

### 3. Otras disposiciones

#### CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

*ORDEN de 30 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.*

El Estatuto de Autonomía para Andalucía establece en su artículo 52.2 la competencia compartida de la Comunidad Autónoma en el establecimiento de planes de estudio y en la organización curricular de las enseñanzas que conforman el sistema educativo.

La Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía, establece mediante el capítulo V «Formación profesional», del Título II «Las enseñanzas», los aspectos propios de Andalucía relativos a la ordenación de las enseñanzas de formación profesional del sistema educativo.

Por otra parte, el Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, fija la estructura de los nuevos títulos de formación profesional, que tendrán como base el Catálogo Nacional de las Cualificaciones Profesionales, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social, dejando a la Administración educativa correspondiente el desarrollo de diversos aspectos contemplados en el mismo.

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, hace necesario que, al objeto de poner en marcha estas nuevas enseñanzas en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se desarrolle el currículo correspondiente a las mismas. Las enseñanzas correspondientes al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa se organizan en forma de ciclo formativo de grado superior, de 2.000 horas de duración, y están constituidas por los objetivos generales y los módulos profesionales del ciclo formativo.

El sistema educativo andaluz, guiado por la Constitución y el Estatuto de Autonomía para Andalucía se fundamenta en el principio de promoción de la igualdad efectiva entre hombres y mujeres en los ámbitos y prácticas del sistema educativo.

El artículo 14 de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la Promoción de la Igualdad de Género en Andalucía, establece que el principio de igualdad entre mujeres y hombres inspirará el sistema educativo andaluz y el conjunto de políticas que desarrolle la Administración educativa. Esta norma contempla la integración transversal del principio de igualdad de género en la educación.

El Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional inicial que forma parte del sistema educativo, regula los aspectos generales de estas enseñanzas. Esta formación profesional está integrada por estudios conducentes a una amplia variedad de titulaciones, por lo que el citado Decreto determina en su artículo 13 que la Consejería competente en materia de educación regulará mediante Orden el currículo de cada una de ellas.

De conformidad con lo establecido en el artículo 13 del Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, el currículo de los módulos profesionales está compuesto por los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación, los contenidos y duración de los mismos y las orientaciones pedagógicas. En la determinación del currículo establecido en la presente Orden se ha tenido en cuenta la realidad socioeconómica de Andalucía, así como las necesidades de desarrollo económico y social de su estructura productiva. En este sentido, ya nadie duda de la importancia de la formación de los recursos humanos y de la necesidad de su adaptación a un mercado laboral en continua evolución.

Por otro lado, en el desarrollo curricular de estas enseñanzas se pretende promover la autonomía pedagógica y organizativa de los centros docentes, de forma que puedan adaptar los contenidos de las mismas a las características de su entorno productivo y al propio proyecto educativo de centro. Con este fin, se establecen dentro del currículo horas de libre configuración, dentro del marco y de las orientaciones recogidas en la presente Orden.

La presente Orden determina, asimismo, el horario lectivo semanal de cada módulo profesional y la organización de éstos en los dos cursos escolares necesarios para completar el ciclo formativo. Por otra parte, se hace necesario tener en cuenta las medidas conducentes a flexibilizar la oferta de formación profesional para facilitar la formación a las personas cuyas condiciones personales, laborales o geográficas no les permiten la asistencia diaria a tiempo completo a un centro docente. Para ello, se establecen orientaciones que indican los itinerarios más adecuados en el caso de que se cursen ciclos formativos de formación profesional de forma parcial, así como directrices para la posible impartición de los mismos en modalidad a distancia.

En su virtud, a propuesta de la persona titular de la Dirección General de Formación Profesional Inicial y Educación Permanente, y de acuerdo con las facultades que me confiere el artículo 44.2 de la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía y el artículo 13 del Decreto 436/2008, de 2 de septiembre.

## D I S P O N G O

### Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.

1. La presente Orden tiene por objeto desarrollar el currículo de las enseñanzas conducentes al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, de conformidad con el Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional que forma parte del sistema educativo.

2. Las normas contenidas en la presente disposición serán de aplicación en todos los centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía que impartan las enseñanzas del Ciclo Formativo de Grado Superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

### Artículo 2. Organización de las enseñanzas.

Las enseñanzas conducentes a la obtención del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa conforman un ciclo formativo de grado superior y, de conformidad con lo previsto en el artículo 12.1 del Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, están constituidas por los objetivos generales y los módulos profesionales.

### Artículo 3. Objetivos generales.

De conformidad con lo establecido en el artículo 9 del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa y se fijan sus enseñanzas mínimas, los objetivos generales de las enseñanzas correspondientes al mismo son:

- 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 distintos actos sociolaborales u oficiales para realizar el asesoramiento en la organización de actos protocolares y eventos.
- g) Determinar los modelos de comportamiento y los usos sociales, caracterizando las normas del protocolo social, para realizar el asesoramiento en la organización de actos protocolares y eventos.
- h) Diseñar proyectos de organización de eventos, analizando la estructura de los actos sociales, empresariales y oficiales para realizar el asesoramiento en la organización de actos protocolares y eventos.
- i) Realizar un manual de identidad corporativa, analizando las características de imagen de empresa para elaborar el proyecto de imagen corporativa.
- j) Diseñar modelos de propuestas y presupuestos, describiendo sus fases para realizar el proyecto.
- k) Determinar los cuidados estéticos, de peluquería y vestuario relacionándolos con las características físicas y con los estilos personales para desarrollar proyectos de cambio de imagen personal.
- l) Realizar 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.
- ñ) Establecer pautas para asesorar en indumentaria, reconociendo y seleccionando las prendas, tejidos, accesorios y complementos para realizar cambios de estilo a través del vestuario.
- o) Establecer el procedimiento de trabajo del personal shopper, identificando las fases para guiar en la compra de vestuario, complementos y cosméticos.
- p) 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.

q) 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.

r) 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.

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

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

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

v) 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.

w) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos y todas».

x) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.

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

z) Reconocer sus derechos y 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.

#### Artículo 4. Componentes del currículo.

1. De conformidad con el artículo 10 del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, los módulos profesionales en que se organizan las enseñanzas correspondientes al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa son:

a) Módulos profesionales asociados a unidades de competencia:

- 1182. Diseño de imagen integral
- 1183. Estilismo en vestuario y complementos
- 1184. Asesoría de peluquería.
- 1185. Protocolo y organización de eventos
- 1186. Usos sociales
- 1187. Asesoría estética
- 1188. Habilidades comunicativas
- 1071. Dirección y comercialización

b) Otros módulos profesionales:

- 1181. Asesoría cosmética
- 1189. Imagen corporativa
- 1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa
- 1191. Formación y orientación laboral
- 1192. Empresa e iniciativa emprendedora
- 1193. Formación en centros de trabajo

2. El currículo de los módulos profesionales estará constituido por los resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, contenidos, duración en horas y orientaciones pedagógicas, tal como figuran en el Anexo I.

#### Artículo 5. Desarrollo curricular.

1. Los centros docentes, en virtud de su autonomía pedagógica, desarrollarán el currículo del Título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa mediante las programaciones didácticas, en el marco del Proyecto Educativo de Centro.

2. El equipo educativo responsable del desarrollo del ciclo formativo del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, elaborará de forma coordinada las programaciones didácticas para los módulos profesionales, teniendo en cuenta la adecuación de los diversos elementos curriculares a las

características del entorno social y cultural del centro docente, así como a las del alumnado para alcanzar la adquisición de la competencia general y de las competencias profesionales, personales y sociales del título.

#### Artículo 6. Horas de libre configuración.

1. Los ciclos formativos de formación profesional inicial incluirán en su currículo un número determinado de horas de libre configuración, de acuerdo con lo que establezcan las normas que desarrollen el currículo de las enseñanzas conducentes a la obtención de cada título. En su virtud, el currículo de las enseñanzas correspondientes al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa incluye tres horas de libre configuración por el centro docente.

2. El objeto de estas horas de libre configuración será determinado por el departamento de la familia profesional de Imagen Personal, que podrá dedicarlas a actividades dirigidas a favorecer el proceso de adquisición de la competencia general del Título o a implementar la formación relacionada con las tecnologías de la información y la comunicación o a los idiomas.

3. El departamento de la familia profesional de Imagen Personal deberá elaborar una programación didáctica en el marco del Proyecto Educativo de Centro, en la que se justificará y determinará el uso y organización de las horas de libre configuración.

4. A los efectos de que estas horas cumplan eficazmente su objetivo, se deberán tener en cuenta las condiciones y necesidades del alumnado. Estas condiciones se deberán evaluar con carácter previo a la programación de dichas horas, y se establecerán con carácter anual.

5. Las horas de libre configuración se podrán organizar de la forma siguiente:

a) Las horas de libre configuración dirigidas a favorecer el proceso de adquisición de la competencia general del título, serán impartidas por profesorado con atribución docente en algunos de los módulos profesionales asociados a unidades de competencia de segundo curso, quedando adscritas al módulo profesional que se decida a efectos de matriculación y evaluación.

b) Las horas de libre configuración que deban implementar la formación relacionada con las tecnologías de la información y la comunicación, serán impartidas por profesorado de alguna de las especialidades con atribución docente en ciclos formativos de formación profesional relacionados con estas tecnologías, y en su defecto, se llevará a cabo por profesorado del departamento de familia profesional con atribución docente en segundo curso del ciclo formativo objeto de la presente Orden, con conocimiento en tecnologías de la información y la comunicación. Estas horas quedarán, en todo caso, adscritas a uno de los módulos profesionales asociado a unidades de competencia del segundo curso a efectos de matriculación y evaluación.

c) Si el ciclo formativo tiene la consideración de bilingüe o si las horas de libre configuración deben de implementar la formación en idioma, serán impartidas por docentes del departamento de familia profesional con competencia bilingüe o, en su caso, por docentes del departamento didáctico del idioma correspondiente. Estas horas quedarán, en todo caso, adscritas a uno de los módulos profesionales de segundo curso asociados a unidades de competencia a efectos de matriculación y evaluación.

#### Artículo 7. Módulos profesionales de Formación en centros de trabajo y de Proyecto.

1. Los módulos profesionales de Formación en centros de trabajo y de Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa se cursarán una vez superados el resto de módulos profesionales que constituyen las enseñanzas del ciclo formativo.

2. El módulo profesional de Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa tiene carácter integrador y complementario respecto del resto de módulos profesionales del Ciclo Formativo de Grado Superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

3. Con objeto de facilitar el proceso de organización y coordinación del módulo de Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa, el profesorado con atribución docente en este módulo profesional tendrá en cuenta las siguientes directrices:

a) Se establecerá un periodo de inicio con al menos seis horas lectivas y presenciales en el centro docente para profesorado y alumnado, dedicándose al planteamiento, diseño y adecuación de los diversos proyectos a realizar.

b) Se establecerá un periodo de tutorización con al menos tres horas lectivas semanales y presenciales en el centro docente para profesorado, dedicándose al seguimiento de los diversos proyectos durante su desarrollo. El profesorado podrá utilizar como recurso aquellas tecnologías de la información y la comunicación disponibles en el centro docente y que considere adecuadas.

c) Se establecerá un periodo de finalización con al menos seis horas lectivas y presenciales en el centro docente para profesorado y alumnado, dedicándose a la presentación, valoración y evaluación de los diversos proyectos.

4. Todos los aspectos que se deriven de la organización y coordinación de estos periodos a los que se refiere el apartado anterior, deberán reflejarse en el diseño curricular del módulo de Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa, a través de su correspondiente programación didáctica.

#### Artículo 8. Oferta completa.

1. En el caso de que las enseñanzas correspondientes al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa se impartan a alumnado matriculado en oferta completa, se deberá tener en cuenta que una parte de los contenidos de los módulos profesionales de Formación y orientación laboral y de Empresa e iniciativa emprendedora pueden ser comunes con los de otros módulos profesionales.

2. Los equipos educativos correspondientes, antes de elaborar las programaciones de aula, recogerán la circunstancia citada en el apartado anterior, delimitando de forma coordinada el ámbito, y si procede, el nivel de profundización adecuado para el desarrollo de dichos contenidos, con objeto de evitar al alumnado la repetición innecesaria de contenidos.

#### Artículo 9. Horario.

Las enseñanzas del Ciclo Formativo de Grado Superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, cuando se oferten de forma completa, se organizarán en dos cursos escolares, con la distribución horaria semanal de cada módulo profesional que figura como Anexo II.

#### Artículo 10. Oferta parcial.

1. En caso de que las enseñanzas correspondientes al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa se cursen de forma parcial, deberá tenerse en cuenta el carácter de determinados módulos a la hora de elegir un itinerario formativo, de acuerdo con la siguiente clasificación:

a) Módulos profesionales que contienen la formación básica e imprescindible respecto de otros del mismo ciclo, de manera que deben cursarse de forma secuenciada.

b) Módulos profesionales que contienen formación complementaria entre sí, siendo aconsejable no cursarlos de forma aislada.

c) Módulos profesionales que contienen formación transversal, aplicable en un determinado número de módulos del mismo ciclo.

2. Los módulos que corresponden a cada una de estas clases figuran en el Anexo III.

#### Artículo 11. Espacios y equipamientos.

De conformidad con lo previsto en el artículo 11.6 del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, los espacios y equipamientos mínimos necesarios para el desarrollo de las enseñanzas de este ciclo formativo son los establecidos en el Anexo IV.

#### Artículo 12. Profesorado.

1. La docencia de los módulos profesionales que constituyen las enseñanzas de este ciclo formativo corresponde al profesorado del Cuerpo de Catedráticos de Enseñanza Secundaria, Cuerpo de Profesores de Enseñanza Secundaria y del Cuerpo de Profesores Técnicos de Formación Profesional, según proceda, de las especialidades establecidas en el Anexo V A).

2. Las titulaciones requeridas al profesorado de los cuerpos docentes, con carácter general, son las establecidas en el artículo 13 del Reglamento de ingreso, accesos y adquisición de nuevas especialidades en los cuerpos docentes a que se refiere la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, aprobado por el Real Decreto 276/2007, de 23 de febrero. Las titulaciones equivalentes, a efectos de docencia, a las anteriores para las distintas especialidades del profesorado son las recogidas en el Anexo V B).

3. Las titulaciones requeridas y cualesquiera otros requisitos necesarios para la impartición de los módulos profesionales que formen el título para el profesorado de los centros de titularidad privada o de titularidad pública de otras administraciones distintas de la educativa, se concretan en el Anexo V C). En todo caso, se exigirá que las enseñanzas conducentes a las titulaciones citadas engloben los resultados de aprendizaje de los módulos profesionales o se acredite, mediante «certificación», una experiencia laboral de, al menos tres años, en el sector vinculado a la familia profesional, realizando actividades productivas en empresas relacionadas implícitamente con los resultados de aprendizaje.

Con objeto de garantizar el cumplimiento de lo referido en el párrafo anterior, se deberá acreditar que se cumple con todos los requisitos, aportando la siguiente documentación:

a) Fotocopia compulsada del título académico oficial exigido, de conformidad a las titulaciones incluidas en el Anexo V C). Cuando la titulación presentada esté vinculada con el módulo profesional que se desea impartir se considerará que engloba en sí misma los resultados de aprendizaje de dicho módulo profesional. En caso contrario, además de la titulación se aportarán los documentos indicados en el apartado b) o c).

b) En el caso de que se desee justificar que las enseñanzas conducentes a la titulación aportada engloban los objetivos de los módulos profesionales que se pretende impartir:

- 1.º Certificación académica personal de los estudios realizados, original o fotocopia compulsada, expedida por un centro oficial, en la que consten las enseñanzas cursadas detallando las asignaturas.
- 2.º Programas de los estudios aportados y cursados por la persona interesada, original o fotocopia compulsada de los mismos, sellados por la propia Universidad o Centro docente oficial o autorizado correspondiente.

c) En el caso de que se desee justificar mediante la experiencia laboral que, al menos tres años, ha desarrollado su actividad en el sector vinculado a la familia profesional, su duración se acreditará mediante el documento oficial justificativo correspondiente al que se le añadirá:

- 1.º Certificación de la empresa u organismo empleador en la que conste específicamente la actividad desarrollada por la persona interesada. Esta actividad ha de estar relacionada implícitamente con los resultados de aprendizaje del módulo profesional que se pretende impartir.
- 2.º En el caso de personas trabajadoras por cuenta propia, declaración de la persona interesada de las actividades más representativas relacionadas con los resultados de aprendizaje.

4. Las Administraciones competentes velarán para que el profesorado que imparta los módulos profesionales cumpla con los requisitos especificados y garantizar así la calidad de estas enseñanzas.

Artículo 13. Oferta de estas enseñanzas a distancia.

1. De conformidad con lo establecido en la disposición adicional segunda del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, los módulos profesionales susceptibles de ser ofertados en la modalidad a distancia son los señalados en el Anexo VI.

2. Los módulos profesionales ofertados a distancia, que por sus características requieran que se establezcan actividades de enseñanza y aprendizaje presenciales que faciliten al alumnado la consecución de todos los objetivos expresados como resultados de aprendizaje, son los señalados en el Anexo VI.

3. Los centros autorizados para impartir estas enseñanzas de formación profesional a distancia contarán con materiales curriculares y medios técnicos adecuados que se adaptarán a lo dispuesto en la disposición adicional cuarta de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo.

Disposición adicional única. Implantación de estas enseñanzas.

La disposición final segunda del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, establece que las enseñanzas conducentes al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa reguladas en la presente Orden se implantarán en el curso académico 2012/13. De conformidad con el párrafo segundo del artículo 5 del Real Decreto-ley 14/2012, de 20 de abril, de medidas urgentes de racionalización del gasto público en el ámbito educativo, los ciclos formativos de grado medio y superior cuya implantación estuviera prevista para el curso escolar 2012/2013 se implantarán en el curso escolar 2014/2015. Asimismo, el último párrafo de la disposición adicional sexta del Real Decreto 127/2014, de 28 de febrero, por el que se regulan aspectos específicos de la Formación Profesional Básica de las enseñanzas de formación profesional del sistema educativo, se aprueban catorce títulos profesionales básicos, se fijan sus currículos básicos y se modifica el Real Decreto 1850/2009, de 4 de diciembre, sobre expedición de títulos académicos y profesionales correspondientes a las enseñanzas establecidas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, establece que, los ciclos formativos de grado medio y superior cuya implantación estuviera prevista para el curso escolar 2014/2015 se implantarán en el curso escolar 2015/2016. No obstante, las Administraciones educativas podrán anticipar dicha implantación. Por tanto, en cumplimiento de las normas antes citadas, el calendario de implantación de estas enseñanzas será el siguiente:

a) En el curso académico 2015/16 se implantará con carácter general el primer curso de las enseñanzas conducentes al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa reguladas en la presente Orden y dejarán de impartirse las enseñanzas correspondientes a dicho curso del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal regulado por el Decreto 476/1996, de 22 de octubre, por el que se establecen las enseñanzas correspondientes al título de Formación Profesional de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

b) En el curso académico 2016/17 se implantará con carácter general el segundo curso de las enseñanzas conducentes al título Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa reguladas en la presente Orden y dejarán de impartirse las enseñanzas correspondientes a dicho curso del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal regulado por el Decreto 476/1996, de 22 de octubre.

Disposición transitoria única. Matriculación del alumnado en oferta completa durante el periodo de transición de las enseñanzas.

1. El alumnado matriculado en oferta completa en el primer curso del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal regulado por el Decreto 476/1996, de 22 de octubre, que deja de impartirse como consecuencia de la entrada en vigor del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa regulado en la presente Orden, que no pueda promocionar a segundo, quedará matriculado en primer curso del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa. A estos efectos, serán de aplicación las convalidaciones recogidas en el anexo IV del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

2. El alumnado matriculado en oferta completa en el primer curso del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal regulado por el Decreto 476/1996, de 22 de octubre, que deja de impartirse como consecuencia de la entrada en vigor del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa regulado en la presente Orden, que promociona a segundo curso, continuará en el curso académico 2015/16 cursando el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal regulado por el Decreto 476/1996, de 22 de octubre. Los módulos profesionales que pudieran quedar pendientes al dejar de impartirse el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal regulado por el Decreto 476/1996, de 22 de octubre, podrán ser superados mediante pruebas, que a tales efectos organicen los Departamentos de Familia Profesional durante los dos cursos académicos siguientes al de desaparición del currículo, disponiéndose para ello del número de convocatorias que por normativa vigente corresponda.

Disposición final única. Entrada en vigor.

La presente Orden entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.

Sevilla, 30 de julio de 2015

ADELAIDA DE LA CALLE MARTÍN  
Consejera de Educación

## ANEXO I

### MÓDULOS PROFESIONALES

Módulo Profesional: Asesoría cosmética.

Equivalencia en créditos ECTS: 8.

Código: 1181.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han especificado las fases de un protocolo de asesoría cosmética.
- b) Se ha establecido el registro de la información en diferentes formatos.
- c) Se ha elaborado la base de información sobre líneas cosméticas y casas comerciales.
- d) Se han determinado los métodos para detectar las necesidades y demandas del cliente.
- e) Se ha establecido el procedimiento de actuación en la fase de asesoramiento en cosméticos y perfumes.
- f) Se han establecido los métodos de supervisión del asesoramiento en cosméticos y perfumes.
- g) Se ha elaborado el dossier de profesionales colaboradores.
- h) Se han establecido las funciones y campo de actuación del asesor o asesora de cosméticos.
- i) Se han identificado los ingredientes que componen los cosméticos.
- j) Se han descrito los componentes que conforman la parte externa de los cosméticos.
- k) Se han especificado las características de las distintas formas de presentación.
- l) Se ha determinado la forma de actuar de los cosméticos sobre la piel.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han aplicado medidas de atención y preparación del cliente.

b) Se han establecido los métodos para la realización del análisis de la piel, del cabello y de la morfología corporal.

c) Se han justificado los criterios de selección de los equipos y medios técnicos para el estudio estético.

d) Se han utilizado los equipos para el análisis estético.

e) Se ha valorado la importancia de la aplicación de normas de seguridad e higiene en los procesos de análisis.

f) Se ha realizado el análisis de la piel.

g) Se han especificado las características de la piel normal.

h) Se han establecido las diferencias entre los distintos tipos de piel.

i) Se han reconocido las necesidades cosméticas en función del tipo de piel.

j) Se han especificado las reacciones que puede presentar la piel ante diversos agentes externos.

k) Se han identificado las alteraciones de la piel.

l) Se han caracterizado los distintos tipos de cabellos.

m) Se ha realizado el análisis del estado del cabello y cuero cabelludo.

n) Se han identificado las alteraciones del cabello y del cuero cabelludo.

o) Se han empleado las técnicas adecuadas para realizar la valoración de la morfología corporal.

p) Se han interpretado los resultados obtenidos del análisis estético de la piel, cabello y morfología corporal.

q) Se han establecido los criterios para la derivación a otros profesionales.

r) Se han cumplimentado las fichas de registro de los datos obtenidos en el análisis.

s) Se ha organizado la documentación según los criterios establecidos.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha establecido la clasificación de los cosméticos para la piel según criterios.

b) Se han relacionado los ingredientes activos de los cosméticos de higiene y complementarios con su mecanismo de actuación.

c) Se han establecido las indicaciones de los cosméticos de mantenimiento, protección y tratamiento de la piel.

d) Se han identificado los diferentes cosméticos decorativos.

e) Se han descrito los diferentes productos de uso en medicina estética.

f) Se ha valorado la importancia del empleo de nutricosméticos como complemento a los tratamientos estéticos.

g) Se han especificado las líneas de cosmética masculina.

h) Se ha valorado la necesidad de mantenerse informado de las novedades cosméticas.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha establecido la clasificación de los cosméticos capilares.

b) Se han especificado los cosméticos de higiene, acondicionamiento, cambios de forma y color del cabello según el tipo y estado del mismo.

c) Se han identificado las características, composición y mecanismo de actuación de los cosméticos de higiene, acondicionamiento, cambios de forma y color del cabello.

d) Se han relacionado los principios activos de los cosméticos de tratamiento capilar con sus indicaciones.

e) Se han establecido los tipos de cosméticos capilares masculinos.

f) Se han establecido los criterios para la elección de los distintos tipos de cosméticos depilatorios.

g) Se ha valorado la importancia del empleo de decolorantes del vello.

h) Se han relacionado los tipos de cosméticos de manicura y pedicura con su forma de actuar.

i) Se ha valorado la importancia de mantener el cabello y las uñas en buen estado, empleando la cosmética adecuada y su repercusión en la imagen personal.

j) Se han especificado los nutricosméticos para el cabello y las uñas.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha realizado el estudio del cliente.

