



ORDEN de 20 de noviembre de 2013, de la Consejera de Educación, Universidad, Cultura y Deporte, por la que se establece el currículo del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa para la Comunidad Autónoma de Aragón.

El Estatuto de Autonomía de Aragón, aprobado mediante la Ley Orgánica 5/2007, de 20 de abril, establece, en su artículo 73, que corresponde a la Comunidad Autónoma la competencia compartida en enseñanza en toda su extensión, niveles y grados, modalidades y especialidades, que, en todo caso, incluye la ordenación del sector de la enseñanza y de la actividad docente y educativa, su programación, inspección y evaluación, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 27 de la Constitución y leyes orgánicas que lo desarrollen.

La Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, tiene por objeto la ordenación de un sistema integral de formación profesional, cualificaciones y acreditación, que responda con eficacia y transparencia a las demandas sociales y económicas a través de las diversas modalidades formativas.

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, establece en su capítulo V la regulación de la formación profesional en el sistema educativo, teniendo por finalidad preparar a los alumnos y las alumnas para la actividad en un campo profesional y facilitar su adaptación a las modificaciones laborales que pueden producirse a lo largo de su vida, así como contribuir a su desarrollo personal y al ejercicio de una ciudadanía democrática.

El Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio ("Boletín Oficial del Estado", número 182, de 30 de julio de 2011), establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo. En su artículo 8 se establece que las Administraciones educativas definirán los currículos correspondientes respetando lo dispuesto en el citado Real Decreto y en las normas que regulen los títulos respectivos y que podrán ampliar los contenidos de los correspondientes títulos de formación profesional. Esta ampliación y contextualización de los contenidos se referirá a las cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título, así como a la formación no asociada a dicho Catálogo, respetando el perfil profesional del mismo.

La Orden de 29 de mayo de 2008, de la Consejera de Educación, Cultura y Deporte establece la estructura básica de los currículos de los ciclos formativos de formación profesional y su aplicación en la Comunidad Autónoma de Aragón.

Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre ("Boletín Oficial del Estado", número 311, de 27 de diciembre de 2011), establece el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa y se fijan sus enseñanzas mínimas.

El Decreto 336/2011, de 6 de octubre del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba la estructura orgánica del Departamento de Educación, Universidad, Cultura y Deporte, atribuye al mismo el ejercicio de las funciones y servicios que corresponden a la Comunidad Autónoma en materia de enseñanza no universitaria y, en particular, en su artículo 1.2.h), la aprobación, en el ámbito de su competencias, del currículo de los distintos niveles, etapas, ciclos, grados y modalidades del sistema educativo.

En su virtud, previo informe del Consejo Escolar de Aragón de fecha 16 de abril de 2012, y del Consejo Aragonés de Formación Profesional de fecha 23 de mayo de 2012, dispongo:

CAPÍTULO I Disposición General

Artículo 1. *Objeto y ámbito de aplicación.*

1. La presente orden tiene por objeto establecer, para la Comunidad Autónoma de Aragón, el currículo del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, determinado por el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

2. Este currículo se aplicará en los centros educativos que desarrollen las enseñanzas del ciclo formativo correspondientes al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa en Aragón.

CAPÍTULO II Identificación del título, perfil profesional, entorno profesional y prospectiva del título en el sector o sectores

Artículo 2. *Identificación del título.*

Denominación: Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

Nivel: Formación Profesional de Grado Superior.

Duración: 2000 horas.



Familia Profesional: Imagen Personal.

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

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

Artículo 3. Perfil profesional del título.

El perfil profesional del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

Artículo 4. Competencia general.

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

Artículo 5. Competencias profesionales, personales y sociales.

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

- a) Dirigir y gestionar las actividades, organizando los recursos materiales, personales y técnicos.
- b) Analizar los cambios en la moda, adaptando las tendencias del mercado a las expectativas y necesidades de los clientes.
- c) Gestionar la documentación, utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.
- d) Identificar las necesidades del cliente, analizando sus características y requerimientos.
- e) Entrenar al cliente en habilidades de comunicación, elaborando un plan para la adquisición de nuevas técnicas comunicativas.
- f) Asesorar en la organización de actos 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.
- i) Asesorar y entrenar al cliente en maquillaje, peluquería y estética, atendiendo a los requerimientos.
- j) Comercializar productos y servicios de imagen personal, utilizando técnicas de marketing.
- k) 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.
- 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», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- 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.

Artículo 6. Relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

1. Cualificaciones profesionales completas:

Asesoría integral de imagen personal IMP395_3 (Real Decreto 327/2008, de 29 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia:

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

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

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

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

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

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

2. Cualificaciones profesionales incompletas:

a) Peluquería técnico-artística IMP249_3 (Real Decreto 790/2007, de 15 de junio):

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

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

b) Tratamientos capilares estéticos IMP397_3 (Real Decreto 327/2008, de 29 de febrero):

UC0352_2: Asesorar y vender productos y servicios para la Imagen Personal.

Artículo 7. Entorno profesional en el que el profesional va a ejercer su actividad.

1. Este profesional ejerce su actividad en empresas del sector servicios que se dedican a la asesoría de imagen personal, corporativa y pública, o se integran en equipos multidisciplinares de cualquier empresa en departamentos de comunicación o marketing. De igual modo, puede ejercer su actividad en establecimientos dedicados a la venta de vestuario, complementos y cosméticos, donde desarrolla tareas en las áreas funcionales de diseño de una nueva imagen personal, pública y corporativa, y en la organización y prestación de servicios. Actúa por cuenta propia, con un alto grado de autonomía, asumiendo labores de gestión y dirección; o por cuenta ajena, integrándose en un equipo de trabajo con personas de su mismo, inferior o superior nivel de cualificación.

2. Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes son los siguientes:

- Director técnico-artístico en producciones audiovisuales, escénicas y de moda.
- Técnico de protocolo y ceremonial en instituciones públicas y privadas.
- Experto en etiqueta y usos sociales.
- Asesor/consultor de estilismo en el vestir.
- Asesor de estilos y tendencias.
- Asistente técnico de imagen política, cultural y artística.
- Asesor en comercios de vestuario y complementos.
- Asesor de imagen en medios audiovisuales y de moda.
- Técnico comercial.
- Asesor/consultor de imagen corporativa.
- Experto en habilidades comunicativas.
- Técnico especialista en gabinetes de relaciones públicas.
- Técnico especialista en imagen en departamento de marketing.
- Director de gabinete de asesoría de imagen.
- Consultor/asesor de protocolo y organización de actos y eventos.
- Asesor en la compra de vestuario, complementos, regalos y cosméticos.



- Asistente personal en el cuidado de la imagen.
- Organizador de bodas o Wedding planner.
- Asesor de prensa especializada en imagen personal.

Artículo 8. *Prospectiva del título en el sector o sectores.*

La Administración educativa aragonesa ha tenido en cuenta, al desarrollar este currículo, las siguientes consideraciones:

- a) El concepto de imagen está evolucionando, no se limita sólo a la belleza (peluquería, maquillaje, cuidados estéticos y otros), sino que se está ampliando al estilo (indumentaria, complementos, usos sociales), y sobre todo a la manera de comunicarse (habilidades comunicativas). El asesor deberá integrar y crear una identidad personal con la imagen.
- b) El perfil profesional de este título marca una evolución hacia las competencias relacionadas con la coordinación, organización y planificación de la imagen de las personas, de los colectivos y de las empresas, siendo no sólo un asesor, sino un «gestor de imagen» que establecerá el proceso para su implementación.
- c) El ámbito laboral se amplía hacia tres campos de trabajo: la asesoría de imagen personal, la asesoría de imagen corporativa y la asesoría de imagen pública.
- d) El incremento de personas que consumen productos y servicios de imagen personal, la amplia oferta de las empresas relacionadas con la indumentaria, cosmética y regalos, entre otros, el carácter efímero y temporal de la moda, unido a los cambios en el proceso tradicional de compra hace que surja la figura del guía en la compra o «personal shopper».
- e) La evolución tecnológica de carácter digital que se ha producido a nivel mundial en los últimos años, principalmente en el ámbito de las telecomunicaciones con el uso de Internet, ha provocado un flujo adicional de información que debe ser aprovechado por las empresas para generar valor añadido en la calidad de los servicios ofrecidos y un medio de comunicación con los clientes. Se demanda un perfil profesional cada vez más cualificado con conocimientos científico- tecnológicos y con capacidad para la organización y planificación de procesos, que asuma funciones de calidad y que sea capaz de mantener un espíritu abierto a la innovación.

CAPÍTULO III

Enseñanzas del ciclo formativo

Artículo 9. *Objetivos generales.*

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

- a) Identificar los recursos personales, materiales y técnicos, organizando las actividades de asesoría, para dirigir y gestionar los procesos.
- b) Caracterizar la indumentaria, los estilos de peinado y maquillaje y la comunicación, entre otros, de los grupos sociales, identificando los elementos que definen la imagen para analizar la evolución de las tendencias.
- c) Aplicar técnicas de archivo de documentación utilizada y generada, seleccionando aplicaciones manuales, informáticas y documentales para gestionar la base de información.
- d) Aplicar técnicas de análisis, estudiando las características y estilos de las personas usuarias para identificar sus necesidades.
- e) Analizar las técnicas de comunicación, seleccionando actividades para diseñar un plan de entrenamiento de habilidades comunicativas.
- f) Interpretar las normas de protocolo, analizando los 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.
- 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, 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».
- 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 10. Módulos profesionales.

Los módulos profesionales y, en su caso, las unidades formativas de menor duración, de este ciclo formativo son los que a continuación se relacionan y quedan desarrollados en el anexo I de la presente orden:

- 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.
- 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.
- A081: Lengua extranjera profesional: inglés1
- A082: Lengua extranjera profesional: inglés2

Artículo 11. *Espacios formativos y equipamientos mínimos.*

1. Los espacios formativos necesarios para el desarrollo de las enseñanzas de este ciclo formativo son los establecidos en el anexo II de la presente orden.

2. Los espacios dispondrán de la superficie necesaria y suficiente para desarrollar las actividades de enseñanza que se deriven de los resultados de aprendizaje de cada uno de los módulos profesionales que se imparten en cada uno de los espacios. Además, deberán cumplir las siguientes condiciones:

- a) La superficie se establecerá en función del número de personas que ocupen el espacio formativo y deberá permitir el desarrollo de las actividades de enseñanza aprendizaje con la ergonomía y la movilidad requeridas dentro del mismo.
- b) Deberán cubrir la necesidad espacial de mobiliario, equipamiento e instrumentos auxiliares de trabajo.
- c) Deberán respetar los espacios o superficies de seguridad que exijan las máquinas y equipos en funcionamiento.
- d) Respetarán la normativa sobre prevención de riesgos laborales, la normativa sobre seguridad y salud en el puesto de trabajo y cuantas otras normas sean de aplicación.

