en cuenta las demandas y necesidades de los clientes.

Criterios de evaluación

3.1 Determina el tipo de documentación técnica necesaria para llevar a cabo un proyecto integral de asesoría de imagen personal o corporativa.

3.2 Establece estrategias de investigación de información.

3.3 Identifica los diferentes sistemas de archivo y clasificación de la información.

3.4 Identifica los cuestionarios necesarios para la asesoría personal y corporativa.

3.5 Establece los criterios, la estructura y los apartados que deben tener los documentos de la asesoría.

3.6 Elabora cuestionarios de asesoría de imagen personal y corporativa.

3.7 Identifica la legislación en lo referente a la protección de datos.

3.8 Elabora documentos complementarios para el asesoramiento de imagen personal y corporativa.

3.9 Establece pautas para la revisión y mejora de los documentos para la asesoría de imagen personal y corporativa.

4. Elabora documentación gráfica para la asesoría de imagen personal y corporativa aplicando técnicas de expresión gráfica, fotográficas, audiovisuales e informáticas.

Criterios de evaluación

4.1 Identifica las técnicas gráficas, audiovisuales e informáticas asociadas al proyecto de asesoría.

4.2 Aplica técnicas de expresión gráfica para la obtención de bocetos.

4.3 Identifica los medios audiovisuales con repercusión en el asesoramiento de imagen.

4.4 Elabora fotografías y otros materiales audiovisuales aplicando técnicas básicas.

4.5 Determina las características técnicas e indicaciones de los programas informáticos con aplicación en el proyecto de asesoría.

4.6 Utiliza aplicaciones informáticas para el tratamiento de la imagen.

Contenidos

1. El campo de actuación:

1.1 La asesoría personal y corporativa. Campo de trabajo. Definición y competencias. Particularidades. Figuras profesionales relacionadas.

1.2 El protocolo de actuación en asesoría personal y corporativa. Elaboración del protocolo: tipo, contenidos y documentos de apoyo.

1.3 Muestrarios de referencia. Concepto y tipo.

1.4 Métodos de identificación de las necesidades sociolaborales o personales y de los motivos del cambio de imagen.

1.5 Las capacidades profesionales de los asesores de imagen personal y corporativa: organización, metodología, observación, asertividad, empatía, responsabilidad, discreción, otros.

2. La iconología y su percepción:

2.1 La iconología. Concepto y características.

2.2 Los iconos: definición, tipo y características.

2.3 Historia de la iconología. Variaciones universales iconológicas.

2.4 Los valores morales y estéticos asociados a la iconología.

2.5 Aplicaciones de la iconología en diferentes sectores.

2.6 Percepción iconológica. La sensibilidad individual. Los niveles de percepción y sus condicionantes.

2.7 Los sentidos y la iconología: la vista, la audición, el tacto y la tangibilidad, el olfato y el gusto. Concepto. Características y variaciones individuales.

2.8 Elementos que conforman la imagen: códigos, signos y símbolos. Las líneas, los colores, las formas, los volúmenes, el movimiento, los sonidos y los olores.

2.9 La objetividad y la relatividad. Diferenciación entre percepción y emociones. Las emociones y las cualidades personales. Modificación de la percepción.

2.10 Las cualidades en la asesoría de imagen personal o corporativa. Concepto y tipo. Las cualidades personales.

2.11 Uso del lenguaje iconológico y las características de la asesoría personal o corporativa. El lenguaje iconológico: definición, características e importancia. Las equivalencias entre cualidades y características físicas, códigos, símbolos y signos. Las formas adjetivadas de las cualidades. Las mesas de cualidades y su jerarquización. El diccionario iconológico o nomenclátor.

3. La documentación en el asesoramiento de imagen personal y corporativa:

3.1 Bases de información general. Identificación de las fuentes documentales: escritas, gráficas, audiovisuales y otros. Características principales.

3.2 Métodos de obtención de la información: estrategias de investigación y selección. La fiabilidad de la información.

3.3 Técnicas de clasificación en los diferentes ámbitos. Sistemas de archivo y su metodología. Los archivos en papel. Las bases de datos informatizadas y su funcionamiento.

3.4 Actualización de la información: control, seguimiento y conservación.

3.5 Cuestionarios de asesoría personal o corporativa: concepto, características, finalidad y objetivos. Tipo de cuestionarios: básicos y específicos. Características y diferencias. Diseño de cuestionarios. La adaptación de los cuestionarios. Pautas de revisión y mejora de los cuestionarios. Control de calidad aplicado a los cuestionarios.

3.6 Otros documentos de asesoría personal o corporativa: concepto y características. Tipos de documentos internos (contratación del servicio, declaración de confidencialidad, elaboración de presupuestos, contratos de colaboradores, contratos de protección de datos, otros).

3.7 Documentos de proyección externa (dossier de presentación, díptico/tríptico, dossier de empresa, tarjetas de visita, otros).

4. Diseño de documentos gráficos para la asesoría de imagen personal y corporativa:

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

4.2 La elaboración de bocetos: técnicas, elementos y útiles de dibujo. Elementos básicos del dibujo y su aplicación en asesoría.

4.3 La fotografía analógica y digital. Concepto y principios. Funcionamiento básico. El uso de la cámara. Técnicas básicas utilizadas en fotografía. La iluminación. La composición. El retoque fotográfico y sus elementos. Otros. Retoques fotográficos y estereotipos de género.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

4.4 Las aplicaciones informáticas como medio de tratamiento de la imagen personal o corporativa. Iniciación al tratamiento digital de fotografías. Programas informáticos relacionados. Tipo y características.

4.5 Los medios audiovisuales. Tipo. Características. La post-producción.

4.6 Otras técnicas aplicadas al diseño de bocetos para la asesoría de imagen personal o corporativa.

UF 2: estudio integral de la imagen

Duración: 32 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Elabora el estudio integral de la imagen aplicando métodos y técnicas de análisis.

Criterios de evaluación

- 1.1 Identifica las demandas y necesidades de los clientes de un servicio de asesoría personal o corporativa.
- 1.2 Especifica las técnicas de análisis y evaluación de las características de los clientes, entidades o empresas.
- 1.3 Establece pautas por la autovaloración y observación de los clientes, entidades o empresas.
- 1.4 Aplica técnicas de análisis y evaluación de la imagen integral.
- 1.5 Identifica el estilo y los criterios estéticos de los clientes.
- 1.6 Determina el ámbito del asesoramiento a hacer.
- 1.7 Determina los documentos, apoyos y materiales necesarios para el estudio integral de la imagen.
- 1.8 Relaciona las cualidades o características físicas con los elementos iconológicos.
- 1.9 Analiza los resultados del estudio integral de la imagen.

2. Elabora propuestas personalizadas de asesoría de imagen integral determinante las fases del proceso de elaboración.

Criterios de evaluación

- 2.1 Determina la estructura y los apartados de la propuesta de asesoría de imagen integral.
- 2.2 Identifica las fases del proceso de elaboración de la propuesta.
- 2.3 Establece la documentación de apoyo y las aplicaciones informáticas asociadas.
- 2.4 Identifica las relaciones con los colaboradores en la propuesta de asesoría de imagen integral.
- 2.5 Elabora el presupuesto de la propuesta.
- 2.6 Presenta la propuesta con profesionalidad.
- 2.7 Establece la secuenciación, la temporalización, los medios técnicos y personales necesarios para llevar a cabo la propuesta de asesoría de imagen integral.
- 2.8 Presenta diferentes propuestas de asesoría a los clientes.
- 2.9 Propone, si se requiere, un plan de entrenamiento y/o formación.

3. Define un plan de control y seguimiento para los servicios de asesoría de imagen integral interpretando las

demandas de las personas usuarias.

Criterios de evaluación

- 3.1 Identifica los aspectos que han de ser evaluados en la calidad del servicio prestado.
- 3.2 Establece las normas de calidad en todas las fases del proceso.
- 3.3 Elabora un plan de evaluación para al servicio de asesoría de imagen integral.
- 3.4 Identifica las principales causas que pueden dar lugar a deficiencias en el servicio prestado.
- 3.5 Selecciona técnicas para valorar el grado de satisfacción de los clientes.
- 3.6 Propone medidas correctivas para optimizar los servicios prestados.
- 3.7 Identifica el proceso a seguir ante una queja o reclamación.
- 3.8 Aplica técnicas de argumentación ante las objeciones a la propuesta.

Contenidos

1. Estudio integral de la imagen:

- 1.1 Protocolo de comunicación con los clientes, entidades o empresas.
- 1.2 Técnicas de análisis y evaluación de las características físicas de los clientes.
- 1.3 Identificación del estilo, criterios estéticos y necesidades y demandas de los clientes, entidades o empresas.
- 1.4 Métodos para detectar los criterios estéticos, las necesidades y demandas. La entrevista. La autovaloración.
- 1.5 La observación: secuenciación y aplicación de pautas de observación. Aspecto estético externo, expresión: oral, gestual y corporal, cultura y marco social. Personalidad y características psicológicas básicas. Conducta y hábitos. Otros. Las medidas físicas y su determinación. Los colores. Los inestetismos o elementos a corregir. Las cualidades actuales y futuras de los clientes.
- 1.6 Tipo de asesoramiento a hacer: parcial, de imagen integral, de belleza, profesional, corporativo, etc.
- 1.7 Documentación para el análisis de los clientes. Cuestionarios y otros documentos.
- 1.8 Registro y control de la información. El apoyo de grabación gráfica de registros de los clientes: cámara fotográfica, cámara de vídeo, grabadora, etc. Determinación y preparación. Los estadillos, tablas, etc.

2. Elaboración de propuestas personalizadas de asesoría de imagen integral:

- 2.1 El proyecto de asesoría de imagen integral: concepto, fases y tipo de proyectos. Características.
- 2.2 Diseño de propuestas personalizadas de cambios de imagen integral. Estructura específica de la propuesta. Documentación de apoyo. Propuestas escritas, gráficas y audiovisuales.
- 2.3 Caracterización del nuevo estilo.
- 2.4 Documentación técnica y económica anexa a la propuesta: tipo y características.
- 2.5 Pautas para la elaboración de la propuesta de asesoría. Información a consignar, apartados, requisitos de imagen, contenidos, formado de presentación, secuenciación, temporalización, otras características.
- 2.6 Relación de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios. Proveedores y otros profesionales. Criterios de selección de profesionales colaboradores.
- 2.7 Plan de actuación. Temporalización. Coordinación de trabajos.
- 2.8 Presentación de propuestas. Técnicas de comunicación. Elementos de apoyo.

- 2.9 Resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.
 - 2.10 Tarificación del servicio. Cuantía parcial y global. Estudio económico del servicio. Sistemas de liquidación económica. Alternativas en el pago.
 - 2.11 La ley de protección de datos. Los pactos de confidencialidad.
-
- 3. Evaluación de la calidad de los servicios de asesoría de imagen integral:
 - 3.1 Elementos del plan de evaluación del servicio de asesoría de imagen integral.
 - 3.2 Técnicas de argumentación a las objeciones de las propuestas.
 - 3.3 Parámetros que definen la calidad en el servicio de asesoramiento en la presentación de la propuesta y/o servicio finalizado.
 - 3.4 Principales causas de deficiencias en los servicios de asesoría de imagen integral.
 - 3.5 Técnicas para valorar el grado de satisfacción de los clientes.
 - 3.6 Medidas correctivas para corregir las desviaciones producidas.
 - 3.7 Resolución de quejas y reclamaciones.

Módulo profesional 3: estilismo en vestuario y complementos

Duración: 264 horas

Horas de libre disposición: 25 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 13

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: estilismo en el vestir. 16 horas

UF 2: evolución de los cánones estéticos. 70 horas

UF 3: moda contemporánea. 70 horas

UF 4: vestuario y complementos. 53 horas

UF 5: estudio del vestuario y los complementos. 30 horas

UF 1: estilismo en el vestir

Duración: 16 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

- 1. Caracteriza el asesoramiento en estilismo en el vestir identificando sus características.

Criterios de evaluación

- 1.1 Identifica los conceptos de uso frecuente en estilismo en el vestir.
- 1.2 Diferencia entre tendencia y moda.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

- 1.3 Identifica las características de los desfiles de moda.
- 1.4 Diferencia los conceptos de elegancia y estilo.
- 1.5 Identifica las ferias más importantes del sector y sus características.
- 1.6 Valora la influencia del arte en la moda.
- 1.7 Identifica el estilo y su gradación.
- 1.8 Relaciona el estilismo en el vestir con la publicidad y los medios de comunicación.

Contenidos

1. El estilismo en el vestir:

- 1.1 Conceptos de estilismo: vestiteca, sala de exposiciones (*showroom*), centro comercial de stocks (*outlet*), fondo de armario, complementos, etc.
- 1.2 La elegancia y el estilo. Elementos que definen el estilo en el vestir. Definición, características y clasificación general de estilos. Gradación del estilo. El manual de estilos en estilismo en el vestir.
- 1.3 Las tendencias y la moda. Concepto, diferencias y características.
- 1.4 Repercusión económica. Técnicas asociadas a su difusión.
- 1.5 La confección industrial, el prêt-à-porter y la alta costura. Características. Repercusiones en la imagen final.
- 1.6 Colección. Concepto y características.
- 1.7 Desfiles. Terminología asociada y características.
- 1.8 La idea, el concepto y el proceso creativo. La investigación como base de la inspiración y realización.
- 1.9 Principales ferias mundiales relacionadas con el estilismo.
- 1.10 Publicidad y moda. Estereotipos de género.
- 1.11 El arte y la moda. El diseño de moda. Tendencias e innovaciones asociadas.

UF 2: evolución de los cánones estéticos

Duración: 70 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Caracteriza las funciones del vestuario.
- 1.2 Diferencia los cánones estéticos de las diferentes épocas históricas.
- 1.3 Establece los elementos de vestuario y complementos en las diferentes épocas históricas.
- 1.4 Relaciona los cambios sociales con las características del vestuario.
- 1.5 Establece el nacimiento de la alta costura y los principales diseñadores.
- 1.6 Relaciona la alta costura con su repercusión en la evolución de la moda.

Contenidos

1. La moda y sus tendencias a lo largo de la historia:

- 1.1 El vestido en la prehistoria.
- 1.2 Las civilizaciones antiguas y su influencia en el vestuario.
- 1.3 El vestuario egipcio. El maquillaje y la belleza.
- 1.4 El mundo clásico y preclásico. El ideal de belleza clásico.
- 1.5 Bizancio y el vestido joya.
- 1.6 La edad media y su estética.
- 1.7 El renacimiento. La influencia de las cortes italianas. La moda en la corte española y su repercusión mundial.
- 1.8 El barroco y la corte francesa. El rococó.
- 1.9 La revolución francesa y los cambios asociados. El romanticismo. El dandismo. Los cambios volumétricos en la moda femenina.
- 1.10 El modernismo. La revolución industrial y su repercusión en el vestuario.
- 1.11 El nacimiento de la alta costura. Movimientos reformistas.

UF 3: moda contemporánea

Duración: 70 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

- 1. Caracteriza la moda contemporánea identificando los creadores y tendencias.

Criterios de evaluación

- 1.1 Caracteriza las tendencias de la moda contemporánea.
- 1.2 Identifica la importancia de los cambios de línea en el vestuario del siglo XX.
- 1.3 Determina los cánones estéticos de las diferentes décadas de la moda contemporánea.
- 1.4 Establece los elementos del vestuario y complementos de las diferentes décadas de la moda contemporánea.
- 1.5 Identifica a los diseñadores con influencia en la historia de la moda contemporánea.
- 1.6 Identifica la repercusión de la alta costura en la evolución de la moda.
- 1.7 Relaciona los cambios sociales con la evolución en el vestuario de la moda contemporánea.
- 1.8 Detalla los aspectos más relevantes de los nuevos creadores y tendencias en la moda.
- 1.9 Valora la importancia de conocer la evolución de la moda y las tendencias.