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 128 horas.

Contenidos básicos:

Elaboración del protocolo de trabajo del asesor o asesora de cosméticos y perfumes:

- Protocolo de actuación. Concepto y generalidades. Fases de actuación del asesor o asesora de cosméticos.

- Fase de documentación.

- Métodos de búsqueda, obtención y análisis de la información.
- Gestión de la documentación empleando las TIC.

- Elaboración de la base de información de líneas de cosméticos y casas comerciales, entre otros. Análisis de las tendencias.

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

- Análisis de los aspectos físicos psicológicos y sociales del cliente.

- Fase de asesoramiento en cosméticos y perfumes.

- Derivación a otros profesionales. Elaboración de profesionales colaboradores.

- Fase de evaluación y control del proceso.

- Autoevaluación y evaluación del grado de satisfacción del cliente. Métodos.

- Campo de actuación del asesor o asesora de cosméticos y perfumes. Concepto y funciones.

Tipos de asesorías. Conocimientos técnicos y profesionales de los productos.

- Los productos cosméticos, concepto y diferencia con los medicamentos.

- Composición general, parte interna del cosmético; principios activos, excipientes correctores y aditivos.

- Parte externa del cosmético, elementos que la conforman. Envase, cartonaje, prospecto y etiqueta. Símbolos (PAO). Importancia del diseño para la venta.
- Forma cosmética, concepto. Tipos, emulsiones, lociones y espumas entre otras. Características y novedades.
- Actuación de los cosméticos sobre la piel. Permeabilidad selectiva de la superficie cutánea.

#### Penetrabilidad.

- Vías de penetración de los cosméticos a través de la piel; transepidérmica y transanexial.
- Grado de penetración de los cosméticos a través de la piel, contactación, penetración, permeación y absorción.
- Factores que afectan a la absorción de cosméticos a través de la piel, tipo y características de la piel, grado de hidratación del estrato córneo y otros.

#### Realización del estudio estético para la asesoría cosmética:

- Técnicas de atención al cliente para el diagnóstico. Entrevista personal inicial, historial estético y otros.
- Aplicación de protocolos de técnicas de análisis de la piel, cabello y morfología corporal.
  - Fases del proceso. Métodos para el diagnóstico. Observación visual y palpación, exploración instrumental e interrogatorio.
  - Equipos para el análisis estético. Clasificación, descripción, criterios de selección, indicaciones y contraindicaciones.
  - Seguridad e higiene en los procesos de análisis estético.
- Identificación del tipo de piel. Tipología cutánea.
  - La piel eudérmica, aspecto externo y características principales.
  - Otros tipos de pieles. Características y propiedades.
  - Necesidades cosméticas generales de cada tipo de piel.
- Alteraciones de la piel. Lesiones cutáneas elementales, primarias y secundarias.
  - Reacción de la piel ante agentes externos y cosmetológicos.
- Identificación de tipos de cabello; lisótricos, cinótricos y ulótricos. Características.
  - Análisis del cabello y del cuero cabelludo. La observación visual y la exploración. Examen con equipos de diagnóstico; lupa, microcámara, microvisor, microscopio óptico, luz de Wood, sebómetro entre otros.
  - Identificación de alteraciones capilares (del cuero cabelludo y del cabello). Clasificación, (estructurales, cromáticas, de tratamiento dermatológico, y otras) etiología, manifestaciones y tratamientos.
- Valoración de la morfología corporal. Identificación de alteraciones estéticas corporales con influencia en la imagen personal.
  - Interpretación de resultados. Valoración profesional.
  - Derivación a otros profesionales. Criterios.
  - Documentación técnica. Fichas de diagnóstico. Consentimiento informado. Uso de las TIC. Archivo de la documentación.

#### Determinación de los cosméticos para la piel:

- Clasificación de los cosméticos. Criterios.
  - Por su composición, acuosos, oleosos, y otros.
  - Por su forma cosmética gel, emulsión, aerosol, stick, y otros.
  - Por su lugar de aplicación, cabello y piel.
  - Por su función, higiénicos, decorativos, protectores, correctivos entre otros.
- Cosméticos de higiene y complementarios.
  - Concepto de higiene. Mecanismo de limpieza. Sustancias limpiadoras.
  - Cosméticos limpiadores faciales y corporales; tipos, composición, mecanismo de acción, criterios de selección y formas cosméticas.
  - Cosméticos tonificantes. Concepto, composición, mecanismo de acción. Tónicos más utilizados (calmantes, emolientes, estimulante, astringentes y otros).
  - Cosméticos exfoliantes. Tipos (físicos, químicos y enzimáticos). Mecanismo de acción, composición y formas cosméticas.
  - Cosméticos complementarios. Mascarillas. Cosméticos para el baño y la higiene corporal Tipos. Composición. Mecanismo de acción y formas cosméticas.
- Cosméticos de mantenimiento, protección y tratamiento de la piel. Cosméticos faciales y corporales.
  - Concepto de hidratación cutánea.

- Principios activos hidratantes. Clasificación. Hidratantes faciales y corporales. Formas cosméticas.
- Cosméticos de protección. Cosméticos solares. Composición, indicaciones. Fotoprotectores y cosméticos para después del sol.
- Indicaciones, características y criterios de selección de los cosméticos de mantenimiento, protección y tratamiento de la piel.
- Cosméticos decorativos. Clasificación y selección.
  - Composición general. Formas de presentación.
  - Clasificación. Cosméticos para maquillar el rostro, los labios, la decoración de ojos y uñas, la decoración corporal, y cosméticos para el bronceado artificial, entre otros.
  - Formulación de cosméticos decorativos. Mecanismo de acción.
- Cosmética específica para medicina estética. Tipos. Funciones.
  - Productos para mesoterapia, efectos en función del principio activo que incorpore.
  - Productos para el envejecimiento, materiales de relleno, botox, exfoliantes de uso médico y otros.
  - Cosméticos previos y posteriores a intervenciones de cirugía estética.
  - Características, composición, formas de presentación. Precauciones. Criterios de selección de los cosméticos para medicina estética.
- Nutricosmética para la piel; concepto, objetivos, propiedades, clasificación, preparados (cápsulas, perlas de aceite, batidos, y otros) principales ingredientes (extractos de plantas, oligoelementos, vitaminas entre otros) e indicaciones, y modo de empleo.
  - Importancia de empleo de nutricosméticos como complemento a los tratamientos estéticos.
- Cosmética masculina. El proceso del afeitado.
  - Tipos. Barra de jabón de afeitar, cremas de afeitar, espumas de afeitar en aerosol, lociones «pre-shave» y «after-shave». Características, ingredientes e indicaciones.
- Actualización e innovación en cosmética. Principios activos de nueva generación. Vectores cosméticos.

Determinación de los cosméticos para los anexos córneos:

- Cosméticos capilares. Clasificación.
  - Cosméticos para cambios de forma del cabello, clasificación, composición razonada, mecanismo de actuación, formas cosméticas y pautas de utilización. Necesidades cosméticas posteriores a los cambios de forma permanente. Criterios de elección.
  - Cosméticos para cambios de color del cabello. Clasificación de los colorantes capilares. Vegetales, minerales, sintéticos (temporales, semipermanentes y permanentes). Composición razonada, indicaciones y contraindicaciones, formas cosméticas. Cosméticos decolorantes. Activos cosméticos.
  - Cosméticos para alteraciones del cabello y cuero cabelludo, función correctora. Clasificación, correctores de alteraciones estructurales, alteraciones cromáticas, alteraciones de la secreción sebácea, de alteraciones en la descamación, de alteraciones de la cantidad de cabellos. Principales activos, forma de actuar, indicaciones. Criterios de elección.
  - Cosméticos para el mantenimiento y la protección del cabello y cuero cabelludo. Hidratantes, protectores solares y otros. Propiedades cosméticas (tensioactivos catiónicos, reengrasantes, proteínas filmógenas) formas cosméticas (champús acondicionadores, acondicionadores, mascarillas capilares, lociones o geles capilares, aerosoles espumantes y aceites capilares. Composición razonada. Indicaciones y forma de actuar. Protección del cabello y cuero cabelludo del sol. Índice de protección.
  - Cosméticos capilares masculinos: clasificación, indicaciones, ingredientes y formas cosméticas. Lociones capilares anticaída, brillantinas, ceras moldeadoras, champús anticasca entre otros.
  - Cosméticos para la eliminación del vello: clasificación. Depilatorios químicos y depilatorios por tracción: composición, tipos, características, forma de actuar, indicaciones y precauciones, criterios de elección. Cosméticos pre y post depilación.
  - Cosméticos decolorantes del vello: composición, mecanismo de acción, formas cosméticas, indicaciones y precauciones, criterios de elección.
  - Procesos de higiene. Cosméticos para la higiene y el acondicionamiento capilar; concepto, forma de actuar, ingredientes activos principales, indicaciones. Criterios de elección.
  - Cosméticos para cambios de forma del cabello, clasificación, composición razonada, mecanismo de actuación, formas cosméticas y pautas de utilización. Necesidades cosméticas posteriores a los cambios de forma permanente. Criterios de elección.

- Cosméticos para cambios de color del cabello. Clasificación de los colorantes capilares. Composición razonada, indicaciones y contraindicaciones, formas cosméticas. Cosméticos decolorantes. Activos cosméticos.
- Cosméticos para alteraciones del cabello y cuero cabelludo, función correctora. Clasificación, principales activos, forma de actuar, indicaciones. Criterios de elección. Asesoramiento al usuario sobre el uso diario del producto.
- Cosméticos para el mantenimiento y la protección del cabello y cuero cabelludo. Hidratantes, protectores solares y otros. Propiedades y formas cosméticas. Composición razonada. Indicaciones y forma de actuar. Protección del cabello y cuero cabelludo del sol. Índice de protección.
- Cosméticos capilares masculinos. Clasificación, indicaciones, ingredientes y formas cosméticas; lociones capilares anticaída, brillantinas, ceras moldeadoras, champús anticasta entre otros.
- Cosméticos para la eliminación del vello. Clasificación. Depilatorios químicos y depilatorios por tracción. Composición, tipos, características, forma de actuar, indicaciones y precauciones, criterios de elección. Cosméticos pre y post depilación.
- Cosméticos decolorantes del vello. Composición, mecanismo de acción, formas cosméticas, indicaciones y precauciones, criterios de elección.
- Cosméticos para uñas.
  - Productos para manicura y pedicura. Clasificación, función, principales ingredientes y formas cosméticas. Formas de actuación. Criterios de elección.
  - Importancia del buen estado del cabello y las uñas. Su influencia en la imagen personal.
  - Nutricosmética para el cabello y las uñas. Concepto, tipos, indicaciones, ingredientes activos y formas de presentación de los productos.

Elaboración de propuestas personalizadas de tratamientos cosméticos:

- Estudio del cliente; descripción de la demanda y necesidades cosméticas del cliente en función de sus variables personales y sociolaborales (características físicas, estéticas, personalidad, entorno social y profesional y otros).
- Elaboración del protocolo de tratamiento cosmético personalizado. Fases.
  - Recepción del cliente. Acomodación. Anotación datos ficha técnica. Análisis del órgano cutáneo, del cabello y de la morfología corporal. Observación visual y exploración manual. Examen con equipos de diagnóstico.
  - Elaboración de un diagnóstico. Posible derivación a profesionales. Objetivos que se deben conseguir.
  - Información al cliente.
  - Selección de cosméticos y medios materiales.
  - Preparación e higiene de la zona.
  - Núcleo del tratamiento. Uso de cosméticos específicos según el diagnóstico y necesidades.
  - Finalización del tratamiento.
  - Asesoramiento profesional.
  - Evaluación del tratamiento. Seguimiento. Fases.
- Técnicas de aplicación de cosméticos. Secuenciación, frecuencia de aplicación, dosis, elección de útiles y otros.
  - Productos de preparación e higiene de la piel. Consejos de higiene.
  - Cosméticos de mantenimiento y protección.
  - Productos de tratamiento, faciales y corporales.
  - Productos capilares; champú, acondicionador, cosméticos para alteraciones y otros.
  - Cosméticos para manos y pies.
- Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados cosméticos. Pautas de vida saludable, posibles efectos secundarios y precauciones.
- Presentación de la propuesta. Dossier de asesoría cosmética, estudios y análisis realizados, selección de cosméticos que se pueden emplear, pautas de aplicación, frecuencia, distribución, horario, plan de mantenimiento.

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

- Sentido del olfato.
- Breve historia del perfume.
- Perfumes. Definición y conceptos básicos.
  - Estructura. Pirámide olfativa. Notas; salida, corazón y fondo.

- Composición. Materias primas o principios activos. Excipientes soluciones hidroalcohólicas. Métodos de obtención. Formas perfumantes; extractos, perfume, agua de perfume, agua de tocador y otros.
- Clasificación de los perfumes. Criterios; por familias de olores y según su usuario objetivo y otros.
- Variaciones del olor de un mismo perfume en distintas personas. Factores determinantes.
- Factores que influyen en la elección de un perfume. Criterios para realizar la elección. Relación del tipo de perfume con las características y necesidades del cliente (personales, profesionales y sociales). Elección basada en el sexo, la edad, personalidad, en el color del cabello, en la figura corporal y en la época del año, entre otros.
- Zonas de aplicación del perfume. Puntos clave (cuello, escote, muñecas, tobillos entre otros). Cómo y cuándo hay que perfumarse.
- Cuidados y conservación del perfume. Protección frente a factores ambientales.
- Criterios para realizar la compra del perfume. Momento del día, evitar mezclar fragancias, oler en escala, vaporizar para oler y otros.

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

- Establecimientos de venta de cosméticos. Investigación de la oferta en el mercado. Clasificación de los puntos de venta de cosméticos por nivel de precios, estilos, usuarios entre otros. Características. Criterios de elección. Tipos de cosméticos de venta.
- Líneas de cosméticos faciales, capilares y corporales de venta al público y/o profesional.
- Criterios de selección de puntos de venta con mejor relación calidad precio en la compra de cosméticos. Estudio de la zona. Rutas.
- Claves para la asesoría de compra de cosméticos faciales, capilares, y corporales (femeninos y masculinos). Identificación de la demanda. Estudio del cliente. Documentación necesaria.
- La comunicación aplicada a la asesoría para la compra de cosméticos. Técnicas de comunicación eficaz. Comunicación con clientes y proveedores. Protocolo de comunicación con el cliente.
- El cosmético como artículo de regalo. Presentación externa. Elaboración de lotes y paquetes de regalos. Productos asociados a la venta de cosméticos. Venta cruzada.

Orientaciones pedagógicas.

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

La función de asesoramiento sobre el empleo y la compra de productos cosméticos incluye aspectos como:

- El reconocimiento de las fases de asesoría de cosméticos.
- La identificación de los ingredientes de un cosmético, su forma de actuar, sus indicaciones y formas de presentación.
- La realización del análisis de la piel y del cabello para determinar las necesidades cosméticas.
- El análisis de los grupos cosméticos existentes en el mercado y las innovaciones cosméticas.
- La realización de la propuesta de asesoría cosmética.
- El asesoramiento sobre la compra de perfumes y cosméticos.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Asesoramiento al cliente en uso y aplicación de cosméticos.
- Asesoramiento en la elección de perfumes para el ámbito personal, público y corporativo.
- Guía en la compra de cosméticos.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- a) Identificar los recursos personales, materiales y técnicos, organizando las actividades de asesoría, para dirigir y gestionar los procesos.
- 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.
- 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 el procedimiento de trabajo del personal shopper, identificando las fases para guiar en la compra de vestuario, complementos y cosméticos.
- p) 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.

q) 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.

r) 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.

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

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

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

w) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos y todas».

x) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

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.

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.

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) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías 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) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos y todas», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

s) 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.

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

- La elaboración del protocolo de actuación del asesor o asesora de cosméticos y perfumes.
- La realización del estudio estético para la asesoría cosmética.
- La determinación de los cosméticos para la piel.
- La determinación de los cosméticos para los anexos córneos.
- La elaboración de propuestas personalizadas de tratamientos cosméticos.
- La determinación de las pautas de asesoramiento en la elección y compra de perfumes.
- El establecimiento de las pautas para el asesoramiento en la compra de cosméticos.

Módulo Profesional: Diseño de imagen integral.

Equivalencia en créditos ECTS: 10.

Código: 1182.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la historia de la iconología.
- b) Se han establecido los valores asociados a la iconología.
- c) Se ha relacionado el uso de los elementos iconológicos con su aplicación en la asesoría de imagen.
- d) Se han identificado los códigos, signos y símbolos iconológicos.
- e) Se han establecido las características de la percepción.
- f) Se han establecido relaciones entre las percepciones y las sensaciones asociadas.
- g) Se ha relacionado los elementos iconológicos con los sentidos.
- h) Se ha justificado la importancia de la objetividad en el análisis iconológico.
- i) Se ha determinado la teoría del color.
- j) Se han determinado las líneas, los colores, las formas, los volúmenes, el movimiento y los elementos sensoriales asociados a la imagen.
- k) Se ha relacionado el empleo del lenguaje con su repercusión en asesoría.
- l) Se han establecido los niveles de percepción y sus condicionantes.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado las bases de información para realizar un proyecto integral de asesoría de imagen.
- b) Se han identificado las fuentes documentales para la obtención de información.
- c) Se han establecido estrategias de búsqueda de información.
- d) Se han identificado los distintos sistemas de archivo y clasificación de la información en diferentes formatos.
- e) Se han caracterizado los cuestionarios necesarios para el asesor o asesora.
- f) Se han establecido los criterios, la estructura y los apartados que deben tener los documentos de la asesoría.
- g) Se han elaborado cuestionarios de asesoría de imagen.
- h) Se han establecido pautas para la revisión y mejora de los documentos para la asesoría de imagen.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 126 horas.

Contenidos básicos:

Caracterización de la iconología:

- La iconología. Características, historia y ramas de la iconología; religiosa, civil y pagana.
- Los iconos. Definición, tipos y características.
- El método iconológico. Los valores morales y estéticos asociados a la iconología. Los conceptos filosóficos y su simbología. Aplicación de la iconología en diferentes disciplinas (arte, arquitectura, escaparatismo, medios audiovisuales y asesoría, entre otros).
- Códigos, signos y símbolos. Definición, características y tipos. Soportes.
- La percepción iconológica. Fisiología y psicología de la percepción. La sensibilidad individual en el proceso de percepción.
  - Tipos de percepción. Percepción de la forma, del movimiento, de la profundidad, auditiva, táctil y olfativa entre otras.
  - Niveles de percepción. Condicionantes. Aplicaciones.
- Los sentidos y la iconología.
  - El sonido. Concepto. Percepción de los sonidos. Umbral de percepción. Intensidad y altura del sonido.
  - El olor. Percepción. Tipos de olores.
  - El sabor. Percepción. Tipos de sabores.
  - El tacto. Concepto y características. Aspectos tangibles.
  - La vista. Percepción. Espectro visible. Características de la luz; intensidad, dirección, armonía y saturación, entre otras.
- La objetividad y la relatividad. Diferenciación entre percepción y emociones. Emociones y su relación con las cualidades personales.
- Elementos que conforman la imagen.
  - Elementos visuales. Percepción y representación gráfica. Las líneas, el color, la teoría del color, el círculo cromático y las gamas térmicas del color, formas y volúmenes, el movimiento.
  - Elementos no visuales. Los sonidos, los olores, su percepción.
  - Repercusión en asesoría, aplicación y corrección de los elementos visuales y no visuales de la imagen.

- El lenguaje iconológico. Definición, características, importancia y ámbito de aplicación. Uso del lenguaje iconológico. El lenguaje social y su adaptación al iconológico.
- Aplicación del lenguaje iconológico en asesoría.
- Los niveles de percepción y sus condicionantes. Variaciones en función de su intensidad o grado.

Elaboración de documentación para la asesoría de imagen:

- Bases de información general. Identificación de las fuentes documentales; escritas, gráficas, audiovisuales y otras.
- Métodos de obtención de la información. Estrategias de búsqueda y selección. Fuentes fiables y no fiables de información.
- Técnicas de clasificación de información en los diferentes ámbitos de la asesoría, sistemas de archivo y clasificación.
- Actualización de la información; control, seguimiento y conservación.
- Cuestionarios de asesoría. Concepto, finalidades y objetivos, características, tipos y clasificación, confidencialidad, entre otros aspectos. Cuestionarios básicos y específicos, otros.
- Elaboración y diseño de cuestionarios de asesoría.
- Criterios y características propias del diseño. Elementos iconográficos, la selección de los campos y adaptación de los cuestionarios.
- Soportes de archivo de un cuestionario; soporte digital, físico (en papel), entre otros.
- Control de calidad aplicado a los cuestionarios. Elementos de revisión y mejora.
- Otros documentos de asesoría. Diseño y confección, concepto, características, modelos y tipos.
- Documentos internos. Aceptación de presupuesto, confidencialidad y protección de datos, contrato de colaboración externa, entre otros.
- Documentos de proyección externa. El dossier de empresa, tarjetas de visita, trípticos y dípticos, propaganda en medios audiovisuales, entre otros.

Diseño de documentos gráficos para la asesoría de imagen:

- Técnicas de expresión gráfica, fotográfica, audiovisual e informática.
- La elaboración de bocetos; técnicas de dibujo, elementos y útiles. El punto, la línea, el contorno, la dirección, el color, la textura, la composición y la dimensión entre otros. Elaboración de bocetos en asesoría.
- La fotografía analógica y digital. Concepto, comparativa, principios.
- Funcionamiento básico de la cámara. Tipos de cámara. Partes de una cámara analógica y digital. La óptica.
- Variables básicas en la realización de fotografías; control de la exposición, profundidad de campo y sensibilidad, entre otras.
- Accesorios de fotografía; trípode, fotómetros, filtros, flash y reflectores, entre otros.
- Técnicas y conceptos básicos en fotografía. La iluminación. La composición.
- El retoque fotográfico y sus elementos. Las aplicaciones informáticas como medio de tratamiento de la imagen personal. Iniciación al tratamiento de fotografías digitalmente. Programas informáticos relacionados.
- Herramientas de retoque y diseño en fotografía digital. Herramientas de selección. Herramientas de pintura. Métodos de color; mapa de bits, escala de grises, RGB, CMYK, entre otros. Ajustes; de contraste, de brillo, de saturación, niveles de grises y de color y otros. Herramientas específicas de retoque. Herramienta de formas vectoriales. Otros retoques; los filtros, los degradados, los fundidos y los calados entre otros.
- Almacenamiento de archivos. Formatos. El formato RAW. Compresión con y sin pérdida. Elección del formato idóneo. Optimización para web.
- Ajustes de impresión.
- Los medios audiovisuales. Tipos. Características. La post-producción.
- El vídeo. Formatos de grabación de vídeo. Programas de edición de vídeo.
- Iniciación a la edición de vídeos; el guión, la línea de tiempo, selección de escenas, transiciones e introducción de texto y sonido entre otros elementos en la edición de vídeos.
- Almacenamiento de proyectos.

Realización del estudio integral de la imagen:

- Técnicas de análisis y evaluación de las características físicas del cliente.
- Identificación del estilo.
- Criterios estéticos. Estilo de maquillaje, estilo de peinado, cuidados estéticos, vestimenta.
- Necesidades y demandas del cliente, en los distintos ámbitos relacionados con la asesoría. Hábitos sociales, ámbito laboral, cultural, entre otros.

- Métodos para detectar los criterios estéticos, las necesidades y demandas, la entrevista, la autovaloración del cliente, la observación; secuenciación y aplicación de pautas de observación.
- Determinación del tipo de asesoramiento que se va a realizar. Asesoría de imagen parcial, de imagen integral, de imagen profesional, de imagen social y de imagen corporativa entre otras.
- Aplicación de la documentación para el análisis del cliente. Elección de los documentos que van a utilizarse; cuestionarios básicos y específicos, otros documentos. Individualización y adaptación de los cuestionarios. Selección y preparación de los soportes de archivo de documentos y de imágenes del cliente.
- Determinación de los elementos que se van a analizar, aspecto estético externo, expresión, cultura y marco social, personalidad, conducta y hábitos, entre otros.
  - Sistemas de determinación del aspecto externo relacionados con la vestimenta, el peinado y el maquillaje.
  - Antropometría aplicada a la asesoría. Determinación de medidas corporales; talla, peso, anchura de hombro, perímetro de cintura, medidas faciales y otras medidas corporales.
  - Identificación de los inestetismos. Pautas para su detección.
  - El color. Sistemas de determinación de los colores personales del cliente. Test de color.
  - Determinación de las habilidades comunicativas del cliente. Expresión oral y gestual.
  - Determinación de las características culturales, sociales, profesionales y conductuales, entre otras, del cliente.
  - Identificación y detección de las cualidades del cliente. Relación entre cualidades y las características iconológicas usadas en asesoría.
- Valoración del estudio integral. Procesamiento de los datos obtenidos.
  - Registro y control de la información.