3. Los espacios formativos establecidos podrán ser ocupados por diferentes grupos que cursen el mismo u otros ciclos formativos, o etapas educativas.

4. Los diversos espacios formativos identificados no deben diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

5. Los equipamientos que se incluyen en cada espacio han de ser los necesarios y suficientes para garantizar al alumnado la adquisición de los resultados de aprendizaje y la calidad de la enseñanza. Además, deberán cumplir las siguientes condiciones:

- a) El equipamiento (equipos, máquinas, etc.) dispondrá de la instalación necesaria para su correcto funcionamiento, cumplirá con las normas de seguridad y prevención de riesgos y con cuantas otras sean de aplicación.
- b) La cantidad y características del equipamiento deberán estar en función del número de personas matriculadas y permitir la adquisición de los resultados de aprendizaje, teniendo en cuenta los criterios de evaluación y los contenidos que se incluyen en cada uno de los módulos profesionales que se impartan en los referidos espacios.

6. La relación de equipamientos, y sus características, se determinará mediante resolución de la Dirección General competente en materia de Formación Profesional.

7. Los espacios y equipamientos que deben reunir los centros de formación profesional para permitir el desarrollo de las actividades de enseñanza cumpliendo con la normativa sobre igualdad de oportunidades, diseño para todos y accesibilidad universal, sobre prevención de riesgos laborales, así como con la normativa sobre seguridad y salud en el puesto de trabajo.

Artículo 12. *Profesorado.*

1. La atribución docente de los módulos profesionales que constituyen las enseñanzas de este ciclo formativo corresponde al profesorado del Cuerpo de Catedráticos de Enseñanza Secundaria, del Cuerpo de Profesores de Enseñanza Secundaria y del Cuerpo de Profesores Técnicos de Formación Profesional, según proceda, de las especialidades establecidas en el anexo III A) de esta orden. Excepcionalmente, para determinados módulos se podrá incorporar, como profesores especialistas, atendiendo a su cualificación y a las necesidades del sistema educativo, a profesionales, no necesariamente titulados, que desarrollen su actividad en el ámbito laboral. Dicha incorporación se realizará en régimen laboral o administrativo, de acuerdo con la normativa que resulte de aplicación.

2. Las titulaciones requeridas al profesorado de los cuerpos docentes son, con carácter general, las establecidas en el artículo 13 del Real Decreto 276/2007, de 23 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de ingreso, accesos y adquisiciones de nuevas especialidades en los cuerpos docentes a que se refiere la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, y se regula el régimen transitorio de ingreso a que se refiere la disposición transitoria decimoséptima de la citada ley. Las titulaciones equivalentes, a efectos de docencia, a las



anteriores para las distintas especialidades del profesorado son las recogidas en el anexo III B) de esta orden.

3. Con objeto de garantizar el cumplimiento del artículo 12.3 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, para la impartición de los módulos profesionales que lo conforman, se deberá acreditar que se cumplen todos los requisitos establecidos en el citado artículo, aportando la siguiente documentación:

- a) Fotocopia compulsada del título académico oficial exigido, de conformidad a las titulaciones incluidas en el anexo III C de la presente orden. Cuando la titulación presentada esté vinculada con el módulo profesional que se desea impartir se considerará que engloba en sí misma los objetivos de dicho módulo. 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:
 - 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.
 - Programas de los estudios aportados y cursados por el interesado, 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:
 - Certificación de la empresa u organismo empleador en la que conste específicamente la actividad desarrollada por el interesado. Esta actividad ha de estar relacionada implícitamente con los resultados de aprendizaje del módulo profesional que se pretende impartir.
 - En el caso de trabajadores por cuenta propia, declaración del interesado de las actividades más representativas relacionadas con los resultados de aprendizaje.

4. Las Direcciones Generales competentes en materia de gestión de personal docente y/o en materia de centros docentes privados concretarán la relación de titulaciones vinculadas para impartir los diferentes módulos profesionales de acuerdo a lo establecido en este artículo.

5. No obstante, la relación de especialidades y titulaciones relacionadas en los anexos referidos en este artículo estará sujeta a las modificaciones derivadas de la normativa del Estado.

Artículo 13. *Promoción en el ciclo formativo.*

No se establecen módulos profesionales que es necesario haber superado para cursar otros módulos profesionales del ciclo formativo.

Artículo 14. *Módulo profesional de Formación en Centros de Trabajo.*

1. Este módulo se cursará, con carácter general, una vez alcanzada la evaluación positiva en todos los módulos profesionales realizados en el centro educativo. Excepcionalmente, se podrá realizar previamente en función del tipo de oferta, de las características propias del ciclo formativo y de la disponibilidad de puestos formativos en las empresas.

2. De conformidad con el artículo 9.4 de la Orden de 29 de mayo de 2008, por la que se establece la estructura básica de los currículos de los ciclos formativos de formación profesional y su aplicación en la Comunidad Autónoma de Aragón, y respecto a las excepciones enumeradas en el apartado anterior, para la realización del módulo de formación en centros de trabajo deberán haberse superado, al menos, los módulos profesionales establecidos en el primer curso del ciclo formativo.

CAPÍTULO IV

Accesos y vinculación a otros estudios, y correspondencia de módulos profesionales con las unidades de competencia

Artículo 15. *Acceso a otros estudios.*

1. El título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa permite el acceso directo para cursar cualquier otro ciclo formativo de grado superior, en las condiciones de admisión que se establezcan.



2. El título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa permite el acceso directo a las enseñanzas conducentes a los títulos universitarios de Grado, en las condiciones de admisión que se establezcan.

Artículo 16. Preferencias para el acceso a este ciclo formativo en relación con las modalidades y materias de Bachillerato cursadas.

En la admisión a los ciclos formativos de grado superior, cuando no existan plazas suficientes en el centro solicitado, se tendrá en cuenta la nota media del expediente académico de la titulación que les da acceso o la nota final de las pruebas de acceso. La valoración del expediente académico estará referida a la modalidad de Bachillerato de Ciencias y Tecnología o la modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales.

Artículo 17. Convalidaciones y exenciones.

1. Las convalidaciones entre módulos profesionales de títulos de formación profesional establecidos al amparo de la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo, y los módulos profesionales del título son las que se indican en el anexo IV.

2. Quienes hubieran superado el módulo profesional de Formación y orientación laboral o el módulo profesional de Empresa e iniciativa emprendedora en cualquiera de los ciclos formativos correspondientes a los títulos establecidos al amparo de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, tendrán convalidados dichos módulos en cualquier otro ciclo formativo establecido al amparo de la misma ley.

3. Quienes hayan obtenido la acreditación de todas las unidades de competencia incluidas en el título, mediante el procedimiento establecido en el Real Decreto 1224/2009, de 17 de julio, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral, podrán convalidar el módulo profesional de Formación y orientación laboral siempre que:

- Acrediten, al menos, un año de experiencia laboral.

- Estén en posesión de la acreditación de la formación establecida para el desempeño de las funciones de nivel básico de la actividad preventiva, expedida de acuerdo con lo dispuesto en el Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.

4. De acuerdo con lo establecido en el artículo 39 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, podrá determinarse la exención total o parcial del módulo profesional de Formación en centros de trabajo por su correspondencia con la experiencia laboral, siempre que se acredite una experiencia relacionada con este ciclo formativo en los términos previstos en dicho artículo.

5. Los módulos profesionales A081 y A082. Lengua extranjera profesional: inglés, 1 y 2, propios de la Comunidad Autónoma de Aragón, podrá ser objeto de convalidación con los módulos de igual denominación incluido en el currículo de cualquiera de los títulos de los ciclos formativos de grado superior o de grado medio establecidos al amparo de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. También se convalidarán siempre que se acredite la posesión del certificado de nivel intermedio o avanzado de Escuela Oficial de Idiomas de la misma lengua extranjera.

Artículo 18. Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación, convalidación o exención.

1. La correspondencia de las unidades de competencia con los módulos profesionales que forman las enseñanzas del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa para su convalidación o exención queda determinada en el anexo V A) de esta orden.

2. La correspondencia de los módulos profesionales que forman las enseñanzas del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa con las unidades de competencia para su acreditación, queda determinada en el anexo V B) de esta orden.

Disposición adicional primera. Accesibilidad universal en las enseñanzas de este título.

El currículo del ciclo formativo regulado en esta orden se desarrollará en las programaciones didácticas potenciando o creando la cultura de prevención de riesgos laborales en los espacios donde se impartan los diferentes módulos profesionales, así como promoviendo una cultura de respeto ambiental, la excelencia en el trabajo, el cumplimiento de normas de calidad, la creatividad, la innovación, la igualdad de géneros y el respeto a la igualdad de oportunidades, el diseño para todos y la accesibilidad universal, especialmente en relación con las personas con discapacidad.

Disposición adicional segunda. Oferta a distancia del presente título.

Los módulos profesionales que forman las enseñanzas de este ciclo formativo podrán ofertarse a distancia, siempre que se garantice que el alumnado pueda conseguir los resul-



tados de aprendizaje de los mismos, de acuerdo con lo dispuesto en la presente orden. Para ello, la Administración educativa adoptará las medidas que estimen necesarias, y dictará las instrucciones precisas.

Disposición adicional tercera. *Titulaciones equivalentes y vinculación con capacitaciones profesionales.*

1. El título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal, establecido por el Real Decreto 627/1995, de 21 de abril, tendrá los mismos efectos profesionales y académicos que el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, establecido en el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

2. La formación establecida en Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, en el módulo profesional de Formación y orientación laboral capacita para llevar a cabo responsabilidades profesionales equivalentes a las que precisan las actividades de nivel básico en prevención de riesgos laborales, establecidas en el Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención, siempre que tenga, al menos, 45 horas lectivas.

Disposición adicional cuarta. *Regulación del ejercicio de la profesión.*

De conformidad con lo establecido en el Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, los elementos recogidos en la presente orden no constituyen una regulación del ejercicio de profesión titulada alguna, con respeto al ámbito del ejercicio profesional vinculado por la legislación vigente a las profesiones tituladas.

Disposición transitoria primera. *Proyecto curricular y programaciones didácticas.*

Los centros educativos dispondrán de un período de dos cursos escolares para elaborar el proyecto curricular del ciclo formativo y adecuar las programaciones didácticas a lo dispuesto en esta orden.

Disposición transitoria segunda. *Currículo de los módulos profesionales no superados durante el período de implantación.*

El alumnado que, a la entrada en vigor de esta orden, esté cursando el ciclo formativo de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal conforme al currículo del título establecido en el Real Decreto 627/1995, de 21 de abril, será atendido y evaluado de los módulos profesionales no superados hasta la finalización del número de convocatorias establecidas y, en todo caso, hasta el curso académico 2016/17 inclusive.