Contenidos

1. Creadores y tendencias de la moda contemporánea:
 - 1.1 Inicios del siglo XX. El cambio de era y su silueta.
 - 1.2 Los años 20. La androginia. Las nuevas casas de moda.
 - 1.3 Los años 30. La moda y el cine.
 - 1.4 La moda y el surrealismo.
 - 1.5 El *new look* y el teatro de la moda.
 - 1.6 Los pantalones tejanos y el estilo de vida americano.
 - 1.7 Los hippies.
 - 1.8 La juventud y sus revoluciones. La minifalda.
 - 1.9 El cine y la televisión. El futurismo. La moda unisex. El punk.
 - 1.10 La moda americana y la nueva silueta.
 - 1.11 El fin de la alta costura. Nuevas alternativas.
 - 1.12 Los diseñadores japoneses y su influencia.
 - 1.13 Las modas sociales actuales. Las tribus urbanas. Elementos identificadores.
 - 1.14 Panorama de la moda actual: la *techno-couture*, etc.
 - 1.15 La vanguardia de los diseñadores.
 - 1.16 Jóvenes diseñadores nacionales e internacionales.
 - 1.17 El futuro de la moda. Los nuevos textiles. Las innovaciones futuras.

UF 4: vestuario y complementos

Duración: 53 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Identifica los elementos del vestuario, los colores y sus materiales analizando su repercusión en la imagen final.

Criterios de evaluación

- 1.1 Caracteriza las piezas del vestuario y sus elementos.
 - 1.2 Identifica los materiales y tejidos.
 - 1.3 Valora el uso de tejidos y materiales ecológicos y éticos.
 - 1.4 Propone consejos para la conservación y mantenimiento de las piezas.
 - 1.5 Identifica la información y el simbolismo de las etiquetas.
 - 1.6 Diferencia el vestuario social, profesional y de etiqueta.
 - 1.7 Relaciona el simbolismo del color con su repercusión en el estilismo en el vestir.
2. Relaciona los complementos con su repercusión en la configuración del estilo.

Criterios de evaluación

- 2.1 Caracteriza los complementos y sus usos.
- 2.2 Relaciona las marcas, materiales y tejidos de los complementos con su repercusión final.
- 2.3 Valora la utilización de materiales ecológicos y éticos en la elaboración de los complementos.
- 2.4 Propone consejos para la conservación y mantenimiento de los complementos.
- 2.5 Reconoce las principales marcas en joyería, bisutería y relojería.
- 2.6 Conoce los principales nudos de corbata.
- 2.7 Identifica los complementos adecuados para cada persona y circunstancia de uso.
- 2.8 Relaciona el tipo y estilo de los complementos con su repercusión en la imagen externa.

Contenidos

1. La indumentaria masculina y femenina:

- 1.1 Tipo de piezas. Su repercusión en la imagen. Criterios de selección. Elementos y características de las piezas: los escotes, los cuellos, las mangas, los abrigos, las chaquetas, los pantalones, las faldas, las blusas y camisas, los vestidos, las camisetitas y los tops, etc.
- 1.2 Materiales y tejidos utilizados en estilismo. Concepto, clasificación y características. Pautas para su conservación.
- 1.3 Las fibras textiles. Los no tejidos. Los nuevos tejidos y sus aplicaciones.
- 1.4 El patronaje. Las costuras y la pasamanería. Concepto, tipo y características.
- 1.5 Las pieles naturales y su preparación. Clasificación y características.
- 1.6 El etiquetado de las piezas. Normativa. Simbología. Consejos de lavado, planchado y conservación.

2. Tipos de vestuario:

- 2.1 El vestuario profesional/laboral.
- 2.2 El vestuario de etiqueta. Características de los tejidos y materiales. Complementos.
- 2.3 El vestuario en celebraciones sociales.
- 2.4 La ropa interior. Tipos y características.
- 2.5 La moda unisex.

3. Complementos:

- 3.1 Concepto y tipos. Composición y materiales. Valores asociados.
- 3.2 Joyería y bisutería: diferencias. Tipos de materiales. Diseño. Clasificación de piezas. Principales marcas y modelos. Relojería. Otros.
- 3.3 Los móviles y otros dispositivos. Tipos. Principales marcas y modelos.
- 3.4 Los zapatos. Principales partes. Materiales de uso frecuente. Tipos de zapatos y adecuación. Problemas relacionados con los pies y sus soluciones.
- 3.5 Los bolsos: materiales, tipo, características y adecuación.

3.6 Las gafas: materiales, tipos, características. Correcciones.

3.7 Las corbatas: materiales y tipos de nudos.

3.8 Otros.

4. El color en estilismo en el vestir:

4.1 Características. Test del color. Técnicas para la elección de colores personales.

4.2 El uso del color y su repercusión en el estilismo en el vestir.

UF 5: estudio del vestuario y los complementos

Duración: 30 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Realiza el estudio de los clientes determinando los cambios en la figura a través de la indumentaria y los complementos.

Criterios de evaluación

1.1 Determina las características corporales con influencia en la indumentaria.

1.2 Realiza la toma de medidas corporales que determinan la figura.

1.3 Realiza representaciones gráficas de la figura humana.

1.4 Identifica la tipología corporal.

1.5 Identifica las características corporales a potenciar y los inestetismos o desproporciones corporales a corregir a través de la indumentaria.

1.6 Realiza el test del color para la selección de la gama cromática del vestuario.

1.7 Aconseja armonías cromáticas para la imagen final.

1.8 Determina las piezas y los complementos y sus criterios de selección en función de las necesidades.

1.9 Establece pautas para conseguir la armonía en el vestuario.

1.10 Elabora la propuesta en estilismo.

1.11 Proporciona tablas de equivalencia en tallas de diversos países.

1.12 Propone sistemas de evaluación y control de calidad en estilismo.

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

Criterios de evaluación

2.1 Establece criterios para identificar las demandas en la compra de vestuario.

2.2 Identifica los puntos de venta de vestuario y complementos.

2.3 Selecciona establecimientos de venta especializados, diseñadores y firmas de ropa.

2.4 Determina el vestuario básico del fondo de armario y su revisión y actualización.

- 2.5 Determina las piezas necesarias para el equipaje básico en diferentes actividades.
- 2.6 Determina pautas de elección de combinación de piezas y complementos.
- 2.7 Proporciona técnicas para la correcta combinación de colores.
- 2.8 Selecciona las piezas en función de las variables de la persona usuaria.
- 2.9 Establece valoraciones en la relación calidad-precio de los establecimientos de venta.

Contenidos

1. Estudio de los clientes:

- 1.1 Métodos y equipos para el estudio y análisis de los clientes. Aplicación de los métodos de observación.
- 1.2 Los patrones habituales.
- 1.3 Detección de necesidades.
- 1.4 Identificación del ámbito de aplicación y de las cualidades de la imagen a proyectar.
- 1.5 Técnicas de preparación de los clientes.
- 1.6 El cuerpo humano. La antropometría de la figura humana masculina y femenina. Proporciones reales e idealizadas. Percepción de las mismas.
- 1.7 Características corporales con influencia en la indumentaria.
- 1.8 Las tallas. Determinación de las medidas corporales. Tablas de equivalencias del vestido en otros países.
- 1.9 La representación gráfica de la figura humana.
- 1.10 La tipología: concepto, tipos y características. Sistemas para determinar la tipología corporal. Los inestetismos. Las asimetrías.
- 1.11 Las correcciones corporales mediante el vestuario.
- 1.12 El vestuario y su armonía. La indumentaria según la estación del año, la hora del día y el acto social.
- 1.13 La propuesta personalizada para el cambio de imagen a través de la indumentaria.

2. Pautas para guiar en la compra de vestuario y complementos:

- 2.1 Los puntos de venta de vestuario y complementos.
- 2.2 Criterios de selección de establecimientos de venta de ropa. La venta en línea. Los puntos de venta. Relación calidad-precio.
- 2.3 El fondo de armario.
- 2.4 El equipaje básico en diferentes actividades.
- 2.5 Pautas para la elección y combinación de piezas y complementos.
- 2.6 Pruebas de vestuario.
- 2.7 Colores personales de piezas y accesorios. Técnicas para la correcta combinación de colores.

Módulo profesional 4: asesoría de peluquería

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: 20 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: estudio capilar. 50 horas

UF 2: diseño de estilos de imagen. 62 horas

UF 1: estudio capilar

Duración: 50 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

1.1 Determina las medidas de atención, preparación y acomodación de los clientes para el análisis de sus características y necesidades.

1.2 Determina las normas de seguridad e higiene en la asesoría en peluquería.

1.3 Conoce las pautas de utilización de los medios técnicos específicos para el análisis capilar y morfológico.

1.4 Identifica las características, el aspecto y el estado del cabello, el cuero cabelludo y el pelo del rostro.

1.5 Aplica técnicas y métodos para el análisis de las características del cuero cabelludo, el cabello y el pelo facial.

1.6 Relaciona las técnicas y procesos de peluquería con el daño capilar.

1.7 Identifica las alteraciones capilares y del cuero cabelludo con influencia en la imagen personal.

1.8 Identifica los diferentes diseños y formas del pelo facial.

1.9 Relaciona la morfología corporal y de la cabeza con la forma, volumen y color del peinado y pelo facial.

1.10 Identifica los patrones habituales de peinado, maquillaje, vestuario y complementos de la persona usuaria.

1.11 Establece el método de detección de las necesidades sociolaborales, artísticas y otros.

1.12 Interpreta los resultados obtenidos en el análisis estético.

1.13 Cumplimenta las fichas específicas de registro de los datos obtenidos siguiendo las pautas establecidas.

2. Determina los procesos, técnicas y tratamientos capilares para el asesoramiento identificando las técnicas utilizadas.

Criterios de evaluación

2.1 Identifica los procesos, técnicas y tratamientos capilares necesarios para la creación de la nueva imagen.

2.2 Establece las técnicas asociadas a los tratamientos capilares.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

2.3 Justifica la utilización de los productos de higiene, acondicionamiento, mantenimiento, protección del cabello o tratamiento capilar.

2.4 Establece los criterios para seleccionar pelucas, prótesis capilares y extensiones.

2.5 Establece mecanismos de colaboración con los profesionales de la peluquería para llevar a cabo procesos, técnicas y tratamientos capilares.

2.6 Determina los argumentos técnicos que justifiquen la elección.

Contenidos

1. Estudio estético para la asesoría de peluquería:

1.1 Medidas de atención, preparación y acomodación de los clientes para el análisis capilar.

1.2 Normas de seguridad e higiene aplicadas a la asesoría en peluquería.

1.3 Técnicas y equipos para el análisis de las características del cuero cabelludo, el cabello y el pelo facial. Técnicas de observación visual (directa, de imágenes analógicas/digitales), táctil, con aparatos, material visual, otros).

1.4 Características del cabello. Diámetro, forma, color natural, teñido y matiz en las diferentes zonas de la cabellera y tallo capilar, pelo blanco, la porosidad, estado, cantidad, número y situación de los remolinos, etc.

1.5 Características del cuero cabelludo. Tipo de emulsión epicutánea.

1.6 Las características del pelo facial (cejas, barba).

1.7 Alteraciones del cuero cabelludo y del cabello con influencia en la imagen personal.

1.8 Relación de la morfología corporal con el peinado y diseño del pelo facial. Correcciones ópticas.

1.9 Técnicas de análisis y evaluación del estilo del peinado y del pelo del rostro. El estilo del peinado en relación a la moda. Las tendencias de la moda del cabello y el pelo facial.

2. Procesos, técnicas y tratamientos capilares para el asesoramiento:

2.1 Medios y cosméticos específicos para las técnicas y procesos de peluquería. Utensilios, aparatos, cosméticos capilares básicos de cambio de color, cambio de forma, elaboración y mantenimiento del peinado. Cosméticos básicos de barbería.

2.2 Técnicas y procesos de peluquería. Tipo y clasificación.

2.3 El color del cabello: natural y artificial. Teoría del color y su aplicación en peluquería. Cualidades y significados de los colores. Armonía y contraste.

2.4 Técnicas básicas de cambio de color. Coloración temporal, semipermanente y permanente. La decoloración. Las mechas. Indicaciones y contraindicaciones. Mantenimiento.

2.5 Técnicas básicas de cambios de forma temporal y finalización del peinado. Los moldes, el secador de mano, las planchas, otros. Indicaciones y contraindicaciones. Mantenimiento.

2.6 Técnicas básicas de cambios de forma permanente. Indicaciones y contraindicaciones. Mantenimiento.

2.7 Técnicas básicas de cambios de longitud del cabello.

2.8 Técnicas básicas de recogidos.

2.9 Técnicas sencillas de colocación de extensiones. Mantenimiento.

2.10 Prótesis y pelucas. Mantenimiento.

2.11 Técnicas básicas de barbería.

UF 2: diseño de estilos de imagen

Duración: 62 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Determina los cambios que deben hacerse en el cabello y en el pelo facial para crear el nuevo estilo identificando los procedimientos y las técnicas.

Criterios de evaluación

- 1.1 Identifica las características de la imagen a potenciar, neutralizar o modificar a través de la asesoría de peluquería y barbería.
 - 1.2 Cumplimenta formularios valorativos de las preferencias, hábitos y costumbres de los clientes.
 - 1.3 Determina los estilos de imagen a través de los peinados y técnicas de peluquería y barbería.
 - 1.4 Identifica los elementos iconológicos del peinado que forman la nueva imagen.
 - 1.5 Establece los criterios para determinar la longitud, forma y color del cabello, tipo de peinado o recogido en la nueva imagen.
 - 1.6 Determina los criterios para diseñar el estilo de la barba y el bigote.
 - 1.7 Justifica la elección de los cambios propuestos por la obtención de la nueva imagen.
 - 1.8 Utiliza herramientas gráficas y/o informáticas por la elaboración de diseños.
 - 1.9 Reconoce las fuentes documentales para la obtención de datos sobre las características de peinados, recogidos y sus complementos.
 - 1.10 Realiza un muestrario de estilos actual de peluquería.
2. Elabora la propuesta de cambio de imagen teniendo en cuenta las variables personales, sociolaborales y, en su caso, los requerimientos escénicos.

Criterios de evaluación

- 2.1 Diseña la propuesta de cambio de imagen a través de las modificaciones en el cabello.
 - 2.2 Utiliza herramientas gráficas y/o informáticas para la presentación de la propuesta.
 - 2.3 Selecciona los procesos, técnicas, tratamientos y cosméticos capilares necesarios para el cambio de imagen.
 - 2.4 Argumenta la elección propuesta con terminología clara y comprensible.
 - 2.5 Especifica los medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto.
 - 2.6 Programa la secuenciación y temporalización de la propuesta personalizada.
 - 2.7 Presenta la propuesta personalizada en asesoría de peluquería.
 - 2.8 Establece la propuesta de asesoramiento para producciones audiovisuales, de fotografía y moda.
3. Establece pautas para el mantenimiento de la nueva imagen utilizando técnicas y equipos para el entrenamiento personal.

Criterios de evaluación

- 3.1 Determina las pautas para asesorar en el mantenimiento de la nueva imagen.
- 3.2 Identifica y especifica los procesos, técnicas, tratamientos y cosméticos capilares necesarios para el mantenimiento de la nueva imagen.
- 3.3 Propone pautas de aplicación de productos para el mantenimiento del peinado.
- 3.4 Valora el grado de satisfacción de los clientes.
- 3.5 Identifica las desviaciones producidas y propone medidas correctivas.
- 3.6 Establece un calendario de actividades para la aplicación de procedimientos y cosméticos para mantener el estilo propuesto.
- 3.7 Asesora a los clientes en la selección y aplicación de cosméticos de uso personal para el cuero cabelludo, el cabello y el pelo facial.
- 3.8 Hace prácticas de entrenamiento de los clientes en el manejo básico de utensilios y aparatos de peluquería.
- 3.9 Hace prácticas de entrenamiento de los clientes en auto-elaboración de peinados, acabados y recogidos básicos.
- 3.10 Mantiene una actitud profesional durante el proceso.