Elaboración de propuestas personalizadas de asesoría imagen:

- El proyecto de asesoría. Concepto, características, fases y tipos de proyectos.
- Diseño de propuestas personalizadas de cambios de imagen. Estructura específica de la propuesta.

Pautas para la elaboración de propuestas personalizadas.

- Descripción de necesidades y demandas. Registro de los datos obtenidos.
- Conclusión del análisis integral de la imagen. Características que se deben potenciar y/o modificar.
- Caracterización del nuevo estilo.
- Relación de los trabajos técnicos necesarios para el cambio de imagen. Selección de técnicas. De maquillaje, peluquería, tratamientos faciales y corporales, entre otros.
  - Documentación técnica y económica anexa a la propuesta. Tipos y características.
    - El presupuesto. Propuestas de pago. Documentación soporte necesaria.
  - Elaboración de diseños gráficos. Bocetos para la asesoría de imagen. Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.
- Relación de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto.
  - Proveedores y otros profesionales. Criterios de selección de profesionales colaboradores.
  - Plan de actuación. Calendario de actuación, temporalización, coordinación de trabajos.
  - Presentación de propuestas. Aplicación de técnicas de comunicación para la presentación de propuestas. Medios necesarios para la presentación de la propuesta; bocetos, muestras de tejidos y otros elementos soportes. Elección del formato de presentación.
    - Conclusión de las propuestas. Resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.

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

- Elementos del plan de evaluación del servicio de asesoría.
  - Determinación de las demandas actuales y futuras del cliente.
  - Normas de calidad aplicadas en el plan de evaluación. Causas de las deficiencias en los servicios de asesoría.
- Técnicas para detectar objeciones a las propuestas de asesoría.
- Tratamiento de las objeciones. Técnicas de argumentación ante objeciones a las propuestas.
- Técnicas para corregir las desviaciones producidas. Técnicas para medir el grado de satisfacción del cliente.
  - Caracterización de supuestos prácticos de valoración.

Orientaciones pedagógicas.

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

La función de asesoramiento en relación con los elementos implicados en la imagen y su simbología en cualquiera de sus facetas incluye aspectos como:

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

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

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

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

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.

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

q) 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.

r) 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.

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

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

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.

h) Elaborar proyectos de cambio de imagen, controlando la calidad y la documentación relacionada.

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.

q) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos y todas», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

s) 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.

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

- La organización y planificación de los recursos necesarios para poder realizar una asesoría de imagen.
- La aplicación de métodos de observación para determinar las características que determinan la imagen.
- La determinación de los elementos que se deben modificar o potenciar.
- La propuesta de una nueva imagen.
- La elaboración y presentación de propuestas de asesoramiento de imagen personal o corporativa.
- La aplicación de normativas de calidad en el proceso de asesoramiento.

Módulo Profesional: Estilismo en vestuario y complementos.  
Equivalencia en créditos ECTS: 13.  
Código: 1183.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han caracterizado las funciones del vestuario.
- b) Se han diferenciado los cánones estéticos en estilismo de las diferentes épocas históricas.
- c) Se han establecido los elementos de vestuario y complementos en las diferentes épocas históricas.
- d) Se han relacionado los cambios sociales con la evolución en el vestuario.
- e) Se han identificado los cambios en las líneas de diseño en la indumentaria femenina y masculina a lo largo de la historia de la moda.
- f) Se han determinado los diseñadores con influencia en la historia de la moda.
- g) Se ha identificado la repercusión de la alta costura en la evolución de la moda.
- h) Se han reconocido las fuentes documentales para la obtención de la información sobre patrones estéticos en las diferentes épocas.
- i) Se han identificado a los personajes históricos relevantes en la evolución de la indumentaria.
- j) Se han detallado los aspectos más relevantes de los nuevos creadores y tendencias en la moda.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los puntos de venta de vestuario y complementos.
- b) Se han seleccionado tiendas especializadas, diseñadores y firmas de ropa.
- c) Se han establecido valoraciones en la relación calidad-precio de los establecimientos de venta.
- d) Se han establecido criterios para identificar las demandas en la compra de vestuario.
- e) Se han seleccionado las prendas en función de las variables de la persona usuaria.
- f) Se han determinado tipos de compras para la organización del tiempo.
- g) Se ha determinado el vestuario básico que compone el fondo de armario.
- h) Se han proporcionado técnicas para la correcta combinación de colores tejidos o materiales, líneas, corte y otros.
- i) Se han determinado pautas de elección de combinación de prendas y complementos.
- j) Se han establecido las pautas para el seguimiento y mantenimiento de la asesoría en el vestir.
- k) Se han determinado las prendas necesarias para el equipaje básico en distintas actividades.

Duración: 224 horas.

Contenidos básicos:

Elaboración del protocolo de actuación del asesor o asesora o asesora en estilismo en vestuario:

- Concepto de estilismo. La asesoría en estilismo. Definición y competencias.
  - Campo de actuación. Asesorías tipo (actos públicos, medios de comunicación, vestuario profesional o laboral, etiqueta y otros).
- Términos y conceptos básicos en el estilismo.
  - La elegancia y el estilo.
  - Definición de estilos básicos en la indumentaria, complementos y fondo de armario.
  - Las tendencias y la moda. El prêt-à-porter y la alta costura.
  - Desfiles. Características, temporadas. Principales pasarelas regionales, nacionales e internacionales.
  - Terminología asociada. Pasarela-catwalk, front row, outfit, it-girl, kissing room, photocall, backstage timing y otros.
- Estilismo creativo y estilismo dirigido.
  - Creatividad en el estilismo. Concepto. Fuentes de inspiración.
  - Estilismo dirigido. Concepto. Parámetros a tener en cuenta.
- El protocolo de actuación en estilismo. Tipos, objetivos y estrategias.
  - Elaboración del protocolo. Fases. Contenidos, información y documentación, temporalización, elaboración de documentos de apoyo y evaluación de resultados.

- Las fuentes de información del estilismo en el vestir. Métodos de búsqueda, obtención y análisis de la información. Criterios de selección, clasificación y registro. Gestión de la documentación empleando las TIC. Actualización de la información.

- Elaboración de muestrarios de referencia. Muestrarios tipo. Tejidos tendencias de temporada. Normas de protocolo. Estudio sobre los cánones de belleza. Ficheros de estilos. Muestrario de telas. Muestrario de complementos y otros.

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

- La función del vestuario. Función mítica, protectora, jerárquica, distintivo de género y otras.
- Proporciones idealizadas de la figura humana.
  - El canon de belleza. Concepto.
  - Cánones estéticos que han marcado la historia.
- Historia de la moda. Evolución del vestuario desde la prehistoria hasta nuestros días. Características principales y su repercusión. Los complementos y su importancia.
  - Prehistoria.
  - El vestuario en el mundo antiguo; desde Mesopotamia a Bizancio.
  - La edad media y el renacimiento. La influencia de las cortes. El vestido y sus variaciones. Estilo princesa, tocados, jubón, calzas y hoses, y otros. Joyas renacentistas.
  - Siglo XVII. El Barroco y la corte francesa. El Rococó. Siglo XVIII. La Revolución Francesa.
  - Siglo XIX. Neoclasicismo. Corte imperio, frac y otros. El Dandismo. Dandismo puro y dandismo extravagante. El Romanticismo. corsé, miriñaque, polisón y otros. El Modernismo. Silueta en S. La Revolución Industrial y su repercusión en el vestuario. El nacimiento de la alta costura. Charles Frederick Worth. Paul Poiret.
  - Siglo XX. Siglo de avances tecnológicos y científicos. Guerras mundiales y política de exclusión. De 1900 a 1950. Período Eduardiano y Belle Époque. Los años 20. La androginia. Chanel. Los años 30. Madeleine Vionnet, Balenciaga. La moda y el Surrealismo. Elsa Schiaparelli. La moda y el cine. Marlene Dietrich, Greta Garbo y otros. Años 50, el new look y el teatro de la moda. Los nuevos diseñadores y su influencia. Dior, Balmain, y otros. Años 60, línea trapezoidal. La minifalda. Los pantalones vaqueros y el estilo de vida americana. La juventud y sus revoluciones; los hippies. Años 80, el cine y la televisión. Madonna. Moda unisex. Movimiento punk. Años 90. Moda retro, grunge, tecno, lolitas y otros. La moda americana y la nueva silueta. El fin de la alta costura. Nuevas alternativas. Prêt-à-porter.
  - Evolución del maquillaje y la belleza.
  - Fuentes documentales; literatura, pintura, escultura, arqueología, antropología y otros.
  - Personajes relevantes y su influencia en la imagen personal.
  - Jóvenes diseñadores nacionales e internacionales.
    - Diseñadores andaluces.
  - Tendencias de moda. Características generales, inspiración, prendas tipo, líneas, volúmenes, formas y colores. La moda y la edad. Modas sociales actuales.

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

- Organización del lugar del trabajo, material, documentación técnica y otros.
- El estudio del cliente. Métodos y equipos para el estudio y análisis del cliente. Fases del análisis del cliente.
  - Toma de contacto y entrevista. Aplicación de los métodos de observación. Observación directa; proporciones, volúmenes, formas corporales, rasgos faciales, movimientos, actitudes, olores y otros. Los patrones habituales.
  - Detección de necesidades. Vida privada, social y laboral.
  - Técnicas de preparación del cliente.
- La antropometría de la figura humana masculina y femenina. Las tallas. Determinación de las medidas corporales. Material y equipos. Determinación de la tipología corporal. La representación gráfica de la figura humana. Registro de datos.
  - Características corporales con influencia en la indumentaria y los complementos. Proyección/percepción de la imagen a través de las características corporales.
- Test de color. Técnicas para la elección de colores personales. Pañoletas de color. Psicología del color, simbolismo social y cultural. Armonía y contraste.
- Elementos que definen el estilo en el vestir. Color, líneas, formas y volúmenes. Determinación del estilo del cliente. Tipos y niveles. Análisis de los complementos.

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

- Las correcciones ópticas corporales mediante el vestuario. Las asimetrías. Los inestetismos.

Captadores de imagen.

- Los volúmenes, formas, líneas y color. Su repercusión en la figura humana. Formas cuadradas, redondeadas, rectangular y triangular. Línea horizontal, vertical, oblicua, curva y quebrada. Colores claros y oscuros.

- La indumentaria masculina y femenina. Tipos de prendas. Criterios de selección.

- Líneas de diseño exterior e interior. Elementos y características de las prendas y su repercusión en la imagen; los escotes, los cuellos, las mangas, bolsillos, botonadura, costuras y otros.

- La ropa interior. Concepto, tipos y características.

- Tipos de complementos masculinos y femeninos. Criterios de selección. Materiales, estilos, colores y otros.

- Materiales y tejidos utilizados en estilismo. Clasificación de las fibras; naturales, artificiales o sintéticas.

Tejidos ecológicos y éticos. La repercusión del tejido en la imagen; peso, grosor, textura y otros.

- El etiquetado de las prendas. Normativa. Simbología. Consejos de lavado, planchado y conservación.

- El vestuario profesional.

El vestuario en celebraciones sociales. El vestuario de etiqueta masculina y femenina. La etiqueta en los uniformes. Características de los tejidos y materiales. Complementos permitidos. Otros elementos de uso protocolario y sus características.

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

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

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

- Tipos de propuestas. Proyecto parcial o integral.

- Planificación de acciones. El plan de trabajo.

- Elaboración de la documentación base y técnica. El dossier de asesoría en estilismo. Base de datos. Concepto. Organización y estructura. Contenidos; resultados del estudio del cliente.

- Documentación técnica anexa. Tipos y características. Informes de derivación a otros profesionales. Contratos de colaboración, presupuestos, propuestas, consentimiento informado, bibliografía técnica especializada.

- Diseños gráficos y audiovisuales. Aplicación de herramientas manuales, gráficas e informáticas. Material de dibujo. Programas informáticos de tratamiento de imagen. Material fotográfico, digitales, grabaciones.

Adecuación de la propuesta y personalización de la demanda. Temporalización del trabajo. Factores, tiempo libre y agenda profesional del estilista.

- Documentación económica. Presupuesto.

Presentación de la propuesta; aplicación de técnicas de comunicación para la presentación de la propuesta, pautas a seguir.

- Plan de actuación de cambio de estilo.

- Presentación de la propuesta oral y escrita. Empleo de material visual de apoyo.

- Resolución de dudas, acuerdos y cumplimentación de la autorización del proceso.

- Aplicación de la legislación. Ley de protección de datos.

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

- Los puntos de venta de vestuario y complementos. Investigación de la oferta en el mercado.

Clasificación de los puntos de venta por estilos y nivel de precios entre otros.

- Criterios de selección de tiendas especializadas, diseñadores internacionales, nacionales y andaluces.

- Proveedores o firmas de ropa. Líneas, formas, colores, inspiración y tendencias.

- Criterios de selección de puntos de venta con mejor relación calidad-precio. Estudio de la zona. Rutas y puntos estratégicos.

Identificación de la demanda. Criterios de selección de vestuario, tejidos y complementos. Estudio del cliente; perfil físico-psicológico, necesidades sociolaborales, estudio antropométrico, estilo en vestuario y complementos, tipología, inestetismos, test de color y otros.

Análisis del fondo de armario del cliente masculino y/o femenino. Toma de decisiones; ordenar, añadir, retirar, conservar, renovar y eliminar.

- Documentación necesaria. Ficha de guardarropa. Ficha de necesidades. Presupuesto.

- Recorridos en el punto de venta. Organización del tiempo. Tipos de compras; puntual para evento, cambio de temporada, renovación, rebajas y otros.
- Selección y combinación de colores, tejidos o materiales, líneas, corte y otros en prendas, accesorios y complementos.
  - Pautas para la elección y combinación de prendas y complementos. Entrenamiento del cliente.
  - Pruebas de vestuario. La actitud frente al espejo. Coordinación y supervisión. Evaluación de los aspectos positivos y negativos.
- Técnicas de seguimiento y mantenimiento del proceso de asesoría en el vestir.
  - Formación y entrenamiento del cliente. Hábitos y conductas a seguir en la compra. Pautas para la organización, mantenimiento y actualización del guardarropa.
  - Supervisión y control de calidad del proceso. Autoevaluación, evaluación del grado de satisfacción del cliente. Métodos; cuestionarios, entrevistas, llamadas telefónicas, buzón de sugerencias y otros.
  - Composición del equipaje básico en distintas actividades. Factores que influyen; tipo de viaje; de trabajo, de placer, evento específico y otros; destino y duración.

Orientaciones pedagógicas.

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

El asesoramiento en el estilismo de vestir incluye aspectos como:

- El análisis de la repercusión de la moda y sus tendencias en la imagen final.
- El estudio de la figura corporal y sus correcciones.
- La aplicación del test de color.
- La identificación de los tipos de elementos del vestuario y su estilo asociado.
- El conocimiento de los usos de vestuario según las situaciones personales o profesionales.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

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

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- 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.
- k) Determinar los cuidados estéticos, de peluquería y vestuario relacionándolos con las características físicas y con los estilos personales para desarrollar proyectos de cambio de imagen personal.
- ñ) Establecer pautas para asesorar en indumentaria, reconociendo y seleccionando las prendas, tejidos, accesorios y complementos para realizar cambios de estilo a través del vestuario.
- o) Establecer el procedimiento de trabajo del personal shopper, identificando las fases para guiar en la compra de vestuario, complementos y cosméticos.
- q) 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) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
- w) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos y todas».

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- 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.
- h) Elaborar proyectos de cambio de imagen, controlando la calidad y la documentación relacionada.
- k) Realizar cambios de estilos a través del vestuario, asesorando sobre indumentaria y complementos.
- l) Guiar en la compra de vestuario, complementos y cosméticos, calibrando las necesidades 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) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías 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) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos y todas», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- s) 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.

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

- Organización y planificación de los recursos necesarios para poder realizar un asesoramiento en estilismo.
- Aplicación de métodos de observación para determinar las características que determinan el estilo del cliente.
- Realización de estudios corporales, de color y de estilo, para determinar los elementos que se debe modificar o potenciar.
- Propuesta de correcciones en la figura corporal, tejidos y tipos de vestuario.
- Elaboración y presentación de propuestas personalizadas de asesoramiento.
- Elaboración de pautas de seguimiento en la adquisición de los elementos de la nueva propuesta.

Módulo Profesional: Asesoría de peluquería.

Equivalencia en créditos ECTS: 10.

Código: 1184.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han aplicado medidas de atención y preparación del cliente.
- b) Se han identificado las características, el aspecto y el estado del cabello y cuero cabelludo.
- c) Se han aplicado técnicas de análisis del cabello y cuero cabelludo.

- d) Se han interpretado los resultados obtenidos en el análisis capilar.
- e) Se han relacionado los procesos y técnicas con el daño capilar.
- f) Se han identificado las alteraciones capilares y del cuero cabelludo con influencia en la imagen personal.
- g) Se han responsabilizado de la aplicación de normas de seguridad e higiene en los procesos de análisis capilar.
- h) Se ha reconocido la morfología corporal y de la cabeza y su relación con el peinado.
- i) Se han identificado los distintos diseños y formas del pelo facial
- j) Se han determinado los patrones habituales de peinado, maquillaje, vestuario y complementos de la persona usuaria.
- k) Se ha establecido el método de detección de las necesidades socio-laborales, artísticas y otras.
- l) Se han cumplimentado las fichas de registro de los datos obtenidos en el análisis.
- m) Se ha organizado la documentación según los criterios establecidos.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 192 horas.

Contenidos básicos:

Elaboración del protocolo de trabajo del asesor o asesora de peluquería:

- Protocolos de trabajo del asesor o asesora de peluquería. Concepto y generalidades. Fases de actuación. del asesor o asesora en peluquería. Secuenciación.
- Fase de documentación. Métodos de obtención de información. Fuentes documentales.
  - Análisis y elaboración de la base de información de patrones estéticos de peinados. Muestrario de estilo. Criterios de selección, clasificación y registro.
  - Gestión de la documentación con el uso de las Tic. Actualización de la información.
- Fase de análisis de las características y necesidades de la persona usuaria y su entorno.
  - Estudio de los aspectos físicos, psicológicos, sociales y laborales del cliente. Fichas para el análisis técnico del cliente.
  - Proceso de identificación de demandas del cliente. Entrevista. Ficha de detección de necesidades. Identificación de los requerimientos sociales y laborales.
- Fase de asesoramiento en peluquería y estilismo facial masculino. Estudio previo, elaboración del dossier de cliente. Presentación de propuestas. Realización de procesos de cambios de imagen. Asesoría sobre pautas para el mantenimiento.
- Fase de evaluación y control del proceso. Supervisión y control de calidad de las realizaciones técnicas. Determinación del grado de satisfacción del cliente.
- Campo de actuación del asesor o asesora de peluquería. Asesoramiento en procesos de peluquería y cambios de estilo, en producciones audiovisuales, espacios escénicos, actos y eventos, entre otros.
- Derivación a otros profesionales. Criterios de selección y elaboración de dossier de profesionales colaboradores.

Realización del estudio estético para la asesoría de peluquería:

- Técnicas de preparación del profesional y del cliente. La atención al cliente para el diagnóstico, pasos a seguir en la entrevista inicial.
- El cabello y el cuero cabelludo. Definición, anatomía y características. La emulsión epicutánea.
  - Alteraciones capilares. Alteraciones de tratamiento dermatológico. Alteraciones capilares de tratamiento cosmético y cosmético dermatológico, del cuero cabelludo y el cabello.
- Análisis del cuero cabelludo y cabello. Concepto e importancia del análisis capilar.
  - Protocolo para el análisis capilar. Datos a tener en cuenta en la exploración visual y manual. Maniobras para la exploración manual (palpación, presión, movilización, signo de Jacquet y signo de Sabouraud, entre otras).
  - Equipos de diagnóstico para cabello y cuero cabelludo.
- Seguridad e higiene en los procesos de análisis. Precauciones, contraindicaciones y normas de mantenimiento de los equipos.
- Estudio de la morfología corporal y su relación con el peinado. Identificación de las tipologías morfológicas corporales femeninas y masculinas y su relación con el peinado. Armonía entre la silueta y la cabeza, peinados que estilizan la silueta.
  - Análisis morfológico de la cabeza. El rostro, formas de óvalos. Forma del cuello. El perfil del rostro. El perfil del cráneo.
  - Estudio y características del pelo facial. Tipos; patillas, barba y bigote, clasificación y formas.
- Análisis de patrones de peinado habituales en el cliente. El peinado según las características del cliente (edad, personalidad, entorno sociolaboral y otros). La diversidad de estilos (actual, conservador, vanguardista y otros).

- Análisis de patrones de maquillaje, complementos y vestuario del cliente.
- Determinación de las necesidades sociolaborales, artísticas y otras. Técnicas de detección de las necesidades.
  - Los ideales de belleza actuales, modelos de referencia (actores, cantantes, deportistas, entre otros).
- Interpretación de resultados. Valoración profesional. Errores en el diagnóstico, causas y consecuencias.
  - Criterios para la derivación a otros profesionales.
  - Soportes de documentación técnica, ficha de registro. Cuestionarios valorativos iniciales. Documentación técnica. Consentimiento informado.
  - Registro y control de la documentación. Confidencialidad. Criterios de clasificación de la información. Gestión de la documentación empleando las TIC. Actualización de la información.

Determinación de los cuidados y tratamientos capilares para el asesoramiento:

- Clasificación y descripción de los tratamientos capilares necesarios para la creación de la nueva imagen. Tratamientos de higiene, acondicionamiento, hidratación, mantenimiento, protección, de alteraciones capilares y otros.
  - Alteraciones del cuero cabelludo. Pteriasis, seborrea, alopecia y otras. Causas y tipos.
  - Alteraciones estructurales. Alteraciones congénitas (moniletrix, pili torti, y otras). Alteraciones adquiridas por causas internas y externas (tricorrexis nodosa, tricoclasia, y otras).
  - Alteraciones cromáticas de origen congénito (heterocromía, albinismo y otras) y adquiridas e inducidas por sustancias químicas. Decoloraciones asociadas a enfermedades y a deficiencias nutritivas.
- Técnicas electroestéticas y manuales para el tratamiento capilar. Equipos de acción químico-mecánica (vapor, compresores, y otros), de corrientes eléctricas (alta frecuencia, diatermia, y otros); de radiaciones electromagnéticas (infrarroja, láser y otros).
  - Efectos fisiológicos, indicaciones, contraindicaciones, forma de aplicación. Limpieza y mantenimiento de los equipos.
  - Masaje y drenaje linfático manual. Maniobras, efectos, indicaciones y contraindicaciones.
- Identificación de los tratamientos capilares necesarios para los cambios de imagen. Signos, síntomas y causas. Tratamientos médicos estéticos y quirúrgicos (microinjertos y otros).
- Cosméticos empleados en los tratamientos capilares. Clasificación. Formas de uso, Indicaciones y contraindicaciones.
- Asesoramiento en prótesis capilares.
  - Concepto, tipos (masculinas y femeninas, totales y parciales, cabello natural o artificial, entre otras). Ventajas e inconvenientes.
  - Diseño, medidas y elementos a tener en cuenta (color, longitud, textura, densidad y otros).
  - Modos de fijación (adhesivo, cintas, peinetas y otros). Cuidados de mantenimiento.
- Selección de los cuidados capilares en función de las necesidades. Seguimiento del tratamiento.
- Profesionales colaboradores para el cuidado y los tratamientos capilares (en estética, peluquería, óptica, medicina estética, estomatología, entre otros).

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

- Cualidades de la imagen que se va a potenciar, neutralizar y modificar a través de la asesoría de peluquería y barbería. Corrección de elementos disarmonicos en los distintos tipos de óvalos, mediante la adaptación de volúmenes, peinados, color, barba, bigote y otros.
- Concreción del nuevo estilo y creación de la nueva imagen. Valoración del estudio de la imagen y diseño de informes para el cliente. Contenido y presentación. Documentación gráfica anexa a la propuesta; tipos y características.
- Determinación de los elementos del peinado que forman la nueva imagen. Personalización de los procesos técnicos en función de la morfología, gustos y necesidades del cliente.
- Elementos iconológicos del peinado. Volumen, líneas, colores, estilo y otros.
- Procesos técnicos de peluquería para el cambio de longitud, forma y color.
- Corte de cabello. Concepto.
  - Herramientas de corte.
  - Técnicas, tipos y estilos de corte. Elementos que modifica la técnica de corte.
  - Seguridad e higiene en el proceso.
- Cambio de forma. Clasificación y fundamentos científicos.
  - Técnicas de realización de cambios de forma temporal.