Disposición final primera. *Implantación del nuevo currículo.*

Este currículo se aplicará en la Comunidad Autónoma de Aragón a partir del curso escolar 2014/15, en todos los centros docentes autorizados para su impartición y de acuerdo al siguiente calendario:

- a) En el curso 2014/15, se implantará el currículo de los módulos profesionales del primer curso del ciclo formativo, y dejará de impartirse el primer curso de las enseñanzas correspondientes al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal, establecido por el Real Decreto 627/1995, de 21 de abril.
- b) En el curso 2015/16, se implantará el currículo de los módulos profesionales del segundo curso del ciclo formativo, y dejará de impartirse el segundo curso de las enseñanzas correspondientes al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal, establecido por el Real Decreto 627/1995, de 21 de abril.

Disposición final segunda. *Habilitación para la ejecución.*

Se faculta a la Dirección General competente en materia de Formación Profesional a dictar las disposiciones necesarias para la aplicación de la presente orden.

Disposición final tercera. *Entrada en vigor.*

La presente orden entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el "Boletín Oficial de Aragón".

Zaragoza, 20 de noviembre de 2013.

La Consejera de Educación, Universidad,
Cultura y Deporte,
DOLORES SERRAT MORÉ

**ANEXO I
MÓDULOS PROFESIONALES**

**Módulo profesional: Asesoría cosmética.
Código: 1181
Equivalencia en créditos ECTS: 8
Duración: 128 horas**

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha establecido la clasificación de los cosméticos capilares.
- b) Se han especificado los cosméticos de higiene, acondicionamiento, cambios de forma y color del cabello según el tipo y estado del mismo.
- c) Se han relacionado los principios activos de los cosméticos de tratamiento capilar con sus indicaciones.
- d) Se ha valorado la importancia de mantener el cabello en buen estado, empleando la cosmética adecuada.

- e) Se han establecido los tipos de cosméticos capilares masculinos.
 - f) Se han establecido los criterios para la elección de los distintos tipos de cosméticos depilatorios.
 - g) Se ha valorado la importancia del empleo de decolorantes del vello.
 - h) Se han relacionado los tipos de cosméticos de manicura y pedicura con su forma de actuar.
 - i) Se han especificado los nutricosméticos para el cabello y las uñas.
5. Elabora propuestas personalizadas de tratamientos cosméticos, estableciendo pautas de entrenamiento de los nuevos hábitos.

Criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

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

Contenidos:

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

- Protocolo de actuación: fases de la asesoría de cosméticos.
- Fase de documentación. Elaboración de la base de información de líneas de cosméticos y casas comerciales, entre otros. Análisis de las tendencias. Clasificación y archivo de datos.
- Fase de análisis de las características y necesidades de las personas usuarias.
- Fase de asesoramiento en cosméticos y perfumes.
- Fase de evaluación y control del proceso.
- Campo de actuación del asesor de cosméticos y perfumes: concepto, funciones. Conocimientos técnicos y profesionales de los productos.
- Los productos cosméticos: concepto y composición general: principios activos, excipientes y aditivos.
- Parte externa del cosmético: elementos que la conforman.

- Recipientes. Características comerciales y simbología de la forma.
 - Color y diseño. Embalaje o envase exterior. Prospecto y etiqueta: datos que deben figurar.
 - Forma cosmética: concepto. Tipos. Características.
 - Actuación de los cosméticos sobre la piel. Penetrabilidad.
- Realización del estudio estético para la asesoría cosmética:
- La piel eudérmica: aspecto externo y características principales.
 - La tipología cutánea en la asesoría cosmética. Características. Necesidades cosméticas generales.
 - Reacción de la piel ante agentes externos y cosmetológicos.
 - Valoración del tipo de piel: protocolo de reconocimiento. La observación visual y la palpación.
 - Tipos de cabello. Características.
 - Valoración del estado del cabello y cuero cabelludo. La observación visual y la exploración.
 - Valoración de la morfología corporal.
- Determinación de los cosméticos para la piel:
- Clasificación de los cosméticos.
 - Cosméticos de higiene y complementarios. Cosméticos faciales y corporales: tipos, ingredientes activos principales, forma de presentación, indicaciones. Criterios de selección.
 - Cosméticos de mantenimiento, protección y tratamiento de la piel. Cosméticos faciales y corporales: clasificación, características, sustancias activas, indicaciones y criterios de selección.
 - Cosméticos de maquillaje: concepto, clasificación, ingredientes activos, indicaciones. Presentación de los diferentes tipos de cosméticos decorativos.
 - Cosmética específica para medicina estética: tipos, funciones, composición, formas de presentación. Precauciones. Criterios de elección
 - Productos para el envejecimiento: materiales de relleno, botox y otros.
 - Exfoliantes de uso médico y otros. Características, modo de empleo y precauciones.
 - Productos para mesoterapia: efectos en función del principio activo que incorpore.
 - Nutricosmética para la piel: concepto, objetivos, clasificación e indicaciones, principales ingredientes y modo de empleo.
 - Cosmética masculina: clasificación, características, ingredientes e indicaciones.
- Determinación de los cosméticos para los anexos córneos:
- Cosméticos capilares: clasificación.
 - Cosméticos para la higiene y el acondicionamiento capilar: concepto, forma de actuar, ingredientes activos principales, indicaciones. Criterios de elección.
 - Cosméticos para cambios de forma y de color del cabello: clasificación, forma de actuar, principales ingredientes, indicaciones y precauciones. Criterios de elección.
 - Cosméticos para alteraciones del cabello y cuero cabelludo: clasificación, principales activos, forma de actuar, indicaciones. Criterios de elección. Asesoramiento al usuario sobre el empleo domiciliario.
 - Cosméticos para el mantenimiento y la protección del cabello y cuero cabelludo: hidratantes, protectores solares y otros. Indicaciones, forma de actuar y formas cosméticas.
 - Cosméticos capilares masculinos: clasificación, indicaciones, ingredientes y formas cosméticas.
 - Cosméticos para la eliminación del vello: clasificación. Depilatorios químicos y depilatorios por tracción: forma de actuar, indicaciones y precauciones, criterios de elección. Cosméticos pre y post depilación.
 - Ventajas e inconvenientes de los diferentes cosméticos depilatorios.
 - Cosméticos decolorantes del vello: composición, mecanismo de acción, formas cosméticas, indicaciones y precauciones, criterios de elección.
 - Productos para manicura y pedicura: clasificación, función, principales ingredientes y formas cosméticas. Criterios de elección.
 - Nutricosmética para el cabello y las uñas: indicaciones, ingredientes activos.
- Elaboración de propuestas personalizadas de tratamientos cosméticos:
- Estudio del cliente. Detección de necesidades cosméticas.
 - Elaboración del protocolo de tratamiento personalizado: preparación e higiene, núcleo del tratamiento, finalización del tratamiento.
 - Técnicas de aplicación de cosméticos de preparación e higiene de la piel. Secuenciación. Consejos de higiene.

- Técnicas de aplicación de cosméticos de mantenimiento y protección.
 - Técnicas de aplicación de cosméticos de tratamiento, faciales y corporales. Secuenciación.
 - Técnicas de aplicación de productos capilares: champú, acondicionador, cosméticos para alteraciones y otros.
 - Técnicas de aplicación de cosméticos para manos y pies.
 - Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados cosméticos. Pautas de manipulación y conservación de los cosméticos.
 - Presentación de la propuesta. Dossier de asesoría cosmética: estudios y análisis realizados, selección de cosméticos que se pueden emplear, pautas de aplicación, frecuencia, distribución, horario, plan de mantenimiento.
- Determinación de las pautas de asesoramiento en la elección de perfumes:
- Perfumes: concepto y composición general (activos y excipientes).
 - Estructura de un perfume. Pirámide olfativa.
 - Tipos de perfumes: perfumería alcohólica.
 - Relación del tipo de perfume con las características y necesidades del cliente (personales, profesionales y sociales).
 - Factores que influyen en la elección de un perfume. Criterios para realizar la elección.
 - Zonas de aplicación del perfume.
 - Cómo y cuándo hay que perfumarse. Tipo de perfume en función de la hora del día.
 - Criterios para realizar la compra del perfume.
- Establecimiento de pautas para el asesoramiento en la compra de cosméticos:
- Clasificación de establecimientos donde se venden cosméticos: características, tipos de cosméticos de venta, criterios de elección.
 - Salones de estética, de peluquería, centros de tratamientos capilares.
 - Clínicas de medicina estética, balnearios, tiendas especializadas.
 - Grandes superficies, farmacias y parafarmacias, distribuidores y otros.
 - Líneas de cosméticos faciales, capilares y corporales de venta al público y/o profesional.
 - Relación calidad precio en la compra de cosméticos. Las marcas y su posicionamiento en el mercado.
 - Claves para la asesoría de compra de cosméticos faciales, capilares, corporales y decorativos.
 - La asesoría de compra de cosmética masculina.
 - La comunicación aplicada a la asesoría para la compra de cosméticos.
 - El cosmético como artículo de regalo. Presentación externa. Elaboración de lotes y paquetes de regalos. Productos asociados a la venta de cosméticos.

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 d), n), o), p) y q) del ciclo formativo, y las competencias d), j), l) y m) del título.

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 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.

Código: 1182

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Duración: 160 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la historia de la iconología.
- b) Se han establecido los valores asociados a la iconología.
- c) Se ha relacionado el uso de los elementos iconológicos con su aplicación en la asesoría de imagen.
- d) Se han identificado los códigos, signos y símbolos iconológicos.
- e) Se han establecido las características de la percepción.
- f) Se han establecido relaciones entre las percepciones y las sensaciones asociadas.
- g) Se ha relacionado los elementos iconológicos con los sentidos.
- h) Se han establecido los niveles de percepción y sus condicionantes.
- i) Se ha justificado la importancia de la objetividad en el análisis iconológico.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

Contenidos:

Caracterización de la iconología:

- La iconología. Características. Historia de la iconología.
- Los iconos: definición, tipos y características.
- Los valores morales y estéticos asociados a la iconología. Los conceptos filosóficos y su simbología.

Aplicaciones de la iconología en diferentes sectores: arte, arquitectura, diseño, interiorismo decoración interna y externa, escaparatismo y montajes audiovisuales, entre otros).

- Códigos, signos y símbolos. Definición, características y tipos. Soportes.
- La percepción iconológica. Fisiología y psicología de la percepción. Tipos de percepción: Visual, olfativa y táctil, entre otros.
- Los sentidos y la iconología.
 - La vista: características de la visión. La luz y sus características.
 - Sonido: concepto, percepción y tipos de sonido.
 - El tacto: concepto y características.
 - El olfato: sensaciones olfativas, funcionamiento y características.
 - El gusto: percepción del sabor, tipos de sabores.