Contenidos

1. Cambios en el cabello y en el pelo facial para crear el nuevo estilo:
 - 1.1 La obtención de información. Estudio de las circunstancias que promueven el cambio. Estudio de los clientes. Documentación técnica anexa a la propuesta.
 - 1.2 Análisis de la información obtenida: características del cuero cabelludo, cabello y pelo facial para la asesoría en peluquería; estilo de los clientes; morfología corporal y relación con el peinado; necesidades sociolaborales, artísticas y otros. Análisis de los resultados obtenidos.
 - 1.3 Estudio de la imagen de los clientes. La iconología y el peinado. Recursos informáticos.
 - 1.4 Los elementos del peinado/pelo facial que forman la nueva imagen. Selección del nuevo estilo y de la nueva imagen.
 - 1.5 El cambio a hacer. Forma, longitud y color del cabello. Tipo de peinado o recogido. Diseño de barba y bigote.
2. Elaboración de propuestas de cambio de imagen:
 - 2.1 Identificación de los procesos, técnicas, tratamientos, cosméticos capilares y otros medios necesarios para los cambios de imagen.
 - 2.2 Elaboración de diseños gráficos y/o informáticos.
 - 2.3 Elaboración de documentación específica personalizada: descripción de los procesos, técnicas, tratamientos y cosméticos capilares.
 - 2.4 Secuenciación, temporalización, pautas de mantenimiento, selección de medios, espacios, recursos humanos y materiales definitivos.
 - 2.5 Presentación y argumentación de la propuesta personalizada. Documentación técnica anexa. Resolución de dudas. Presupuesto. Medios técnicos para la presentación.
 - 2.6 Elaboración de propuestas de asesoramiento de peluquería para producciones audiovisuales, fotografía y moda.
 - 2.7 La satisfacción de los clientes. Identificación de las desviaciones producidas y propuesta de medidas correctivas.

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

- 3.1 Selección y aplicación de cosméticos de uso personal.
- 3.2 Manejo básico de utensilios y aparatos de peluquería.
- 3.3 Auto-elaboración de peinados, acabados y recogidos sencillos.
- 3.4 Establecimiento del calendario de formación.

Módulo profesional 5: protocolo y organización de eventos

Duración: 198 horas

Horas de libre disposición: 25 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: protocolo institucional. 65 horas

UF 2: protocolo empresarial. 23 horas

UF 3: organización de eventos. 85 horas

UF 1: protocolo institucional

Duración: 65 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Caracteriza el protocolo oficial identificando la normativa asociada.

Criterios de evaluación

- 1.1 Utiliza adecuadamente el léxico del protocolo.
- 1.2 Relaciona la historia del protocolo y su evolución con el contexto actual.
- 1.3 Caracteriza la normativa protocolaria.
- 1.4 Identifica la legislación vigente relacionada con el protocolo.
- 1.5 Establece los ámbitos de aplicación de la normativa protocolaria.
- 1.6 Reconoce los organigramas de las instituciones donde se aplica el protocolo.
- 1.7 Relaciona el protocolo oficial con sus características.
- 1.8 Establece precedencias razonadas en los actos protocolarios.
- 1.9 Identifica las distinciones protocolarias y su aplicación.
- 1.10 Reconoce la simbología asociada a las distinciones.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

2. Caracteriza los actos protocolarios oficiales y no oficiales atendiendo sus características.

Criterios de evaluación

- 2.1 Identifica los actos públicos oficiales y no oficiales.
- 2.2 Especifica las características de los actos no oficiales.
- 2.3 Relaciona las características de los actos religiosos con las normas de comportamiento y la tradición.
- 2.4 Caracteriza los actos protocolarios del entorno universitario.
- 2.5 Conoce los elementos que conforman el protocolo en los actos militares.
- 2.6 Identifica los actos diplomáticos y su repercusión.
- 2.7 Caracteriza el protocolo deportivo.
- 2.8 Identifica los actos de especial relevancia que tienen lugar en Cataluña.
- 2.9 Justifica la importancia del conocimiento y seguimiento de las normas de protocolo.

Contenidos

1. Caracterización del protocolo oficial:

- 1.1 Concepto de protocolo. Principios de la práctica del protocolo. Otros conceptos relacionados.
- 1.2 Origen e historia del protocolo. Importancia actual del protocolo.
- 1.3 La normativa protocolaria y la legislación vigente aplicada al protocolo: tipo, características y fuentes de consulta. Otras normativas oficiales.
- 1.4 Las instituciones públicas y privadas: concepto, organización y características. Organización con identidad mixta.
- 1.5 Las instituciones públicas: concepto, organización y características. Los poderes del estado y las fuerzas armadas. La casa real. Otras instituciones.
- 1.6 Las instituciones privadas: concepto, organización y características.
- 1.7 El protocolo oficial y sus características. Las precedencias. La presidencia de los actos.
- 1.8 Distinciones protocolarias y su simbología. Concepto y características. Los títulos nobiliarios. Las órdenes y condecoraciones. Los tratamientos honoríficos.
- 1.9 La heráldica y la vexilología. Simbología. Normativa, importancia y aplicaciones.

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

- 2.1 Los actos públicos. Concepto, clasificación y características.
- 2.2 Los actos públicos oficiales: actos públicos de tipo civil, actos públicos de tipo militar, visitas oficiales, inauguraciones y otros.
- 2.3 Los actos privados y/o no oficiales. Características y tipo de actos no protocolarios. Congresos, banquetes, actos corporativos y familiares.
- 2.4 El protocolo religioso y sus actos. Características de los actos religiosos.
- 2.5 El protocolo diplomático. Actos vinculados: entrega de cartas credenciales. Las recepciones diplomáticas: modelos de comportamiento en recepciones diplomáticas.
- 2.6 El protocolo universitario y sus actos. Características, precedencia y organigrama. Tipo de actos universitarios.

2.7 El protocolo militar y sus actos. Organigrama de los cuerpos militares y su precedencia. Tipo de actos militares. Tributación de honores militares.

2.8 Actos oficiales autonómicos: festividades y otros.

2.9 Protocolo deportivo. Características.

UF2: protocolo empresarial

Duración: 23 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Determina el protocolo empresarial aplicando criterios de imagen corporativa.

Criterios de evaluación

1.1 Caracteriza el protocolo empresarial.

1.2 Relaciona la organización empresarial con el tipo de empresa.

1.3 Identifica los departamentos de la empresa con repercusión en el protocolo.

1.4 Determina la importancia de los actos empresariales.

1.5 Determina el funcionamiento general de los actos empresariales de carácter público y privado.

1.6 Especifica las precedencias y presidencias empresariales.

1.7 Justifica la importancia de la difusión mediática de los actos empresariales.

1.8 Relaciona los actos sociales empresariales con su repercusión en la imagen de la empresa.

1.9 Realiza acciones de difusión promocional en los medios de comunicación.

2. Caracteriza el protocolo internacional estableciendo pautas de actuación.

Criterios de evaluación

2.1 Identifica las características de los grupos mundiales dominantes en relación al protocolo.

2.2 Caracteriza los hábitos, costumbres y cultura social de los grupos mundiales dominantes.

2.3 Relaciona las variaciones protocolarias con los países y los grupos sociales y religiosos.

2.4 Establece las pautas de actuación en protocolo internacional.

2.5 Conoce fuentes de información específicas del ámbito del protocolo internacional.

2.6 Valora la influencia del protocolo en las relaciones internacionales.

Contenidos

1. Caracterización del protocolo empresarial:

1.1 El protocolo empresarial: concepto y características.

1.2 Las empresas y su organización. Formas y fórmulas empresariales. Los departamentos con repercusión en

el protocolo empresarial.

1.3 Los actos empresariales públicos y privados. Las precedencias empresariales. Presidencia de los actos.

1.4 Actuaciones empresariales con repercusión en el protocolo: las presentaciones personales, el acto-presentación, la presentación de la empresa. Otros.

1.5 Adaptación de las normas de protocolo y usos sociales en las diferentes situaciones empresariales. Los regalos y la empresa.

1.6 Las visitas y otros actos sociales empresariales. El viaje de negocios. Las comidas de negocios. Otros.

1.7 Actos de carácter empresarial privado. Las reuniones.

2. Caracterización del protocolo internacional:

2.1 Protocolo internacional: características.

2.2 El protocolo internacional y su relación con el mundo empresarial. Los grupos dominantes mundiales.

2.3 La UE: concepto, historia, características. Simbología asociada. Establecimiento de precedencias. Características comunes protocolarias de los principales países constituyentes de la UE: Reino Unido, Alemania, Francia e Italia. Los países del este.

2.4 Canadá. Divisiones idiomáticas y culturales. Hábitos, costumbres y cultura social de cada zona.

2.5 EE.UU. Costumbres, hábitos y cultura social. Organización territorial. Zonas de influencia asociadas.

2.6 América latina. Hábitos, costumbres y cultura social.

2.7 El mundo árabe. Costumbres, hábitos y cultura social.

2.8 El África sub-sahariana. Costumbres y cultura social común.

2.9 Las culturas orientales. Hábitos, costumbres y cultura social de cada zona.

2.10 Las relaciones internacionales y su repercusión en el protocolo.

2.11 Pautas de actuación en el protocolo internacional.

UF 3: organización de eventos

Duración: 85 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Diseña y organiza actos y reuniones sociales identificando los requerimientos y programando las actividades a hacer.

Criterios de evaluación

1.1 Caracteriza el tipo de acto a organizar y sus particularidades.

1.2 Identifica los recursos materiales y personales para la organización de un acto protocolario.

1.3 Caracteriza los espacios físicos y su decoración en relación al acto a desarrollar.

1.4 Identifica el público asistente, su precedencia y distribución.

1.5 Determina el diseño de los documentos, elementos de promoción y otros vinculados al acto.

1.6 Propone los itinerarios de visita y rutas de acceso.

- 1.7 Determina la secuenciación y temporalización del acto.
 - 1.8 Prepara el dossier de prensa y las acciones con los medios de comunicación.
 - 1.9 Analiza los aspectos de seguridad adecuados y la correcta coordinación con los servicios de seguridad y/o médicos.
 - 1.10 Establece las acciones de seguimiento posteriores al acto.
 - 1.11 Determina el presupuesto del acto.
2. Organiza eventos y reuniones sociales adaptándolos a las demandas de los clientes.

Criterios de evaluación

- 2.1 Identifica los actos sociales que requieren asesoramiento.
- 2.2 Determina las necesidades y requerimientos en celebraciones y actos familiares de carácter civil o religioso.
- 2.3 Caracteriza los diferentes tipos de aniversarios y las formas de celebrarlo.
- 2.4 Caracteriza los eventos singulares y sus particularidades.
- 2.5 Establece las necesidades materiales y personales de los diferentes tipos de eventos sociales.
- 2.6 Diseña y elabora los documentos asociados al acto.
- 2.7 Identifica las precedencias y presidencias en los eventos sociales.
- 2.8 Relaciona los espacios y sus características con el tipo de acto.
- 2.9 Propone modelos de decoración asociados a la simbología del evento social.
- 2.10 Establece los criterios para diseñar el menú asociado a un evento social.
- 2.11 Propone listas de regalos y otros elementos recordatorios de los actos sociales.

Contenidos

1. La organización de los actos protocolarios:

- 1.1 La organización de actos protocolarios. Tipo de acto, finalidad, temporalización, ubicación, profesionales colaboradores, proveedores y otros. Necesidades materiales asociadas.
- 1.2 Los objetivos del acto. Público asistente. La precedencia de las personalidades. La decoración del acto. La simbología asociada a los actos y su importancia. Los elementos de promoción del acto. Grafismo del acto. Otros.
- 1.3 El cronograma. Los planos y el libro de ruta. El presupuesto.
- 1.4 La comunicación en los actos protocolarios. Las relaciones con los medios de comunicación. Las ruedas de prensa.
- 1.5 La inauguración del acto: características. Las relaciones con los medios de comunicación. La clausura del acto: características.
- 1.6 Acciones post protocolo. Control de calidad del acto.

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

- 2.1 Necesidades organizativas en otros actos protocolarios no oficiales.
- 2.2 Pautas de organización de congresos. Definición y características. Otros.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

2.3 Pautas de organización de banquetes. Definición y características. Distribución de mesas en un banquete. Colocación de los comensales. Los documentos asociados al banquete. El menú. Otros.

2.4 Pautas de organización de reuniones en el domicilio. Concepto y tipo. Recepciones. Aniversarios infantiles.

2.5 Pautas de organización de celebraciones familiares de carácter civil o religioso. Bautizos, primeras comuniones y aniversarios de bodas. Ceremonias de entierro. Otros.

2.6 Pautas de organización de bodas. Tipos de ceremonias de boda. Características. Elección del recinto y su decoración. El séquito.

2.7 Necesidades organizativas de otros eventos sociales: fiestas, bailes, exhibiciones de arte, aniversarios y otros.

Módulo profesional 6: usos sociales

Duración: 66 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: protocolo social. 36 horas

UF 2: usos en mesa. 30 horas

UF 1: protocolo social

Duración: 36 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Caracteriza el protocolo social y los usos sociales atendiendo a sus características.

Criterios de evaluación

1.1 Caracteriza el protocolo social.

1.2 Reconoce la evolución del protocolo social.

1.3 Valora la obligatoriedad o la relatividad de los usos sociales.

1.4 Relaciona las características personales con los usos sociales.

1.5 Interpreta los signos del lenguaje corporal en relación a los usos sociales.

1.6 Justifica la importancia del protocolo social.

1.7 Utiliza terminología asociada al protocolo social.

1.8 Identifica los diferentes códigos de comunicación y conducta según la procedencia o el país.

1.9 Conoce las normas oficiales de ciudadanía en relación al comportamiento social.

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

Criterios de evaluación

- 2.1 Justifica la importancia de los usos sociales en las relaciones sociales.
 - 2.2 Determina las normas de etiqueta social en diferentes situaciones.
 - 2.3 Conoce los derechos y deberes de los anfitriones y de los invitados.
 - 2.4 Especifica el comportamiento social relacionado con los regalos.
 - 2.5 Determina los criterios de elección de los regalos según las circunstancias personales, sociales y laborales.
 - 2.6 Representa diferentes tipos de saludos y presentaciones según la situación o circunstancia.
 - 2.7 Asesora sobre aspectos generales para comunicarse en sociedad según los usos sociales.
 - 2.8 Identifica el comportamiento asociado a las celebraciones de diferentes tipos.
 - 2.9 Establece recomendaciones generales de imagen personal en las situaciones de duelo.
3. Elabora propuestas de asesoramiento en usos sociales adaptándolas a las demandas de los clientes.

Criterios de evaluación

- 3.1 Aplica técnicas para detectar demandas de los clientes en usos sociales.
- 3.2 Relaciona las demandas de los clientes con sus necesidades sociolaborales.
- 3.3 Realiza el estudio de las características personales y del lenguaje y usos sociales de los clientes.
- 3.4 Determina la necesidad de formación en usos sociales de los clientes.
- 3.5 Diseña propuestas personalizadas en usos sociales.
- 3.6 Especifica los medios, espacios, recursos humanos y materiales para alcanzar los objetivos de la propuesta.
- 3.7 Planifica el calendario de actuación para alcanzar los objetivos de la propuesta.

Contenidos

1. Caracterización de los usos y habilidades sociales:

- 1.1 El protocolo social. Los usos sociales: definición y características.
- 1.2 Historia y evolución del protocolo social.
- 1.3 Conceptos asociados: urbanidad, buenas maneras, protocolo social, habilidades sociales, cortesía, la educación social, las buenas costumbres, el saber estar, etc.
- 1.4 Usos del protocolo social. Códigos de comunicación y conducta. Situaciones y actuaciones sociales sujetas a usos sociales.
- 1.5 Características personales asociadas al protocolo social: la discreción, el sentido del humor, la amabilidad y otros.
- 1.6 El lenguaje corporal y la comunicación en usos sociales.
- 1.7 La multiculturalidad. Características e implicaciones en el comportamiento social. El respeto a la diferencia.
- 1.8 Los usos sociales y la vida en sociedad. Normativas y/o legislación oficial.

2. Usos y pautas de comportamiento social en las relaciones sociales:

- 2.1 Las relaciones sociales: concepto y tipo.
 - 2.2 Normas de comportamiento en sociedad. Las invitaciones sociales. Las visitas. La vía pública. Otros.
 - 2.3 Las reuniones sociales. Deberes de los anfitriones y de los invitados. El té y el café: su ceremonia.
 - 2.4 Las celebraciones familiares: tipo. Características generales y comportamiento asociado. Recomendaciones generales de vestuario.
 - 2.5 Las fiestas y los aniversarios. La presentación en sociedad. Características generales y comportamiento asociado.
 - 2.6 El luto y los usos sociales asociados. Recomendaciones generales de imagen personal.
 - 2.7 El comportamiento social relacionado con los regalos. Tipos de regalos. Criterios de elección. Presentación y entrega de regalos.
 - 2.8 Usos sociales ligados a la presentación y la comunicación personal. Los saludos y las presentaciones. Fórmulas de cortesía. Los nuevos usos sociales y la tecnología.
3. Propuestas de asesoramiento en usos sociales:
 - 3.1 Estructura y características.
 - 3.2 Las necesidades en usos sociales y características personales de los clientes.
 - 3.3 Los cambios necesarios en usos sociales.
 - 3.4 Relación de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto.
 - 3.5 La formación en usos sociales de los clientes. Tipo y profesionales asociados.
 - 3.6 La personalización de la propuesta.
 - 3.7 Planificación de acciones. El calendario de actuación y adiestramiento para alcanzar los objetivos de la propuesta.