- Técnicas de realización de ondulación y alisado permanente.
- Cosméticos empleados en los cambios de forma.
- Aparatos, útiles y accesorios profesionales.
- Evaluación y asesoramiento técnico.
- Cambio de color. El color en peluquería.
  - El círculo cromático. Escala de tonos y reflejos.
  - Tintes. Clasificación. Efectos sobre la fibra capilar.
  - Decoloración capilar. Mecanismo de acción. Tipos.
  - Pautas de realización. Operaciones complementarias.
  - Cuidados de los cabellos coloreados y decolorados.
  - Precauciones y normas de seguridad en el proceso.
- El peinado y la técnica de secado. Recogidos. Posticiería capilar. Técnicas de barbería.
- Peinado. Elementos que influyen en la realización (diseño, textura, dirección, entre otros).
  - Técnicas asociadas.
  - Medidas de higiene y seguridad.
- Recogido. Tipos y técnicas.
  - Recogidos de novias, fiesta, regionales, entre otros.
- Posticiería capilar. Tipos de postizos.
  - Colocación, lavado y mantenimiento.
  - Los adornos.
- Técnicas específicas para peluquería masculina y barbería.
  - Diseño de barba y bigote en función del tipo de óvalo. Técnica de realización.
  - Cosmética para el rasurado y afeitado.
  - El masaje facial como complemento del afeitado.
  - Seguridad en higiene en los procesos de peluquería masculina y barbería.

Elaboración de propuestas de cambio de imagen:

- Diseño de propuestas personalizadas de cambios de imagen a través de tratamientos y técnicas de peluquería y barbería. Contenido y presentación.
    - Descripción de las demandas y necesidades del cliente en función de sus variables personales y sociolaborales.
    - Descripción de las demandas y necesidades del cliente en función del acontecimiento.
  - Documentación técnica anexa a la propuesta. Tipos y características. Valoración del estudio de la imagen y diseño de informes para el cliente.
    - Informes de cambio de imagen. Cambios de estilo, características a potenciar y/o modificar.
    - Descripción de trabajos técnicos de peluquería recomendados y su relación con el maquillaje.
    - Relación de tratamientos y cuidados estéticos capilares recomendados.
    - Selección de tratamientos asociados a técnicas de dietética y nutrición, dermatología, medicina y/o cirugía estética recomendados.
    - Informes de derivación a otros profesionales del campo de la imagen personal.
  - Elaboración de diseños gráficos y fotográficos. Elaboración del material audiovisual. Bocetos de cambio de imagen.
    - Medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Criterios de selección de profesionales colaboradores en función de las características del cliente.
    - Planificación de acciones. Calendario de actuación. Temporalización. Organización y coordinación del trabajo.
    - Presentación de la propuesta personalizada. Selección del formato de presentación y del material visual. Argumentación de la propuesta. Presupuesto.
    - Propuestas para producciones audiovisuales de asesoramiento de imagen a través de la peluquería.
- Requerimientos escénicos. Estudio del personaje. Identificación del contexto histórico. Adaptación de las características del intérprete a la del personaje. Evolución del personaje en escena. Colaboración con otros profesionales.
- Propuestas para producciones de fotografía y moda. Estudio de necesidades del diseñador, modelos, espacio escénico, temporada, entre otros. Presentación de la propuesta.
  - Conclusión de la propuesta. Resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.
  - Cumplimentación de la autorización de puesta en marcha del proceso.

Establecimiento de pautas para el mantenimiento de la nueva imagen:

- Asesoría de mantenimiento de la nueva imagen. Orientación en la selección de cosméticos y útiles para el mantenimiento. Pautas de aplicación, manipulación y conservación. Recomendaciones.
- Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados capilares.
  - Higiene y preparación del cabello, tratamiento, mantenimiento y otros cuidados. Forma de aplicación y frecuencia.
  - Citas de seguimiento.
- Entrenamiento de técnicas de manejo de secador, útiles, tenacillas, planchas y productos de apoyo y mantenimiento del peinado.
  - Pautas para la elaboración de peinados adaptados a la morfología del cliente.
  - Operaciones previas, particiones, elección de los materiales, ejecución técnica.

Orientaciones pedagógicas.

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

La función de asesoramiento de imagen en peluquería incluye aspectos como:

- La elaboración de documentación técnica.
- La exploración y estudio capilar, facial y corporal.
- La diferenciación de las distintas técnicas para el cuidado capilar.
- El reconocimiento de las aplicaciones de las técnicas electroestéticas.
- La identificación de los tipos de peinado.
- La determinación de las técnicas y procesos de peluquería.
- La organización y actualización de ficheros.
- Las pautas de orientación para la selección y aplicación de cosméticos y cuidados personales.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Protocolos de asesoramiento en cuidados estéticos capilares.
- Protocolos de asesoramiento en el peinado.
- Asesoramiento sobre el cambio de imagen a través del peinado.
- Asesoramiento sobre el proceso y las técnicas de peluquería.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

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

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

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

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.

q) 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.

r) 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.

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

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

v) 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.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

d) Identificar las necesidades del cliente, analizando sus características y requerimientos.

- 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.
- 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) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías 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.
- p) 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.

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

- La identificación de las necesidades o demandas de la persona usuaria.
- La realización del estudio estético capilar.
- El asesoramiento sobre tratamientos capilares.
- El asesoramiento en el peinado.
- El asesoramiento en el cambio de imagen.
- La selección de la técnica y del proceso de peluquería.
- La elaboración de propuestas personalizadas de asesoría.
- La determinación de pautas para la selección y aplicación de cosméticos y cuidados personales, así como del mantenimiento de la nueva imagen.

Módulo Profesional: Protocolo y organización de eventos.

Equivalencia en créditos ECTS: 8.

Código: 1185.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Caracteriza el protocolo oficial identificando la normativa asociada.

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las fases del proyecto organizativo del acto protocolario.
- b) Se ha elaborado el programa y cronograma para el desarrollo del acto protocolario.
- c) Se han establecido los recursos humanos, materiales y espacios físicos necesarios.
- d) Se han establecido los profesionales o las profesionales colaboradores, el personal soporte y los proveedores.
- e) Se han especificado los criterios para la elaboración de listados de asistentes.
- f) Se han diseñado los comunicados y las invitaciones.
- g) Se ha seleccionado la línea de imagen del evento para la decoración del acto.
- h) Se han aplicado criterios de precedencia para la ordenación de personalidades y para la distribución de los asistentes.
- i) Se ha valorado la importancia de la inauguración, clausura y la comunicación en los actos protocolarios.
- j) Se han tenido en cuenta los requerimientos informáticos, telefónicos y los servicios de traducción simultánea, entre otros, para los discursos de los invitados o invitadas o invitadas.
- k) Se ha organizado el evento, cumpliendo las normas de calidad y atendiendo a las normas de protocolo.
- l) Se ha evaluado el evento, elaborando la documentación correspondiente.

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

Criterios de evaluación:

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

5. Caracteriza el protocolo internacional estableciendo pautas de actuación.

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 105 horas.

Contenidos básicos:

Caracterización del protocolo oficial:

- La asesoría en protocolo. Concepto y función del protocolo. Importancia del protocolo en la sociedad.

Campo de actuación.

- Principios básicos de protocolo. Concepto de presidencia, presidente, anfitrión o anfitriona, rango y precedencia, representación, ceremonial, etiqueta y costumbre inveterada entre otros; su aplicación en protocolo.

- Historia del protocolo español.

- El protocolo oficial español. Estructura del Estado español, organigrama, organización y características.

La casa real, el poder ejecutivo, legislativo y judicial y las fuerzas armadas.

- La normativa protocolaria. Ámbito de aplicación. Autoridades y estructuras que administran el protocolo del Estado.

Protocolo en las Comunidades Autónomas. Estructura de la CCAA, organigrama, organización y características. Protocolo en las Administraciones Locales. Estructura una diputación y un ayuntamiento, organigrama, organización y características. Comunidades autónomas con normativa protocolaria.

- Legislación vigente aplicada al protocolo.

- Real Decreto de Ordenamiento General de Precedencias del Estado. Clasificación de los actos oficiales. La representación y la sustitución. Rangos de ordenación de autoridades e Instituciones. Prevalencia por concurrencia.

- Normativa reguladora sobre los símbolos del Estado. Escudo de España, la bandera de España y el himno nacional.

- El Decreto de precedencias de Andalucía. Preceptos de protocolo de las diputaciones y ayuntamientos.

- Reglamento de Honores Militares, Reales Ordenanzas para las Fuerzas Armadas, Reales Ordenanzas de los Ejércitos.

Bases de información en protocolo. Fuentes y departamentos de consulta de normativa y/o legislación protocolaria. Archivo general del Ministerio de Asuntos Exteriores.

- Instituciones públicas y privadas; concepto, organigrama, organización y características.

- Instituciones del Estado. Tribunal de Cuentas, Defensor del Pueblo, Consejo de Estado, Instituto de España y Reales Academias, entre otras.

- Instituciones andaluzas y locales. Defensor del pueblo andaluz, Consejo Económico y Social, Cámara de Cuentas de Andalucía, Consejo Consultivo de Andalucía y Colegios profesionales entre otras.

- Distinciones protocolarias y su simbología.

- Distinciones más importantes de España. El Toison de oro y otras relevantes.

- Distinciones de Andalucía. Hijo o hija predilecta y medallas de Andalucía.

- Otras distinciones. Distinciones locales.

- Simbología heráldica y la vexilología. Conceptos.

- Heráldica de la Corona española. Escudo de armas de SM Rey y de SAR el Príncipe de Asturias. Guiones y estandartes de la Corona española. La corona y el cetro.

- Los tratamientos honoríficos, aplicación y tipos.

- Tratamientos nobiliarios, por condecoraciones, a las autoridades públicas, a las autoridades eclesiásticas. Abreviaturas.

- Los honores de la Corona española, tratamiento y saludo.

- Las distinciones nobiliarias. Escala nobiliaria española. Orígenes históricos Grandeza de España.

- Metodología en la asesoría en protocolo. Documentación.

Caracterización de los actos protocolarios oficiales y no oficiales:

Los actos públicos. Características y tipos de actos públicos oficiales y no oficiales. Actos públicos oficiales de carácter general y de carácter especial.

- Normas de aplicación en protocolo oficial y no oficial; jurídicas, sociales y morales.

- Caracterización de actos generales de ámbito estatal y andaluz.

Los actos privados y/o no oficiales. Características y tipos de actos no protocolarios. Los actos mixtos.

- Normas protocolarias de aplicación en actos privados y/o no oficiales.

El protocolo religioso y sus actos. Características de los actos religiosos. Organigrama jerárquico eclesiástico. El vestuario. Las tradiciones inveteradas.

- El protocolo universitario y sus actos. Características, precedencia y organigrama. Simbología universitaria; la vestimenta (toga, muceta, birrete, entre otros componentes), los colores de los trajes académicos, la medalla y el himno, entre otros.
  - Tipos de actos universitarios. Actos solemnes; la apertura de año escolar e investidura de Doctor Honoris Causa, entre otras.
- El protocolo militar y sus actos. Organigrama de los cuerpos militares y su precedencia. Tipos de actos militares. Tributación de honores militares.
  - Identificación del tipo de acto, las características o cualidades que se pueden proyectar. Elementos que hay que valorar. El público, la finalidad, la naturaleza del acto, entre otros.
  - Ámbito de aplicación del protocolo en los actos oficiales y no oficiales.
    - Elementos que intervienen en un acto protocolar. La presidencia y sus tipos. Cesión de la presidencia. La representación. Las precedencias en actos públicos oficiales, privados y mixtos. Prevalencia en casos de concurrencia. Resolución de conflictos. Los símbolos. Las intervenciones. El comportamiento social.

Establecimiento de las fases en la organización de los actos protocolarios:

- El proyecto organizativo y sus fases.
  - Fase previa. Objetivos del acto. Recogida de información y viabilidad del acto. Identificación del acto y su proyecto organizativo. Aplicación de métodos de observación.
  - Fase de planificación, elaboración del programa y cronograma. Requerimientos del acto, recursos humanos, materiales y espacios físicos del evento.
    - Imagen del evento. Decoración, escenarios y espacios, ubicación de símbolos, música y sonido, iluminación, entre otros.
    - Convocatoria y publicidad del acto. Planos, libros de ruta para transporte, croquis, programas, carteles, minutas, lugares habilitados, servicios de información y atención al público, entre otros.
    - Asistentes o invitados o invitadas o invitadas. Listados de invitados o invitadas o invitadas, invitación, confirmación de asistencia, diplomas, entre otros. Inscripción, modelos.
    - Plan de seguridad del acto. Niveles de seguridad.
    - Elaboración de presupuesto y valoración del mismo.
    - Ensayo del acto.
  - Fase de desarrollo del evento, logística de la actividad. La inauguración. La clausura del acto.
    - La recepción de invitados o invitadas. Autoridades e invitados o invitadas VIP. Puntualidad y retrasos.
    - Precedencia y ubicación de los invitados o invitadas.
  - Las intervenciones. Discursos o parlamentos. Requerimientos informáticos, telefónicos y los servicios de traducción simultánea, entre otros,
    - La comunicación en los actos protocolarios. Las relaciones con los medios de comunicación. Las ruedas de prensa. El comunicado de prensa.
    - Fase de evaluación del acto y/o evento. Seguimiento de la difusión del acto.
    - Aplicación del control de calidad del acto. Recogida de documentación, registro de contingencias y balance del presupuesto. Elaboración de la memoria del evento y propuesta de corrección de desviaciones.

Elaboración de la propuesta de organización de actos protocolarios:

- Diseño de propuestas de organización de actos protocolarios. Estructura específica de la propuesta.
  - El dossier del acto; criterio organizador general, orden del día, temporalización, ordenación de mesas y organización de las intervenciones, entre otros.
- Descripción de las características y requerimientos del acto protocolar.
- Relación de la logística y actividades necesarias para el acto protocolario.
  - La seguridad integral. Seguridad exterior e interior del acto. Control de acceso. La seguridad sanitaria.
- Selección de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el acto protocolario. Proveedores y otros profesionales.
  - Planificación de acciones, programa y cronograma. Secuenciación y temporalización. Libro de ruta en desplazamientos. Coordinación de acciones.
  - Los actos protocolarios y los comunicados de prensa.
  - Documentación técnica anexa a la propuesta. Tipos de documentación.
  - Inscripciones. Certificaciones de asistencia y diplomas.
  - Documentación económica, elaboración del presupuesto.

- Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.
- Presentación de la propuesta personalizada.
- Conclusión de la propuesta, resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.

Caracterización del protocolo internacional:

- Protocolo internacional, el protocolo extranjero y el protocolo diplomático. Las recepciones diplomáticas, modelos de comportamiento en recepciones diplomáticas.

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

Zonificación geográfico-cultural del mundo.

- La UE, concepto, historia, características.

- Simbología asociada. La bandera y el himno. Organigrama de la Unión Europea.

- Costumbres, hábitos y cultura social de los principales países constituyentes de la UE. Variaciones en el protocolo. Influencia de la religión.

- Costumbres, hábitos y cultura social de los países del este. Influencia de la religión.

- Canadá. Divisiones idiomáticas y culturales.

- Costumbres, hábitos y cultura social de EE.UU. Influencia de los Estados Unidos de América en materia de protocolo.

- América latina. Hábitos, costumbres y cultura social.

- El mundo árabe. La religión, hábitos, costumbres y cultura social. Diferentes corrientes político-religiosas ligadas al islam y condicionantes en protocolo.

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

- Las culturas orientales. Hábitos, costumbres y cultura social de cada zona. Características diferenciadoras con occidente.

- Las relaciones internacionales y su repercusión en el protocolo.

- Pautas de actuación en el protocolo internacional.

Establecimiento del protocolo empresarial:

- Las empresas y su organización. Los departamentos con repercusión en protocolo empresarial.

Departamento Relaciones Públicas y el protocolo.

- Manual Interno de Protocolo y/o Reglamento Interno de la empresa.

- Clasificación de los actos empresariales. Los actos empresariales públicos y privados. Ámbitos de aplicación.

- Las precedencias empresariales. Organigrama empresarial.

- Criterios de establecimiento de precedencias. Prevalencia por igualdad de rango.

- Presidencia de los actos. Tipos de presidencia. Cesión de la presidencia.

- Actuaciones empresariales con repercusión en protocolo, las presentaciones personales, la auto-presentación, la presentación de la empresa.

- Las visitas y otros actos sociales empresariales. El viaje de negocios. El viaje por el extranjero, necesidades específicas.

- Las comidas de negocios. Tipos y características.

- Actos de carácter empresarial privado.

- Las reuniones. Juntas generales. Consejo de administración. Reuniones externas.

- Actos institucionales. Recepciones. Visita de obras. Firma de convenios. Placas conmemorativas. Primera piedra. Inauguraciones. Otros actos.

- La organización de actos de promoción empresarial externos e internos.

- Actos de promoción externo. Tipos. Patrocinio empresarial, objetivos y tipos.

- Actos de promoción interna. Tipos.

Orientaciones pedagógicas.

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

La función de asesoramiento en protocolo incluye aspectos como:

- La determinación de la normativa protocolaria y su aplicación.

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

- La interpretación de actos públicos de diferentes ámbitos y su repercusión.

- La identificación y justificación de la presidencia de los actos protocolarios.

- La identificación del proyecto organizativo de un acto.

- La organización y diseño de la documentación necesaria para la organización de un acto protocolario.

- El estudio de las relaciones con los medios de comunicación en el entorno del protocolo.
- La interpretación del protocolo internacional y sus características.
- El análisis del protocolo empresarial y sus actuaciones.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Asesoramiento en protocolo.
- Organización de eventos de diversa índole.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- a) Identificar los recursos personales, materiales y técnicos, organizando las actividades de asesoría, para dirigir y gestionar los procesos.
- 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.
- f) Interpretar las normas de protocolo, analizando los distintos actos socio-laborales u oficiales para realizar el asesoramiento en la organización de actos protocolares y eventos.
- g) Determinar los modelos de comportamiento y los usos sociales, caracterizando las normas del protocolo social, para realizar el asesoramiento en la organización de actos protocolares y eventos.
- h) Diseñar proyectos de organización de eventos, analizando la estructura de los actos sociales, empresariales y oficiales para realizar el asesoramiento en la organización de actos protocolares y eventos.
- j) Diseñar modelos de propuestas y presupuestos, describiendo sus fases para realizar el proyecto.
- q) 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) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
- t) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
- u) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores o receptoras, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.
- w) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos y todas».
- x) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- a) Dirigir y gestionar las actividades, organizando los recursos materiales, personales y técnicos.
- c) Gestionar la documentación, utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.
- d) Identificar las necesidades del cliente, analizando sus características y requerimientos.
- f) Asesorar en la organización de actos protocolares y eventos, elaborando un proyecto y coordinando las actividades.
- g) Asesorar a las empresas para la creación de una imagen corporativa, interpretando sus solicitudes.
- h) Elaborar proyectos de cambio de imagen, controlando la calidad y la documentación relacionada.
- 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.
- ñ) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.

o) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías 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) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos y todas», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

s) 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.

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

- Identificación y utilización de las diferentes normativas existentes en protocolo.
- Aplicación de métodos de análisis para determinar las características de los actos públicos.
- Utilización de fichas, cuestionarios y otros soportes para la obtención de información y síntesis de características de los actos protocolarios.
- Organización y planificación de los recursos materiales y personales necesarios para poder realizar un acto protocolario.
- Elaboración de los documentos de soporte vinculados al acto.
- Aplicación de técnicas de organización de eventos.
- Propuesta de pautas para la realización de actos protocolarios.
- Aplicación de los protocolos de calidad en la organización de los actos protocolarios.

Módulo Profesional: Usos sociales.

Equivalencia en créditos ECTS: 5.

Código: 1186.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han representado distintos tipos de saludos, según los requerimientos sociales.
- b) Se han caracterizado distintos tipos de presentaciones, según los requerimientos sociales establecidos.

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado situaciones sociales que requieren asesoramiento.
- b) Se han establecido normas básicas para recibir en casa.
- c) Se han determinado los tipos de reuniones externas.
- d) Se ha identificado el reparto de actividades y funciones en la organización de reuniones.
- e) Se han determinado modelos de comportamiento y recomendaciones de vestuario.
- f) Se han determinado las necesidades y requerimientos en celebraciones y actos familiares de carácter civil o religioso.
- g) Se han caracterizado los distintos tipos de aniversarios y las formas de celebrarlo.
- h) Se han determinado las necesidades organizativas en los actos protocolarios no oficiales.

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 84 horas.

Contenidos básicos:

Identificación del campo de actuación del asesor o asesora en usos sociales:

- El protocolo social.
  - Historia del protocolo social.
  - Los usos sociales; definición, características y conceptos asociados. Urbanidad, buenas costumbres, educación social, cortesía, caballerosidad, entre otras.
- Usos del protocolo social. Necesidad de códigos de comunicación y conducta, relatividad u obligatoriedad de los usos sociales.
  - Acciones del protocolo social. Prelación social o rangos en protocolo social. Normas, hábitos y costumbres aplicadas en protocolo social.
  - Estudio de las características personales asociadas al protocolo social. Cualidades sociales, valores éticos y morales a potenciar en protocolo social. Autocontrol, prudencia y tacto, serenidad, comprensión o empatía, saber escuchar, discreción, amabilidad, cordialidad, entre otras.
  - Aplicación de la inteligencia emocional en el comportamiento social. Gestión de las emociones. Autocontrol y empatía.
    - Importancia e interpretación de los gestos como medio de comunicación en usos sociales. Análisis del lenguaje no verbal, las distancias zonales, posturas y posiciones, el rostro, las manos, y otras señales corporales.
    - Estudio del ámbito de aplicación de los usos sociales; comportamiento personal, vida en sociedad y otros. Actos en sociedad, clasificación.
  - Repercusión de la multiculturalidad en los usos sociales. Características y factores diferenciales. Implicaciones en el comportamiento social.
    - La figura del asesor o asesora en usos sociales, campo de actuación.
    - Técnicas para detectar las características, necesidades y demandas del cliente en usos sociales.
    - Registro y control de la información.

Determinación de usos y normas protocolarias en las relaciones sociales:

- Las relaciones sociales. Aspectos que determinan las relaciones sociales.
- Etiqueta social, personal, laboral y otros.
  - Normas de comportamiento en sociedad.
  - Normas de comportamiento en la vía pública. Caminar por la calle, posición en la acera, cesión del paso, entre otras.
  - Normas de comportamiento en los transportes públicos. Las colas. Comportamiento en los transportes públicos colectivos, cesión del asiento, uso de móviles, entre otros. Transportes públicos no colectivos, cortesía en el taxi, precedencia en un coche.
  - Normas de comportamiento en los establecimientos públicos. Comportamiento en la entrada y salida de edificios, subida de escaleras, entrada y salida del ascensor, entrada en restaurantes y petición de mesa, propinas, entre otras.
  - Normas de comportamiento en los espectáculos públicos; cines, teatros, conciertos, espectáculos deportivos, corridas de toros, entre otros.
  - Aplicación de la etiqueta social en el vestir. Concepto de elegancia. La formalidad del acto y la vestimenta. Esmoquin, chaqué, frac y Spencer; actos en los que se utilizan.
- Técnicas protocolarias en usos sociales elementales.
  - Normas protocolarias en las visitas. La atención a visitas. El papel del anfitrión o anfitriona y comportamiento de los visitantes. Elección del momento y duración de la visita. Visitas especiales; inesperadas, ancianos o ancianas, enfermos o enfermas, de pésame y otras.
  - Comportamiento social relacionado con los regalos. Tipos de regalos. Criterios de elección, adecuación del regalo a las circunstancias personales, sociales y laborales. Presentación y entrega de regalos. Comportamiento en la recepción de los regalos.
  - El agradecimiento. Objetivo y formas de agradecer en situaciones especiales (invitaciones, favores, pésames, visitas, entre otras).
  - El comportamiento en el entorno laboral. El protocolo social en las relaciones laborales. La jerarquía en el entorno laboral. Relaciones con superiores, iguales y subordinados en el entorno laboral.
  - Técnicas de valoración del proceso de asesoría en comportamiento y usos sociales.