- La objetividad y la relatividad. Diferenciación entre percepción y emociones.
- Elementos que conforman la imagen. Las líneas. Los colores: la percepción del color y sus sensaciones. Aplicación del color en la asesoría. Teoría del color. Las formas. Los volúmenes.

Expresividad corporal y elementos sensoriales.

- Uso del lenguaje iconológico:
 - El lenguaje social y el lenguaje del asesor.
 - Adaptación del lenguaje social al lenguaje iconológico.
 - El lenguaje iconológico: definición, características e importancia. Ámbitos de aplicación.
- 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. Fichero de especialistas colaboradores.
- Métodos de obtención de la información: estrategias de búsqueda y selección.
- Técnicas de clasificación en los diferentes ámbitos: belleza y cuidados estéticos, peluquería, protocolo oficial, de empresa y social, habilidades comunicativas, imagen corporativa y otros.
- Actualización de la información: control, seguimiento y conservación.
- Cuestionarios de asesoría: concepto, características, finalidad y objetivos, entre otros. Tipos de cuestionarios: básicos y específicos:
 - Cuestionarios básicos: información general, necesidades/motivaciones del usuario.
 - Cuestionarios específicos: belleza, hábitos de salud, cosmetológicos, antropomórficos, color, expresión, visajismo, comunicación, hábitos sociales, maquillaje, vestuario, fondo de armario y otros.
- Elaboración y diseño de cuestionarios de asesoría: criterios y características. La adaptación de los cuestionarios.
- Elementos de revisión y mejora de los cuestionarios. Control de calidad aplicado a los cuestionarios.
- Otros documentos de asesoría: concepto y características. Documentos internos. Tipos de documentos y modelos: contratación del servicio, declaración de confidencialidad, elaboración de presupuestos, contratos de colaboradores. Documentos de proyección externa: dossier de presentación, díptico/tríptico, dossier de empresa, tarjetas de visita y otros.

Diseño de documentos gráficos para la asesoría de imagen:

- Técnicas de expresión gráfica, fotográfica, audiovisual e informática.
- La elaboración de bocetos: técnicas, elementos y útiles de dibujo.
- La fotografía analógica y digital. Concepto y principios. Funcionamiento básico. El uso de la cámara. Técnicas básicas utilizadas en fotografía. La iluminación. La composición.
- El retoque fotográfico y sus elementos.
- Las aplicaciones informáticas como medio de tratamiento de la imagen personal. Iniciación al tratamiento de fotografías digitalmente. Programas informáticos relacionados.
- Los medios audiovisuales. Tipos. Características. La post-producción.

Realización del estudio integral de la imagen:

- Técnicas de análisis y evaluación de las características físicas del cliente.
- Identificación del estilo, criterios estéticos y necesidades y demandas del cliente: estilo del maquillaje, color, cantidad y longitud del cabello, estilo del peinado, hábitos de vida y cuidados estéticos, ámbito laboral, social y cultural para valorar sus necesidades.
- Métodos para detectar los criterios estéticos, las necesidades y demandas. La entrevista. La autovaloración del cliente. La observación: secuenciación y aplicación de pautas de observación.

- Determinación del tipo de asesoramiento que se va a realizar: asesoría de imagen parcial, asesoría de imagen integral, asesoría de imagen profesional, asesoría de imagen corporativa y otras.
- Aplicación de la documentación para el análisis 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.
- 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, fases y tipos de proyectos. Características.
 - Diseño de propuestas personalizadas de cambios de imagen. Estructura específica de la propuesta.
 - Descripción de las necesidades y demandas.
 - Conclusión del análisis integral de la imagen: características que se deben potenciar y/o modificar.
 - Caracterización del nuevo estilo.
 - Relación de los trabajos técnicos necesarios para el cambio de imagen (tratamientos corporales y faciales, peinados y maquillaje) .Selección de técnicas. Cambios en la indumentaria, complementos y accesorios. Relación de procedimientos para el cambio de hábitos, mejora de las habilidades sociales y de la expresión y comunicación.
 - Documentación técnica y económica anexa a la propuesta: tipos y características. El presupuesto.
 - 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.
 - 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. Causas de las deficiencias en los servicios de asesoría.
 - Técnicas para detectar objeciones a las propuestas de asesoría.
 - Técnicas de argumentación ante objeciones a las propuestas.
 - Técnicas para corregir las desviaciones producidas.

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 b), c), d), j), q) y r) del ciclo formativo, y las competencias b), c), d), h), m) y n) del título.

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.

Código: 1183

Equivalencia en créditos ECTS: 13

Duración: 192 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido los métodos y equipos para el estudio del cliente.
- b) Se ha organizado el lugar de trabajo para la realización del análisis.
- c) Se han determinado las características corporales con influencia en la indumentaria.
- d) Se ha realizado la toma de medidas corporales que determinan la figura.
- e) Se ha identificado la tipología corporal.
- f) Se ha relacionado el uso del color con su simbolismo social y cultural.
- g) Se ha realizado el test del color para la selección de la gama cromática del vestuario.

- h) Se ha identificado el estilo de vestuario de las personas usuarias y su gradación.
- i) Se ha establecido un método de identificación de las necesidades sociolaborales.
- j) Se ha relacionado el tipo y estilo de los complementos con la imagen externa.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las características corporales que se deben corregir o potenciar a través de la indumentaria.
- b) Se ha analizado la repercusión de las líneas, volúmenes, colores y otros, en la nueva imagen.
- c) Se han caracterizado las prendas y sus elementos.
- d) Se han identificado los materiales y tejidos.
- e) Se han seleccionado las prendas en función de las necesidades.
- f) Se ha valorado el uso de tejidos y materiales ecológicos y éticos.
- g) Se ha identificado la información y simbolismo utilizados en las etiquetas.
- h) Se han propuesto consejos para la conservación y mantenimiento de las prendas.
- i) Se han diferenciado los elementos de vestuario social, profesional y de etiqueta.
- j) Se han establecido pautas para lograr la armonía en el vestuario.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

Contenidos:

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

- La asesoría en estilismo. Campo de actuación. Definición y competencias. Figuras profesionales relacionadas.
- Concepto de estilismo y moda
- La elegancia y el estilo. Iconos de la elegancia y estilo
- Las tendencias y la moda.
 - Clasificación general de estilos/estilismos

- El vestuario como código de comunicación no verbal, el lenguaje de la moda.
- El prêt-à-porter y la alta costura, la gran difusión, la sastrería/modistería. El ciclo de la moda.
- Desfiles: terminología asociada y características. Principales pasarelas. Calendario
- Establecimientos. Puntos de venta. Criterios de selección
- Publicaciones de moda
- Estilismo creativo y estilismo dirigido.
- El protocolo de actuación en estilismo. Elaboración del protocolo: partes, tipos, contenidos y documentos de apoyo.
- La bases de información del estilismo en el vestir. Elaboración de muestrarios de referencia.

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

- La función del vestuario. La función protectora, mejora de la apariencia, comunicativa y otras
- El vestido en la prehistoria.
- El vestuario en el mundo antiguo: desde Egipto a Bizancio. Características principales y su repercusión. El peinado, maquillaje y belleza.
- La edad media y el renacimiento. La influencia de las cortes. El vestido y sus variaciones. El peinado, tocado, maquillaje y belleza.
- El Barroco y la corte francesa. El Rococó. El peinado, tocado, maquillaje y belleza.
- La Revolución Francesa. El Romanticismo. El Dandismo. El peinado, tocado, maquillaje y belleza.
- El Modernismo. La Revolución Industrial y su repercusión en el vestuario. El nacimiento de la alta costura. Primeros diseñadores. El peinado, tocado, maquillaje y belleza.
- Los felices años 20. La androginia. Diseñadores. El peinado, tocado, maquillaje y belleza.
- Los años 30. La moda y el cine. Diseñadores. El peinado, tocado, maquillaje y belleza.
- La moda y el Surrealismo. Diseñadores. El peinado, tocado, maquillaje y belleza.
- El new look y el teatro de la moda. Los nuevos diseñadores y su influencia. El peinado, tocado, maquillaje y belleza.
- Los pantalones vaqueros y el estilo de vida americana. La juventud y sus revoluciones. Diseñadores y su influencia. El peinado, tocado, maquillaje y belleza.
- El cine y la televisión. Diseñadores y su influencia. El peinado, tocado, maquillaje y belleza.
- La moda americana y la nueva silueta. El fin de la alta costura. Diseñadores y su influencia. El peinado, tocado, maquillaje y belleza.
- La moda y la edad. Las modas sociales actuales. Diseñadores y su influencia. El peinado, tocado, maquillaje y belleza.
- Jóvenes diseñadores nacionales e internacionales.

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

- El estudio del cliente. Métodos y equipos para el estudio y análisis del cliente: Entrevistas, cuestionarios, toma de medidas, fotografías.
- Aplicación de los métodos de observación.
- Los patrones habituales.
- Detección de necesidades: Socio-laborales, artísticas y otras
- Identificación del ámbito de aplicación y las cualidades de la imagen a proyectar.
- Técnicas de preparación del cliente.
- La antropometría de la figura humana masculina y femenina. Proporciones reales e ideales. Estudio de las proporciones
- Características corporales con influencia en la indumentaria y los complementos.
- Las tallas. Determinación de las medidas corporales.
- La representación gráfica de la figura humana. Determinación de la tipología corporal. Registro de datos.
- Test de color. Tipos de métodos. Técnicas para la elección de colores personales.
- Elementos que definen el estilo en el vestir: color, líneas formas y volúmenes.
- Determinación del estilo del cliente. Estilos personales: Clásico, romántico, sofisticado.
- Análisis de los complementos y de la indumentaria.

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

- Las correcciones corporales mediante el vestuario. Los inestetismos. Las asimetrías.
- La indumentaria masculina y femenina.
- Tipos de prendas. Criterios de selección.
- Elementos y características de las prendas y su repercusión en la imagen: los escotes, los cuellos, las mangas y otros. Elementos que determinan la calidad de una prenda

- Materiales y tejidos utilizados en estilismo. Fibras textiles. Criterios para su utilización
 - El etiquetado de las prendas. Normativa. Simbología. Consejos de lavado, planchado y conservación.
 - El vestuario profesional.
 - El vestuario de etiqueta. Características de los tejidos y materiales. Complementos permitidos. Otros elementos de uso protocolario y sus características. La etiqueta masculina y femenina.
 - El vestuario en celebraciones sociales.
 - La ropa interior. Concepto, tipos y características.
 - El vestuario y su armonía. Formas de lucir las distintas prendas de vestir. Combinación de colores, tejidos y estampados.
 - Los complementos: Concepto, tipos, criterios de utilización e influencia en la creación de estilos.
- 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.
 - Documentación base: el dossier de asesoría en estilismo. Organización y estructura.
 - Documentación técnica anexa: tipos y características. Diseños gráficos y audiovisuales.
- Aplicación de herramientas manuales, gráficas e informáticas.
- Documentación económica.
 - Planificación de acciones: el plan de trabajo.
 - Adecuación de la propuesta/personalización de la demanda.
 - Presentación de la propuesta: aplicación de técnicas de comunicación para la presentación de la propuesta.