UF 2: usos en mesa

Duración: 30 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Especifica las pautas de comportamiento en la mesa.
- 1.2 Determina los criterios para la preparación de la mesa.
- 1.3 Analiza los elementos para la decoración de la mesa.
- 1.4 Conoce el uso correcto del menaje y de los utensilios que integran la mesa.
- 1.5 Pauta el asesoramiento sobre la forma de servir, trincar y tomar diferentes alimentos.
- 1.6 Establece los criterios de colocación de comensales en la mesa.
- 1.7 Relaciona la elección de menú con la hora de celebración.
- 1.8 Establece criterios básicos de selección de vinos.

1.9 Justifica modelos de comportamiento en los establecimientos de restauración.

Contenidos

1. Caracterización de los usos sociales en la mesa:

1.1 La mesa y su preparación. La decoración de la mesa. Elementos que la integran. El orden de los elementos en la mesa.

1.2 Comidas protocolarias y sus características: aperitivos, bufetes, cócteles, etc. Comportamiento asociado. Elección del menú y la hora. Selección de vinos. El servicio de la mesa.

1.3 Criterios de colocación de comensales en la mesa.

1.4 Comportamiento en la mesa. Comportamiento en establecimientos de restauración.

Módulo profesional 7: asesoría estética

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: 20 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 11

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: estudio de tratamientos estéticos. 75 horas

UF 2: estudio de maquillaje. 37 horas

UF1: estudio de tratamientos estéticos

Duración: 75 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Realiza el estudio para la asesoría estética aplicando técnicas de análisis de la piel y de la morfología corporal.

Criterios de evaluación

1.1 Determina las medidas de atención, preparación y acomodación de los clientes.

1.2 Establece los métodos para hacer el análisis facial y corporal.

1.3 Justifica los criterios de selección de los equipos y medios técnicos para el estudio estético.

1.4 Maneja los equipos para el análisis estético.

1.5 Identifica las alteraciones de la piel y sus anexos con repercusión en la imagen personal.

1.6 Identifica las alteraciones estéticas faciales y corporales con influencia en la imagen personal.

1.7 Determina las normas de seguridad e higiene en los procesos de análisis.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

1.8 Interpreta los resultados obtenidos en el análisis estético.

1.9 Cumplimenta las fichas de registro según los criterios establecidos.

2. Determina los tratamientos faciales y corporales para el asesoramiento estético analizando las técnicas utilizadas.

Criterios de evaluación

2.1 Determina los tratamientos estéticos faciales y corporales para el asesoramiento estético.

2.2 Identifica los procesos de micropigmentación.

2.3 Identifica los métodos para la eliminación del pelo.

2.4 Identifica el tratamiento para la decoloración del pelo.

2.5 Identifica la técnica para la tinción de cejas y pestañas.

2.6 Identifica la técnica para la ondulación de pestañas.

2.7 Selecciona la técnica de manicura y pedicura.

2.8 Selecciona los tratamientos estéticos de manos y pies.

2.9 Selecciona las técnicas de escultura de uñas.

2.10 Selecciona las técnicas de decoración de uñas naturales y/o esculpidas.

2.11 Relaciona los tratamientos de medicina y cirugía estética con los tratamientos pre y post cirugía.

2.12 Identifica las aplicaciones de las técnicas electroestéticas y sus criterios de selección.

2.13 Especifica las técnicas manuales asociadas a los tratamientos estéticos.

2.14 Determina las técnicas hidrotermales con aplicación en los tratamientos faciales y corporales.

3. Elabora propuestas personalizadas de asesoría estética a través de tratamientos estéticos planificando las fases aplicarlos.

Criterios de evaluación

3.1 Diseña propuestas de asesoría estética a través de los tratamientos estéticos.

3.2 Especifica los medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo la propuesta personalizada.

3.3 Programa la secuenciación y temporalización para el cambio de imagen.

3.4 Argumenta la elección propuesta con terminología clara y específica.

3.5 Presenta la propuesta personalizada en asesoría estética.

3.6 Valora el grado de satisfacción de los clientes.

3.7 Identifica las desviaciones producidas y propone medidas correctivas.

Contenidos

1. Estudio para la asesoría estética:

1.1 Técnicas de preparación de los profesionales y de los clientes.

1.2 Aplicación de protocolos de técnicas de análisis facial y corporal. Fases del proceso. Métodos para la exploración.

1.3 Manejo de equipos para el análisis estético.

1.4 Identificación del estado de la piel y de los anexos.

1.5 Identificación del tipo de piel.

1.6 Identificación de alteraciones estéticas faciales y corporales con influencia en la imagen personal.

1.7 Interpretación de los resultados. Valoración profesional. Derivación a otros profesionales.

1.8 Documentación técnica. Registro y control de la documentación.

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

2.1 Tratamientos estéticos faciales y corporales. Tipo y clasificación. Indicaciones y criterios de selección.

2.2 Micropigmentación.

2.3 Técnicas de depilación mecánica y técnicas adelantadas para la eliminación del pelo.

2.4 Técnicas para la decoloración del pelo.

2.5 Técnicas para la tinción de cejas y pestañas.

2.6 Técnicas para la ondulación de pestañas.

2.7 Tratamientos de manos y pies.

2.8 Técnicas de escultura de uñas.

2.9 Técnicas de decoración de uñas naturales y/o esculpidas.

2.10 Tratamientos pre y post quirúrgicos.

2.11 Técnicas electroestéticas. Clasificación. Indicaciones y contraindicaciones. Efectos. Aplicaciones. Criterios de selección.

2.12 Técnicas manuales con finalidad estética. Clasificación. Indicaciones y contraindicaciones. Efectos. Aplicaciones. Criterios de selección.

2.13 Técnicas hidrotermales con finalidad estética. Clasificación. Indicaciones y contraindicaciones. Efectos. Aplicaciones. Criterios de selección.

3. Propuestas personalizadas de asesoría estética a través de tratamientos estéticos:

3.1 Elaboración de propuestas de asesoría estética a través de los tratamientos estéticos.

3.2 Medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto.

3.3 Planificación de acciones.

3.4 Presentación de la propuesta personalizada.

3.5 Control de calidad.

UF 2: estudio del maquillaje

Duración: 37 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

CVE-DOGC-B-16355044-2016

1. Realiza el estudio morfológico del rostro para el asesoramiento en estilos de maquillaje, aplicando técnicas de visajismo.

Criterios de evaluación

- 1.1 Determina las proporciones del canon de la cabeza humana.
- 1.2 Analiza los elementos y características físicas del rostro.
- 1.3 Determina los diferentes tipos de óvalos y sus correcciones a través del maquillaje.
- 1.4 Relaciona las desproporciones de los elementos del rostro con su corrección con maquillaje y/o técnicas de micropigmentación.
- 1.5 Establece los criterios para determinar la armonía del color del maquillaje.
- 1.6 Justifica la elección del color para la armonía en el maquillaje.
- 1.7 Relaciona las características del estilo de maquillaje con los actos sociales.
- 1.8 Aplica herramientas gráficas e informáticas para los cambios de estilos de maquillaje.

2. Asesora a los clientes en técnicas de automaquillaje adaptándolas a la morfología y circunstancias sociolaborales.

Criterios de evaluación

- 2.1 Justifica las operaciones previas al automaquillaje.
- 2.2 Realiza el diseño y corrección de las cejas.
- 2.3 Determina los criterios para la elección de los cosméticos decorativos según el tipo de maquillaje.
- 2.4 Relaciona los tipos de cosméticos de maquillaje con su aplicación.
- 2.5 Aplica los cosméticos de maquillaje según sus características.
- 2.6 Aplica las correcciones necesarias en el rostro.
- 2.7 Selecciona las diferentes técnicas para el maquillaje de los ojos.
- 2.8 Reconoce la forma de corrección de los labios y pómulos según la morfología del rostro.
- 2.9 Adapta diferentes estilos de maquillaje según el sexo, edad y circunstancia de los clientes.
- 2.10 Aplica las normas de seguridad e higiene en los procesos de maquillaje.

3. Elabora propuestas personalizadas de asesoría estética a través del maquillaje planificando las fases para aplicarlo.

Criterios de evaluación

- 3.1 Diseña propuestas de asesoría estética a través del maquillaje y/o micropigmentación.
- 3.2 Especifica los medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo la propuesta personalizada.
- 3.3 Programa la secuenciación y temporalización de la propuesta.
- 3.4 Argumenta la elección propuesta con terminología clara y específica.
- 3.5 Presenta la propuesta personalizada en asesoría estética de maquillaje y/o micropigmentación.
- 3.6 Valora el grado de satisfacción de los clientes.

3.7 Identifica las desviaciones producidas y propone medidas correctivas.

Contenidos

1. Estudio morfológico del rostro para el asesoramiento en estilos de maquillaje:

1.1 Estudio y análisis del rostro.

1.2 Geometría del rostro: tipo de óvalos.

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

1.4 Visajismo: correcciones del rostro a través del maquillaje.

1.5 El color en el maquillaje: teoría del color.

1.6 Influencia de los colores del maquillaje en la imagen personal. Armonía y contraste.

1.7 Estilos de maquillaje. Características de los diferentes estilos.

1.8 Aplicación de técnicas de dibujo y herramientas informáticas para los cambios de estilos de maquillaje.

2. Aplicación de técnicas de automaquillaje:

2.1 Técnicas previas a la aplicación de maquillaje: desmaquillado y preparación de la piel.

2.2 Técnicas de corrección y diseño personalizado de las cejas.

2.3 Selección de cosméticos decorativos según el tipo de maquillaje.

2.4 Utensilios y material de maquillaje.

2.5 Técnica de aplicación de los productos cosméticos decorativos.

2.6 Técnica de aplicación del maquillaje correctivo en el rostro.

2.7 Maquillaje de ojos.

2.8 Maquillaje de labios.

2.9 Maquillaje de los pómulos.

2.10 Elaboración de los diferentes estilos de maquillaje y su adecuación según el sexo, edad y la circunstancia. Fases y secuenciación.

2.11 Seguridad e higiene en los procesos de maquillaje.

3. Elaboración de propuestas personalizadas de asesoría estética a través del maquillaje:

3.1 Elaboración de propuestas de asesoría estética a través del maquillaje y/o micropigmentación.

3.2 Medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto.

3.3 Planificación de acciones.

3.4 Presentación de la propuesta personalizada.

3.5 Control de calidad.

Módulo profesional 8: habilidades comunicativas

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: 20 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: comunicación y habilidades comunicativas. 40 horas

UF 2: estudio de las habilidades comunicativas. 72 horas

UF 1: comunicación y habilidades comunicativas

Duración: 40 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

1.1 Identifica los elementos que intervienen en el proceso de comunicación.

1.2 Analiza las herramientas propias de la comunicación escrita.

1.3 Especifica las nuevas técnicas de comunicación escrita.

1.4 Analiza las herramientas propias de la comunicación oral.

1.5 Analiza la comunicación oral y gestual.

1.6 Establece las diferencias entre la comunicación interpersonal, social y laboral.

1.7 Identifica el lenguaje específico de los diferentes tipos de comunicación pública.

1.8 Analiza las novedades en técnicas de comunicación.

1.9 Identifica las características de la imagen personal que influyen en la comunicación.

1.10 Determina a los profesionales colaboradores en el área de comunicación.

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

Criterios de evaluación

2.1 Especifica la metodología para el análisis de la comunicación de la persona usuaria.

2.2 Aplica medios audiovisuales para hacer el análisis en la comunicación.

2.3 Establece las pautas para hacer la entrevista con los clientes y detectar sus necesidades.

2.4 Analiza los elementos personales, sociales, culturales y profesionales de la persona usuaria.

2.5 Detecta las habilidades comunicativas de los clientes mediante la observación visual.

2.6 Identifica en la persona usuaria los aspectos de la comunicación a potenciar, modificar o adquirir.

2.7 Analiza los registros de comunicación correspondientes a cada situación.

2.8 Registra la información garantizando el cumplimiento de la ley de protección de datos de carácter personal.

- 2.9 Identifica los parámetros de calidad de los procesos.
- 2.10 Cumplimenta la documentación para la autorización del proceso.

Contenidos

1. Caracterización de los tipos de comunicación:

- 1.1 La comunicación. Conceptos básicos. Elementos de la comunicación. Ámbitos de la comunicación. El proceso de la comunicación.
- 1.2 Comunicación escrita. Estilos de comunicación. Consejos estilísticos y de presentación. Estructura y vocabulario. Las nuevas técnicas de comunicación escrita. Herramientas de comunicación 2.0 (electrónicas).
- 1.3 Comunicación oral: herramientas de la expresión oral. La voz como vehículo de comunicación. Elementos propios de la voz: tono, volumen, armonías, otros. Relación de la voz con la imagen personal. Patologías de la voz. Los profesionales de la voz como colaboradores técnicos. Técnicas de relajación, respiración diafragmática, otros.
- 1.4 Comunicación gestual: la expresión corporal. La comunicación no verbal: uso del cuerpo, ojos, espacio, proxémica, otros.
- 1.5 La comunicación interpersonal, social y laboral. Características. Tipos.
- 1.6 La comunicación pública: características. Tipos de público. El lenguaje en la comunicación pública. Recursos para hablar con público. Técnicas de comunicación eficaz.
- 1.7 La iconología y los sentidos en la comunicación.
- 1.8 La comunicación en la política.
- 1.9 Nuevas herramientas de comunicación. El coaching y otros.
- 1.10 Nuevos medios audiovisuales.
- 1.11 Relación entre imagen personal y comunicación.
- 1.12 Los profesionales colaboradores en el área de la comunicación.
- 1.13 La ley de protección de datos: obligaciones y repercusiones en la comunicación.

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

- 2.1 Métodos para el análisis de las habilidades comunicativas. Observación directa de los clientes. Observación a través de medios audiovisuales. Tipos de materiales a utilizar.
- 2.2 Detección de las necesidades y demandas de los clientes: entrevista personal y utilización de los cuestionarios. Ficha de los clientes.
- 2.3 Análisis de los elementos que intervienen en la comunicación.
- 2.4 Análisis de los elementos que intervienen en los diferentes ámbitos de actuación: personal, social, cultural y profesional.
- 2.5 Técnicas de comunicación a potenciar, modificar o adquirir. Detección de la necesidad de derivar a otros profesionales.
- 2.6 Registro y control de la información.
- 2.7 Control de calidad de los procesos.
- 2.8 Ley de protección de datos de carácter personal y normativa sobre el derecho a la imagen.

UF 2: estudio de las habilidades comunicativas

Duración: 72 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Elabora el plan de actuación de los asesores en técnicas de comunicación identificando su campo de trabajo.

Criterios de evaluación

1.1 Especifica la estructura y los elementos que debe incluir un plan de asesoramiento en técnicas de comunicación.

1.2 Determina las fases de actuación de los asesores de habilidades comunicativas.

1.3 Especifica la temporalización y los medios técnicos del plan.

1.4 Elabora el dossier de profesionales colaboradores.

1.5 Realiza un plan de intervención para la mejora de las habilidades comunicativas.

1.6 Identifica los aspectos de la imagen que influyen en la comunicación.

1.7 Establece pautas para hacer el seguimiento del proceso y detectar desviaciones.

1.8 Presenta la propuesta utilizando la comunicación oral y escrita.

1.9 Diferencia los tipos de apoyos para la elaboración de la propuesta.

1.10 Determina la estructura y la información que conforma la propuesta.

1.11 Identifica los factores que condicionan o modifican la propuesta.

1.12 Establece pautas para personalizar la propuesta según las necesidades de los clientes.

1.13 Especifica los mecanismos para resolver las dudas planteadas.

2. Aplica técnicas de adiestramiento en comunicación adaptándolas a las necesidades de la persona usuaria.

Criterios de evaluación

2.1 Establece las actividades para mejorar la comunicación interpersonal.

2.2 Especifica las actividades para mejorar la comunicación social y profesional.

2.3 Establece las pautas para hacer diferentes tipos de comparecencias ante público y audiencias.

2.4 Identifica las características de las comparecencias que influyen en la imagen.

2.5 Determina las actividades para modificar los diferentes tipos de comunicación.

2.6 Aplica técnicas de comunicación para hablar en público.

2.7 Elabora documentos escritos aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.

2.8 Realiza exposiciones orales.

2.9 Realiza actividades de entrenamiento con diferentes herramientas de comunicación.

2.10 Establece los parámetros para hacer el seguimiento y la evaluación de la asesoría en comunicación.

3. Aplica técnicas de asesoramiento para la comparecencia en los medios de comunicación analizando sus características.

Criterios de evaluación

- 3.1 Especifica los tipos y funciones de los medios de comunicación.
- 3.2 Identifica las características de los medios que influyen en la comunicación.
- 3.3 Valora la influencia de la imagen en los diferentes medios.
- 3.4 Justifica las habilidades comunicativas como herramienta para transmitir una imagen.
- 3.5 Caracteriza el lenguaje verbal y gestual en los diferentes medios.
- 3.6 Asesora sobre el lenguaje adecuado según el medio y el tipo de intervención.
- 3.7 Relaciona la imagen personal con la comunicación a través de los medios.
- 3.8 Relaciona el tipo de público con el medio que hay que utilizar.
- 3.9 Identifica la relación de los asesores con las empresas de comunicación.
- 3.10 Establece un plan de comunicación con los diferentes medios.
- 3.11 Relaciona las campañas publicitarias con la función de los asesores de imagen.