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

- Los saludos. Elementos del saludo; distancia, posición y otros aspectos. Modelos de saludos en distintos ámbitos. Saludos en distintas culturas. Saludos especiales; el saludos a miembros de la Familia Real y autoridades eclesiásticas.

- Las presentaciones. Elementos de presentación. El rango en la presentación. El tuteo.
  - Presentación de familiares.
  - Presentación en sociedad. Formas de presentación en distintas situaciones. Presentación en la vida profesional. La autopresentación.
- Las invitaciones. Principales tipos de invitaciones, por teléfono, impresas y manuscritas. Contestación de una invitación. Recordatorio, pospuesta y cancelación de una invitación.
- La correspondencia. Material soporte en una correspondencia; tipos de papel y sobre, sellos de contestación, entre otros.
  - Normas de cortesía en la correspondencia; el lenguaje en la correspondencia, la ortografía, la letra, abreviaturas utilizadas y la firma.
  - Tipos de correspondencias; cartas, tarjetas, correspondencia comercial, telegramas, fax, télex y documentos oficiales (certificados, instancias, reclamaciones, saludas y oficios entre otros)
  - El protocolo en los documentos escritos en internet. La etiqueta.
- Lenguaje y códigos en usos sociales. El arte de conversar en sociedad. Aspectos sociales que intervienen en la conversación; el inicio de la conversación, el tema, la atención, el tono de voz, los gestos y la pronunciación entre otros. Los tratamientos, el usted, el don o el tuteo.
  - Aspectos negativos que perjudican una conversación; uso de coletillas, interrupciones, temas inadecuados, uso de expresiones vulgares, entre otros.
  - Conversaciones por teléfono.

#### Caracterización de los usos sociales en la mesa:

- Preparación de la mesa.
  - Elementos que la integran. Mantelería, cubremanteles y muletón. La vajilla, tipos, materiales, componentes y accesorios especiales. Cristalería, materiales, diseño y elementos que la forman. Los cubiertos, materiales, diseño, elementos que la forman y cubiertos especiales. Servilletas y otros elementos.
  - La decoración de la mesa. Criterios para selección de elementos decorativos.
  - El orden de los elementos en la mesa. Diferencias con otros países.
- Comensales. Tipos y características. Clasificación y categoría con respecto al acto. Criterios de colocación de comensales en la mesa.
  - Habilidades sociales en la mesa, comportamiento en la mesa. Sentarse en la mesa. Postura en la mesa. Manejo correcto de los cubiertos, cristalería, servilletas y demás accesorios. Modos de comer diferentes alimentos.
    - Tipos y formas de servicio en la mesa. Orden de servicio de la comida.
    - Aspectos negativos de comportamiento a evitar. Comportamiento en otros países.
  - Elección del menú y la hora. Tipos de comidas según la hora y aspectos organizativos; almuerzo, cena, coctel, brunch, lunch, buffet y otras.
    - Selección de vinos. Criterios, el maridaje del vino y comida. El sumiller. Principales vinos españoles. Denominaciones de origen andaluzas.
  - Modelos de comportamiento en establecimientos de restauración. La reserva y elección de mesa, el maître. Comunicación con el servicio de camareros y el chef de cocina.

#### Elaboración de propuestas de asesoramiento en usos sociales y/o organización de actos y reuniones sociales:

- Diseño de propuestas personalizadas; definición y estructura.
- Descripción de las necesidades y demandas. Características personales, sociales y laborales del asesorado.
  - Valoración de las necesidades en usos sociales y características personales del lenguaje corporal, oral y otros. Técnicas de valoración.
  - Determinación de los cambios necesarios en usos sociales.
  - Elaboración y preparación de materiales necesarios para la propuesta de asesoramiento. Medios fotográficos, de vídeo, elaboración de bocetos, programas informáticos, entre otros.
  - Relación de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Profesionales que intervienen en la asesoría.
  - Documentación técnica y económica. Tipos y características.
  - Planificación de acciones. Cronograma de actuaciones. Coordinación entre profesionales.
  - Elaboración de propuestas en distintos soportes.
  - Presentación de una propuesta personalizada.

- Conclusión de la propuesta. Resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.
- Ensayo de las propuestas de organización de actos y entrenamiento en usos sociales.

Establecimiento de pautas de organización de actos y reuniones sociales:

- Pautas de organización de reuniones en el domicilio. Concepto y tipos. Recepción en casa. Normas básicas de recepción. Deberes del anfitrión o anfitriona y de los invitados o invitadas. Normas básicas de despedida. Comportamiento frente a la presencia de autoridades.
- Pautas de organización de celebraciones externas familiares de carácter civil o religioso; bautizo, primera comunión y confirmación, entre otros. Características, normas de conducta, vestuario apropiado y otras consideraciones organizativas.
  - Identificación y reparto de actividades y funciones. Normas de comportamiento de los invitados o invitadas.
  - Necesidades para la organización de aniversarios. Identificación y reparto de actividades y funciones. Caracterización de los distintos tipos de aniversarios y formas de celebración; cumpleaños, santos, día del padre o de la madre, aniversario de bodas y otras efemérides. Deberes del anfitrión y de los invitados o invitadas.
  - Necesidades organizativas en los funerales. Comunicación del evento, la esquela. La ceremonia, la línea de pésame. El funeral en otras culturas y/o religiones. Normas de comportamiento. Vestuario para el luto.
  - Necesidades organizativas en otros actos protocolarios no oficiales; la puesta de largo y otros eventos de carácter social. Normas de comportamiento.

Organización de eventos singulares:

- Pautas de organización de banquetes. Definición y características. Tipos de banquetes protocolarios.
  - Condicionantes en la organización del banquete. Criterios de selección del lugar. Clasificación de los restaurantes.
  - El menú y sus características. Tipos de menú. Características particulares del diseño del menú (infantil y menús especiales).
  - La lista de invitados o invitadas. Control de la confirmación de asistencia.
  - Invitados o invitadas y precedencia. Las mesas; tipos y distribución en el banquete. La presidencia. Colocación de comensales.
  - Elaboración de documentos asociados al banquete; tarjetones, croquis, minutas, meseros, tarjetas individuales y presupuestos, entre otros.
- Pautas de organización de bodas. Tipo de ceremonias. Características. Diferencias regionales, religiosas, étnicas y otras.
  - La petición de mano. Organización del lugar. Simbología. Normas de comportamiento social. Regalos. La despedida de solteros y solteras.
  - La boda, documentos necesarios para formalizarla. La selección de lugar y la decoración. Invitaciones. Aplazamiento o cancelación de una boda.
  - La ceremonia, el cortejo nupcial, salida del templo y otros aspectos. Las velaciones, origen y significado. Criterios para la colocación de los asistentes. Vestimenta apropiada.
  - El festejo, la recepción de los novios y el banquete. Elección del menú. Distribución de la mesa nupcial y de las de los invitados o invitadas. Precedencia de los invitados o invitadas y su ordenamiento. Momentos relevantes del banquete.
  - Servicios asociados al ceremonial. Coche nupcial, fotografía, vídeo, música, el restaurante, recordatorios y gestión de regalos, entre otros. El viaje de novios.
  - Otras modalidades de matrimonio; por poderes, consular, de extranjeros en España, entre otros. Segundas ceremonias. Bodas de plata, oro y diamantes.
- Necesidades organizativas de otros eventos singulares. Fiestas, bailes, exhibiciones de arte, entre otros.

Orientaciones pedagógicas.

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

Las funciones de asesoramiento en usos y habilidades sociales y de organización de eventos singulares según las demandas del cliente incluyen aspectos como:

- La determinación de los usos sociales.
- La caracterización de las habilidades sociales personales con repercusión en la imagen.
- El estudio de los usos sociales según diferentes situaciones.
- La aplicación de las habilidades sociales en situaciones concretas.

- Identificación de las habilidades sociales y su aplicación en el entorno laboral.
- La organización de eventos ligados a los usos sociales como bodas, banquetes y otros.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Organización y realización de procesos de información y asistencia para el asesoramiento en usos sociales.
- Prestación de servicios en la organización de actos y reuniones sociales.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- 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.
- f) Interpretar las normas de protocolo, analizando los distintos actos socio-laborales u oficiales para realizar el asesoramiento en la organización de actos protocolares y eventos.
- g) Determinar los modelos de comportamiento y los usos sociales, caracterizando las normas del protocolo social, para realizar el asesoramiento en la organización de actos protocolares y eventos.
- h) Diseña proyectos de organización de eventos, analizando la estructura de los actos sociales, empresariales y oficiales para realizar el asesoramiento en la organización de actos protocolares y eventos.
- s) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
- x) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- c) Gestionar la documentación, utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.
- d) Identificar las necesidades del cliente, analizando sus características y requerimientos.
- f) Asesorar en la organización de actos protocolares y eventos, elaborando un proyecto y coordinando las actividades.
- 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.
- q) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos y todas», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- s) 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.

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

- Identificación y utilización de las diferentes normativas existentes en protocolo.
- Aplicación de métodos de análisis para determinar las características de los actos públicos.
- Utilización de fichas, cuestionarios y otros soportes para la obtención de información y síntesis de características de los actos protocolarios.
- Organización y planificación de los recursos materiales y personales necesarios para poder realizar un acto protocolario.
- Elaboración de los documentos de soporte vinculados al acto.
- Aplicación de técnicas de organización de eventos.
- Propuesta de pautas para la realización de actos protocolarios.
- Aplicación de los protocolos de calidad en la organización de los actos protocolarios.

Módulo Profesional: Asesoría estética.

Equivalencia en créditos ECTS: 11.

Código: 1187.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

j) Se han relacionado las características del maquillaje con la luz, la edad y la personalidad del cliente.  
k) Se ha relacionado las características del estilo de maquillaje con los actos sociales.  
l) Se han aplicado técnicas de dibujo y herramientas informáticas para el diseño de bocetos de cambios de estilo.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han determinado los criterios para la elección de los cosméticos de maquillaje según el tono y textura.

b) Se han determinado los criterios para la selección de útiles y materiales para la realización del maquillaje.

c) Se han justificado las operaciones previas al automaquillaje.

d) Se han realizado el diseño y corrección de las cejas.

e) Se han relacionado los tipos de cosméticos de maquillaje con el modo de aplicación.

f) e) Se han aplicado cosméticos de maquillaje mediante técnicas de batido, arrastre, difuminado y delineado, entre otros.

g) Se han aplicado las correcciones en el propio rostro.

h) Se han seleccionado las diferentes técnicas para el maquillaje de los ojos.

i) Se ha reconocido la forma de corrección de los labios y mejillas según la morfología del propio rostro.

j) Se han realizado diferentes estilos de maquillaje según edad y circunstancias sociolaborales entre otros factores.

k) Se ha responsabilizado de la aplicación de normas de seguridad e higiene en los procesos de maquillaje.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha establecido la estructura de la propuesta.

b) Se han valorado variables personales y sociolaborales y los resultados del estudio de la imagen personal.

c) Se han seleccionado las técnicas y tratamientos faciales, corporales o asociados a tratamientos de cirugía estética, maquillajes y micropigmentación, para el cambio de imagen.

d) Se han realizado bocetos de estilos de maquillaje.

e) Se han diseñado bocetos de cambios de imagen a través del maquillaje y los cuidados estéticos.

f) Se han especificado los medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el cambio de imagen.

g) Se han reconocido los criterios para seleccionar a los profesionales o las profesionales colaboradores.

h) Se ha programado la secuenciación y temporalización para el cambio de imagen.

i) Se ha generado y justificado la documentación económica.

j) Se ha seleccionado el formato de presentación de la propuesta personalizada.

k) Se ha presentado la propuesta personalizada en asesoría estética.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han especificado las técnicas para la realización de la higiene y preparación de la piel.

b) Se han seleccionado cosméticos de higiene, mantenimiento, protección y tratamientos faciales y corporales de uso doméstico.

c) Se han establecido las actividades para la formación del cliente en cuidados estéticos y maquillaje.

d) Se ha orientado en la selección de cosméticos decorativos.

e) Se han aplicado cosméticos decorativos.

f) Se han manejado los útiles de maquillaje.

g) Se ha reconocido la importancia de los planes de formación del cliente para el mantenimiento de la imagen.

h) Se ha realizado el entrenamiento en automaquillaje.

i) Se han identificado las técnicas de mantenimiento de los tratamientos estéticos y de medicina estética.

Duración: 192 horas.

Contenidos básicos:

Elaboración del protocolo de trabajo del asesor o asesora de estética:

- Protocolos de asesoría de estética. Concepto y generalidades. Fases de actuación del asesor o asesora de imagen en cuidados estéticos y maquillaje. Secuenciación.
  - Fase de documentación. Métodos de búsqueda, obtención y análisis de la información.
    - Criterios de selección, clasificación y registro.
    - Gestión de la documentación empleando las TIC. Actualización de la información.
  - Fase de análisis de las características, las necesidades y demandas de las personas usuarias y de su entorno. Análisis de los aspectos físicos, psicológicos, sociales y laborales del cliente.
  - Fase de asesoramiento en cuidados estéticos y maquillaje. Estudio previo, elaboración del dossier del cliente, presentación de propuestas, realización de procesos de cambio de imagen y asesoría en pautas para el mantenimiento.
  - Derivación a otros profesionales. Criterios de selección y elaboración del dossier de profesionales colaboradores.
    - Especialidades relacionadas con la estética (peluquería, cirugía estética, dermatología, endocrinología, entre otros).
  - Fase de evaluación y control. Supervisión y control de calidad de las realizaciones técnicas. Determinación del grado de satisfacción del cliente.
  - Campo de actuación del asesor o asesora de imagen. La asesoría en procesos y cuidados estéticos. Tipos de asesoría (cambios de imagen, actos y eventos, medios audiovisuales, entre otros).
  - Elaboración de un manual de estilos. Métodos de búsqueda, obtención y actualización de la información.
- Fuentes de información.
- Aplicación de la legislación. Ley de Propiedad Intelectual, derechos de autor. Ley de Protección de Datos.

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

- Técnicas de preparación del profesional y del cliente. La atención al cliente para el diagnóstico, pasos a seguir en la entrevista inicial.
  - Aplicación de protocolos de técnicas de análisis facial y corporal.
    - Fases del proceso. Métodos para el diagnóstico. Observación, exploración manual e instrumental, interrogatorio y otros.
    - Equipos para el análisis estético. Clasificación, descripción, criterios de selección y manejo.
    - Seguridad e higiene en los procesos de análisis. Precauciones, contraindicaciones y normas de mantenimiento de los equipos.
  - Identificación del estado de la piel y anexos.
    - Identificación del tipo de piel. Tipología cutánea; clasificación y características diferenciales.
    - Alteraciones cutáneas con influencia en la imagen personal. Clasificación; alteraciones de la pigmentación, de la vascularización, del vello, relacionadas con el envejecimiento y otras. Denominación, etiología, manifestaciones, localizaciones y tratamiento.
  - Identificación de alteraciones estéticas corporales.
    - Identificación de las tipologías morfológicas corporales femeninas y masculinas. Constitución física (atlética, pícnica, etc.), talla y medidas.
    - Alteraciones corporales con influencia en la imagen personal. Clasificación; alteraciones del peso, morfodistrofias, problemas circulatorios, alteraciones posturales y otras. Denominación, etiología, manifestaciones, localizaciones y tratamiento.
  - Interpretación de resultados. Valoración profesional. Errores en el diagnóstico, causas y consecuencias.
    - Criterios para la derivación a otros profesionales.
  - Documentación técnica. Historial estético. Fichas de diagnóstico facial y corporal. Consentimiento informado.
  - Registro y control de la documentación. Confidencialidad. Criterios de clasificación de la información.
- Gestión de la documentación empleando las TIC. Actualización de la información.
- Determinación de los tratamientos faciales y corporales para el asesoramiento estético:
- Técnicas electroestéticas. Clasificación. Indicaciones y contraindicaciones. Efectos. Criterios de selección.
    - Cosméticos asociados a estos tratamientos.
    - Aplicaciones en tratamientos estéticos faciales y corporales.

- Técnicas manuales. Clasificación, efectos, indicaciones y contraindicaciones. Criterios de selección.
  - Cosméticos asociados a estos tratamientos.
  - Aplicaciones en tratamientos estéticos faciales y corporales.
- Técnicas cosmetológicas. Clasificación, efectos, indicaciones y contraindicaciones. Criterios de selección.
  - Cosméticos de aplicación en los tratamientos faciales y corporales.
- Técnicas hidrotermales.
  - Cosméticos asociados a estos tratamientos.
  - Aplicaciones en tratamientos estéticos faciales y corporales.
- Tratamientos para la eliminación y decoloración del vello. Depilación mecánica, eléctrica y fotodepilación. Tipos y criterios de selección. Indicaciones y contraindicaciones. Cosméticos asociados.
  - Cuidados de manos y pies. Morfología de manos y pies. Manicura, pedicura, uñas artificiales, decoración de uñas y tratamientos. Tipos, clasificación, criterios de selección, indicaciones y contraindicaciones. Cosméticos asociados.
  - Tratamientos estéticos faciales y corporales. Determinación, selección y combinación de las técnicas, los tratamientos y cosméticos idóneos para el cliente. Diseño de protocolos de tratamientos profesionales y para el domicilio (hidratantes, seborreguladores, despigmentantes, antienviejimiento, reductores, reafirmantes entre otros).
  - Criterios de asesoramiento en la derivación a otros profesionales.
  - Medicina y cirugía estética. Tratamientos médico estéticos y de cirugía estética (infiltraciones, mesoterapia, tratamientos con láser, blefaroplastia, abdominoplastia, lifting, liposucción entre otros). Indicaciones y contraindicaciones.

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

- Estudio del rostro. Estudio de las proporciones. El canon de belleza.
    - Geometría del rostro. tipos de óvalos.
    - Estudio de los elementos del rostro. Cejas, ojos, nariz, boca, pómulos, barbilla y frente.
  - Técnicas de visajismo. Correcciones del rostro a través del maquillaje. Técnica del clarooscuro.
- Disposición de líneas.
- Correcciones del óvalo.
  - Correcciones de las facciones.
  - Otras correcciones (de ojeras, bolsas, etc.)
  - Compensación de rasgos. El equilibrio en las correcciones.
- El color en el maquillaje. Teoría básica de la luz y el color aplicada al maquillaje. Variables del color; brillo, saturación, transparencia, temperatura y otras. Las gamas de color, tipos y características.
- Armonía y contraste aplicados a la asesoría de imagen. Esquemas armónicos y de contraste. Colores análogos, complementarios, armonía monocromática, contraste de tono, etc.
  - Influencia de los colores del maquillaje en la imagen personal. Simbología y psicología del color aplicado a la imagen personal.
  - Los colores personales (colores de piel, pelo e iris, tono y subtono, etc.). La paleta del cliente. Métodos de detección y clasificación de la paleta personal. Adecuación del color al cliente.
- Tipos de estilos de maquillaje. Características generales de los diferentes estilos.
- Adaptación del maquillaje a los diferentes tipos de luz.
  - Adaptación del maquillaje a las características del cliente. Edad, personalidad, estilo y otros.
  - Adaptación del maquillaje a la actividad social y laboral del cliente. El maquillaje en los actos sociales.
- Aplicación de técnicas de dibujo. Iniciación a las técnicas de expresión gráfica.
- Bocetos de cambios de estilo de maquillaje. Presentación del boceto para el cliente.
  - Aplicación de herramientas informáticas en el diseño de cambios de imagen.

Aplicación de técnicas de maquillaje:

- Selección de cosméticos decorativos. Definición, clasificación, tipos, forma de aplicación, zonas de aplicación, funciones, tonos y texturas. Mantenimiento, higiene y conservación de los cosméticos.
  - Selección de útiles y materiales. Tipos (pinceles, esponjas, borlas y otros), características y usos.
- Limpieza y mantenimiento de materiales y útiles.
- Técnicas previas a la aplicación de maquillaje.
    - Desmaquillado, preparación y protección de la piel.
    - Técnicas de corrección y diseño personalizado de las cejas.

- Prebases de maquillaje para rostro, ojos, labios, y otras.
- Técnicas y métodos de aplicación de productos cosméticos decorativos.
- Maquillaje de la piel del rostro. El maquillaje de fondo, técnicas de aplicación con brocha, pincel, esponjillas, manual, aerógrafo, etc. Batido, arrastre, difuminado, etc. Técnicas de aplicación de maquillaje correctivo en el rostro. Técnicas de aplicación de correctores e iluminadores. Técnicas de aplicación de polvos matizadores.
- Maquillaje de mejillas. Técnicas de aplicación del rubor y correctores de pómulos. Pincel, esponjilla, manual aerógrafo, etc.
- Maquillaje de ojos. Sombras, lápices, delineadores líquidos y en crema, etc. Técnicas de realización de bananas, cuencas abiertas, cuencas cerradas, ahumados, líneas difuminadas, líneas tipo pin-up, líneas quebradas etc.
- Maquillaje de labios. Perfiladores, labiales, etc. Técnicas de perfilado, delineado y relleno.
- Proceso de realización de los diferentes estilos de maquillaje y su adecuación al modelo, sexo, edad y circunstancias. Fases y secuenciación.
  - Técnica de realización y adaptación al modelo del maquillaje de día, tarde, noche y fiesta entre otros.
  - Técnicas especiales de maquillaje. Aplicación de pestañas postizas, pedrería y otros.
  - Técnica de fijación, retoque y transformación del maquillaje.
- Seguridad e higiene en los procesos de maquillaje.

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

- Estructura específica de la propuesta. Contenido y presentación.
  - Descripción de las demandas y necesidades del cliente en función de sus variables personales y sociolaborales; características estéticas, personalidad, estilo de vida, entorno social y profesional y otros.
  - Descripción de las demandas y necesidades del cliente en función del acontecimiento.
- Documentación técnica anexa a la propuesta; tipos y características. Valoración del estudio de la imagen y diseño de informes para el cliente.
  - Informes de cambio de imagen. Cambios de estilo, características a potenciar y/o modificar.
  - Relación de trabajos técnicos de peluquería y maquillaje recomendados.
  - Relación de tratamientos y cuidados estéticos y cosmetológicos faciales y corporales recomendados.
  - Selección de tratamientos asociados a técnicas de dietética y nutrición, dermatología, medicina y/o cirugía estética recomendados.
  - Selección de tratamientos asociados a micropigmentación recomendados.
  - Informes de derivación a otros profesionales del campo de la imagen personal.
- Documentación gráfica anexa a la propuesta; tipos y características.
  - Elaboración del material audiovisual. Diseños gráficos y fotográficos. Los bocetos sobre estilos de maquillaje. Bocetos de cambio de imagen. Otros bocetos.
  - Medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Criterios de selección de profesionales colaboradores en función de las características del cliente.
- Planificación de acciones. Calendario de actuación. Temporalización. Organización y coordinación del trabajo.
  - Documentación económica. Diseño, presentación y justificación del presupuesto.
  - Presentación de la propuesta personalizada. Selección del formato de presentación y del material visual. Argumentación de la propuesta.
  - Conclusión de la propuesta. Resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso. Cumplimentación de la autorización de puesta en marcha del proceso.

Establecimiento de pautas para el mantenimiento de la nueva imagen:

- Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados estéticos. Higiene y preparación de la piel, tratamiento, mantenimiento y otros cuidados.
    - El set de cuidados cosméticos básico. Componentes, higiene, conservación y actualización.
    - Técnicas de orientación en la selección de cosméticos decorativos; Color, textura y zona de aplicación.
- Pautas de aplicación, manipulación y conservación.
- El set de maquillaje básico. Componentes, higiene, conservación y actualización.

- Otras técnicas de embellecimiento personal. Cuidado de las uñas de manos y pies, decoración y esmaltado, cuidado de las uñas esculpidas. Prótesis de uñas temporales y otros. Cuidados de depilación, mantenimiento de las cejas y de otras zonas corporales. Otros cuidados estéticos.
- El automaquillaje. El aprendizaje del propio rostro, su estudio y valoración. Reconocimiento del propio estilo y la personalidad. Pautas de maquillaje para el maquillaje diario y/o ante diferentes eventos o actos sociales.
- Entrenamiento para el manejo de útiles para el automaquillaje. Aplicación de automaquillaje. Técnicas especiales (aplicación de pestañas postizas y otras).
- Técnicas de finalización del automaquillaje. Técnicas de fijación, retoque y transformación del maquillaje.
- Pautas de cuidados posteriores a los tratamientos estéticos y médicos de cambio de imagen.