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

- Los puntos de venta de vestuario y complementos.
- Criterios de selección de vestuario, tejidos y complementos: identificación de la demanda.
- Criterios de selección de tiendas especializadas, diseñadores y firmas de ropa.
- El fondo de armario.
- El equipaje básico en distintas actividades.
- Selección y combinación de colores en prendas, accesorios y complementos.
- Pautas para la elección y combinación de prendas y complementos.
- Pautas para el lucimiento de las prendas
- Pruebas de vestuario.
- Técnicas de seguimiento y mantenimiento del proceso de asesoría en el vestir.

Orientaciones pedagógicas.

Éste 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 regalos.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales b), c), d), k), ñ), o), q) y s) del ciclo formativo, y las competencias b), c), d), h), k), l), m) y n) del título.

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

Duración: 147 horas.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

Contenidos:

Elaboración del protocolo de trabajo del asesor de peluquería:

- Protocolos de trabajo del asesor de peluquería: contenidos y documentos de apoyo.
- Fase de documentación. Elaboración de la base de información de patrones estéticos de peinados: Datos de estilos capilares. Elaboración de un muestrario de estilos. Fuentes documentales: webs de Internet, revistas de moda, de peinados, de maquillajes, magazines, actualidad, especializadas y técnico-científicas. Libros, cine y televisión. Clasificación y archivos de datos.
- Fase de análisis de las características y necesidades de la persona usuaria y su entorno. Protocolo de estudio estético. Protocolo para el estudio de las cualidades de la imagen.

Procedimiento de identificación de demandas del usuario. Identificación de los requerimientos sociales y laborales.

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

Realización del estudio estético para la asesoría de peluquería:

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

Determinación de los cuidados y tratamientos capilares para el asesoramiento:

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

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

- Cualidades de la imagen que se va a potenciar, neutralizar y modificar a través de la asesoría de peluquería y barbería. Cuestionario valorativo de las preferencias del cliente.
- Concreción del nuevo estilo y creación de la nueva imagen. Estilos a través de los peinados y técnicas de peluquería y barbería.
- Determinación de los elementos del peinado que forman la nueva imagen. Determinación del estilo en el pelo facial. Los complementos de peluquería en la creación de estilos. Procesos técnicos de peluquería para el cambio de longitud. Corte. Estilos de corte. Pautas.
- Procesos técnicos de peluquería para el cambio de longitud, forma y color. Cambio de forma temporal: Permanente y moldeado Coloración, decoloración y mechas. Pautas de realización
- El peinado y la técnica de secado. Parámetros que influyen directamente en el volumen del cabello: el diámetro, densidad, curvatura, coeficiente de fricción, porosidad y la humedad

interna de la fibra Recogidos. altos, bajos y otros Posticería capilar. Extensiones. Técnicas de barbería: afeitado, recortado, rasurado y otras

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.
- Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características.
- Elaboración de diseños gráficos y fotográficos. Bocetos sobre estilos de peinados, barba y bigote.
- Medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Criterios de selección de profesionales colaboradores.
- Planificación de acciones. Calendario de actuación. Temporalización. Coordinación de trabajos. Documentación económica: elaboración del presupuesto.
- Presentación de la propuesta personalizada. Selección del formato de presentación. Selección del material visual: fotos, esquemas, bocetos y programas informáticos. Argumentación de la propuesta personalizada. Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso. Complimentación de la autorización de puesta en marcha del proceso.
- Propuestas para producciones audiovisuales de asesoramiento de imagen a través de la peluquería. Requerimientos escénicos. Técnicas para el análisis de un proyecto artístico. Identificación del contexto histórico. Técnicas para el estudio de los personajes. Análisis de las características del intérprete o modelo. Estudio del guión. Cambios a lo largo del rodaje y adaptación del personaje en su evolución.
- Propuestas para producciones de fotografía y moda. Estudio del desfile, modelos, temporada, público, duración, presupuesto y demandas del diseñador.

Establecimiento de pautas para el mantenimiento de la nueva imagen:

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

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 d), j), k), m), q), r), s), u) y v) del ciclo formativo, y las competencias d), h), i), m), n), o) y p) del título.

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.

Código: 1185

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Duración: 147 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

1. Caracteriza el protocolo oficial identificando la normativa asociada.

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las fases del proyecto organizativo del acto protocolario.
- b) Se ha elaborado el programa y cronograma para el desarrollo del acto protocolario.
- c) Se han establecido los recursos humanos, materiales y espacios físicos necesarios.
- d) Se han establecido los profesionales colaboradores, el personal soporte y los proveedores.
- e) Se han especificado los criterios para la elaboración de listados de asistentes.
- f) Se han diseñado los comunicados y las invitaciones.
- g) Se ha seleccionado la línea de imagen del evento para la decoración del acto.
- h) Se han aplicado criterios de precedencia para la ordenación de personalidades y para la distribución de los asistentes.
- i) Se ha valorado la importancia de la inauguración, clausura y la comunicación en los actos protocolarios.

- j) Se han tenido en cuenta los requerimientos informáticos, telefónicos y los servicios de traducción simultánea, entre otros, para los discursos de los invitados.
 - k) Se ha organizado el evento, cumpliendo las normas de calidad y atendiendo a las normas de protocolo.
4. Elabora la propuesta de organización de actos protocolarios, adaptándolos al acontecimiento.
- Criterios de evaluación:
- a) Se ha diseñado la propuesta de organización del acto protocolario.
 - b) Se ha establecido la estructura de la propuesta.
 - c) Se ha elaborado el dossier del acto.
 - d) Se han seleccionado los profesionales colaboradores y proveedores.
 - e) Se han especificado los medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto.
 - f) Se ha definido y/o cumplimentado la documentación necesaria según el acto para su correcto desarrollo.
 - g) Se ha programado la secuenciación y temporalización para la organización del evento.
 - h) Se ha calculado el presupuesto económico del acto que se va a organizar.
 - i) Se han elaborado las propuestas en soporte manual e informático.
 - j) Se han analizado los aspectos de seguridad adecuados y la correcta coordinación con los servicios de seguridad de las instituciones implicadas en un acto protocolario.
5. Caracteriza el protocolo internacional estableciendo pautas de actuación.
- Criterios de evaluación:
- a) Se ha identificado la importancia del protocolo internacional en el mundo actual.
 - b) Se han establecido las características de los grupos mundiales dominantes.
 - c) Se han caracterizado los hábitos, costumbres y cultura social de cada grupo mundial.
 - d) Se han relacionado las variaciones protocolarias con los países y los grupos sociales y religiosos.
 - e) Se ha reconocido la influencia de determinados países en materia de normas protocolarias.
 - f) Se ha reconocido la influencia religiosa en el protocolo.
 - g) Se han identificado los modelos de funcionamiento de las culturas orientales en relación al protocolo.
 - h) Se ha valorado la influencia del protocolo en las relaciones internacionales.
 - i) Se han establecido las pautas de actuación en protocolo internacional.
6. Establece el protocolo empresarial aplicando criterios de imagen corporativa.
- Criterios de evaluación:
- a) Se han identificado los departamentos de la empresa con repercusión en el protocolo.
 - b) Se han especificado las precedencias y presidencias empresariales.
 - c) Se han establecido las actuaciones empresariales en las que interviene el protocolo.
 - d) Se ha determinado el funcionamiento general de los actos empresariales de carácter público y privado.
 - e) Se ha justificado la importancia de la difusión mediática de los actos empresariales.
 - f) Se han relacionado los actos sociales empresariales con su repercusión en la imagen de la empresa.
 - g) Se han realizado acciones de difusión promocional en los medios de comunicación.

Contenidos:

Caracterización del protocolo oficial:

- La asesoría en protocolo. Campo de actuación. Concepto de protocolo.
- El protocolo oficial español: la casa real, el poder ejecutivo, legislativo y judicial y las fuerzas armadas. La normativa protocolaria.
- Protocolo en las Comunidades Autónomas. Protocolo en las Administraciones Locales.
- Legislación vigente aplicada al protocolo:
 - Ordenamiento general de precedencias del Estado.
 - Reglamento de honores militares.
 - Reales ordenanzas del Ejército de Tierra, de la Armada y del Ejército del Aire.
 - Normativa sobre la concesión de honores.
 - Normativa sobre tratamientos honoríficos.

- Normativa de las Comunidades Autónomas y administraciones locales
 - Bases de información en protocolo. Fuentes y departamentos de consulta de normativa y/o legislación protocolaria.
 - Instituciones públicas y privadas: concepto, organigrama, organización y características. Las instituciones nacionales, autonómicas y locales.
 - Distinciones protocolarias y su simbología.
 - Simbología heráldica y la vexilología.
 - Los tratamientos honoríficos y su aplicación.
 - Las distinciones nobiliarias..
 - Metodología en la asesoría en protocolo.
- Caracterización de los actos protocolarios oficiales y no oficiales:
- Los actos públicos. Características y tipos de actos públicos oficiales y no oficiales.
 - Los actos privados y/o no oficiales. Características y tipos de actos no protocolarios.
 - El protocolo religioso y sus actos. Características de los actos religiosos.
 - El protocolo universitario y sus actos. Características, precedencia y organigrama. Tipos de actos universitarios.
 - 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 contenido del acto.
- Ámbito de aplicación del protocolo en los actos oficiales y no oficiales
 - La presidencia en los actos. Cesión de presidencia.
 - La precedencia oficial y no oficial.
 - Los símbolos
- Establecimiento de las fases en la organización de los actos protocolarios:
- El proyecto organizativo y sus fases.
 - Fase previa: objetivos 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.
 - Encargo del material e infraestructura.
 - Logística y seguridad.
 - Permisos y autorizaciones.
 - Convocatoria.
 - Fase de desarrollo del evento: logística de la actividad. La inauguración. La clausura del acto.
 - Llegada de invitados.
 - Recibimientos.
 - Colocación de invitados
 - Colocación de presidencia
 - Apertura del acto.
 - Intervenciones.
 - Celebración
 - Despedida
 - Traslados
 - La comunicación en los actos protocolarios. Las relaciones con los medios de comunicación. Las ruedas de prensa. Convocatoria y objetivos. El comunicado de prensa.
 - Fase de evaluación del acto y/o evento. Seguimiento de la difusión del acto. Acciones posteriores al evento.
 - Aplicación del control de calidad del acto. Detección del problemas. Registro de incidencias. Medidas de corrección de las 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.
 - Descripción de las características y requerimientos del acto protocolar.
 - Relación de la logística y actividades necesarias para el acto protocolario. La seguridad en el acto.
 - 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.
- Los actos protocolarios y los comunicados de prensa.
- Documentación técnica anexa a la propuesta.
- 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.
- La UE: concepto, historia, características. Simbología asociada. Organigrama
- Costumbres, hábitos y cultura social de los principales países constituyentes de la UE.
- Costumbres, hábitos y cultura social de los países del este.
- Canadá. Divisiones idiomáticas y culturales.
- Costumbres, hábitos y cultura social de EE.UU.
- América latina. Hábitos, costumbres y cultura social.
- El mundo árabe. La religión, hábitos, costumbres y cultura social.
- El África subsahariana. Países constituyentes. Costumbres y cultura social común.
- Las culturas orientales. Hábitos, costumbres y cultura social de cada zona.
- 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.
- Los actos empresariales públicos y privados.
- Las precedencias empresariales.
- Presidencia de los actos. Tipos de presidencias. Cesión de presidencias en los actos empresariales
- 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. Regalos y atenciones de empresas.
- Las comidas de negocios.
- Actos de carácter empresarial privado. Las reuniones.
- La organización de actos de promoción empresarial externos e internos. Recepciones. Visitas a obras. Placas conmemorativas. Visitas instituciones, etc.