Contenidos

1. Elaboración del plan de actuación de los asesores en técnicas de comunicación:
 - 1.1 Plan general de asesoramiento en técnicas de comunicación: estructura y elementos. Fases de actuación de los asesores de habilidades comunicativas.
 - 1.2 Fase de documentación. Métodos de obtención de la información. Criterios de selección. Análisis y clasificación de la información. Dossier de colaboradores profesionales: criterios para la ampliación y actualización de ficheros de especialistas.
 - 1.3 Fase de análisis de las características, las necesidades y demandas de la persona usuaria y de su entorno. Fichas técnicas.
 - 1.4 Fase de desarrollo: plan de intervención para la mejora de habilidades de comunicación en los diferentes ámbitos de actuación: objetivos, medios técnicos, temporalización y planificación de actividades. Actividad para un acto puntual y para cambios progresivos. Elementos de la imagen que influyen en la comunicación.
 - 1.5 Fase de evaluación y control: pautas para hacer el seguimiento del plan y evitar desviaciones.
 - 1.6 Propuesta de asesoría en técnicas de comunicación: estructura, información y secuenciación. Factores que condicionan o modifican la propuesta. Propuestas personalizadas.
 - 1.7 Tipo de apoyos para la elaboración y preparación de documentos: papel, medios informáticos y medios audiovisuales y otros.
 - 1.8 Técnicas de comunicación de la propuesta o plan de actuación. Ventajas y desventajas de la comunicación oral y escrita.
 - 1.9 Técnicas para la resolución de dudas.
2. Aplicación de técnicas de adiestramiento en comunicación:
 - 2.1 Actividades para desarrollar habilidades comunicativas personales e interpersonales, sociales y profesionales.
 - 2.2 Comparecencias ante público y audiencias: técnica vocal, la personalidad y el mensaje. Tipo de comparecencias: oficiales, privadas y otras. Características de las comparecencias que condicionan la imagen.
 - 2.3 Técnicas para hablar en público. Grabación y revisión.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

2.4 Actividades para la modificación de la comunicación escrita, oral y/o gestual. Vocabulario en comunicación de uso habitual (anglicismos).

2.5 Actividades para la modificación de los elementos de la imagen que influyen en la comunicación.

2.6 Entrenamiento en herramientas de la comunicación: atención telefónica, comunicaciones escritas, internet, correo electrónico, utilización de blogs y páginas webs, otros. Tipos de lenguaje y técnicas. Escucha activa, asertividad, barreras comunicativas, otros.

2.7 Valoración de la imagen a través de los nuevos soportes comunicativos: webs, blogs, Facebook, Twitter y otros.

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

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

3.1 Los medios de comunicación: tipos (masivo e interpersonal) y funciones.

3.2 Características de los medios con influencia en la comunicación.

3.3 La comunicación en los diferentes medios: radio, televisión, cine, publicidad, prensa, videoconferencias, internet y otros.

3.4 La imagen en la comunicación ante los medios. Elementos visuales con influencia en la comunicación. Características de los medios que condicionan la imagen.

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

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

3.7 Empresas de comunicación: agencias, consultorías, otros.

3.8 Relación de los asesores con las empresas de comunicación.

3.9 El plan de comunicación con los medios.

3.10 Las campañas publicitarias y el asesoramiento de imagen.

Módulo profesional 9: imagen corporativa

Duración: 66 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: identidad corporativa. 33 horas

UF 2: estudio de la imagen corporativa. 33 horas

UF 1: identidad corporativa

Duración: 33 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Identifica el concepto y las características de la imagen corporativa.
 - 1.2 Analiza la ideología y la cultura corporativa de la empresa.
 - 1.3 Establece los métodos y técnicas para concretar de la identidad corporativa.
 - 1.4 Expresa los conceptos profesionales con la terminología adecuada.
 - 1.5 Relaciona la filosofía corporativa con su finalidad y su público.
 - 1.6 Analiza imágenes corporativas públicas y privadas, nacionales e internacionales.
 - 1.7 Establece las relaciones entre el tipo de entidad y su imagen corporativa.
 - 1.8 Analiza la percepción social de la imagen y los valores corporativos.
 - 1.9 Realiza el estudio de la identidad corporativa aplicando técnicas de análisis.
2. Determina los elementos que definen la imagen corporativa de las entidades analizando su diseño y sus códigos iconológicos.

Criterios de evaluación

- 2.1 Reconoce los signos de identificación visual de la imagen corporativa.
- 2.2 Establece las líneas de diseño de los elementos visuales de la imagen corporativa.
- 2.3 Aplica el método iconológico a la asesoría de imagen corporativa.
- 2.4 Determina los elementos identificadores de la filosofía corporativa a potenciar, neutralizar o eliminar.
- 2.5 Analiza el simbolismo de los elementos distintivos, su diseño y la diferenciación de la competencia.
- 2.6 Analiza la evolución en los elementos de identificación y sus cambios.
- 2.7 Identifica los espacios y la arquitectura y su relación con la imagen corporativa.
- 2.8 Analiza los aspectos de la identidad corporativa que transmiten los colectivos profesionales.
- 2.9 Analiza la expresión, estilos y habilidades de interrelación del equipo de trabajo.

Contenidos

1. El estudio de la identidad corporativa:

- 1.1 Asesoramiento en imagen de los espacios. Asesoramiento en imagen de las personas. Asesoramiento en imagen iconográfica y cultura corporativa.
- 1.2 La imagen corporativa. Concepto y características. Recursos de identificación. Relación entre imagen corporativa y tipos de empresa o entidad.
- 1.3 La cultura corporativa. Transmisión de la cultura corporativa: habilidades sociales, habilidades de interrelación profesional y corporativa.
- 1.4 La ideología o filosofía corporativa de la organización. Ideología de los fundadores, del equipo directivo y de los recursos humanos. Adscripciones y niveles de compromiso. La misión y visión de la empresa.
- 1.5 Terminología específica en la asesoría de imagen corporativa. Anglicismos.
- 1.6 Relación entre la filosofía corporativa, su finalidad, su público objetivo y su público potencial.

- 1.7 Análisis del tratamiento de la imagen corporativa en otros países.
 - 1.8 La percepción social de los valores e imagen corporativos.
 - 1.9 Métodos y técnicas para concretar la identidad corporativa. El argumento corporativo. Técnicas de cliente misterioso (*mystery shopper*) y su adecuación.
2. Elementos que definen la imagen corporativa de las entidades:
- 2.1 El asesoramiento de imagen en el paisaje interno-externo, arquitectura, hábitat, gráfica y/o iconográfica, y colectiva. Los espacios interiores y exteriores: la arquitectura corporativa. La diferenciación de los diferentes espacios.
 - 2.2 Soporte de los elementos gráficos corporativos. Nuevos apoyos empresariales: webs, blogs, Facebook, Twitter y otros.
 - 2.3 Los signos visuales que determinan la imagen corporativa: tipo y características.
 - 2.4 El método iconológico aplicado a la asesoría de imagen corporativa.
 - 2.5 La relación entre los elementos identificadores y la filosofía corporativa. Elementos a potenciar, neutralizar o eliminar.
 - 2.6 El simbolismo de los elementos distintivos y su diseño.
 - 2.7 La imagen corporativa a través de los colectivos profesionales.
 - 2.8 Análisis del equipo de profesionales. Imagen. Expresión. Estilos. Habilidades de interrelación.
 - 2.9 Determinación de los elementos, características y símbolos de la imagen colectiva.

UF 2: estudio de la imagen corporativa

Duración: 33 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Establece las fases del proyecto de asesoría de imagen corporativa.
- 1.2 Realiza la fase de investigación y validación de la identidad corporativa.
- 1.3 Determina las pautas para implementar la imagen corporativa en diferentes ámbitos, productos y/o servicios.
- 1.4 Especifica los indicadores de calidad para el mantenimiento de la imagen corporativa.
- 1.5 Elabora la documentación técnica y económica de la propuesta.
- 1.6 Selecciona el formato de presentación de la propuesta.
- 1.7 Establece las acciones y el calendario de actuación para el desarrollo del proyecto.
- 1.8 Adecua los elementos, características y símbolos para crear la imagen colectiva.
- 1.9 Diseña la propuesta de asesoría de imagen colectiva.
- 1.10 Determina a los profesionales colaboradores.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

- 1.11 Realiza el asesoramiento en imagen externa, expresión y habilidades de interrelación.
 - 1.12 Planifica la fase de mantenimiento y control.
 - 1.13 Analiza la repercusión de los beneficios de las acciones propuestas.
2. Elabora el manual de imagen corporativa y/o los libros de estilo adaptándolos a las características de la entidad.

Criterios de evaluación

- 2.1 Establece la estructura y los objetivos de los manuales de imagen corporativa y los libros de estilo de las compañías.
 - 2.2 Determina los elementos gráficos de identidad visual.
 - 2.3 Justifica las normas referidas a la aplicación del diseño y a la identidad gráfica.
 - 2.4 Reconoce la función comunicativa de la identidad visual.
 - 2.5 Elabora los manuales de procedimiento de los diferentes ámbitos de la asesoría de imagen corporativa.
 - 2.6 Establece las acciones necesarias para su implementación.
 - 2.7 Identifica los manuales corporativos de interés para la asesoría de imagen corporativa.
 - 2.8 Reconoce los elementos identificadores de los manuales corporativos de los partidos políticos.
 - 2.9 Establece un mecanismo de evaluación de la actualización del manual de imagen.
3. Implementa las estrategias de comunicación estableciendo el plan de actuación y los elementos de promoción corporativa.

Criterios de evaluación

- 3.1 Establece las políticas de imagen y promoción corporativa.
- 3.2 Determina los tipos de promoción institucional y corporativa.
- 3.3 Diseña un plan de promoción empresarial.
- 3.4 Analiza las nuevas formas de comunicación promocional vinculadas a la tecnología.
- 3.5 Aplica el manual de comunicación estratégica.
- 3.6 Establece pautas de relación con los medios y las agencias de comunicación.
- 3.7 Selecciona los elementos de promoción corporativa.
- 3.8 Valora la repercusión social de las acciones de patrocinio/mecenazgo.
- 3.9 Utiliza marcas asociadas a valores para promocionar la empresa.

Contenidos

1. Elaboración de proyectos de asesoría de imagen corporativa:
 - 1.1 El protocolo de imagen o de estilo. Los programas de imagen institucional: concepto y elementos a considerar.
 - 1.2 Análisis de programas de imagen institucional nacionales e internacionales. Características principales.

Conclusiones.

- 1.3 Elaboración del proyecto de imagen institucional. Objetivos finales, estructura, apartados y fases.
 - 1.4 La investigación y validación de la identidad corporativa. La información y la investigación. La obtención y la organización de la información. Tipos de fuentes documentales.
 - 1.5 La aplicación de estrategias de uso de los elementos iconológicos. Aplicación de la filosofía corporativa.
 - 1.6 Fase de implementación de la imagen corporativa en los diferentes ámbitos y campos de aplicación.
 - 1.7 Fase de aplicación. La planificación. Elección de elementos de cumplimiento obligado y de cumplimiento discrecional.
 - 1.8 Fase de mantenimiento y control de la imagen corporativa: establecimiento de los indicadores de calidad.
 - 1.9 Documentación técnica anexa a la propuesta. La documentación económica. Acuerdos y autorizaciones.
 - 1.10 Planificación de acciones. Calendario de actuaciones.
 - 1.11 Profesionales colaboradores.
2. Elaboración del manual de imagen corporativa:
 - 2.1 El libro de estilo o manual de imagen corporativa. Definición, estructura y objetivos.
 - 2.2 Manuales corporativos de interés en asesoría de imagen corporativa.
 - 2.3 Importancia del manual de imagen y su correcta aplicación.
 - 2.4 Evaluación y actualización del manual de imagen. Temporalización.
 - 2.5 Identificación y relación con el proyecto de imagen institucional global. Valor comercial potencial de la imagen corporativa. Otros.
 - 2.6 Manuales corporativos de los principales medios de comunicación. Manuales corporativos de los partidos políticos. Otros.
3. Implementación de estrategias de promoción:
 - 3.1 Políticas de imagen y promoción empresarial/institucional. Concepto, tipos y características. Ventajas y desventajas.
 - 3.2 La comunicación promocional dentro de la imagen corporativa. Herramientas de promoción.
 - 3.3 Plan de comunicación empresarial: definición de objetivos, definición de estrategias y mensajes, calendario de actuación, evaluación de costes y seguimiento del plan.
 - 3.4 Análisis y aplicación del plan de promoción empresarial. El estudio de mercado. Las relaciones externas con repercusión en la imagen empresarial/institucional.
 - 3.5 La promoción a través de internet. Técnicas. Campañas. Tipos de medios de promoción. Comercio electrónico. La venta a través de la web.
 - 3.6 El manual de comunicación estratégica. Manual de comunicación escrita y manual de comunicación verbal y no verbal. Definiciones y conceptos. Pautas y estrategias. Modelos.
 - 3.7 Relaciones con los medios y las agencias de comunicación.
 - 3.8 Las relaciones con la prensa.
 - 3.9 Las agencias de comunicación.
 - 3.10 Las relaciones públicas.
 - 3.11 Las relaciones con los proveedores, con las instituciones, con los dirigentes políticos y otros.

4. La promoción institucional y/o corporativa:

4.1 Elementos de promoción corporativa.

4.2 Los patrocinadores.

4.3 Repercusión institucional: difusión mediática, conocimiento social, asociación a determinados valores, etc.

4.4 Las acciones de patrocinio/mecenazgo. Valoración de las acciones. Concepto. Tipos de acciones de patrocinio según su finalidad y su repercusión. La asociación con otros patrocinadores.

4.5 Ventajas y desventajas. Continuidad. Las marcas asociadas.

Módulo profesional 10: dirección y comercialización

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: 15 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: la empresa de imagen personal. 60 horas

UF 2: planes de venta, comercialización y comunicación empresarial. 42 horas

UF 3: protocolo de atención a los clientes. 15 horas

UF 1: la empresa de imagen personal

Duración: 60 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Aplica técnicas de organización de una empresa de imagen personal determinando sus infraestructuras y recursos.

Criterios de evaluación

1.1 Determina los tipos de empresas de imagen personal.

1.2 Identifica los productos y servicios que ofrecen las empresas de imagen personal.

1.3 Establece las condiciones generales de las instalaciones y equipamientos asociados.

1.4 Analiza las variables que influyen en el diseño de espacios y equipamientos.

1.5 Identifica y distribuye las diversas zonas y anexos.

1.6 Identifica los equipamientos adecuados a cada zona.

1.7 Determina las medidas de seguridad e higiene de la empresa.

1.8 Aplica los parámetros que identifican la imagen de la empresa y los trabajadores.

2. Aplica técnicas de gestión de recursos humanos atendiendo a las competencias profesionales del personal y determinando las necesidades de formación.