Orientaciones pedagógicas.

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

La función de asesoramiento en cuidados estéticos y maquillaje incluye aspectos como:

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

La función de asesoramiento en cuidados estéticos y maquillaje incluye aspectos como:

- La elaboración de documentación técnica.
- La exploración y estudio facial y corporal.
- La diferenciación de las distintas técnicas estéticas para el cuidado facial y corporal.
- El reconocimiento de las aplicaciones de las técnicas electroestéticas.
- La identificación de los tipos de maquillaje.
- La determinación de las técnicas de automaquillaje.
- La organización y actualización de ficheros.
- Las pautas de orientación para la selección y aplicación de cosméticos y cuidados personales.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Protocolos de asesoramiento en cuidados estéticos.
- Protocolos de asesoramiento en maquillaje.
- Procesos de automaquillaje.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- 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.
- j) Diseñar modelos de propuestas y presupuestos, describiendo sus fases para realizar el proyecto.
- k) Determinar los cuidados estéticos, de peluquería y vestuario relacionándolos con las características físicas y con los estilos personales para desarrollar proyectos de cambio de imagen personal.
- l) Realizar procesos de embellecimiento, identificando los requerimientos técnicos para entrenar en técnicas de maquillaje y cuidados estéticos.
- q) 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.
- r) 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.
- s) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
- t) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.

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

v) 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 aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

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.

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.

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.

ñ) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.

o) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías 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.

p) 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.

q) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos y todas», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

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

- La identificación de las necesidades o demandas de la persona usuaria.
- La realización del estudio estético.
- El asesoramiento sobre tratamientos estéticos, faciales y corporales.
- El asesoramiento en maquillaje.
- El asesoramiento en cambios de imagen.
- La selección y aplicación de cosméticos para el automaquillaje.
- La elaboración de propuestas personalizadas de asesoría.
- La determinación de pautas para la selección y aplicación de cosméticos y cuidados personales.

Módulo Profesional: Habilidades comunicativas.

Equivalencia en créditos ECTS: 7.

Código: 1188.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los elementos que intervienen en el proceso de comunicación.
- b) Se han analizado las funciones del proceso de comunicación.
- c) Se han analizado las herramientas propias de la comunicación escrita.
- d) Se han especificado las nuevas técnicas de comunicación escritas.

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido las actividades para mejorar la comunicación interpersonal.
- b) Se han especificado las actividades para mejorar la comunicación social y profesional.
- c) Se han establecido las pautas para realizar diferentes tipos de comparecencias ante público y audiencias.

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

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 128 horas.

Contenidos básicos:

Caracterización de los tipos de comunicación:

- La comunicación. Aspectos generales. Diferencia entre información y comunicación.
  - Elementos de la comunicación. Tipos y características. El emisor, el receptor, los canales de comunicación, el mensaje, fondos y formas.
  - Medios de comunicación de masas. Televisión, radio, internet y otros.
  - Funciones del proceso de comunicación.
- Comunicación verbal. Funciones (emotiva, conativa, denotativa, fática, poética). Tipos, escrita y oral.
  - Comunicación escrita; herramientas de escritura. Estructura y vocabulario. Elaboración y presentación de documentos; cartas de presentación, informes a otros profesionales implicados. Las nuevas técnicas de comunicación escrita; los e-mails, las netiquetas y otros.
  - Comunicación oral; herramientas de la expresión oral. La voz y otros. Factores determinantes, calidad de la voz, timbre entre otros. Elementos mejoradores de la comunicación; empatía, escucha activa, asertividad y otros.
- Comunicación no verbal; la expresión corporal.
  - Objetivos de la comunicación no verbal.
  - Lenguaje corporal. Interpretación correcta del lenguaje corporal.
  - El lenguaje facial. Interpretación gestual, cara, brazos, piernas y otros.
  - El espacio interpersonal. Proxemia. Espacio fijo, espacio semifijo, espacio personal o informal, distancia íntima, distancia personal, distancia social y distancia pública.
- Coherencia entre la comunicación verbal y no verbal.
- La comunicación interpersonal, social y laboral. Características. Tipos. Diferencias.
  - Comunicación interpersonal. Definición. Zonas; abierta, desconocida, oculta y ciega. Principios de la comunicación interpersonal.
  - Comunicación social. Definición. Comunicación social y medios masivos.
  - Comunicación laboral.
- La comunicación pública; características. Qué se comunica, quién, como, y a quién se comunica.
  - Comunicador; características que deben acompañarle, puesta en escena, creación de la mejor imagen, uso de la retórica, comunicación gestual, apoyos y otros.
  - Medios y formas; directa, mediada, pública, vertical y horizontal. Comunicación en internet. La interacción virtual.
  - Tipos de público; profesional, estudiante, experto, novato y otros. Favorable, neutro o pasivo, en contra o desfavorable entre otros.

- El lenguaje en la comunicación pública. Ejemplos de comunicación pública, comparecencias; simposio, congreso, ponencia, mitin, debate. El discurso, la entrevista, el brindis y otros. Adaptación del lenguaje al tipo de público. Actitudes ante la preparación de una comparecencia, preparación de la comparecencia.
- Imagen personal y comunicación. Elementos de la imagen que influyen en la comunicación. Efectos de la apariencia física y de la indumentaria; el cuerpo, movimiento corporal, actitudes posturales, expresiones faciales y conducta visual. Indumentaria apropiada según el acontecimiento.
- Las técnicas de comunicación en la actualidad. Las TIC y sus aportaciones a la sociedad.

Elaboración del plan de actuación del asesor o asesora en técnicas de comunicación:

- Plan general de asesoramiento en técnicas de comunicación, estructura y elementos.
- Fases de actuación del asesor o asesora de habilidades comunicativas. Secuenciación.
  - Fase de documentación. Temporalización. Métodos de búsqueda, obtención y análisis de la información. Criterios de selección. Dossier de colaboradores profesionales, especialidades relacionadas con el asesor; estética, peluquería, publicidad, relaciones públicas y otros. Criterios para la elaboración y actualización de ficheros de especialistas empleando las TIC.
  - Fase de análisis de las características, las necesidades y demandas de la persona usuaria y de su entorno. Análisis de los aspectos físicos, psicológicos, laborales y sociales del usuario. Elementos de la imagen que influyen en la comunicación.
  - Fase de desarrollo, plan de intervención para la mejora de habilidades de comunicación en los distintos ámbitos de actuación, objetivos, medios técnicos, temporalización y planificación de actividades. Actividades para un acontecimiento puntual. Actividades para cambios progresivos.
  - Fase de evaluación y control, pautas para realizar el seguimiento del plan y evitar desviaciones. Autoevaluación control de calidad, medios técnicos necesarios para su detección, determinación del grado de satisfacción del cliente, métodos; cuestionarios y entrevistas entre otros.
- Campo de actuación del asesor o asesora en técnicas de comunicación. Tipos de asesoría; actos públicos, medios audiovisuales y otros.

Aplicación de técnicas de análisis de las habilidades comunicativas:

- Métodos para el análisis de las habilidades comunicativas.
  - Observación directa del cliente.
  - Observación a través de medios audiovisuales.
- Detección de las necesidades y demandas del cliente; entrevista personal. Complimentación de las fichas tipo.
  - Primer contacto; servicios que solicita, servicios que desea, datos personales entre otros.
  - Ejercicio personal por parte del cliente; autoanálisis físico, estilo en vestir, expresión, cambios que quisiera realizar y actividades sociales entre otros.
- Análisis de los elementos que intervienen en la comunicación. Información básica por parte del asesor. Ficha de iconología. Aplicaciones prácticas de la iconología en asesoría de habilidades comunicativas.
  - Líneas, formas, volúmenes, colores, olores.
  - Movimiento, sonido. Elaboración de grabaciones de vídeo y audio.
- Análisis de los elementos que intervienen en los distintos ámbitos de actuación; personal, social, cultural y profesional. Complimentación de la ficha.
  - Conclusiones resultantes del proceso de análisis; carencias en el área de comunicación, técnicas de comunicación que hay que potenciar, modificar o adquirir. Objetivos de dominio del código iconológico; transmisión de cualidades, desarrollo de la elegancia, buena presencia y saber estar.
- Registro y control de la información. Complimentación y custodia de la documentación. Uso de las TIC.
  - Aplicación de la legislación. Ley de protección de datos de carácter personal y normativa sobre el derecho a la imagen.

Presentación de la propuesta técnica de comunicación:

- Propuesta de asesoría en técnicas de comunicación, estructura, información y secuenciación.
  - Estudio del cliente. Complimentación de las fichas.
  - Factores que condicionan o modifican la propuesta. Demandas y necesidades del cliente en función de sus variables personales y sociolaborales.
  - Propuestas personalizadas. Tipos; puntuales y progresivas.
  - Tipos de soportes para la elaboración y preparación de documentos; papel, medios informáticos y medios audiovisuales, entre otros. Ventajas y desventajas de cada uno de ellos.

- Elaboración de la propuesta en diferentes tipos de soportes.
- Técnicas de comunicación de la propuesta o plan de actuación. Comunicación oral y escrita. Ventajas y desventajas de la comunicación oral y escrita.
- Calendario de actuación. Temporalización. Organización y coordinación del trabajo.
- Presentación de la propuesta personalizada. Selección del tipo de soporte de presentación de la propuesta y del material visual.
- Documentación económica. Diseño, presentación y justificación del presupuesto.
- Conclusión de la propuesta. Técnicas para la resolución de dudas. Complimentación de documentación, acuerdos y autorización de puesta en marcha del proceso.

#### Aplicación de técnicas de entrenamiento en comunicación:

- Actividades para desarrollar habilidades comunicativas personales e interpersonales, sociales y profesionales.
  - Análisis de los aspectos referidos a lo personal; autoestima y emociones entre otros. Referidos a lo social e interpersonal; empatía y asertividad entre otros. Referidos a lo profesional; asertividad en el trabajo entre otros.
  - Análisis de los estilos de conducta interpersonal; pasivo, asertivo y agresivo.
  - Importancia de las habilidades comunicativas sociales como competencia personal, social y profesional.
- Comparecencias ante público y audiencias; técnica vocal, la personalidad y el mensaje. Autocontrol. Tipos de comparecencias, oficiales y privadas, entre otras.
  - Características de las comparecencias que condicionan la imagen. Elementos de influencia en la preparación de una comparecencia; auditorio, el entorno y el material de apoyo entre otros.
  - Preparación de una comparecencia. Actitudes; seguridad y tranquilidad entre otros, y estructuración de la disertación; introducción, desarrollo y conclusión.
- Hablar en público.
  - Tipos de intervenciones en público; con esquema, improvisada, memorizada y leída.
  - Objetivos específicos de cada tipo de intervención.
  - Factores que afectan a la credibilidad del orador.
  - Técnicas para mejorar el habla en público.
- Actividades para la modificación de la comunicación escrita, oral y/o gestual.
  - Elaboración de documentos escritos, cartas, tarjetas entre otros.
  - Elaboración de exposiciones orales.
  - Métodos para la modificación de la comunicación oral y gestual (ejercicios de la modulación de la voz, de respiración, vocalización entre otros).
- Actividades para la modificación de los elementos de la imagen que influyen en la comunicación. Elaboración de vídeos, DVD entre otros. Análisis de los resultados.
  - Entrenamiento en herramientas de la comunicación, teléfono, fax, comunicaciones escritas, internet, correo electrónico, utilización de blog y páginas web, otras. Tipos de lenguaje y técnicas que se deben emplear.
  - Técnicas de seguimiento del proceso de asesoría en comunicación. Formación y entrenamiento del cliente. Supervisión y control de calidad del proceso.
    - Evaluación del proceso. Autoevaluación y grado de satisfacción del cliente. Métodos y técnicas de evaluación.

#### Aplicación de técnicas de asesoramiento para la comparecencia en medios de comunicación:

- Los medios de comunicación, tipos y funciones.
  - Medios masivos o mass media; televisión, radio, prensa, publicidad, cine, internet y otros. Funciones; formativa, informativa, publicitaria y lúdica.
  - Medios interpersonales; carta, teléfono, fax, telegrama, redes sociales, entre otros. Funciones; intercambio de mensajes, entre otros.
- La comunicación en los diferentes medios; radio, televisión, cine, publicidad, prensa, videoconferencias e Internet, entre otros. Características y diferencias.
  - La expresión del mensaje en los medios audiovisuales (tono coloquial, vocabulario apropiado, atención del oyente, uso adecuado de la comunicación no verbal, cuidar la imagen externa entre otros).
  - Influencia de la imagen en la comunicación ante los medios (imagen externa). Características del lenguaje oral y gestual. en los diferentes medios de comunicación.
    - Medios auditivos, entonación, ritmo, pausas. Música.

- Medios visuales escritos, imágenes, iconos, elementos kinésicos, entre otros.
- Medios audiovisuales, imágenes, palabras, gestos entre otros.
- Adaptación del mensaje y del lenguaje al tipo de público y al medio de comunicación.
  - Según el tipo de comparecencia; simposio, congreso, clase magistral o mitin entre otros.
  - Según el tipo de público; profesional, estudiante, experto, novato y otros. Favorable, neutro o pasivo, en contra o desfavorable, entre otros.
  - Según el medio de comunicación; audiovisual, visuales escritos o auditivos.

Orientaciones pedagógicas.

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

La función de asesoramiento sobre habilidades de comunicación incluye aspectos como:

- La caracterización de los diferentes tipos de comunicación.
- La aplicación de procedimientos de análisis para detectar las necesidades del cliente en técnicas de comunicación.
- La organización del plan de actuación.
- La presentación de la propuesta de asesoría.
- La aplicación de técnicas de entrenamiento en las diferentes técnicas de comunicación.
- El asesoramiento para comparecer en distintos medios de comunicación.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Organización y realización de procesos de información y asistencia para el asesoramiento en habilidades comunicativas.
- Prestación de servicios de asesoramiento en comparecencias públicas, privadas y en medios de comunicación.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- 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
- q) 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) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
- u) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores o receptoras, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.
- w) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos y todas».

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- 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.
- 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) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías 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) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos y todas», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

s) 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.

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

- La caracterización de los distintos tipos de comunicación.
- La aplicación de procedimientos de análisis.
- La organización del asesoramiento.
- La presentación de la propuesta de asesoramiento.
- La aplicación de técnicas de entrenamiento en comunicación.
- La aplicación de técnicas de asesoramiento para la comparecencia en medios de comunicación.

Módulo Profesional: Imagen corporativa.

Equivalencia en créditos ECTS: 6.

Código: 1189.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado los aspectos de la identidad corporativa que se va a transmitir por los colectivos profesionales.

b) Se han realizado el estudio de imagen, expresión, estilos y habilidades de interrelación del equipo de trabajo.

c) Se han adecuado los elementos, características y símbolos para crear la imagen colectiva.

d) Se ha diseñado la propuesta de asesoría de imagen colectiva.

e) Se ha realizado el asesoramiento en imagen externa, expresión y habilidades de interrelación.

f) Se han determinado los profesionales o las profesionales colaboradores.

g) Se han establecido las pautas para la implementación de la nueva imagen colectiva.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han establecido las fases del proyecto de asesoría de imagen corporativa.

b) Se ha realizado la fase de investigación y validación de la identidad corporativa.

c) Se han especificado las pautas para implementar la imagen corporativa en los distintos ámbitos y campos de aplicación así como en los productos/servicios.

d) Se ha planificado la fase de mantenimiento y control.

e) Se han especificado los indicadores de calidad para el mantenimiento de la imagen corporativa.

f) Se ha elaborado la documentación técnica y económica de la propuesta.

g) Se han seleccionado las herramientas y técnicas para la elaboración del proyecto de asesoría.

h) Se ha elaborado la propuesta en soporte manual e informático.

i) Se han especificado los medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto.

j) Se han reconocido los criterios para seleccionar a los profesionales o las profesionales colaboradores.

k) Se han establecido las acciones y el calendario de actuación para el desarrollo del proyecto.

l) Se ha presentado la propuesta en asesoría de imagen corporativa.

m) Se ha seleccionado el formato de presentación de la propuesta.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han establecido la estructura y objetivos de los manuales de imagen corporativa y libros de estilo de las compañías.

b) Se ha reconocido la función comunicativa de la identidad visual.

c) Se han determinado los elementos gráficos de identidad visual.

d) Se han justificado las normas referidas a la aplicación del diseño y a la identidad gráfica.

e) Se han elaborado los manuales de procedimiento de los distintos ámbitos de la asesoría de imagen corporativa.

f) Se han identificado manuales corporativos de interés para la asesoría de imagen corporativa.

g) Se han reconocido los elementos identificadores de los manuales corporativos de los partidos políticos.

h) Se ha establecido un mecanismo de evaluación de la evolución del manual de imagen.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han establecido las políticas de imagen y comunicación corporativa.

b) Se han identificado los tipos de comunicación empresarial que existen.

c) Se han establecido pautas de relación con los medios y las agencias de comunicación.

d) Se han seleccionado los elementos de promoción corporativa.

e) Se ha valorado la repercusión social de las acciones de patrocinio/mecenazgo.

f) Se ha diseñado un plan de comunicación empresarial.

g) Se han analizado las nuevas formas de comunicación vinculadas a la tecnología.

h) Se ha aplicado el manual de comunicación estratégica.

i) Se ha utilizado la creación de marcas asociadas a valores para recordar los compromisos de la empresa.

Duración: 84 horas.

Contenidos básicos:

Realización del estudio de la identidad corporativa:

– Campo de actuación del asesor o asesora de imagen corporativa.

- Asesoramiento en imagen de los espacios (entorno, arquitectura y hábitat) estudio de la ubicación espacial de la sede social, imagen arquitectónica, paisaje urbano, señalización, imagen del hábitat entre otros.
- Asesoramiento en imagen de las personas. La imagen colectiva.
- Asesoramiento en imagen iconográfica y cultura corporativa. Logotipo, marca, tipografía corporativa de los escritos, entre otros.
- Asesoramiento en imagen de la gestión a través de la jerarquización de los actos (asambleas ordinarias, extraordinarias, reuniones de consejos directivos, reuniones periódicas departamentales, atención de visitas y otras). Espacios, decoración, presentación de documentos entre otros, para cada nivel de acto.
- Personalidad corporativa de la organización. Interactuación de temperamento-carácter de base.
- La cultura corporativa. Concepto. Aspectos a tener en cuenta en la investigación de la cultura corporativa.
  - Transmisión de la cultura corporativa, habilidades sociales, habilidades de interrelación profesional y corporativa.
- La ideología o filosofía corporativa de la organización.
  - Ideología de los fundadores, adscripciones y niveles de compromiso. Valores políticos religiosos, cívicos, medioambientales, sociales, conductuales entre otros.
  - Ideología del equipo directivo.
  - Ideología de los recursos humanos en general, individuales y estudio de tendencias dominantes.
- Interrelación entre la ideología y la cultura corporativa.
- Identidad corporativa e institucional.
  - Importancia y concepto de imagen corporativa. Niveles de imagen (de producto, de la marca, de la empresa, del sector, del punto de venta, entre otros).
  - Identificación de la imagen corporativa.
  - Métodos y técnicas para realizar la concreción de la identidad corporativa. Parrilla técnica. Técnica DAFO. Metodología de investigación mixta (PIT). El argumento corporativo.
- Estudio de imágenes corporativas públicas y privadas de ámbito nacional e internacional.
- Relación entre imagen corporativa y tipos de empresa y/o entidad. Empresas basadas en el producto, dominadas por el entorno, centradas en la comunicación, basadas en el servicio entre otras. Características.
  - La percepción social de los valores e imagen corporativos. Análisis de la percepción.
- Determinación de los elementos que definen la imagen corporativa de las entidades:
  - Identidad visual corporativa. Manual de identidad corporativa. Concepto y funciones de la identidad visual.
    - Los signos visuales que determinan la imagen corporativa; el nombre o razón social, la marca, logotipos, imagotipos o símbolos, rotulación, tipografía, colores corporativos y firma corporativa.
  - Soportes donde se aplican los elementos gráficos corporativos.
    - Papelería corporativa; tarjetas de visitas, carátulas de CD y DVD, entre otros.
    - Aplicaciones digitales, plantillas para contenidos digitales, portal de internet y CD interactivos, entre otros.
    - Aplicaciones editoriales. Folletos corporativos, catálogos entre otros.
  - Entorno. Señalización de dirección y de identificación. Vehículos; corporativos, de transporte de personal, o de producto. Arquitectura interior y exterior; puntos de venta, stands, oficinas y otros.
  - Equipo humano. Indumentaria, uniformes, atención al público y otros.
  - Producto. Envases, embalajes y etiquetas.
- Líneas de diseño elementales para la creación de la identidad gráfica. Descripción y características.
- Los espacios interiores y exteriores; la arquitectura corporativa. Estilos, materiales, decoración y escaparates entre otros.
- Condicionantes y principios perceptivos de la imagen iconográfica; la vinculación sensorial.
  - Condicionantes. Mezcla de anatomía y antropología (uso de la mano derecha), físico, mental, calidad sensorial, orden de percepción, captadores de atención, entre otros
  - Principios perceptivos. Principio diferenciador entre forma y fondo, de discriminación inducida, entre otros.
- El método iconológico aplicado a la asesoría de imagen corporativa.
  - Iconología aplicada a la imagen corporativa.
  - Los códigos y elementos iconológicos. El lenguaje iconológico.
- El simbolismo de los elementos distintivos y su diseño. Diferenciación con la competencia.
- La evolución de los elementos de identificación.

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

Determinación de la imagen de los colectivos profesionales:

- La imagen corporativa a través de los colectivos profesionales. Mensajes, valores y cualidades de la identidad corporativa que se desean transmitir.
- Análisis del equipo de profesionales.
  - Imagen externa, vestuario y complementos, peinado, maquillaje, entre otros.
  - Expresión verbal y no verbal, educación postural y otros.
  - Estilos. Clásico, natural, extremado, sensual, vanguardista entre otros.
  - Habilidades de interrelación personal, social, profesional, corporativas entre otras. Estilos de habilidades de interrelación (estricto, correcto, prudente, educado, entre otros). Transmisión de la cultura corporativa.
- Determinación de los elementos, características y símbolos para crear la imagen colectiva.
- Propuesta de asesoría de imagen colectiva.
  - Asesoramiento en imagen individual; en imagen externa, en expresión oral, gestual, corporal, asesoramiento en habilidades de interrelación personal, social, profesional y corporativa.
  - Asesoramiento a un grupo de personas para transmitir la identidad o valores corporativos de la empresa.
  - Elaboración del manual de procedimiento de imagen colectiva.
  - Profesionales colaboradores, maquilladores, diseñadores gráficos, peluqueros, y otros. Coordinación entre especialistas.
- Implementación de la imagen colectiva. La imagen profesional; imagen externa, uniformes corporativos y nuevas formas de expresión personal.

Elaboración de proyectos de asesoría de imagen corporativa:

- Proyecto de asesoría de imagen corporativa, fases. Secuenciación.
  - Asesoría de imagen corporativa, protocolo de imagen o de estilo. Elaboración del protocolo de imagen o de estilo, introducción, manual de procedimiento y estilo de redacción.
  - Fase de investigación y de análisis. Técnicas de investigación (cuantitativas, cualitativas y mixtas). Auditorias de imagen. Estudio externo. Concreción de la personalidad, la identidad y cultura corporativa.
  - Fase de validación de la identidad corporativa.
  - Fase de implementación de la imagen corporativa en los distintos ámbitos y campos de aplicación. Imagen del paisaje y la arquitectura, imagen del hábitat, iconografía, colectiva y de la gestión.
  - Fase de implementación de la imagen corporativa en el producto o servicio.
  - Fase de mantenimiento y control de la imagen corporativa, establecimiento de los indicadores de calidad. Auditorias internas y externas. Divulgación de los resultados. Reconocimientos. Revisión periódica y/o cíclica de los manuales y del protocolo.
- Documentación técnica anexa a la propuesta.
  - Relación de trabajos técnicos por especialidades.
  - Informes de derivación a otros profesionales.
- Documentación económica, diseño, elaboración y justificación del presupuesto.
- Herramientas y técnicas para la elaboración de los proyectos de imagen corporativa.
- Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.
- Medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Criterios de selección de profesionales colaboradores.
- Planificación de acciones. Calendario de actuación. Temporalización. Organización y coordinación del trabajo.
- Presentación de la propuesta personalizada. Selección del formato de presentación.
- Conclusión de la propuesta, resolución de dudas, acuerdos y cumplimentación de la autorización del proceso.