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 a), c), d), f), g), h), j), q), s), t), u), w) y x) del ciclo formativo, y las competencias a), c), d), f), h), m), n), ñ), o) y q) del título.

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.

Código: 1186

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Duración: 63 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han representado distintos tipos de saludos, según los requerimientos sociales.
- b) Se han diseñado distintos tipos de invitaciones.
- c) Se han caracterizado distintos tipos de presentaciones, según los requerimientos sociales establecidos.
- d) Se han especificado las normas de cortesía en la correspondencia.
- e) Se han establecido pautas para la utilización del lenguaje oral en sociedad.
- f) Se ha asesorado sobre aspectos para mantener o iniciar conversaciones en sociedad.

- g) Se han establecido pautas para utilizar normas sociales en la comunicación telefónica o de redes y medios sociales.
- h) Se han identificado aspectos negativos que pueden perjudicar la comunicación en su uso social.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

7. Organiza eventos singulares, adaptándose a las demandas del cliente y justificado 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.

Contenidos:

Identificación del campo de actuación del asesor en usos sociales:

- El protocolo social. Los usos sociales: definición, características y conceptos asociados. Historia del protocolo social
- Usos del protocolo social. Necesidad de códigos de comunicación y conducta:

Relatividad u obligatoriedad de los usos sociales.

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

Acciones del protocolo social.

- Estudio de las características personales asociadas al protocolo social.
- Aplicación de la inteligencia emocional en el comportamiento social e Imagen personal.
- Importancia e interpretación de los gestos como medio de comunicación en usos sociales.
- Estudio del ámbito de aplicación de los usos sociales: comportamiento personal, vida en sociedad y otros.
- Repercusión de la multiculturalidad en los usos sociales. Características y factores diferenciales. Implicaciones en el comportamiento social.
- La figura del asesor en usos sociales: campo de actuación.
- Técnicas para detectar las características, necesidades y demandas del cliente en usos sociales.
- Registro y control de la información.

Determinación de usos y normas protocolarias en las relaciones sociales:

- Las relaciones sociales.
- Etiqueta social, personal, laboral y otros. Normas de comportamiento en sociedad. Normas de comportamiento en la vía pública. Normas de comportamiento en la empresa. Aplicación de la etiqueta social en el vestir.
- Técnicas protocolarias en usos sociales elementales. Normas protocolarias en las visitas. La atención a visitas. Comportamiento social relacionado con los regalos. Tipos de regalos. Criterios de elección: adecuación del regalo a las circunstancias personales, sociales y laborales. Presentación y entrega de regalos. Comportamiento en la recepción de los regalos. El comportamiento en el entorno laboral. El protocolo social en las relaciones laborales.

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

- Los saludos. Modelos de saludos en distintos ámbitos. El saludo en otros países.
- Las invitaciones. Principales tipos de invitaciones.
- Las presentaciones. Elementos de presentación. Presentación de familiares. Presentación en sociedad. Presentación en la vida profesional. La auto-presentación. La despedida
- La correspondencia. Normas de cortesía en la correspondencia: el lenguaje en la correspondencia. El protocolo en los documentos escritos en Internet. La netiqueta. Las nuevas tecnologías.
- Tipos de correspondencia: cartas personales, correspondencia comercial, cartas postales, felicitaciones escritas, otros documentos: informes y memorándum.
- Lenguaje y códigos en usos sociales. El arte de conversar en sociedad. La escucha activa.

Caracterización de los usos sociales en la mesa:

- Habilidades sociales en la mesa: comportamiento en la mesa. Saber comer
- Preparación de la mesa. La decoración de la mesa. Elementos que la integran. El orden de los elementos en la mesa. Comensales. Tipos y características. Clasificación y categoría con respecto al acto. Criterios de colocación de comensales en la mesa.
- Elección del menú y la hora. Selección de vinos.
- Modelos de comportamiento en establecimientos de restauración.
- Otras formas de invitar: aperitivos, cócteles, etc.

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.

- Valoración de las necesidades en usos sociales y características personales del lenguaje corporal, oral y otros.
 - Determinación de los cambios necesarios en usos sociales.
 - Elaboración y preparación de materiales.
 - Relación de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto.
 - Documentación técnica y económica: tipos y características.
 - Planificación de acciones.
 - Elaboración de propuestas en distintos soportes.
 - Presentación de una propuesta personalizada.
 - Argumentación de la propuesta personalizada
 - Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.
- Establecimiento de pautas de organización de actos y reuniones sociales:
- Pautas de organización de reuniones en el domicilio: concepto y tipos. Recepción en casa. Normas básicas de recepción. Deberes del anfitrión y de los invitados.
 - Pautas de organización de celebraciones familiares de carácter civil o religioso. Identificación y reparto de actividades y funciones. Normas de comportamiento de los invitados.
 - Necesidades para la organización de aniversarios. Identificación y reparto de actividades y funciones. Deberes del anfitrión y de los invitados.
 - Necesidades organizativas en los funerales. Normas de comportamiento.
 - Necesidades organizativas en otros actos protocolarios no oficiales. Normas de comportamiento. Presentación en sociedad o puesta de largo. Los conciertos, aniversarios, etc.
- Organización de eventos singulares:
- Pautas de organización de banquetes. Definición y características. Tipos de banquetes protocolarios. Invitados y precedencia. Colocación de comensales. Elaboración de documentos asociados al banquete. El menú y sus características.
 - Pautas de organización de bodas. Tipo de ceremonias. Características. Diferencias regionales, religiosas, étnicas y otras. Modalidades de matrimonios. La petición de mano. Despedidas de solteros. Lugares para la celebración Organización del lugar. Decoración. Invitaciones. La ceremonia. El cortejo nupcial. La celebración del festejo. Criterios para la colocación de los asistentes. Distribución de la mesa nupcial y de las de los invitados. Segundas ceremonias.
 - 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 d), f), g), h), s) y x) del ciclo formativo, y las competencias d), f), n) y q) del título.

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

- Aplicación de métodos de observación para determinar las habilidades sociales.

- Organización y planificación de los recursos necesarios para poder realizar un asesoramiento en habilidades sociales.
- Elaboración y presentación de propuestas personalizadas de asesoramiento en habilidades sociales.

Módulo Profesional: Asesoría estética.
Equivalencia en créditos ECTS: 11
Código: 1187
Duración: 192 horas.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Elabora el protocolo de trabajo del asesor de estética, identificando su campo de actuación.
Criterios de evaluación:
 - a) Se han elaborado los protocolos de trabajo de asesoría estética.
 - b) Se han especificado las fases de actuación del asesor de imagen en cuidados estéticos y maquillaje.
 - c) Se han establecido los criterios de selección de la información para la asesoría estética.
 - d) Se ha clasificado la información temáticamente.
 - e) Se ha establecido el registro de la información en diferentes formatos.
 - f) Se ha elaborado el dossier de profesionales colaboradores.
 - g) Se han determinado los métodos para detectar las necesidades y demandas de la persona usuaria.
 - h) Se ha determinado el campo de actuación del asesor de estética.
 - i) Se ha elaborado un manual de estilos.
 - j) Se ha reconocido la legislación referente a la propiedad intelectual.
2. Realiza el estudio de la imagen física para la asesoría estética, aplicando técnicas de análisis de la piel y de la morfología corporal.
Criterios de evaluación:
 - a) Se han aplicado medidas de atención y preparación del cliente.
 - b) Se han establecido los métodos para la realización del análisis facial y corporal.
 - c) Se han justificado los criterios de selección de los equipos y medios técnicos para el estudio estético.
 - d) Se han manejado los equipos para el análisis estético.
 - e) Se han identificado las alteraciones de la piel y sus anexos con repercusión en la imagen personal.
 - f) Se han identificado las alteraciones estéticas corporales.
 - g) Se ha responsabilizado de la aplicación de normas de seguridad e higiene en los procesos de análisis.
 - h) Se han interpretado los resultados obtenidos en el análisis de la imagen.
 - i) Se han establecido los criterios para la derivación a otros profesionales.
 - j) Se han cumplimentado las fichas de registro de los datos obtenidos en el análisis.
 - k) Se ha organizado la documentación según los criterios establecidos.
3. Determina los tratamientos faciales y corporales para el asesoramiento estético, analizando las técnicas empleadas.
Criterios de evaluación:
 - a) Se han determinado los tratamientos estéticos faciales y corporales para el asesoramiento estético.
 - b) Se han identificado las técnicas para la eliminación y decoloración del vello.
 - c) Se han seleccionado los cuidados y tratamientos estéticos de manos y pies.
 - d) Se han relacionado los tratamientos de medicina y cirugía estética con las alteraciones que pueden corregir.

- e) Se han determinado los criterios de asesoramiento y derivación a profesionales especialistas.
 - f) Se han identificado las aplicaciones de las técnicas electroestéticas y sus criterios de selección.
 - g) Se han especificado las técnicas manuales asociadas a los tratamientos estéticos.
 - h) Se han seleccionado cosméticos de tratamiento facial y corporal.
 - i) Se han determinado las técnicas hidrotermales con aplicación en los tratamientos faciales y corporales
4. Realiza el estudio morfológico del rostro para el asesoramiento en estilos de maquillaje, aplicando técnicas de visajismo y determinando sus características.

Criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han justificado las operaciones previas al automaquillaje.
 - b) Se han realizado el diseño y corrección de las cejas.
 - c) Se han determinado los criterios para la elección de los cosméticos de maquillaje según el tono y textura.
 - d) Se han relacionado los tipos de cosméticos de maquillaje con el modo de aplicación.
 - e) Se han aplicado cosméticos de maquillaje mediante técnicas de batido, arrastre, difuminado y delineado, entre otros.
 - f) Se han aplicado las correcciones en el propio rostro.
 - g) Se han seleccionado las diferentes técnicas para el maquillaje de los ojos.
 - h) Se ha reconocido la forma de corrección de los labios y mejillas según la morfología del propio rostro.
 - i) Se han realizado diferentes estilos de maquillaje según edad y circunstancia.
 - j) Se ha responsabilizado de la aplicación de normas de seguridad e higiene en los procesos de maquillaje.
6. Elabora propuestas personalizadas de cambios de imagen a través de tratamientos estéticos y maquillaje, planificando las fases para su realización.

Criterios de evaluación:

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

- h) Se ha programado la secuenciación y temporalización para el cambio de imagen.
 - i) Se ha seleccionado el formato de presentación de la propuesta personalizada.
 - j) Se ha presentado la propuesta personalizada en asesoría estética.
7. Establece pautas para el mantenimiento de la nueva imagen, diseñando actividades de entrenamiento en maquillaje y cuidados estéticos.

Criterios de evaluación:

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

Contenidos:

Elaboración del protocolo de trabajo del asesor de estética:

- Protocolos de asesoría de estética. Fases de actuación del asesor de imagen en cuidados estéticos y maquillaje.
- Fase de documentación. Métodos de obtención de la información: estrategias de búsqueda. Criterios de selección. Métodos de organización e integración de los resultados de la búsqueda. Análisis y clasificación de la información. Dossier de colaboradores profesionales: criterios para la elaboración y actualización de ficheros de especialistas en estética, peluquería, dermatología, cirugía estética, endocrinología, oftalmología y estomatología.
- Fase de análisis de las características, las necesidades y demandas de las personas usuarias y de su entorno.
- Fase de asesoramiento en cuidados estéticos y maquillaje. Determinación de cambios en la imagen. Elaboración y presentación de propuestas.
- Fase de evaluación y control. Establecimiento de pautas para el mantenimiento.
- Campo de actuación del asesor de imagen. El asesoramiento en el cambio de imagen a través del maquillaje. El asesoramiento en actos y eventos. Puntual para evento (personal, profesional, pasarela de moda y otros). El asesoramiento estético para los medios audiovisuales y de moda. Cambio de look total a través de nuevos estilos de maquillaje.
- Elaboración de un manual de estilos. Fuentes documentales de estilos, maquillajes tipo, estilismos que modifican la imagen, maquilladores famosos y tendencias que marcan moda. Aplicación de la Ley de Propiedad Intelectual: derechos de autor.

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

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

- Documentación técnica. Historial estético. Ficha para el análisis de la piel. Ficha para la exploración corporal. Ficha con pautas de aplicación de cosméticos recomendados. Informes para derivación a otros profesionales
 - Registro y control de la documentación. Consentimiento informado
- Determinación de los tratamientos faciales y corporales para el asesoramiento estético:
- Tratamientos estéticos faciales y corporales. Tratamientos estéticos faciales y corporales: Clasificación de tratamientos faciales y corporales: hidratantes, sebo reguladores, despigmentantes, preventivos y paliativos del envejecimiento cutáneo, reductores, reafirmantes, de la circulación periférica y otros. Indicaciones. Criterios de selección.
 - Tratamientos para la eliminación y decoloración del vello. Técnicas de depilación mecánica: indicaciones y contraindicaciones. Criterios de selección. Técnica de depilación eléctrica: indicaciones y contraindicaciones. Criterios de selección. Fotodepilación: indicaciones y contraindicaciones. Criterios de selección.
 - Cuidados de manos y pies. Manicura, pedicura, uñas artificiales. Indicaciones. Tratamientos de manos y pies. Indicaciones. Criterios de selección.
 - Medicina y cirugía estética. Clasificación de tratamientos médico-estéticos y cirugía estética. Indicaciones. Criterios de asesoramiento y derivación a profesionales especialistas.
 - Técnicas electroestéticas: clasificación. Indicaciones y contraindicaciones. Efectos. Aplicaciones. Criterios de selección.
 - Técnicas manuales: clasificación, efectos, indicaciones. Criterios de selección.
 - Técnicas cosmetológicas: Clasificación de cosméticos asociados a los tratamientos. Criterios de selección.
 - Técnicas hidrotermales. Clasificación. Efectos. Indicaciones. Criterios de selección
- Realización del estudio morfológico del rostro para el asesoramiento en estilos de maquillaje:
- Estudio del rostro. El canon de la cabeza humana: proporciones y localización de las facciones del rostro.
 - Geometría del rostro: tipos de óvalo. Representación gráfica. Estudio del rostro sobre el plano horizontal: proporciones. Estudio del rostro sobre el plano vertical: asimetrías
 - Estudio de los elementos del rostro: cejas, ojos, nariz, boca, pómulos, barbilla y frente. Armonía del color de la piel, ojos, pelo y cejas para la selección de cosméticos de maquillaje. Ficha de visajismo.
 - El color en el maquillaje. Aplicación de los colores primarios, secundarios y complementarios del círculo cromático en el maquillaje. Colores cálidos y fríos. Armonía y contraste de colores. Aspectos del color: matiz, saturación, tono y brillo.
 - Influencia de los colores del maquillaje en la imagen personal. Aspectos relacionados con el maquillaje: edad y personalidad, momento y circunstancia, indumentaria y otros.
 - Técnicas de visajismo: correcciones del rostro a través del maquillaje. Técnica del clarooscuro. Disposición de líneas.
 - Tipos de estilos de maquillaje: características de los diferentes estilos. Clasificación: maquillaje de día, tarde, noche, fiesta, novia, pasarela, masculino y maquillajes especiales (gafas, manchas y otras alteraciones estéticas). Características y su relación con los actos sociales.
 - Bocetos de cambios de estilo de maquillaje.
 - Aplicación de técnicas de dibujo: iniciación a las técnicas de expresión gráfica.
 - Aplicación de herramientas informáticas. Manejo de programas de dibujo actuales. Manejo de programas de diseño facial con cambios de maquillaje. Opciones de aplicación de belleza: colorete, sombras, delineador de ojos y labios, lápiz de cejas y labios
- Aplicación de técnicas de automaquillaje: Clasificación, tipos y formas de presentación. Tonos y texturas.
- Selección de cosméticos decorativos. Tipos y características.
 - Selección de útiles y materiales.
 - Técnicas previas a la aplicación de maquillaje: desmaquillado y preparación de la piel.
 - Técnicas de corrección y diseño personalizado de las cejas.
 - Técnicas de aplicación de productos cosméticos decorativos. El maquillaje de fondo: la técnica del batido, arrastre y difuminado. Parámetros que se deben tener en cuenta para la aplicación de bases de maquillaje, polvos, colorete, correctores, sombras, delineadores, cosméticos labiales: zonas de aplicación, dirección, color y maniobras, entre otros.

- Técnicas de aplicación de maquillaje correctivo en el rostro. Correcciones de la coloración de la piel. Aplicación de correcciones claras y oscuras
- Maquillaje de ojos. Técnica de lápiz y sombras. Técnicas de diferentes sombreados (bananas, cuencas abiertas, cuencas cerradas y ahumados). Técnica de delineado.
- Maquillaje de labios. Correcciones, perfilado, relleno y volumen
- Maquillaje de mejillas. Correcciones, colores y forma según el rostro
- Proceso de realización de los diferentes estilos de maquillaje y su adecuación al modelo, sexo, edad y circunstancia. Fases y secuenciación. Técnica de realización del maquillaje personalizado de día. Técnica de realización del maquillaje personalizado de tarde y noche: transformación de maquillaje de tarde en noche. Técnica de realización del maquillaje personalizado de fiesta. Aplicación de pedrería e iluminadores del rostro. Aplicación de pestañas postizas.
- Seguridad e higiene en los procesos de maquillaje.

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

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

Establecimiento de pautas para el mantenimiento de la nueva imagen:

- Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados estéticos. Técnicas de entrenamiento para la higiene y preparación de la piel.
- 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. Estudio de los cosméticos personales del usuario. Actualización del set.
- El automaquillaje. Estudio y valoración del propio rostro, del estilo, de la personalidad, del momento y de la circunstancia. Preparación y cuidados básicos de la piel.
- Entrenamiento para el manejo de útiles para el automaquillaje.
- Aplicación de automaquillaje.
- Técnicas de finalización del automaquillaje. Pautas de cuidados posteriores a los tratamientos estéticos de cambio de imagen.

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:

- 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 lograr los objetivos generales b), c), d), j), k), l), q), r), s), t), u), v) y x) del ciclo formativo, y las competencias b), c), d), h), i), m), n), ñ), o), p) y q) del título.

Las líneas de actuación en el proceso 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.

Código: 1188

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Duración: 128 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han especificado los tipos y funciones de los medios de comunicación.
- b) Se han identificado las características de los medios que influyen en la comunicación.
- c) Se ha valorado la influencia de la imagen en los diferentes medios.

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

Contenidos:

Caracterización de los tipos de comunicación:

- La comunicación. Aspectos generales. Elementos de la comunicación. Componentes conductuales, cognitivos y fisiológicos
- Comunicación escrita: herramientas de escritura. Estructura y vocabulario.
- Las nuevas técnicas de comunicación escrita.
- Comunicación oral: herramientas de la expresión oral. La voz: Características. La dicción. La escucha activa. Estilos de escucha activa
- Comunicación gestual: la expresión corporal.
- Estilos de comunicación: Asertivo, agresivo e inhibido
- La comunicación interpersonal, social y laboral. Características. Tipos. La conversación, el debate
- La comunicación pública: características. Tipos de público. El lenguaje en la comunicación pública. El discurso, la entrevista...
- Las técnicas de comunicación en la actualidad.
- Imagen personal y comunicación.
- Evaluación de las habilidades de comunicación

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

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

Campo de actuación del asesor.

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.
- Análisis de los elementos que intervienen en la comunicación.
- Análisis del estilo de comunicación y escucha activa
- Análisis de los elementos que intervienen en los distintos ámbitos de actuación: personal, social, cultural y profesional.
- Conclusiones resultantes del proceso de análisis: carencias en el área de comunicación, técnicas de comunicación que hay que potenciar, modificar o adquirir.
- Registro y control de la información. Cumplimentación y custodia de la documentación.