Criterios de evaluación

- 2.1 Identifica el organigrama del establecimiento de imagen personal.
- 2.2 Caracteriza los puestos de trabajo de la empresa.
- 2.3 Establece sistemas de planificación de plantilla.
- 2.4 Identifica las técnicas de selección de personal.
- 2.5 Relaciona los criterios de selección de personal con la política empresarial.
- 2.6 Diseña un plan de acogida de los trabajadores.
- 2.7 Identifica las necesidades y los objetivos de la formación.
- 2.8 Determina las acciones formativas para el personal de la empresa.
- 2.9 Establece criterios para la evaluación y el seguimiento del plan de formación.

3. Realiza las operaciones de gestión técnica de la empresa de imagen personal interpretando la documentación y utilizando herramientas informáticas.

Criterios de evaluación

- 3.1 Identifica los elementos de gestión de la empresa de imagen personal.
- 3.2 Aplica herramientas informáticas para la gestión de la empresa.
- 3.3 Establece criterios de asignación de los usuarios del programa de gestión.
- 3.4 Coordina los medios materiales y humanos para la actividad de una empresa de imagen personal.
- 3.5 Establece criterios de asignación de horarios de trabajo del personal.
- 3.6 Aplica técnicas de dirección y motivación del personal.
- 3.7 Elabora protocolos de resolución de conflictos interpersonales.
- 3.8 Establece mecanismos para la gestión del almacén.
- 3.9 Elabora documentos de gestión económica y administrativa.
- 3.10 Planifica la gestión de los residuos generados.
- 3.11 Aplica la normativa vigente de protección de datos.

4. Establece criterios de calidad de los procesos y servicios de imagen personal evaluando la dinámica global y proponiendo medidas correctivas.

Criterios de evaluación

- 4.1 Identifica los indicadores de calidad.
- 4.2 Valora la importancia de la calidad en los procesos de imagen personal.
- 4.3 Diferencia entre los procesos de auditoría interna y externa.
- 4.4 Establece parámetros para evaluar los diferentes procesos de una empresa de imagen personal.
- 4.5 Elabora y aplica un plan de evaluación de la gestión empresarial.
- 4.6 Elabora un plan de intervención para la corrección de las desviaciones de la calidad.

4.7 Propone un sistema de evaluación del grado de satisfacción de los clientes.

4.8 Establece protocolos de actuación para imprevistos con repercusión en la calidad del servicio.

Contenidos

1. Las empresas de imagen personal:

1.1 Modelos organizativos de las empresas de imagen personal. Organigrama de las empresas de imagen personal. La estructura jerárquica y su función. Características y particularidades. Tipos de productos y servicios.

1.2 Las empresas tradicionales de imagen personal. Nuevas tendencias empresariales. Perfiles profesionales relacionados: entrenadores personales (*coach*), organizadores de armarios, organizadores de bodas (*wedding planner*), etc.

1.3 Instalaciones generales de los establecimientos de imagen personal. Diseño y distribución. Condiciones y equipamientos. El almacén.

1.4 Medidas de seguridad e higiene. Concepto y aplicación. Consideraciones específicas. Accidentes frecuentes en las empresas de imagen personal.

1.5 La imagen empresarial corporativa. Concepto y características. Elementos que la conforman.

1.6 La imagen de los profesionales de la imagen personal.

1.7 Aplicaciones informáticas para la gestión básica de las empresas de imagen personal. Sistemas de seguridad, protección y confidencialidad de la información. Asistencia técnica.

2. Gestión de los recursos humanos:

2.1 Planificación de la plantilla. Técnicas de selección. El plan de acogida de los trabajadores en la empresa.

2.2 La formación en empresas de imagen personal. Concepto y finalidad. Las acciones formativas: estructura y características y tipos.

2.3 Planificación y distribución del trabajo técnico. Asignación de horarios.

3. La calidad en los procesos de imagen personal:

3.1 Indicadores de la calidad.

3.2 La auditoría de calidad interna y externa. La figura de los consultores-evaluadores.

3.3 Plan de evaluación del proyecto empresarial. Objetivos de la evaluación y métodos de análisis.

3.4 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 de los procesos de formación.

4. Dirección del equipo de trabajo en empresas de imagen personal:

4.1 Técnicas de dirección. El liderazgo.

4.2 Técnicas de motivación.

4.3 Técnicas de resolución de conflictos.

4.4 Elaboración de protocolos de comunicación interna.

UF 2: planes de venta, comercialización y comunicación empresarial

Duración: 42 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Elabora el plan de venta y comercialización del establecimiento de imagen personal diseñando diferentes estrategias y acciones.

Criterios de evaluación

- 1.1 Identifica los conceptos de *marketing*, publicidad, promoción y *merchandising*.
 - 1.2 Determina el público objetivo y la competencia de un centro de imagen personal.
 - 1.3 Diseña la oferta de los productos y servicios de imagen personal.
 - 1.4 Aplica técnicas de publicidad, promoción y *merchandising* de productos y servicios.
 - 1.5 Propone objetivos de venta y comercialización.
 - 1.6 Elabora un plan de venta y comercialización.
 - 1.7 Aplica técnicas de venta de un servicio y/o producto de peluquería.
 - 1.8 Propone mecanismos de captación y fidelización de los clientes.
 - 1.9 Reconoce las características de los asesores de ventas de productos y servicios de imagen personal.
2. Diseña normas de comunicación interpersonal analizando los elementos y aplicando normas deontológicas.

Criterios de evaluación

- 2.1 Establece las diferencias entre comunicación externa e interna en la empresa.
- 2.2 Reconoce los tipos de comunicación interna.
- 2.3 Elabora protocolos de comunicación externa para clientes y proveedores.
- 2.4 Establece protocolos de comunicación interna de la empresa.
- 2.5 Determina las fases de las reuniones de trabajo.
- 2.6 Planifica y organiza las reuniones de trabajo.

Contenidos

1. El plan de venta y comercialización:
 - 1.1 Definición y conceptos básicos de *marketing*. Determinación del público objetivo.
 - 1.2 La publicidad. Concepto, objetivo y tipos. Técnicas de publicidad. Análisis de su impacto. Los canales de publicidad.
 - 1.3 Los medios de comunicación: tipo y características.
 - 1.4 El *merchandising* en una empresa de imagen personal: concepto y fundamento. Técnicas. Factores determinantes. Elementos del *merchandising*. La ambientación general, los puntos de venta, los elementos exteriores del establecimiento y la publicidad en el lugar de venta (PLV).

- 1.5 Escaparatismo y cartelería.
- 1.6 Las promociones: concepto y tipo. Ventajas y desventajas. La campaña promocional.
- 1.7 La motivación de compra.
- 1.8 La competencia: técnicas de análisis. La captación del cliente: estrategias y técnicas.
- 1.9 Diseño de ofertas de productos y servicios.
- 1.10 Los vendedores: características y/o cualidades. Los asesores de ventas. La información como base de la venta. Técnicas de venta. Las fases de la venta. El cierre de la venta: técnicas. La argumentación de la venta. La venta cruzada.
- 1.11 La fidelización de los clientes.
- 1.12 La responsabilidad en el proceso de venta: la calidad post-venta.

UF 3: protocolo de atención a los clientes

Duración: 15 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

- 1. Elabora protocolos de atención a los clientes determinando los canales de comunicación adecuados.

Criterios de evaluación

- 1.1 Valora la importancia de la atención a los clientes en los procesos de imagen personal.
- 1.2 Reconoce los tipos de clientes y sus características.
- 1.3 Identifica las fases de atención al cliente.
- 1.4 Aplica técnicas de asertividad, empatía y escucha activa en la atención al cliente.
- 1.5 Elabora protocolos de atención al cliente generales y personalizados.
- 1.6 Identifica las desviaciones en los resultados y los conflictos a que pueden dar lugar.
- 1.7 Aplica técnicas de prevención y resolución de conflictos y reclamaciones.
- 1.8 Propone medidas correctivas de las reclamaciones y quejas.

Contenidos

- 1. La atención al cliente:
 - 1.1 Concepto y tipo. Atención telefónica y otros.
 - 1.2 Tipos de clientes. Características. El cliente con necesidades especiales: sensoriales, de movilidad u otros. Tipos de atención personalizada.
 - 1.3 Características del trato con los clientes: asertividad, empatía y escucha activa.
 - 1.4 Las fases de atención al cliente. Los protocolos de atención al cliente: concepto, tipos y elaboración.
 - 1.5 Valoración de posibles resultados no satisfactorios y su resolución. Los conflictos: técnicas de prevención y resolución. Las reclamaciones y su tratamiento. La queja. Marco legal.

Módulo profesional 11: formación y orientación laboral

Duración: 99 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: incorporación al trabajo. 66 horas

UF 2: prevención de riesgos laborales. 33 horas

UF 1: incorporación al trabajo

Duración: 66 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

1.1 Valora la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.

1.2 Identifica los itinerarios formativos y profesionales relacionados con el perfil profesional del técnico superior en asesoría de imagen personal y corporativa.

1.3 Planifica un proyecto de carrera profesional.

1.4 Determina las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.

1.5 Identifica los principales filones de empleo y de inserción laboral para el técnico superior en asesoría de imagen personal y corporativa.

1.6 Determina las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.

1.7 Prevé las alternativas de autoempleo a los sectores profesionales relacionados con el título.

1.8 Realiza la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propias para tomar decisiones.

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

Criterios de evaluación

2.1 Valora las ventajas del trabajo en equipo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil de técnico superior en asesoría de imagen personal y corporativa.

2.2 Identifica los equipos de trabajo que se pueden constituir en una situación real de trabajo.

2.3 Determina las características del equipo de trabajo eficaz frente a los equipos ineficaces.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

2.4 Valora positivamente la existencia necesaria de diversidad de roles y opiniones asumidos por los miembros de un equipo.

2.5 Reconoce la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.

2.6 Identifica los tipos de conflictos y sus fuentes.

2.7 Determina procedimientos para resolver conflictos.

2.8 Resuelve los conflictos presentados en un equipo.

2.9 Aplica habilidades comunicativas en el trabajo en equipo.

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

Criterios de evaluación

3.1 Identifica las características que definen los nuevos entornos de organización del trabajo.

3.2 Identifica los conceptos básicos del derecho del trabajo.

3.3 Distingue los organismos que intervienen en la relación laboral.

3.4 Determina los derechos y deberes derivados de la relación laboral.

3.5 Analiza el contrato de trabajo y las principales modalidades de contratación aplicables al sector de la imagen personal.

3.6 Identifica las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.

3.7 Valora las medidas de fomento del trabajo.

3.8 Identifica el tiempo de trabajo y las medidas por conciliar la vida laboral y familiar.

3.9 Identifica las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.

3.10 Analiza el recibo de salarios e identifica los principales elementos que lo integran.

3.11 Analiza las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.

3.12 Determina los elementos de la negociación en el ámbito laboral.

3.13 Identifica la representación de los trabajadores en la empresa.

3.14 Interpreta los elementos básicos de un convenio colectivo aplicable a un sector profesional relacionado con el título de técnico superior en asesoría de imagen personal y corporativa y su incidencia en las condiciones de trabajo.

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

Criterios de evaluación

4.1 Valora el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.

4.2 Enumera las diversas contingencias que cubre el sistema de la Seguridad Social.

4.3 Identifica los regímenes existentes en el sistema de la Seguridad Social aplicable al sector de la imagen personal.

4.4 Identifica las obligaciones de empresario y trabajador en el sistema de la Seguridad Social.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

4.5 Identifica las bases de cotización de un trabajador y las cuotas correspondientes a trabajador y empresario.

4.6 Clasifica las prestaciones del sistema de la Seguridad Social.

4.7 Identifica los requisitos de las prestaciones.

4.8 Determina posibles situaciones legales de desempleo.

4.9 Reconoce la información y los servicios de la plataforma de la Seguridad Social.

Contenidos

1. Búsqueda activa de empleo:

1.1 Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del técnico superior en asesoría de imagen personal y corporativa.

1.2 Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.

1.3 Las capacidades clave del técnico superior en asesoría de imagen personal y corporativa.

1.4 El sistema de cualificaciones profesionales. Las competencias y las cualificaciones profesionales del título y de la familia profesional de imagen personal.

1.5 Identificación de itinerarios formativos y profesionalizadores relacionados con el título. Titulaciones y estudios de la familia profesional de imagen personal.

1.6 Planificación de la carrera profesional.

1.7 Definición y análisis del sector profesional de la imagen personal.

1.8 Filones de empleo en imagen personal.

1.9 Proceso de búsqueda de empleo en empresas del sector.

1.10 Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.

1.11 Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo.

1.12 El proceso de toma de decisiones.

1.13 Ofertas formativas dirigidas a grupos con dificultades de integración laboral.

1.14 Igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

1.15 Valoración del autoempleo como alternativa para la inserción laboral.

1.16 Valoración de los conocimientos y las competencias obtenidas mediante la formación contenida en el título.

2. Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

2.1 Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.

2.2 Equipos en el sector de la imagen personal según las funciones que ejercen.

2.3 Formas de participación en el equipo de trabajo.

2.4 Conflicto: características, fuentes y etapas.

2.5 Métodos para resolver o suprimir el conflicto.

2.6 Aplicación de habilidades comunicativas en el trabajo en equipo.

3. Contratación:

- 3.1 Ventajas e inconvenientes de las nuevas formas de organización: flexibilidad, beneficios sociales, entre otros.
- 3.2 El derecho del trabajo: concepto y fuentes.
- 3.3 Análisis de la relación laboral individual.
- 3.4 Derechos y deberes que se derivan de la relación laboral y su aplicación.
- 3.5 Determinación de los elementos del contrato de trabajo, de las principales modalidades de contratación que se aplican en el sector de la imagen personal y de las medidas de fomento del trabajo.
- 3.6 Las condiciones de trabajo: tiempo de trabajo y conciliación laboral y familiar.
- 3.7 Interpretación del recibo del salario.
- 3.8 Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
- 3.9 Organismos laborales. Sistemas de asesoramiento de los trabajadores con respecto a sus derechos y deberes.
- 3.10 Representación de los trabajadores.
- 3.11 El convenio colectivo como fruto de la negociación colectiva.
- 3.12 Análisis del convenio o convenios aplicables al trabajo del técnico superior en asesoría de imagen personal y corporativa.

4. Seguridad Social, empleo y desempleo:

- 4.1 Estructura del sistema de la Seguridad Social.
- 4.2 Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- 4.3 Requisitos de las prestaciones.
- 4.4 Situaciones protegidas en la protección por desempleo.
- 4.5 Identificación de la información y los servicios de la plataforma de la Seguridad Social.

UF 2: prevención de riesgos laborales

Duración: 33 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

- 1. Evalúa los riesgos derivados de la actividad profesional, analizando las condiciones de trabajo y los factores de riesgo presentes en el entorno laboral.

Criterios de evaluación

- 1.1 Valora la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.
- 1.2 Relaciona las condiciones laborales con la salud del trabajador.
- 1.3 Clasifica los factores de riesgo en la actividad y los daños que se pueden derivar.
- 1.4 Identifica las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo del técnico superior en asesoría de imagen personal y corporativa.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

1.5 Determina la evaluación de riesgos en la empresa.

1.6 Determina las condiciones de trabajo con significación para la prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional del técnico superior en asesoría de imagen personal y corporativa.

1.7 Clasifica y describe los tipos de daños profesionales, con especial referencia a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, relacionados con el perfil profesional del técnico superior en asesoría de imagen personal y corporativa.

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

Criterios de evaluación

2.1 Determina los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.

2.2 Clasifica las diferentes formas de gestión de la prevención en la empresa, en función de los diferentes criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales.

2.3 Determina las formas de representación de los trabajadores en la empresa en materia de prevención de riesgos.

2.4 Identifica los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.

2.5 Valora la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa, que incluya la secuenciación de actuaciones que hay que llevar a cabo en caso de emergencia.

2.6 Define el contenido del plan de prevención en un centro de trabajo relacionado con el sector profesional del técnico superior en asesoría de imagen personal y corporativa.

2.7 Propone mejoras en el plan de emergencia y evacuación de la empresa.

3. Aplica medidas de prevención y protección individual y colectiva, analizando las situaciones de riesgo en el entorno laboral del técnico superior en asesoría de imagen personal y corporativa.

Criterios de evaluación

3.1 Determina las técnicas de prevención y de protección individual y colectiva que se tienen que aplicar para evitar los daños en su origen y minimizar las consecuencias en caso de que sean inevitables.