Elaboración del manual de imagen corporativa:

- El manual de estilo o manual de imagen corporativa.
  - Objetivos, Definición de forma y estilo de los elementos de identificación visual y de los sistemas de soportes gráficos de una institución.
  - Estructura. Sistema de identificación visual. Sistema de soportes gráficos.

- Función comunicativa de la identidad visual, diferenciadora (identidad monolítica, respaldada, de marca), simbólica, designativa, identificativa (en productos y servicios, en soportes gráficos, en el entorno, equipamiento humano entre otros), función asociativa (asociación lógica, arbitraria, analógica) y memorística entre otras.

- Elementos gráficos de identificación visual; razón social, marca, logotipos, imagotipos entre otros.
- Normas referidas a la aplicación del diseño y a la identidad gráfica.
- Manuales de procedimiento, submanual de estrategias comunicativas, submanual de identidad visual, submanual de imagen colectiva entre otros.
- Los libros de estilo o manual de conducta corporativa (recoge los principios de cultura corporativa y las normas de comportamiento corporativo de la empresa).
- Manuales corporativos de interés en asesoría de imagen corporativa.
- Manual corporativo de los partidos políticos. Estructura. Identificadores gráficos, rasgos estables, rasgos alternativos, subprogramas, evolución, conflictos entre otros. Diferencias entre las opciones políticas.
- Otros manuales corporativos (instituciones públicas, principales medios de comunicación entre otros).
- La gestión de la imagen corporativa en la comunicación visual.
- Evaluación de la evolución del manual de imagen. Análisis de la repercusión económica de las acciones en imagen corporativa.

Implementación de estrategias de comunicación:

- Políticas de imagen y comunicación empresarial/institucional. Definición. Tipos de comunicación empresarial, interna y externa.
- Comunicación interna. Liderazgo corporativo. Participación de los empleados y empleadas. Herramientas de comunicación interna. Redacción de documento. Aportación de nuevas tecnologías.
- Comunicación externa. Clasificación, mercado de consumo, de distribución, entre otros. El marketing como herramientas de comunicación. Relaciones públicas. Comunicación de crisis empresarial.
- Las relaciones externas con repercusión en la imagen empresarial/institucional.
- Relaciones con los medios y las agencias de comunicación; selección de la información de la empresa y análisis de la información producida por los medios de comunicación. Intermediación entre la empresa y los medios de comunicación (entrevista, publrreportajes, reportajes, videoconferencias entre otros).
- La promoción institucional y/o corporativa. Definición y elementos, eventos relacionados con lanzamientos de productos, jornada de puertas abiertas, ferias de muestras y exposiciones, congresos, conferencias y presentaciones, encuentros vendedores/proveedores/distribuidores, reuniones de socios entre otros.
- Las acciones de patrocinio/mecenazgo.
- Plan de comunicación empresarial; definición de objetivos, definición de estrategias y mensajes, calendario de actuación, evaluación de costes y seguimiento del plan, reparto de responsabilidades, análisis y aplicación.
- Manual de comunicación estratégica. Elementos y características.
- La tecnología y la comunicación en la imagen corporativa. Características.
- Responsabilidad social corporativa. Características. Creación de marcas asociadas a valores.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para identificar los elementos responsables de la imagen corporativa así como su simbolismo. Todos ellos contribuyen a definir las características en imagen de una entidad así como sus estrategias en comunicación con el público y la promoción de sus productos o servicios.

Las funciones de asesoría en imagen corporativa incluyen aspectos como:

- Análisis de la imagen corporativa, sus elementos identificadores, su significado y su percepción social.
- Identificación de la filosofía corporativa.
- Estudio de imágenes corporativas de gran repercusión social.
- Aplicación de los elementos de imagen corporativa en la arquitectura y los espacios.
- Identificación de los elementos con repercusión en la imagen empresarial y la relación con la libertad de expresión.
- Elaboración del proyecto en asesoría de imagen corporativa y el manual de imagen corporativa.

- Establecimiento de la relación entre las distinciones protocolarias y su simbología.
- Determinación de las estrategias de comunicación y de promoción empresarial.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Asesoramiento a clientes sobre la identidad visual de la imagen corporativa.
- Asesoramiento en la elección de vestuario para los colectivos profesionales.
- Asesoramiento sobre las políticas de comunicación empresarial.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- Identificar los recursos personales, materiales y técnicos, organizando las actividades de asesoría, para dirigir y gestionar los procesos.
- Aplicar técnicas de archivo de documentación utilizada y generada, seleccionando aplicaciones manuales, informáticas y documentales para gestionar la base de información.
- Aplicar técnicas de análisis, estudiando las características y estilos de las personas usuarias para identificar sus necesidades.
- Realizar un manual de identidad corporativa, analizando las características de imagen de empresa para elaborar el proyecto de imagen corporativa.
- Diseñar modelos de propuestas y presupuestos, describiendo sus fases para realizar el proyecto.
- 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.
- 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.
- Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- Dirigir y gestionar las actividades, organizando los recursos materiales, personales y técnicos.
- Gestionar la documentación, utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.
- Identificar las necesidades del cliente, analizando sus características y requerimientos.
- Asesorar a las empresas para la creación de una imagen corporativa, interpretando sus solicitudes.
- Elaborar proyectos de cambio de imagen, controlando la calidad y la documentación relacionada.
- 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.
- 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.

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

- La identificación de los elementos identificativos de la imagen corporativa, mediante el análisis de imágenes corporativas conocida.
- La utilización de fichas, cuestionarios y otros soportes para la obtención de información y síntesis de características de los elementos de la imagen corporativa.
- La elaboración de propuestas para la realización de asesorías de imagen corporativa.
- La organización del material en el manual de imagen corporativa.
- La aplicación de estrategias de comunicación y promoción corporativas.

Módulo Profesional: Dirección y comercialización.

Equivalencia en créditos ECTS: 6.

Código: 1071.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 84 horas.

Contenidos básicos:

Aplicación de técnicas de organización del establecimiento de imagen personal:

- Modelos organizativos de empresas de imagen personal. Las empresas tradicionales de imagen personal. Nuevas tendencias empresariales.
- Instalaciones generales de los establecimientos de imagen personal.
  - Diseño y distribución. Zonas específicas; de recepción, de administración, de venta, de servicio y zonas complementarias, entre otras.
- Recursos técnicos. Organización de equipos, herramientas, cosméticos y útiles.
- Imagen empresarial. Elementos que la conforman; marca, logotipo, música, anagrama e iconos, entre otros.

Aplicación de técnicas de organización y coordinación de los profesionales:

- Organigrama del centro. Estructura jerárquica. Tipos de organigrama según la estructura de la empresa.
  - Cargos, funciones y relación jerárquica.
  - Análisis de las necesidades de personal en función de la estructura organizativa de la empresa.
- Cualificación de los profesionales. Cualificación mínima según su puesto.
  - El plan de formación de la empresa. Concepto, objetivos y fases.
- Planificación de la plantilla. Proceso de reclutamiento y de selección de personal.

- El reclutamiento de personal. Concepto. Canales de reclutamiento; interno y externo. Técnicas de reclutamiento de personal; anuncios, agencias públicas y privadas de colocación, entre otras.
- La selección de personal. Técnicas de selección. Recepción de solicitudes. Pruebas de idoneidad. La entrevista de selección; tipos, proceso y otros aspectos. Verificación de datos. Examen médico.
- El plan de acogida. Concepto. Fases de un plan de acogida; reunión de bienvenida, información sobre la empresa, formación en el/los puesto/s de trabajo, rotación, desempeño de la actividad y evaluación entre otras fases.
  - Diseño del plan de acogida en la empresa.
- Organización y coordinación del horario de trabajo del personal.
  - La planificación de turnos laborales; periodos vacacionales. Previsión de contingencias en la planificación; sustituciones por ausencias, bajas laborales u otros motivos.
  - Gestión de las sustituciones y vacantes. La bolsa de trabajo.
- Organización y coordinación del equipo de trabajo y de los medios materiales; distribución del trabajo a lo largo de la jornada laboral. Instrucciones, selección de medios materiales y otros aspectos.

Diseño de normas de atención y comunicación interpersonales:

- La comunicación. Comunicación externa e interna en la empresa; tipos, características y diferencias.
- Técnicas de comunicación eficaz. La escucha activa y habilidades necesarias para ejercerla; empatía, parafraseo, asertividad y feedback entre otras. Elementos a evitar en la escucha activa.
  - Aspectos que mejoran la comunicación.
  - Claves para una comunicación efectiva en un equipo de trabajo.
- Comunicación externa con clientes y proveedores. Normas de atención al cliente.
  - Protocolos de comunicación externa. Comunicación a clientes, proveedores y prensa, entre otros.
  - Información de productos y servicios.
- Problemas en la comunicación externa. Tipos y técnicas para resolver situaciones de crisis. Importancia de las relaciones públicas en situaciones de crisis.
  - Comunicación interna en la empresa. Comunicación ascendente, descendente y horizontal. La participación de los empleados y empleadas. El plan de comunicación interna.
    - Herramientas y técnicas para transmitir información interna.
    - La motivación en la empresa. Objetivos y técnicas de motivación.
- Resolución de conflictos en la empresa. Causas comunes que generan conflictos. Prevención de conflictos.
  - Técnicas de resolución de conflictos.
- Deontología profesional. Normas deontológicas en imagen personal.
  - El secreto profesional. Referencias en la Ley de Protección de Datos.
- El liderazgo. Concepto e importancia. Características de un líder empresarial.
  - Estilos de liderazgo; autocrático, participativo, democrático y otros.
  - Leyes básicas de la dirección de equipos.
- Otros tipos de comunicación o comunicación mixta; las reuniones de trabajo. Tipos y fases de una reunión.
  - La organización de una reunión; elementos que intervienen. La toma de decisiones.

Diseño de planes de formación e información:

- Plan de formación e información; concepto y finalidad. Identificación de la política de formación.
  - La formación como base para la adaptación a nuevos sectores y expansión de la empresa.
  - Importancia de la formación como reconocimiento del trabajador e inversión empresarial.
- Objetivos del plan de formación de la empresa de imagen personal.
- Fase de análisis; detección de necesidades formativas. Procedimientos de detección de necesidades de formación. Priorización de las necesidades formativas.
  - Diseño de las acciones formativas; estructura, características y planificación.
  - Tipos de acciones formativas. Cursos, ponencias, demostraciones, congresos y jornadas, entre otros.
    - Planificación operativa de la formación. Elaboración de los contenidos, metodología de formación y actividades formativas.
    - Planificación logística de la formación. Temporalización, secuenciación de contenidos, presupuesto, recursos materiales y humanos entre otros necesarios.
- Comunicación y convocatoria del plan de formación; contenidos, propuesta de formación e instrumentos de comunicación.
  - Mecanismos de difusión de la acción formativa.

- Fase de desarrollo y aplicación; características, secuenciación y documentación.
- Fase de seguimiento y evaluación. Instrumentos de evaluación. Memoria final y valoración de resultados.

Realización de operaciones de gestión técnica:

- Documentación. Tipos de documentación técnica y comercial. Formatos empleados en elaboración de documentación.
  - Gestión de la documentación; métodos de clasificación, codificación, renovación y eliminación.
  - Sistemas y métodos de archivo de la documentación. Físicos e informáticos. Metodología y procedimiento de archivo. Organización de los archivos.
  - Aplicaciones informáticas específicas del sector. Tipos, características y utilidades. Bases de datos documentales.
  - Configuración de la aplicación y verificación del funcionamiento; asistencia técnica.
  - Protección de datos; legislación, sistemas de seguridad, protección y confidencialidad de la información.
  - Personas usuarias del programa de gestión; criterios de asignación. Métodos de control de acceso y asignación de privilegios al programa.
  - Creación de la base de datos y tratamiento de la información. Diseño de la base de datos. Introducción de datos; clientes, empleados y empleadas, productos y servicios, entre otros. Elaboración de consultas e informes.
  - Creación de copias de seguridad.

Elaboración del plan de comercialización:

- Definición y conceptos básicos de marketing. Tipos de marketing.
  - Fases del marketing. Marketing estratégico, marketing-mix, ejecución y control.
- El plan de comercialización de la empresa. Concepto, objetivos, funciones y estructura.
  - Estrategias de marketing.
- El cliente. Tipología de los clientes en marketing.
  - Necesidades y expectativas del cliente; la teoría de Abraham Maslow.
  - La fidelización del cliente. Concepto, beneficios y técnicas de fidelización.
- Los productos y servicios en imagen personal. Diseño de ofertas de productos y servicios.
  - Proceso para el desarrollo y lanzamiento de un nuevo producto o servicio.
- Técnicas de venta. Fases del proceso de venta.
  - Tratamiento de las objeciones.
- El asesor o asesora de ventas. Concepto y funciones.
  - Características específicas de un asesor o asesora de ventas de productos y servicios de imagen personal.
- Tratamiento y resolución de quejas y reclamaciones. La gestión de quejas como proceso de fidelización.
  - Plan de gestión de quejas; identificación del problema, aplicación de escucha activa del cliente, propuesta de medidas correctoras, seguimiento del problema, entre otros apartados.
- Las promociones; concepto y clasificación. Objetivos de una promoción.
  - Técnicas promocionales de un producto o servicio; bonos, descuentos y cupones, entre otras.
- Campaña promocional. Concepto y objetivos. Fases de una campaña promocional. Las demostraciones, las ferias y congresos como elementos de promoción y venta.

Organización de técnicas de publicidad y merchandising:

- La publicidad. Concepto. Objetivos. Principios de la publicidad. Elementos que intervienen. El anunciante, las agencias de publicidad, los medios y el público.
  - Efectos del mensaje publicitario; AIDCA (atención, interés, deseo, convicción y acción).
- Elementos que conforman la publicidad como técnica de venta. Estrategias publicitarias de venta.
  - Medios publicitarios. Externos; televisión, radio, cine, prensa, vallas y otras. Internos; expositores, carteles, escaparates y otros.
- Plan de publicidad y merchandising; concepto y objetivos del plan.
  - Etapas del plan de publicidad; investigación y análisis de información, fijación de propósitos, creación del mensaje, planificación de medios, producción, evaluación y otras.
- El merchandising en una empresa de imagen personal. Concepto. Elementos del merchandising.
  - La ambientación general, los puntos de venta, los elementos exteriores del establecimiento y la publicidad en el lugar de venta (PLV).
  - Escaparatismo. Concepto. Materiales. Elementos decorativos. Iluminación. Diseño de escaparates.

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

- La calidad. Indicadores de la calidad.
  - Normas de calidad en el sector de la imagen personal.
- La figura del consultor-evaluador. Funciones.
- Plan de evaluación del proyecto empresarial. Objetivos de la evaluación.
  - Métodos de análisis. Evaluación interna y externa. Evaluación por objetivos.
  - Parámetros evaluables.
- El proceso de evaluación.
  - Evaluación de recursos técnicos, humanos e instalaciones.
  - Evaluación de la gestión técnica y comercial.
  - Evaluación de la imagen corporativa.
  - Evaluación de la comercialización de productos y servicios.
  - Evaluación de la comunicación integral de la empresa.
  - Evaluación de los procesos técnicos y de los protocolos de trabajo.
  - Evaluación del entorno de la empresa.
- Plan de intervención para la corrección de las desviaciones en la prestación de servicios de asesoría de imagen personal. Medidas para la optimización. Diseño de acciones en la resolución de deficiencias en el servicio.
  - Valoración de las expectativas del cliente y grado de satisfacción.
  - Técnicas de valoración del grado de satisfacción del cliente.

Orientaciones pedagógicas.

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

La definición de estas funciones incluye aspectos como:

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

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

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

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- a) Identificar los recursos personales, materiales y técnicos, organizando las actividades de asesoría, para dirigir y gestionar los procesos.
- c) Aplicar técnicas de archivo de documentación utilizada y generada, seleccionando aplicaciones manuales, informáticas y documentales para gestionar la base de información.
- 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.
- q) 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) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
- t) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
- u) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores o receptoras, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

w) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos y todas».

x) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

a) Dirigir y gestionar las actividades, organizando los recursos materiales, personales y técnicos.

c) Gestionar la documentación, utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.

j) Comercializar productos y servicios de imagen personal, utilizando técnicas de marketing.

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.

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.

ñ) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.

o) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías 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) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos y todas», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

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

- Organización de las instalaciones y de los recursos técnicos y profesionales.
- Diseño de protocolos de atención y comunicación con el cliente y el personal de la empresa.
- Elaboración de propuestas de formación e información para los colaboradores de la entidad.
- Utilización de medios informáticos para poder llevar a cabo la gestión del establecimiento.

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

Equivalencia en créditos ECTS: 5.

Código: 1190.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

b) Se han caracterizado las empresas tipo indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.

c) Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.

d) Se han valorado las oportunidades de negocio previsibles en el sector.

e) Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.

f) Se han determinado las características específicas requeridas en el proyecto.

g) Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos, y sus condiciones de aplicación.

h) Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de las nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.

i) Se ha elaborado el guión de trabajo que se va a seguir para la elaboración del proyecto.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han secuenciado las actividades ordenándolas en función de las necesidades de su desarrollo.
- b) Se han determinado los recursos y la logística necesaria para cada actividad.
- c) Se han identificado las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.
- d) Se han determinado los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.
- e) Se han identificado los riesgos inherentes a la ejecución, definiendo el plan de prevención de riesgos

y los medios y equipos necesarios.

- f) Se han planificado la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.
- g) Se ha hecho la valoración económica que da respuesta a las condiciones de su puesta en práctica.
- h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la ejecución.

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 45 horas.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

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

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

La formación del módulo se relaciona con la totalidad de los objetivos generales del ciclo y las competencias profesionales, personales y sociales del título.

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

- La ejecución de trabajos en equipo.

- La responsabilidad y la autoevaluación del trabajo realizado.
- La autonomía y la iniciativa personal.
- El uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.

Módulo profesional: Formación y orientación laboral.

Equivalencia en créditos ECTS: 5.

Código: 1191.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral para el Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

b) Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.

c) Se han identificado los itinerarios formativos-profesionales relacionados con el perfil profesional del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

d) Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.

e) Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.

f) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.

g) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han valorado las ventajas de trabajo en equipo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

b) Se han identificado los equipos de trabajo que pueden constituirse en una situación real de trabajo.

c) Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz frente a los equipos ineficaces.

d) Se ha valorado positivamente la necesaria existencia de diversidad de roles y opiniones asumidos por los miembros de un equipo.

e) Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.

f) Se han identificado los tipos de conflictos y sus fuentes.

g) Se han determinado procedimientos para la resolución del conflicto.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los conceptos básicos del derecho del trabajo.

b) Se han distinguido los principales organismos que intervienen en las relaciones entre empresarios y trabajadores.

c) Se han determinado los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral.

d) Se han clasificado las principales modalidades de contratación, identificando las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.

e) Se han valorado las medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida laboral y familiar.

f) Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.

g) Se ha analizado el recibo de salarios, identificando los principales elementos que lo integran.

h) Se han identificado las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.

i) Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable a un sector profesional relacionado con el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

j) Se han analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.
- b) Se han relacionado las condiciones laborales con la salud del trabajador.
- c) Se han clasificado los factores de riesgo en la actividad y los daños derivados de los mismos.
- d) Se han identificado las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- e) Se ha determinado la evaluación de riesgos en la empresa.
- f) Se han determinado las condiciones de trabajo con significación para la prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- g) Se han clasificado y descrito los tipos de daños profesionales, con especial referencia a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, relacionados con el perfil profesional del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido las técnicas de prevención y de protección que deben aplicarse para evitar los daños en su origen y minimizar sus consecuencias en caso de que sean inevitables.
- b) Se ha analizado el significado y alcance de los distintos tipos de señalización de seguridad.
- c) Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia.
- d) Se han identificado las técnicas de clasificación de heridos en caso de emergencia donde existan víctimas de diversa gravedad.

e) Se han identificado las técnicas básicas de primeros auxilios que han de ser aplicadas en el lugar del accidente ante distintos tipos de daños y la composición y uso del botiquín.

f) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud del trabajador y su importancia como medida de prevención.

Duración: 96 horas.

Contenidos básicos:

Búsqueda activa de empleo:

– Definición y análisis del sector profesional del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

- Análisis de los diferentes puestos de trabajo relacionados con el ámbito profesional del título, competencias profesionales, condiciones laborales y cualidades personales.

- Mercado laboral. Tasas de actividad, ocupación y paro.

- Políticas de empleo.

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

- Definición del objetivo profesional individual.

– Identificación de itinerarios formativos relacionados con el Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

- Formación profesional inicial.

- Formación para el empleo.

– Valoración de la importancia de la formación permanente en la trayectoria laboral y profesional del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

- El proceso de toma de decisiones.

- El proyecto profesional individual.

- Proceso de búsqueda de empleo en el sector público. Fuentes de información y formas de acceso.

– Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector. Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo.

- Métodos para encontrar trabajo.

- Análisis de ofertas de empleo y de documentos relacionados con la búsqueda de empleo.

- Análisis de los procesos de selección.

- Aplicaciones informáticas.

- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.

Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

– Concepto de equipo de trabajo.

- Clasificación de los equipos de trabajo.

- Etapas en la evolución de los equipos de trabajo.

- Tipos de metodologías para trabajar en equipo.

- Aplicación de técnicas para dinamizar equipos de trabajo.

- Técnicas de dirección de equipos.

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

– Equipos en el sector de la asesoría de imagen personal y corporativa según las funciones que desempeñan.

– Equipos eficaces e ineficaces.

- Similitudes y diferencias.

- La motivación y el liderazgo en los equipos eficaces.

– La participación en el equipo de trabajo.

- Diferentes roles dentro del equipo.

- La comunicación dentro del equipo.

- Organización y desarrollo de una reunión.

– Conflicto. Características, fuentes y etapas.

- Métodos para la resolución o supresión del conflicto.

– El proceso de toma de decisiones en grupo.

Contrato de trabajo:

– El derecho del trabajo.

- Relaciones Laborales.

- Fuentes de la relación laboral y principios de aplicación.

- Organismos que intervienen en las relaciones laborales.
- Análisis de la relación laboral individual.
- Derechos y Deberes derivados de la relación laboral.
- Modalidades de contrato de trabajo y medidas del fomento de la contratación.
- Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones. Flexibilidad, beneficios sociales entre otros.
- El Salario. Interpretación de la estructura salarial.
  - Salario Mínimo Interprofesional.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
- Representación de los trabajadores/as.
  - Representación sindical y representación unitaria.
  - Competencias y garantías laborales.
  - Negociación colectiva.
- Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Conflictos laborales.
  - Causas y medidas del conflicto colectivo: la huelga y el cierre patronal.
  - Procedimientos de resolución de conflictos laborales.

#### Seguridad Social, empleo y desempleo:

- Estructura del Sistema de la Seguridad Social.
- Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social. Afiliación, altas, bajas y cotización.
- Estudio de las Prestaciones de la Seguridad Social.
- Situaciones protegibles en la protección por desempleo.

#### Evaluación de riesgos profesionales:

- Valoración de la relación entre trabajo y salud.
- Análisis de factores de riesgo.
- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psico-sociales.
- Riesgos específicos en el sector de la asesoría de imagen personal y corporativa.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.

#### Planificación de la prevención de riesgos en la empresa:

- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- Gestión de la prevención en la empresa.
- Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- Planificación de la prevención en la empresa.
- Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
- Elaboración de un plan de emergencia en una «pyme».

#### Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:

- Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.
- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.
- Primeros auxilios.

#### Orientaciones pedagógicas:

Este módulo contiene la formación necesaria para que el alumnado pueda insertarse laboralmente y desarrollar su carrera profesional en el sector de la asesoría de imagen personal y corporativa.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

q) 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.

r) 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.

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

t) 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) 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.

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

z) Reconocer sus derechos y 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.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

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.

ñ) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.

o) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías 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.

p) 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.

s) 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.

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

- El manejo de las fuentes de información sobre el sistema educativo y laboral, en especial en lo referente a las empresas.
- La realización de pruebas de orientación y dinámicas sobre la propia personalidad y el desarrollo de las habilidades sociales.
- La preparación y realización de modelos de curriculum vitae (CV) y entrevistas de trabajo.
- Identificación de la normativa laboral que afecta a los trabajadores del sector, manejo de los contratos más comúnmente utilizados y lectura comprensiva de los convenios colectivos de aplicación.
- La cumplimentación de recibos de salario de diferentes características y otros documentos relacionados.
- El análisis de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales que le permita evaluar los riesgos derivados de las actividades desarrolladas en su sector productivo y que le permita colaborar en la definición de un plan de prevención para una pequeña empresa, así como en la elaboración de las medidas necesarias para su puesta en funcionamiento.
- La elaboración del Proyecto profesional individual, como recurso metodológico en el aula, utilizando el mismo como hilo conductor para la concreción práctica de los contenidos del módulo.
- La utilización de aplicaciones informáticas y nuevas tecnologías en el aula.