3.2 Analiza el significado y el alcance de los diferentes tipos de señalización de seguridad.

3.3 Analiza los protocolos de actuación en caso de emergencia.

3.4 Identifica las técnicas de clasificación de heridos en caso de emergencia en que haya víctimas de gravedad diversa.

3.5 Identifica los procedimientos de atención sanitaria inmediata.

3.6 Identifica la composición y el uso del botiquín de la empresa.

3.7 Determina los requisitos y las condiciones para la vigilancia de la salud del trabajador y su importancia como medida de prevención.

Contenidos:

1. Evaluación de riesgos profesionales:

1.1 La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

- 1.2 Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad profesional.
 - 1.3 Efectos de las condiciones de trabajo sobre la salud. El accidente de trabajo, la enfermedad profesional y las enfermedades inespecíficas.
 - 1.4 Riesgo profesional. Análisis y clasificación de factores de riesgo.
 - 1.5 Análisis de riesgos relativos a las condiciones de seguridad.
 - 1.6 Análisis de riesgos relativos a las condiciones ambientales.
 - 1.7 Análisis de riesgos relativos a las condiciones ergonómicas y psicosociales.
 - 1.8 Riesgos genéricos en el sector de la imagen personal.
 - 1.9 Daños para la salud ocasionados por los riesgos.
 - 1.10 Determinación de los posibles daños a la salud de los trabajadores que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas en el sector de la imagen personal.
-
2. Planificación de la prevención de riesgos en la empresa:
 - 2.1 Determinación de los derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
 - 2.2 Sistema de gestión de la prevención de riesgos en la empresa.
 - 2.3 Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
 - 2.4 Plan de la prevención de riesgos en la empresa. Estructura. Acciones preventivas. Medidas específicas.
 - 2.5 Identificación de las responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.
 - 2.6 Determinación de la representación de los trabajadores en materia preventiva.
 - 2.7 Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
-
3. Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:
 - 3.1 Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.
 - 3.2 Interpretación de la señalización de seguridad.
 - 3.3 Consignas de actuación ante una situación de emergencia.
 - 3.4 Protocolos de actuación ante una situación de emergencia.
 - 3.5 Identificación de los procedimientos de atención sanitaria inmediata.
 - 3.6 Primeras actuaciones en emergencias con heridos.

Módulo profesional 12: empresa e iniciativa emprendedora

Duración: 66 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 4

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: empresa e iniciativa emprendedora. 66 horas

UF 1: empresa e iniciativa emprendedora

Duración: 66 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

1.1 Identifica el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento en el bienestar de los individuos.

1.2 Analiza el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social.

1.3 Identifica la importancia que la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración tienen en el éxito de la actividad emprendedora.

1.4 Analiza la capacidad de iniciativa en el trabajo de una persona empleada en una empresa relacionada con el sector de la imagen personal.

1.5 Analiza el desarrollo de la actividad emprendedora de un empresario que se inicie en el sector de la imagen personal.

1.6 Analiza el concepto de riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora.

1.7 Analiza el concepto de empresario y los requisitos y actitudes necesarios para desarrollar la actividad empresarial.

1.8 Relaciona la estrategia empresarial con la misión, la visión y los valores de la empresa.

1.9 Reconoce las nuevas herramientas y recursos para el fomento del autoempleo, en especial las incubadoras de empresas.

1.10 Define una determinada idea de negocio del sector que servirá de punto de partida para elaborar un plan de empresa, y que tiene que facilitar unas buenas prácticas empresariales.

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

Criterios de evaluación

2.1 Identifica las funciones de producción o prestación de servicios, económico-financieras, sociales, comerciales y/o de *marketing* y administrativas de una empresa.

2.2 Analiza la empresa dentro del sistema económico global.

2.3 Interpreta el papel que tiene la empresa en el sistema económico local.

2.4 Analiza los componentes principales del entorno general que rodea una microempresa del sector de la imagen personal.

2.5 Analiza la influencia de las relaciones de empresas del sector de la imagen personal con los principales integrantes del entorno específico.

2.6 Analiza los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa y su relación con los objetivos empresariales.

2.7 Analiza el fenómeno de la responsabilidad social de las empresas y su importancia como un elemento de la estrategia empresarial y como un mecanismo de retorno a la sociedad.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

2.8 Elabora el balance social de una empresa relacionada con la asesoría de imagen personal y corporativa, incorporando los costes sociales en que incurre y los beneficios sociales que produce.

2.9 Identifica prácticas que incorporan valores éticos y sociales en empresas relacionadas con la asesoría de imagen personal y corporativa.

2.10 Identifica los valores que aportan a la empresa las políticas de fomento de la igualdad dentro de la empresa.

2.11 Reconoce las oportunidades y amenazas existentes en el entorno de una microempresa de asesoría de imagen personal y corporativa.

2.12 Determina la viabilidad económica y financiera de una microempresa relacionada con la asesoría de imagen personal y corporativa.

2.13 Identifica los canales de apoyo y los recursos que la Administración pública facilita al emprendedor.

3. Realiza actividades para la constitución y puesta en marcha de una microempresa de asesoría de imagen personal y corporativa, seleccionando la forma jurídica e identificando las obligaciones legales asociadas.

Criterios de evaluación

3.1 Analiza las diferentes formas jurídicas y organizativas de empresa más habituales.

3.2 Identifica los rasgos característicos de la economía cooperativa.

3.3 Especifica el grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa, en función de la forma jurídica escogida.

3.4. Diferencia el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de la empresa.

3.5 Analiza los trámites exigidos por la legislación vigente para constituir una microempresa del sector de la imagen personal, según la forma jurídica escogida.

3.6 Identifica los organismos y entidades que intervienen a la hora de poner en funcionamiento una microempresa.

3.7 Busca las diferentes ayudas para crear microempresas del sector de la imagen personal disponibles en Cataluña y en la localidad de referencia.

3.8 Especifica los beneficios que aportan la imagen corporativa y la organización de la comunicación interna y externa en la empresa.

3.9 Identifica las herramientas para estudiar la viabilidad económica y financiera de una microempresa.

3.10 Incluye en el plan de empresa todos los aspectos relativos a la elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económica y financiera, trámites administrativos, ayudas y subvenciones, y el plan de *marketing*.

3.11 Identifica las vías de asesoramiento y gestión administrativa externos existentes a la hora de poner en funcionamiento una microempresa.

4. Realiza actividades de gestión administrativa y financiera de una microempresa de asesoría de imagen personal y corporativa, identificando las obligaciones contables y fiscales principales y cumplimentando la documentación.

Criterios de evaluación

4.1 Analiza los conceptos básicos de la contabilidad y las técnicas de registro de la información contable.

4.2 Identifica las técnicas básicas de análisis de la información contable, en especial en lo referente a la solvencia, liquidez y rentabilidad de la empresa.

4.3 Define las obligaciones fiscales de una microempresa relacionada con el sector de la imagen personal.

- 4.4 Diferencia los tipos de impuestos en el calendario fiscal.
- 4.5 Identifica la documentación básica de carácter comercial y contable para una microempresa del sector de la imagen personal, y los circuitos que la documentación mencionada sigue dentro de la empresa.
- 4.6 Identifica los principales instrumentos de financiación bancaria.
- 4.7 Sitúa correctamente la documentación contable y de financiación en el plan de empresa.

Contenidos

1. Iniciativa emprendedora:

- 1.1 Innovación y desarrollo económico. Características principales de la innovación en la actividad del sector de la imagen personal (materiales, tecnología, organización de la producción).
- 1.2 Factores clave de los emprendedores: iniciativa, creatividad, formación y liderazgo empresarial.
- 1.3 La actuación de los emprendedores como empleados de una empresa relacionada con la asesoría de imagen personal y corporativa.
- 1.4 La actuación de los emprendedores como empresarios de una empresa relacionada con el sector de la imagen personal.
- 1.5 Instrumentos para identificar las capacidades que favorecen el espíritu emprendedor.
- 1.6 El empresario. Actitudes y requisitos para ejercer la actividad empresarial.
- 1.7 Objetivos personales versus objetivos empresariales. Misión, visión y valores de empresa.
- 1.8 El plan de empresa y la idea de negocio en el ámbito de la asesoría de imagen personal y corporativa.
- 1.9 Las buenas prácticas empresariales.
- 1.10 Los servicios de información, orientación y asesoramiento. Las incubadoras de empresas.

2. La empresa y su entorno:

- 2.1 Funciones básicas de la empresa: de producción o prestación de servicios, económico-financieras, sociales, comerciales y/o de *marketing* y administrativas de una empresa.
- 2.2 La empresa como sistema: recursos, objetivos y métodos de gestión de la calidad y medioambiental.
- 2.3 Componentes del macroentorno: factores politicolegales, económicos, socioculturales, demográficos y/o ambientales y tecnológicos.
- 2.4 Análisis del macroentorno de una microempresa del sector de la imagen personal.
- 2.5 Componentes del microentorno: los clientes, los proveedores, los competidores, los productos o servicios sustitutivos y la sociedad.
- 2.6 Análisis del microentorno de una microempresa del sector de la imagen personal.
- 2.7 Elementos de la cultura empresarial y valores éticos dentro de la empresa. Imagen corporativa.
- 2.8 Relaciones de una microempresa de asesoría de imagen personal y corporativa con los agentes sociales.
- 2.9 La responsabilidad social de la empresa.
- 2.10 Elaboración del balance social: costes y beneficios sociales para la empresa.
- 2.11 Igualdad y empresa: estrategias empresariales para conseguir la igualdad dentro de la empresa.
- 2.12 Detección de oportunidades y amenazas del sector de la imagen personal. Instrumentos de detección.
- 2.13 Determinación de la viabilidad económica y financiera de una microempresa relacionada con la asesoría

de imagen personal y corporativa.

2.14 Detección de nuevas oportunidades de negocio. Generación y selección de ideas. Técnicas para generar ideas de negocio.

2.15 Búsqueda de ayudas y subvenciones para la creación de una microempresa.

2.16 Instrumentos de apoyo de la Administración pública al emprendedor.

3. Creación y puesta en funcionamiento de la empresa:

3.1 Tipos de empresa más comunes del sector de la imagen personal.

3.2 Características de las empresas cooperativas y las sociedades laborales.

3.3 Organización de una empresa de asesoría de imagen personal y corporativa: estructura interna. Organización de la comunicación interna y externa en la empresa.

3.4 Elección de la forma jurídica y su incidencia en la responsabilidad de los propietarios.

3.5 La fiscalidad de empresas del sector de imagen personal.

3.6 Trámites administrativos para constituir una empresa de asesoría de imagen personal y corporativa.

3.7 Búsqueda y tratamiento de información en los procesos de creación de una microempresa de asesoría de imagen personal y corporativa.

3.8 Imagen corporativa de la empresa: funciones y relación con los objetivos empresariales.

3.9 Plan de empresa: elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económica y financiera, trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones de una microempresa relacionada con la asesoría de imagen personal y corporativa.

3.10 Organización y responsabilidad en el establecimiento del plan de empresa.

4. Gestión empresarial:

4.1 Elementos básicos de la contabilidad.

4.2 Cuentas anuales exigibles a una microempresa.

4.3 Análisis de la información contable.

4.4 La previsión de resultados.

4.5 Obligaciones fiscales de las empresas: requisitos y plazos de presentación de documentos.

4.6 Las formas de financiación de una empresa.

4.7 Técnicas básicas de gestión administrativa de una empresa relacionada con el sector de la imagen personal.

4.8 Documentación básica comercial y contable y conexión entre ellas.

4.9 Importancia de la información contable de la empresa.

Módulo profesional 13: proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa

Duración: 99 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa. 99 horas

UF 1: proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa

Duración: 99 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Clasifica las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de proyecto o servicio que ofrecen.
- 1.2 Caracteriza las empresas tipo indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.
- 1.3 Identifica las necesidades más demandadas en las empresas.
- 1.4 Valora las oportunidades de negocio previsibles en el sector.
- 1.5 Identifica el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.
- 1.6 Determina las características específicas requeridas al proyecto.
- 1.7 Determina las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos y sus condiciones de aplicación.
- 1.8 Identifica posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.

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

Criterios de evaluación

- 2.1 Recopila información relativa a los aspectos tratados en el proyecto.
- 2.2 Elabora el estudio de viabilidad técnica del proyecto.
- 2.3 Identifica las fases o partes que componen el proyecto y su contenido.
- 2.4 Determina los objetivos a conseguir e identifica su alcance.
- 2.5 Prevé los recursos materiales y personales necesarios para hacerlo.
- 2.6 Elabora el presupuesto económico correspondiente.
- 2.7 Identifica las necesidades de financiación para la puesta en marcha.
- 2.8 Define y elabora la documentación necesaria para su diseño.
- 2.9 Identifica los aspectos que se tienen que controlar para garantizar la calidad del proyecto.
- 2.10 Desarrolla las tareas de diseño y elaboración del proyecto con autonomía y responsabilidad.

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

Criterios de evaluación

- 3.1 Secuencia las actividades, ordenándolas en función de las necesidades de implementación.
 - 3.2 Determina los recursos y la logística necesaria para cada actividad.
 - 3.3 Identifica las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.
 - 3.4 Determina los procesos de actuación o ejecución de las actividades.
 - 3.5 Identifica los riesgos inherentes a la implementación definiendo el plan de prevención de riesgos y los medios y equipos necesarios.
 - 3.6 Planifica la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.
 - 3.7 Hace la valoración económica que da respuesta a las condiciones de la implementación.
 - 3.8 Define y elabora la documentación necesaria para la implementación o ejecución.
4. Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos utilizados.

Criterios de evaluación

- 4.1 Define el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.
- 4.2 Define los indicadores de calidad para hacer la evaluación.
- 4.3 Define el procedimiento para la evaluación de las incidencias que pueden presentarse durante la realización de las actividades, la posible solución y el registro de estas.
- 4.4 Define el procedimiento para gestionar los posibles cambios en los recursos y en las actividades, incluyendo el sistema de registro.
- 4.5 Define y elabora la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto.
- 4.6 Establece el procedimiento para la participación en la evaluación de los usuarios o clientes y elabora los documentos específicos.
- 4.7 Establece un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto.

Contenidos

Los determina el centro educativo.

Módulo profesional 14: formación en centros de trabajo

Duración: 350 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 22

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

CVE-DOGC-B-16355044-2016

1. Identifica la estructura, la organización y las condiciones de trabajo de la empresa, centro o servicio, relacionándolas con las actividades que realiza.

Criterios de evaluación

- 1.1 Identifica las características generales de la empresa, centro o servicio y el organigrama y las funciones de cada área.
- 1.2 Identifica los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la actividad.
- 1.3 Identifica las competencias de los puestos de trabajo en el desarrollo de la actividad.
- 1.4 Identifica las características del mercado o entorno, tipos de usuarios y proveedores.
- 1.5 Identifica las actividades de responsabilidad social de la empresa, centro o servicio hacia el entorno.
- 1.6 Identifica el flujo de servicios o los canales de comercialización más frecuentes en esta actividad.
- 1.7 Relaciona ventajas e inconvenientes de la estructura de la empresa, centro o servicio, ante otros tipos de organizaciones relacionadas.
- 1.8 Identifica el convenio colectivo o el sistema de relaciones laborales al que se acoge la empresa, centro o servicio.
- 1.9 Identifica los incentivos laborales, las actividades de integración o de formación y las medidas de conciliación en relación con la actividad.
- 1.10 Valora las condiciones de trabajo en el clima laboral de la empresa, centro o servicio.
- 1.11 Valora la importancia de trabajar en grupo para conseguir con eficacia los objetivos establecidos en la actividad y resolver los problemas que se plantean.

2. Desarrolla actitudes éticas y laborales propias de la actividad profesional de acuerdo con las características del puesto de trabajo y los procedimientos establecidos por el centro de trabajo.

Criterios de evaluación

- 2.1 Cumple el horario establecido.
- 2.2 Muestra una presentación personal adecuada.
- 2.3 Es responsable en la ejecución de las tareas asignadas.
- 2.4 Se adapta a los cambios de las tareas asignadas.
- 2.5 Manifiesta iniciativa en la resolución de problemas.
- 2.6 Valora la importancia de su actividad profesional.
- 2.7 Mantiene organizada su área de trabajo.
- 2.8 Cuida los materiales, equipos o herramientas que utiliza en su actividad.
- 2.9 Mantiene una actitud clara de respeto hacia el medio ambiente.
- 2.10 Establece una comunicación y relación eficaz con el personal de la empresa.
- 2.11 Se coordina con los miembros de su equipo de trabajo.