Estas líneas de actuación deben fundamentarse desde el enfoque de «aprender-haciendo», a través del diseño de actividades que proporcionen al alumnado un conocimiento real de las oportunidades de empleo y de las relaciones laborales que se producen en su ámbito profesional.

Módulo Profesional: Empresa e Iniciativa Emprendedora.  
Equivalencia en créditos ECTS: 4.  
Código: 1192.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha identificado el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento en el bienestar de los individuos.

b) Se ha analizado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social.

c) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración como requisitos indispensables para tener éxito en la actividad emprendedora.

d) Se ha analizado la capacidad de iniciativa en el trabajo de una persona empleada en una pyme relacionada con la asesoría de imagen personal.

e) Se ha analizado el desarrollo de la actividad emprendedora de un empresario que se inicie en el sector de la asesoría de imagen personal.

f) Se ha analizado el concepto de riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora.

g) Se ha analizado el concepto de empresario y los requisitos y actitudes necesarios para desarrollar la actividad empresarial.

h) Se ha descrito la estrategia empresarial relacionándola con los objetivos de la empresa.

i) Se ha definido una determinada idea de negocio del ámbito de la asesoría de imagen personal, que servirá de punto de partida para la elaboración de un plan de empresa.

j) Se han analizado otras formas de emprender como asociacionismo, cooperativismo, participación, autoempleo.

k) Se ha elegido la forma de emprender más adecuada a sus intereses y motivaciones para poner en práctica un proyecto de simulación empresarial en el aula y se han definido los objetivos y estrategias a seguir.

l) Se han realizado las valoraciones necesarias para definir el producto y/o servicio que se va a ofrecer dentro del proyecto de simulación empresarial.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han descrito las funciones básicas que se realizan en una empresa y se ha analizado el concepto de sistema aplicado a la empresa.

b) Se han identificado los principales componentes del entorno general que rodea a la empresa; en especial, el entorno económico, social, demográfico y cultural.

c) Se ha analizado la influencia en la actividad empresarial de las relaciones con los clientes, con los proveedores y con la competencia como principales integrantes del entorno específico.

d) Se han identificado los elementos del entorno de una pyme de asesoría de imagen personal.

e) Se han analizado los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa, y su relación con los objetivos empresariales.

f) Se ha analizado el fenómeno de la responsabilidad social de las empresas y su importancia como un elemento de la estrategia empresarial.

g) Se ha elaborado el balance social de una empresa relacionada con la asesoría de imagen personal, y se han descrito los principales costes sociales en que incurren estas empresas, así como los beneficios sociales que producen.

h) Se han identificado, en empresas relacionadas con la asesoría de imagen personal, prácticas que incorporan valores éticos y sociales.

i) Se ha llevado a cabo un estudio de viabilidad económica y financiera de una pyme relacionada con la asesoría de imagen personal.

j) Se ha analizado el entorno, se han incorporado valores éticos y se ha estudiado la viabilidad inicial del proyecto de simulación empresarial de aula.

k) Se ha realizado un estudio de los recursos financieros y económicos necesarios para el desarrollo del proyecto de simulación empresarial de aula.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- b) Se ha especificado el grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa en función de la forma jurídica elegida.
- c) Se ha diferenciado el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- d) Se han analizado los trámites exigidos por la legislación vigente para la constitución de una empresa.
- e) Se ha realizado una búsqueda exhaustiva de las diferentes ayudas para la creación de empresas relacionadas con la asesoría de imagen personal en la localidad de referencia.
- f) Se ha incluido en el plan de empresa todo lo relativo a la elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económico-financiera, trámites administrativos, ayudas y subvenciones.
- g) Se han identificado las vías de asesoramiento y gestión administrativa externos existentes a la hora de poner en marcha una empresa.
- h) Se han realizado los trámites necesarios para la creación y puesta en marcha de una empresa, así como la organización y planificación de funciones y tareas dentro del proyecto de simulación empresarial.
- i) Se ha desarrollado el plan de producción de la empresa u organización simulada y se ha definido la política comercial a desarrollar a lo largo del curso.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han diferenciado las distintas fuentes de financiación de una empresa u organización.
- b) Se han analizado los conceptos básicos de contabilidad, así como las técnicas de registro de la información contable.
- c) Se han descrito las técnicas básicas de análisis de la información contable, en especial en lo referente a la solvencia, liquidez y rentabilidad de la empresa.
- d) Se han definido las obligaciones fiscales de una empresa relacionada con la asesoría de imagen personal.
- e) Se han diferenciado los tipos de impuestos en el calendario fiscal.
- f) Se ha cumplimentado la documentación básica de carácter comercial y contable (facturas, albaranes, notas de pedido, letras de cambio, cheques y otros) para una pyme de asesoría de imagen personal, y se han descrito los circuitos que dicha documentación recorre en la empresa.
- g) Se ha incluido la anterior documentación en el plan de empresa.
- h) Se han desarrollado las actividades de comercialización, gestión y administración dentro del proyecto de simulación empresarial de aula.
- i) Se han valorado los resultados económicos y sociales del proyecto de simulación empresarial.

Duración: 84 horas

Contenidos básicos:

Iniciativa emprendedora:

- Innovación y desarrollo económico. Principales características de la innovación en asesoría de imagen personal (materiales, tecnología y organización de la producción, entre otros).
- Factores claves de los emprendedores. Iniciativa, creatividad y formación.
- La actuación de los emprendedores como empleados y empleadas de una pyme relacionada con la asesoría de imagen personal.
- La actuación de los emprendedores como empresarios de una pyme relacionada con la asesoría de imagen personal.
- El empresario. Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial.
- Plan de empresa. La idea de negocio en el ámbito de la asesoría de imagen personal.
- Objetivos de la empresa u organización.
  - Estrategia empresarial.
- Proyecto de simulación empresarial en el aula.
  - Elección de la forma de emprender y de la idea o actividad a desarrollar a lo largo del curso.
  - Elección del producto y/o servicio para la empresa u organización simulada.
  - Definición de objetivos y estrategia a seguir en la empresa u organización simulada.

La empresa y su entorno:

- Funciones básicas de la empresa.

- La empresa como sistema.
- Análisis del entorno general de una de una pyme relacionada con la asesoría de imagen personal.
- Análisis del entorno específico de una de una pyme relacionada con la asesoría de imagen personal.
- Relaciones de una de una pyme de asesoría de imagen con su entorno.
- Cultura empresarial. Imagen e identidad corporativa.
- Relaciones de una de una pyme de asesoría de imagen con el conjunto de la sociedad.
  - Responsabilidad social corporativa, responsabilidad con el medio ambiente y balance social.
- Estudio inicial de viabilidad económica y financiera de una "pyme" u organización.
- Proyecto de simulación empresarial en el aula.
  - Análisis del entorno de nuestra empresa u organización simulada, estudio de la viabilidad inicial e incorporación de valores éticos.
  - Determinación de los recursos económicos y financieros necesarios para el desarrollo de la actividad en la empresa u organización simulada.

#### Creación y puesta en marcha de una empresa:

- Tipos de empresa y organizaciones.
- La responsabilidad de los propietarios de la empresa.
- Elección de la forma jurídica. Exigencia legal, responsabilidad patrimonial y legal, número de socios, capital, la fiscalidad en las empresas y otros.
- Viabilidad económica y viabilidad financiera de una pyme relacionada con la asesoría de imagen personal.
- Subvenciones y ayudas de las distintas administraciones.
- Trámites administrativos para la constitución de una empresa.
- Plan de empresa: Elección de la forma jurídica. Estudio de viabilidad económica y financiera, trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones.
- Proyecto de simulación empresarial en el aula.
  - Constitución y puesta en marcha de una empresa u organización simulada.
  - Desarrollo del plan de producción de la empresa u organización simulada.
  - Definición de la política comercial de la empresa u organización simulada.
  - Organización, planificación y reparto de funciones y tareas en el ámbito de la empresa u organización simulada.

#### Función administrativa:

- Concepto de contabilidad y nociones básicas.
- Análisis de la información contable.
- Obligaciones fiscales de las empresas.
- Gestión administrativa de una empresa de asesoría de imagen personal.
- Proyecto de simulación empresarial en el aula.
  - Comercialización del producto y/o servicio de la empresa u organización simulada.
  - Gestión financiera y contable de la empresa u organización simulada.
  - Evaluación de resultados de la empresa u organización simulada.

#### Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desarrollar la propia iniciativa en el ámbito empresarial, tanto hacia el autoempleo como hacia la asunción de responsabilidades y funciones en el empleo por cuenta ajena.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- r) 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.
- s) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
- t) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
- u) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores o receptoras, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

w) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos y todas».

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

z) Reconocer sus derechos y 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.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

ñ) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.

o) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías 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.

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.

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

s) 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.

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

- El manejo de las fuentes de información sobre el sector de la asesoría de imagen personal, incluyendo el análisis de los procesos de innovación sectorial en marcha.
- La realización de casos y dinámicas de grupo que permitan comprender y valorar las actitudes de los emprendedores y ajustar la necesidad de los mismos al sector industrial relacionado con los procesos de asesoría de imagen personal.
- La utilización de programas de gestión administrativa para pymes del sector.
- La realización de un proyecto de plan de empresa relacionada con la asesoría de imagen personal actividad que incluya todas las facetas de puesta en marcha de un negocio, así como justificación de su responsabilidad social.

Estas líneas de actuación deben fundamentarse desde el enfoque de «aprender-haciendo», a través del diseño de actividades que proporcionen al alumnado un conocimiento real de las oportunidades de empleo y de las relaciones laborales que se producen en su ámbito profesional.

Así mismo, se recomienda la utilización, como recurso metodológico en el aula, de los materiales educativos de los distintos programas de fomento de la Cultura Emprendedora, elaborados por la Junta de Andalucía y la participación activa en concursos y proyectos de emprendedores con objeto de fomentar la iniciativa emprendedora.

Módulo Profesional: Formación en centros de trabajo.

Equivalencia en créditos ECTS: 22.

Código: 1193.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha identificado la estructura organizativa de la empresa y las funciones de cada área de la misma.

b) Se ha comparado la estructura de la empresa con las organizaciones empresariales tipo existentes en el sector.

c) Se han relacionado las características del servicio y el tipo de clientes con el desarrollo de la actividad empresarial.

d) Se han identificado los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación de servicio.

e) Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de la actividad.

f) Se ha valorado la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en esta actividad.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han reconocido y justificado:

- La disponibilidad personal y temporal necesaria en el puesto de trabajo.
- Las actitudes personales (puntualidad y empatía, entre otras) y profesionales (orden, limpieza y responsabilidad, entre otras) necesarias para el puesto de trabajo.
- Los requerimientos actitudinales ante la prevención de riesgos en la actividad profesional.
- Los requerimientos actitudinales referidos a la calidad en la actividad profesional.
- Las actitudes relacionales con el propio equipo de trabajo y con las jerarquías establecidas en la empresa.
- Las actitudes relacionadas con la documentación de las actividades realizadas en el ámbito laboral.
- Las necesidades formativas para la inserción y reinserción laboral en el ámbito científico y técnico del buen hacer del profesional.

b) Se han identificado las normas de prevención de riesgos laborales y los aspectos fundamentales de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales de aplicación en la actividad profesional.

c) Se han puesto en marcha los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa.

d) Se ha mantenido una actitud de respeto al medio ambiente en las actividades desarrolladas.

e) Se ha mantenido organizado, limpio y libre de obstáculos el puesto de trabajo o el área correspondiente al desarrollo de la actividad.

f) Se ha responsabilizado del trabajo asignado, interpretando y cumpliendo las instrucciones recibidas.

g) Se ha establecido una comunicación eficaz con la persona responsable en cada situación y con los miembros del equipo.

h) Se ha coordinado con el resto del equipo, comunicando las incidencias relevantes que se presenten.

i) Se ha valorado la importancia de su actividad y la necesidad de adaptación a los cambios de tareas.

j) Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y procedimientos en el desarrollo de su trabajo.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han interpretado las instrucciones recibidas del tutor/a en la empresa.

b) Se ha valorado la propia imagen personal como imagen de empresa, cuidando aspectos como la higiene personal, maquillaje, peinados e indumentaria, entre otros.

c) Se han manejado los diferentes tipos de información/documentación utilizada y generada, asociada a la preparación de los procesos laborales.

d) Se han gestionado los ficheros de servicios, empleados y empleadas, clientes, productos y proveedores.

e) Se han organizado los documentos, dossiers y manuales de la empresa de forma manual o informatizada.

f) Se ha colaborado en la elaboración de protocolos técnicos, comerciales, seguridad e higiene y calidad, entre otros.

g) Se ha trabajado en equipo en los planes de la empresa, mostrando iniciativa e interés.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha obtenido información sobre las demandas y requerimientos del cliente.

b) Se han identificado las características y necesidades de la piel y del pelo.

c) Se han identificado las características físicas que se van a corregir o potenciar a través de la asesoría de imagen personal.

d) Se ha realizado el estudio morfológico del rostro.

e) Se ha colaborado en la caracterización del perfil psicosocial y profesional del cliente.

f) Se han detectado las carencias y habilidades del cliente en el área de la comunicación.

g) Se han utilizado métodos de observación y medios audiovisuales para analizar los modelos de comportamiento y/o usos sociales de la persona usuaria.

h) Se han analizado los elementos internos y externos que conforman la imagen corporativa.

i) Se han aplicado normas de atención al cliente a través de una comunicación eficaz.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 365 horas.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contribuye a completar las competencias de este título y los objetivos generales del ciclo, tanto aquellos que se han alcanzado en el centro educativo, como los que son difíciles de conseguir en el mismo.

ANEXO II

Distribución horaria semanal, por cursos académicos, de los módulos profesionales del ciclo formativo correspondiente al Título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

MÓDULOS PROFESIONALES	PRIMER CURSO		SEGUNDO CURSO	
	HORAS TOTALES	HORAS SEMANALES	HORAS TOTALES	HORAS SEMANALES
1181. Asesoría cosmética.	128	4		
1182. Diseño de imagen integral.			126	6
1183. Estilismo en vestuario y complementos.	224	7		
1184. Asesoría de peluquería.	192	6		
1185. Protocolo y organización de eventos.			105	5
1186. Usos sociales.			84	4
1187. Asesoría estética.	192	6		
1188. Habilidades comunicativas.	128	4		
1189. Imagen corporativa.			84	4
1071. Dirección y comercialización.			84	4
1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa.			45	
1191. Formación y orientación laboral.	96	3		
1192. Empresa e iniciativa emprendedora.			84	4
1193. Formación en centros de trabajo.			365	
Horas de libre configuración			63	3
TOTALES	960	30	1040	30

ANEXO III

Orientaciones para elegir un itinerario en la modalidad de oferta parcial para las enseñanzas correspondientes al Título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

MÓDULOS PROFESIONALES CON FORMACIÓN BÁSICA O SOPORTE	RELACIÓN CON
1181. Asesoría cosmética. 1183. Estilismo en vestuario y complementos. 1184. Asesoría de peluquería. 1187. Asesoría estética.	1182. Diseño de imagen integral.
MÓDULOS PROFESIONALES CON FORMACIÓN COMPLEMENTARIA	
1185. Protocolo y organización de eventos. 1186. Usos sociales.	
1187. Asesoría Estética. 1184. Asesoría de peluquería.	
MÓDULOS PROFESIONALES CON FORMACIÓN TRANSVERSAL	
1181. Asesoría cosmética. 1182. Diseño de imagen integral. 1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa. 1191. Formación y orientación laboral. 1192. Empresa e iniciativa emprendedora. 1193. Formación en centros de trabajo.	

## ANEXO IV

## Espacios y equipamientos mínimos

Espacios:

ESPACIO FORMATIVO	SUPERFICIE m <sup>2</sup> 30 ALUMNAS/OS	SUPERFICIE m <sup>2</sup> 20 ALUMNAS/OS
Aula polivalente	60	40
Aula técnica de asesoría de imagen	120	90

Equipamientos:

ESPACIO FORMATIVO	EQUIPAMIENTO
Aula polivalente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipos audiovisuales.</li> <li>- Cañón de proyección.</li> <li>- Pizarra digital.</li> <li>- PCs instalados en red, con impresoras y escáner.</li> <li>- Internet.</li> <li>- Equipamiento aula.</li> <li>- Programas de gestión, de tratamiento de la imagen, de edición de vídeo, de diseño gráfico y digital.</li> <li>- Armario estanterías puertas metálicas.</li> </ul>
Aula técnica de asesoría de imagen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicios auxiliares de agua caliente/fría y energía eléctrica.</li> <li>- Mesa y sillón ergonómico para el profesor.</li> <li>- Pizarra.</li> <li>- Tocadores con balda y espejos con luz alrededor.</li> <li>- Sillones hidráulicos giratorios de maquillaje.</li> <li>- Sillones hidráulicos giratorios de peluquería.</li> <li>- Sillas.</li> <li>- Taburetes.</li> <li>- Carritos o mesas auxiliares con ruedas.</li> <li>- Equipos de útiles, herramientas y materiales de peluquería y maquillaje.</li> <li>- Equipos para el estudio estético facial, corporal y capilar: lupas, luz de wood, microcámara y otros.</li> <li>- Muñecas de pelo natural.</li> <li>- Muestrario de pañoletas o banderolas de colores pantone.</li> <li>- Equipos para la limpieza y desinfección de útiles, materiales y equipos.</li> <li>- Instrumentos para la valoración antropométrica (tallímetro, báscula, medidor del pliegue cutáneo y otros).</li> <li>- Espejos de cuerpo entero con iluminación.</li> <li>- Servicios de vajilla, cubertería, cristalería y mantelería para el asesoramiento en usos sociales en la mesa.</li> <li>- Expositores de vestuario y complementos.</li> <li>- Cámara de fotos réflex digital y vídeo.</li> <li>- Objetivo zoom y gran angular fotografía.</li> <li>- Material de iluminación fotográfica.</li> <li>- Trípode.</li> <li>- Grabadora digital.</li> <li>- Vitrinas y armarios para los equipos y materiales.</li> <li>- Botiquín.</li> <li>- Almacén.</li> <li>- Vestuarios.</li> <li>- Sanitarios.</li> <li>- Lavacabezas y sillones abatibles.</li> <li>- Prendas básicas y complementos.</li> <li>- Armario guardarropa.</li> </ul>

ESPACIO FORMATIVO	EQUIPAMIENTO
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Juego de fondos y para fotografía y soportes específicos.</li> <li>- Revisteros.</li> <li>- Pelucas y soportes.</li> <li>- Secadores de casco.</li> <li>- Vaporal.</li> <li>- Climazon multitratamiento.</li> <li>- Pantonarios.</li> <li>- Capas de gama de color.</li> <li>- Capa y gorro para diagnóstico de color.</li> <li>- Muestrarios de color de cabello.</li> <li>- Carteras de color y accesorios.</li> <li>- Extintor.</li> </ul>

ANEXO V A)

Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del Ciclo Formativo de Grado Superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa

MÓDULO PROFESIONAL	ESPECIALIDAD DEL PROFESORADO	CUERPO
1181. Asesoría cosmética.	• Asesoría y Procesos de Imagen Personal.	• Catedráticos de Enseñanza Secundaria. • Profesores de Enseñanza Secundaria.
1182. Diseño de imagen integral.	• Asesoría y Procesos de Imagen Personal.	• Catedráticos de Enseñanza Secundaria. • Profesores de Enseñanza Secundaria.
1183. Estilismo en vestuario y complementos.	• Asesoría y Procesos de Imagen Personal.	• Catedráticos de Enseñanza Secundaria. • Profesores de Enseñanza Secundaria.
1184. Asesoría de peluquería.	• Peluquería.	• Profesores Técnicos de Formación Profesional.
1185. Protocolo y organización de eventos.	• Asesoría y Procesos de Imagen Personal.	• Catedráticos de Enseñanza Secundaria. • Profesores de Enseñanza Secundaria.
1186. Usos sociales.	• Asesoría y Procesos de Imagen Personal.	• Catedráticos de Enseñanza Secundaria. • Profesores de Enseñanza Secundaria.
1187. Asesoría estética.	• Estética.	• Profesores Técnicos de Formación Profesional.
1188. Habilidades comunicativas.	• Asesoría y Procesos de Imagen Personal.	• Catedráticos de Enseñanza Secundaria. • Profesores de Enseñanza Secundaria.
1189. Imagen corporativa.	• Asesoría y Procesos de Imagen Personal.	• Catedráticos de Enseñanza Secundaria. • Profesores de Enseñanza Secundaria.
1071. Dirección y comercialización.	• Asesoría y Procesos de Imagen Personal.	• Catedráticos de Enseñanza Secundaria. • Profesores de Enseñanza Secundaria.
1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa.	• Estética. • Peluquería.	• Profesores Técnicos de Formación Profesional.
	Asesoría y Procesos de Imagen Personal.	• Catedráticos de Enseñanza Secundaria. • Profesores de Enseñanza Secundaria.
1191. Formación y orientación laboral.	• Formación y Orientación Laboral.	• Catedráticos de Enseñanza Secundaria. • Profesores de Enseñanza Secundaria.
1192. Empresa e iniciativa emprendedora.	• Formación y Orientación Laboral.	• Catedráticos de Enseñanza Secundaria. • Profesores de Enseñanza Secundaria.

## ANEXO V B)

## Titulaciones equivalentes a efectos de docencia

CUERPOS	ESPECIALIDADES	TITULACIONES
<ul style="list-style-type: none"> <li>Catedráticos de Enseñanza Secundaria.</li> <li>Profesores de Enseñanza Secundaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formación y Orientación Laboral.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diplomado en Ciencias Empresariales.</li> <li>Diplomado en Relaciones Laborales.</li> <li>Diplomado en Trabajo Social.</li> <li>Diplomado en Educación Social.</li> <li>Diplomado en Gestión y Administración Pública.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Profesores Técnicos de Formación Profesional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Peluquería.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal u otros títulos equivalentes.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estética.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Técnico Superior en Estética u otros títulos equivalentes.</li> </ul>

## ANEXO V C)

Titulaciones requeridas para la impartición de los módulos profesionales que conforman el título para los centros de titularidad privada o de titularidad pública, de otras Administraciones distintas a la educativa y orientaciones para la Administración Pública.

MÓDULOS PROFESIONALES	TITULACIONES
1181. Asesoría cosmética. 1182. Diseño de imagen integral. 1183. Estilismo en vestuario y complementos. 1185. Protocolo y organización de eventos. 1186. Usos sociales. 1188. Habilidades comunicativas. 1189. Imagen corporativa. 1071. Dirección y comercialización. 1191. Formación y orientación laboral. 1192. Empresa e iniciativa emprendedora.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de Grado correspondiente, u otros títulos equivalentes a efectos de docencia.</li> </ul>
1184. Asesoría de peluquería. 1187. Asesoría estética. 1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o título de Grado correspondiente, u otros títulos equivalentes.</li> <li>Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el título de Grado correspondiente, u otros títulos equivalentes.</li> <li>Técnico Superior en Estética u otros títulos equivalentes.</li> <li>Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal u otros títulos equivalentes.</li> </ul>

## ANEXO VI

Módulos profesionales del Ciclo Formativo de Grado Superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa que pueden ser ofertados en la modalidad a distancia

MÓDULOS PROFESIONALES QUE PUEDEN SER OFERTADOS EN LA MODALIDAD A DISTANCIA
1190. Proyecto de asesoría de imagen y corporativa. 1191. Formación y orientación laboral. 1192. Empresa e iniciativa emprendedora.
MÓDULOS PROFESIONALES QUE PUEDEN SER OFERTADOS EN LA MODALIDAD A DISTANCIA Y REQUIEREN ACTIVIDADES DE CARÁCTER PRESENCIAL
1181. Asesoría cosmética. 1182. Diseño de imagen integral. 1183. Estilismo en vestuario y complementos. 1184. Asesoría de peluquería. 1185. Protocolo y organización de eventos. 1186. Usos sociales. 1187. Asesoría estética. 1188. Habilidades comunicativas. 1189. Imagen corporativa. 1071. Dirección y comercialización. 1193. Formación en centros de trabajo