3. Realiza las actividades formativas de referencia siguiendo protocolos establecidos por el centro de trabajo.

Criterios de evaluación

CVE-DOGC-B-16355044-2016

- 3.1 Ejecuta las tareas según los procedimientos establecidos.
- 3.2 Identifica las características particulares de los medios de producción, equipos y herramientas.
- 3.3 Aplica las normas de prevención de riesgos laborales en la actividad profesional.
- 3.4 Utiliza los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas establecidas por el centro de trabajo.
- 3.5 Aplica las normas internas y externas vinculadas a la actividad.
- 3.6 Obtiene la información y los medios necesarios para hacer la actividad asignada.
- 3.7 Interpreta y expresa la información con la terminología o simbología y los medios propios de la actividad.
- 3.8 Detecta anomalías o desviaciones en el ámbito de la actividad asignada, identifica las causas y propone posibles soluciones.

Actividades formativas de referencia

1. Actividades formativas de referencia relacionadas con las operaciones de preparación de la actividad laboral.

- 1.1 Interpreta las instrucciones recibidas del tutor/a en la empresa.
- 1.2 Valora la propia imagen personal como imagen de empresa, cuidando aspectos como la higiene personal, maquillaje, peinados e indumentaria, entre otros.
- 1.3 Maneja los diferentes tipos de información/documentación utilizada y generada, asociada a la preparación de los procesos laborales.
- 1.4 Gestiona los ficheros de servicios, trabajadores, clientes, productos y proveedores.
- 1.5 Organiza los documentos, dosieres y manuales de la empresa de forma manual o informatizada.
- 1.6 Colabora en la elaboración de protocolos técnicos, comerciales, de seguridad e higiene y de calidad, entre otros.
- 1.7 Trabaja en equipo en los planes de la empresa, mostrando iniciativa e interés.

2. Actividades formativas de referencia relacionadas con la identificación de las necesidades de los clientes.

- 2.1 Obtiene información sobre las demandas y requerimientos de los clientes.
- 2.2 Identifica las características y necesidades de la piel y del pelo.
- 2.3 Identifica las características físicas a corregir o potenciar a través de la asesoría de imagen personal.
- 2.4 Realiza el estudio morfológico del rostro.
- 2.5 Colabora en la caracterización del perfil psicosocial y profesional de los clientes.
- 2.6 Detecta las carencias y habilidades de los clientes en el área de la comunicación.
- 2.7 Utiliza métodos de observación y medios audiovisuales para analizar a los modelos de comportamiento y/o usos sociales de la persona usuaria.
- 2.8 Analiza los elementos internos y externos que conforman la imagen corporativa.
- 2.9 Aplica normas de atención a los clientes a través de una comunicación eficaz.

3. Actividades formativas de referencia relacionadas con la propuesta de estilos de peinados, maquillaje y cuidados estéticos, determinando los cambios para la creación de la nueva imagen.

- 3.1 Identifica las fichas, formularios y cuestionarios utilizados en la asesoría de imagen personal.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

3.2 Utiliza fuentes documentales y manuales de estilos para el asesoramiento en el cambio de imagen personal.

3.3 Propone los cambios a hacer en el estilo de peinado, el tipo de maquillaje y los tratamientos y cuidados estéticos.

3.4 Entrena a los clientes en técnicas de automaquillaje, bajo supervisión.

3.5 Especifica las técnicas de peluquería, cuidados estéticos y de medicina y cirugía estética necesarios para hacer el cambio de estilo.

3.6 Organiza el plan de actuación para la realización del cambio de imagen.

3.7 Elabora el dossier de asesoría de imagen de los clientes con los datos obtenidos y las propuestas hechas.

3.8 Establece un plan de mantenimiento de la nueva imagen.

4. Actividades formativas de referencia relacionadas con el asesoramiento en cambios de imagen a través de la indumentaria.

4.1 Obtiene información sobre las preferencias en estilo de vestuario y complementos de los clientes.

4.2 Identifica las características físicas con influencia en la elección de vestuario.

4.3 Determina los cambios en la indumentaria para crear el nuevo estilo.

4.4 Selecciona las piezas, sus materiales y los textiles.

4.5 Identifica los colores y tonos más recomendables según las características de los clientes.

4.6 Relaciona el nuevo estilo de indumentaria con el maquillaje y el peinado.

4.7 Asesora sobre la elección y combinación de prendas de vestir y complementos, bajo supervisión.

4.8 Propone establecimientos, marcas y firmas para comprar piezas de ropa y complementos, bajo supervisión.

4.9 Identifica las normas de etiqueta, en materia de indumentaria y complemento, de las diferentes situaciones sociales y de las empresas, entre otros.

4.10 Mantiene un comportamiento profesional.

5. Actividades formativas de referencia relacionadas con la organización de actos protocolarios y eventos.

5.1 Establece los requerimientos en protocolo, usos sociales, etiqueta y materiales para el acto protocolario y/o evento.

5.2 Aplica la normativa protocolaria para establecer las precedencias oficiales.

5.3 Organiza la distribución de los asistentes y la secuenciación de sus intervenciones orales.

5.4 Colabora en la puesta en marcha de los actos y eventos organizados por la empresa.

5.5 Diseña el plan de entrenamiento a los clientes en usos sociales.

5.6 Entrena a los clientes en habilidades comunicativas para las comparecencias públicas y/o privadas en diferentes ámbitos y medios, bajo supervisión.

5.7 Asesora sobre los requerimientos de imagen de cada acto protocolario, bajo supervisión.

5.8 Aplica criterios de imagen corporativa para actos organizados por las empresas, bajo supervisión.

5.9 Controla el proceso y sigue las normas de calidad de la empresa.

6. Actividades formativas de referencia relacionadas con la presentación de la propuesta técnica del cambio de imagen.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

- 6.1 Colabora en el diseño de la propuesta técnica de asesoría personal y/o corporativa.
- 6.2 Organiza y cumplimenta la documentación asociada a la propuesta.
- 6.3 Elabora la propuesta en apoyo manual o informático.
- 6.4 Aplica técnicas de comunicación en la presentación de la propuesta y el presupuesto a los clientes.
- 6.5 Aplica técnicas de argumentación ante las objeciones a las propuestas.
- 6.6 Aplica las normas deontológicas y la ley de protección de datos de carácter personal.

6. Incorporación de la lengua inglesa en el ciclo formativo

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Interpreta información profesional en lengua inglesa (manuales técnicos, instrucciones, catálogos de productos y/o servicios, artículos técnicos, informes, normativa, entre otros), aplicándola en las actividades profesionales más habituales.

Criterios de evaluación

- 1.1 Aplica en situaciones profesionales la información contenida en textos técnicos o normativa relacionados con el ámbito profesional.
 - 1.2 Identifica y selecciona con agilidad los contenidos relevantes de novedades, artículos, noticias, informes y normativa sobre diversos temas profesionales.
 - 1.3 Analiza detalladamente las informaciones específicas seleccionadas.
 - 1.4 Actúa en consecuencia para dar respuesta a los mensajes técnicos recibidos a través de soportes convencionales (correo postal, fax) o telemáticos (correo electrónico, web).
 - 1.5 Selecciona y extrae información relevante en lengua inglesa según prescripciones establecidas para elaborar en la lengua propia comparativas, informes breves o extractos.
 - 1.6 Completa en lengua inglesa documentación y/o formularios del campo profesional habituales.
 - 1.7 Utiliza apoyos de traducción técnicos y las herramientas de traducción asistida o automatizada de textos.
2. Se comunica en lengua inglesa, por escrito y/u oralmente, con clientes o usuarios utilizando situaciones profesionales habituales.

Criterios de evaluación

- 2.1 Elabora documentación y textos relacionados con las funciones más habituales de la profesión.
- 2.2 Utiliza con agilidad la documentación y textos escritos en lengua inglesa habituales en situaciones profesionales diversas.
- 2.3 Mantiene conversaciones en lengua inglesa en situaciones profesionales habituales.
- 2.4 Utiliza normas de protocolo en la atención al cliente o usuario.
- 2.5 Aplica con fluidez la terminología de la profesión en lengua inglesa.
- 2.6 Utiliza las estrategias comunicativas adecuadas a cada situación profesional.
- 2.7 Resuelve con autonomía los problemas de comprensión y de expresión en las comunicaciones profesionales.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

2.8 Utiliza apoyos de traducción técnicos y las herramientas de traducción asistida o automatizada de textos.

Estos resultados de aprendizaje se han de aplicar en al menos uno de los módulos del ciclo formativo.

7. Espacios

Espacio formativo	Superficie m ² (30 alumnos)	Superficie m ² (20 alumnos)	Grado de uso
Aula polivalente	45	30	50%
Aula técnica de asesoría de imagen	90	60	50%

8. Profesorado

8.1 Profesorado de centros docentes dependientes del Departamento de Enseñanza

La atribución docente de los módulos profesionales que constituyen las enseñanzas de este ciclo formativo corresponde a los profesores del cuerpo de catedráticos de enseñanza secundaria, del cuerpo de profesores de enseñanza secundaria y del cuerpo de profesores técnicos de formación profesional, según proceda, de las especialidades establecidas a continuación.

Especialidades de los profesores con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de asesoría de imagen personal y corporativa:

Módulo profesional	Especialidad de los profesores	Cuerpo
Asesoría cosmética	Asesoría y procesos de imagen personal	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Diseño de imagen integral	Asesoría y procesos de imagen personal	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Estilismo en vestuario y complementos	Asesoría y procesos de imagen personal	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Asesoría de peluquería	Peluquería	Profesores técnicos de formación profesional
Protocolo y organización de eventos	Asesoría y procesos de imagen personal	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Usos sociales	Asesoría y procesos de imagen personal	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Asesoría estética	Estética	Profesores técnicos de formación profesional

CVE-DOGC-B-16355044-2016

Habilidades comunicativas	Asesoría y procesos de imagen personal	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Imagen corporativa	Asesoría y procesos de imagen personal	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Dirección y comercialización	Asesoría y procesos de imagen personal	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa	Peluquería Estética	Profesores técnicos de formación profesional
	Asesoría y procesos de imagen personal	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Formación y orientación laboral	Formación y orientación laboral	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Empresa e iniciativa emprendedora	Formación y orientación laboral	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria

8.2 Titulaciones equivalentes a efectos de docencia

Cuerpo	Especialidad de los profesores	Titulación
Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria	Formación y orientación laboral	Diplomado en ciencias empresariales Diplomado en relaciones laborales Diplomado en trabajo social Diplomado en educación social Diplomado en gestión y administración pública
Profesores técnicos de formación profesional	Peluquería	Técnico superior en asesoría de imagen personal u otros títulos equivalentes
	Estética	Técnico superior en estética u otros títulos equivalentes

8.3 Profesorado de centros de titularidad privada o de titularidad pública diferente del Departamento de Enseñanza

Módulos profesionales	Titulación
Asesoría cosmética	Licenciado, ingeniero, arquitecto o el título de grado correspondiente, u otros

CVE-DOGC-B-16355044-2016

Diseño de imagen integral Estilismo en vestuario y complementos Protocolo y organización de eventos Usos sociales Habilidades comunicativas Imagen corporativa Dirección y comercialización Formación y orientación laboral Empresa e iniciativa emprendedora	títulos equivalentes a efectos de docencia
Asesoría de peluquería Asesoría estética Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa	Licenciado, ingeniero, arquitecto o el título de grado correspondiente, u otros títulos equivalentes Diplomado, ingeniero técnico, arquitecto técnico o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes Técnico superior en estética u otros títulos equivalentes Técnico superior en asesoría de imagen personal u otros títulos equivalentes

9. Convalidaciones

9.1 Convalidaciones entre los créditos y módulos profesionales del ciclo formativo de asesoría de imagen personal al amparo de la LOGSE (Decreto 298/1999, de 9 de noviembre) y los módulos profesionales del currículo que se establecen en esta Orden.

CFGS (LOGSE)		CFGS (LOE)
Créditos	Módulos	Módulos profesionales
Asesoría de belleza	Asesoría de belleza	Diseño de imagen integral
Estilismo en el vestir	Estilismo en el vestir	Estilismo en vestuario y complementos
Protocolo y usos sociales	Protocolo y usos sociales	Protocolo y organización de eventos Usos sociales
Asesoramiento en los cambios del pelo Asesoramiento en el maquillaje personal	Técnicas de embellecimiento personal	Asesoría estética Asesoría de peluquería
Imagen personal y comunicación	Imagen personal y comunicación	Habilidades comunicativas
Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa	Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa	Empresa e iniciativa emprendedora
Formación en centros de trabajo	Formación en centros de trabajo	Formación en centros de trabajo

9.2 Otras convalidaciones

CVE-DOGC-B-16355044-2016

Convalidaciones entre los créditos del CFGS asesoría de imagen personal LOGSE y las unidades formativas del currículo que se establecen en esta Orden.

Créditos del CFGS asesoría de imagen personal	Unidades formativas de los módulos profesionales CFGS asesoría de imagen personal y corporativa
Síntesis	Unidades formativas del módulo de proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa: UF 1: proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa
Formación y orientación laboral	Unidades formativas del módulo de formación y orientación laboral: UF 1: incorporación al trabajo

10. Correspondencias

10.1 Correspondencia de las unidades de competencia con los módulos profesionales que forman el currículo de este ciclo formativo para la convalidación

Unidades de competencia del Catálogo de cualificaciones profesionales de Cataluña	Módulos profesionales
UC_2-1248-11_3: realizar el estudio de la imagen personal para proponer proyectos de cambio personalizados	Diseño de imagen integral
UC_2-1251-11_3: asesorar a los clientes sobre cambios en su imagen personal mediante la indumentaria y los complementos	Estilismo en vestuario y complementos
UC_2-0793-11_3: asesorar a los clientes sobre su imagen personal, mediante el cuidado y transformación estética del cabello y el pelo del rostro UC_2-1249-11_3: asesorar a los clientes sobre cambios en su imagen personal mediante el cuidado y transformación estética del cabello y el pelo del rostro	Asesoría de peluquería
UC_2-1252-11_3: asesorar al cliente en las actuaciones de protocolo y usos sociales relacionados con la imagen personal	Protocolo y organización de eventos Usos sociales
UC_2-1250-11_3: asesorar a los clientes sobre cambios en su imagen personal mediante cuidados estéticos	Asesoría estética
UC_2-1253-11_3: asesorar al cliente en técnicas de comunicación relacionadas con la imagen personal	Habilidades comunicativas
UC_2-0795-11_3: dirigir y gestionar las actividades desarrolladas en empresas de imagen personal UC_2-0352-11_3: asesorar y vender productos y servicios para la imagen personal	Dirección y comercialización

Las personas matriculadas en este ciclo formativo que tengan acreditadas todas las unidades de competencia incluidas en el título, de acuerdo con el procedimiento establecido en el Real decreto 1224/2009, de 17 de julio, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral, tendrán convalidado el módulo profesional asesoría cosmética.

CVE-DOGC-B-16355044-2016

10.2 Correspondencia de los módulos profesionales que forman el currículo de este ciclo formativo con las unidades de competencia para la acreditación.

Módulos profesionales	Unidades de competencia del Catálogo de cualificaciones profesionales de Cataluña
Diseño de imagen integral	UC_2-1248-11_3: realizar el estudio de la imagen personal para proponer proyectos de cambio personalizados
Estilismo en vestuario y complementos	UC_2-1251-11_3: asesorar a los clientes sobre cambios en su imagen personal mediante la indumentaria y los complementos
Asesoría de peluquería	UC_2-0793-11_3: asesorar a los clientes sobre su imagen personal, mediante el cuidado y transformación estética del cabello y el pelo del rostro UC_2-1249-11_3: asesorar a los clientes sobre cambios en su imagen personal mediante el cuidado y transformación estética del cabello y el pelo del rostro
Protocolo y organización de eventos Usos sociales	UC_2-1252-11_3: asesorar al cliente en las actuaciones de protocolo y usos sociales relacionados con la imagen personal
Asesoría estética	UC_2-1250-11_3: asesorar a los clientes sobre cambios en su imagen personal mediante cuidados estéticos
Habilidades comunicativas	UC_2-1253-11_3: asesorar al cliente en técnicas de comunicación relacionadas con la imagen personal
Dirección y comercialización	UC_2-0795-11_3: dirigir y gestionar las actividades desarrolladas en empresas de imagen personal UC_2-0352-11_3: asesorar y vender productos y servicios para la imagen personal

(16.355.044)