Presentación de la propuesta técnica de comunicación:

- Propuesta de asesoría en técnicas de comunicación: estructura, información y secuenciación. Factores que condicionan o modifican la propuesta. Propuestas personalizadas.
- Tipos de soportes para la elaboración y preparación de documentos: papel, medios informáticos y medios audiovisuales, entre otros.
- Elaboración de la propuesta en diferentes tipos de soportes.

- Técnicas de comunicación de la propuesta o plan de actuación. Ventajas y desventajas de la comunicación oral y escrita.
- Técnicas para la resolución de dudas.
- Cumplimentación de documentación: acuerdos y autorización del proceso.

Aplicación de técnicas de entrenamiento en comunicación:

- Actividades para desarrollar habilidades comunicativas personales e interpersonales, sociales y profesionales.
- Comparecencias ante público y audiencias: técnica vocal, la personalidad y el mensaje. Tipos de comparecencias: oficiales y privadas, entre otras.
- Características de las comparecencias que condicionan la imagen.
- Hablar en público.
- Actividades para la modificación de la comunicación escrita, oral y/o gestual.
- Actividades para la modificación de los elementos de la imagen que influyen en la comunicación.
- 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. Evaluación del proceso.

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

- Los medios de comunicación: tipos (masivos e interpersonales) y funciones.
- Características de los medios con influencia en la comunicación.
- La comunicación en los diferentes medios: radio, televisión, cine, publicidad, prensa, videoconferencias e Internet, entre otros.
- La imagen en la comunicación ante los medios.
- Características del lenguaje oral y gestual en los diferentes medios de comunicación.
- Adaptación del mensaje y del lenguaje al tipo de público y al medio de comunicación.

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 b), c), d), e) y q) del ciclo formativo, y las competencias b), c), d), e) y m) del título.

Las líneas de actuación en el proceso 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.**Código: 1189****Equivalencia en créditos ECTS: 6****Duración: 84 horas****Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:**

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

- b) Se ha realizado la fase de investigación y validación de la identidad corporativa.
- c) Se han especificado las pautas para implementar la imagen corporativa en los distintos ámbitos y campos de aplicación así como en los productos/servicios.
- d) Se ha planificado la fase de mantenimiento y control.
- e) Se han especificado los indicadores de calidad para el mantenimiento de la imagen corporativa.
- f) Se ha elaborado la documentación técnica y económica de la propuesta.
- g) Se han seleccionado las herramientas y técnicas para la elaboración del proyecto de asesoría.
- h) Se ha seleccionado el formato de presentación de la propuesta.
- i) Se ha elaborado la propuesta en soporte manual e informático.
- j) Se han establecido las acciones y el calendario de actuación para el desarrollo del proyecto.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

Contenidos:

Realización del estudio de la identidad corporativa:

- Campo de actuación del asesor de imagen corporativa. Asesoramiento en imagen de los espacios: ubicación espacial de la sede social, imagen arquitectónica, paisaje urbano, logística, señalización, aparcamientos, imagen del hábitat y otros. Asesoramiento en imagen de las personas. Asesoramiento en imagen iconográfica y cultura corporativa. Asesoramiento en imagen de la gestión.
- Personalidad corporativa de la organización: temperamento y carácter. La cultura corporativa.
- Transmisión de la cultura corporativa: habilidades sociales, habilidades de interrelación profesional y corporativa.
- La ideología o filosofía corporativa de la organización: ideología de los fundadores: adscripciones y niveles de compromiso, ideología del equipo directivo e ideología de los recursos humanos.

- Identidad corporativa e institucional: identificación de la imagen corporativa.
- Métodos y técnicas para realizar la concreción de la identidad corporativa. 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.
- 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:

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

Determinación de la imagen de los colectivos profesionales:

- La imagen corporativa a través de los colectivos profesionales.
 - Análisis del equipo de profesionales. Imagen. Expresión. Estilos. Habilidades de interrelación.
 - Determinación de los elementos, características y símbolos para crear la imagen colectiva.
 - Propuesta de asesoría de imagen colectiva. Manual de procedimiento de imagen colectiva.
- Profesionales colaboradores:
- Asesoramiento en imagen externa: peinado, automaquillaje vestuario y otros.
 - Asesoramiento en expresión: oral, gestual, corporal.
 - Asesoramiento en habilidades de interrelación personal, social, profesional y corporativa.
- 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:

- Asesoría de imagen corporativa: protocolo de imagen o de estilo.
- Fase de investigación y validación de la identidad corporativa:

Estudio externo: perfiles de mercado, hábitos y costumbres del público, competidores y otros.

Investigación y concreción de la personalidad corporativa.

Auditoría de imagen.

Elaboración del protocolo de imagen o de estilo: manual de procedimiento.

- Fase de implementación de la imagen corporativa en los distintos ámbitos y campos de aplicación:

Áreas funcionales, grupos y departamentos. Arquitectura, iconografía.

Colectivos humanos y otros. Los productos y servicios.

- Fase de mantenimiento y control de la imagen corporativa: establecimiento de los indicadores de calidad.
- Documentación técnica anexa a la propuesta.
- Herramientas y técnicas para la elaboración de los proyectos de imagen corporativa.
- Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.
- Planificación de acciones: Calendario de actuación. Temporalización. Coordinación de trabajos.
- Documentación económica: elaboración del presupuesto.
- Presentación de la propuesta personalizada:

Selección del formato de presentación.

Selección del material visual: fotos, esquemas, bocetos, programas informáticos y otros.

Argumentación de la propuesta personalizada.

- Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.
- Gestión de los derechos de imagen.

Elaboración del manual de imagen corporativa:

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

Definición de los elementos gráficos de identidad visual: signos identificadores.

El logotipo. El sistema de marca.

- Los libros de estilo.
- Manuales corporativos de interés en asesoría de imagen corporativa:

Los partidos políticos y su manual corporativo.

Manuales corporativos de los principales medios de comunicación.

Otros manuales corporativos.

- La gestión de la imagen corporativa en la comunicación visual.
- Evaluación de la evolución del manual de imagen.

Implementación de estrategias de comunicación:

- Políticas de imagen y comunicación empresarial/institucional.
- Plan de comunicación empresarial: definición de objetivos, definición de estrategias y mensajes, calendario de actuación, evaluación de costes y seguimiento del plan.
- Análisis y aplicación del plan de comunicación empresarial:
 - La comunicación escrita: aplicaciones de imagen corporativa y modelos de cartas y memorandos.
 - La comunicación verbal: posiciones sociales y culturales, pautas y estructura de discursos.
 - La comunicación no verbal y la imagen corporativa. Características. Estrategias de prensa.
- 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.
- La promoción institucional y/o corporativa.
- Elementos de promoción corporativa.
- Proyectos asociados con "celebrities" para las campañas publicitarias.
- Las acciones de patrocinio/mecenazgo:
 - Patrocinio deportivo. Tipos de patrocinio deportivo.
 - Patrocinio artístico y cultural: individual o empresarial.
 - La edición de libros u otros soportes.
 - Las becas, los proyectos de investigación, los premios académicos y otros patrocinios.
 - Los patrocinios locales. Tipos.

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 c), d), i), j), q), r) y s) del ciclo formativo, y las competencias c), d), g), h), m) y n) del título.
- 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.

Código: 1071

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Duración: 84 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

Contenidos:**Aplicación de técnicas de organización del establecimiento de imagen personal:**

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

Aplicación de técnicas de organización y coordinación de los profesionales:

- Organigrama del centro. Estructura jerárquica.
- Cualificación de los profesionales.
- Planificación de la plantilla: proceso de selección de personal. Técnicas de selección: Entrevista, test y otras formas de selección.
- Diseño del plan de acogida en la empresa.
- Organización y coordinación del horario de trabajo del personal.
- Organización y coordinación del equipo de trabajo y de los medios materiales: distribución del trabajo a lo largo de la jornada laboral.

Diseño de normas de atención y comunicación interpersonales:

- La comunicación. Comunicación externa e interna en la empresa: tipos, características y diferencias.
 - Técnicas de comunicación eficaz:
 - Escucha activa: elementos que facilitan la escucha y elementos que se deben evitar.
 - Feedback, claridad, concreción, asertividad, empatía y otros.
 - Claves para una comunicación efectiva en un equipo de trabajo.
 - Comunicación externa con clientes y proveedores: normas de atención al cliente. Protocolo de comunicación con el cliente. Información de productos y servicios.
 - Problemas en la comunicación externa: tipos y técnicas para resolver situaciones de crisis.
 - Comunicación interna en la empresa: comunicación ascendente, descendente y horizontal:
 - Protocolos de comunicación interna.
 - Técnicas para transmitir información a los equipos de trabajo.
 - Técnicas de resolución de conflictos.
 - Deontología profesional:
 - Normas deontológicas aplicadas a imagen personal.
 - Secreto profesional.
 - El liderazgo. Leyes básicas de la dirección de equipos.
 - Otros tipos de comunicación o comunicación mixta: las reuniones de trabajo. Tipos y fases de una reunión.
- Diseño de planes de formación e información:**
- Plan de formación e información: concepto y finalidad. Identificación de la política de formación. Expansión de la empresa y adaptación a nuevos sectores. La formación como inversión.
 - Objetivos del plan de formación de la empresa de imagen personal.
 - Fase de análisis: detección de necesidades formativas.
 - Diseño de las acciones formativas: estructura, características y planificación.
 - Tipos de acciones formativas.
 - Cursos, ponencias, conferencias, demostraciones profesionales.

- Jornadas, ferias y congresos, entre otros.
 - Comunicación y convocatoria del plan: contenidos, propuesta de formación e instrumentos de comunicación.
 - Características, modo de realización, ventajas e inconvenientes.
 - Dirección, formadores y participantes.
 - Fase de desarrollo y aplicación: características, secuenciación y documentación.
 - Fase de seguimiento y evaluación. Instrumentos de evaluación: Valoración de los resultados. Memoria final.
- Realización de operaciones de gestión técnica:
- Documentación: tipos de documentación técnica y comercial.
 - La documentación utilizada y generada en los procesos.
 - Formatos para la elaboración de documentos.
 - Sistemas y métodos de archivo de la documentación.
 - Aplicaciones informáticas específicas del sector: tipos, características y utilidades.
 - Configuración de la aplicación: asistencia técnica.
 - Protección de datos: legislación, sistemas de seguridad, protección y confidencialidad de la información.
 - Personas usuarias del programa de gestión: criterios de asignación.
 - Creación de la base de datos y tratamiento de la información.
- Elaboración del plan de comercialización:
- Definición y conceptos básicos de marketing.
 - El plan de comercialización de la empresa: concepto y objetivos. Estrategias y acciones.
 - El cliente: tipos, necesidades y fidelización.
 - Los productos y servicios en imagen personal. Diseño de ofertas de productos y servicios.
 - Técnicas de venta.
 - El asesor de ventas.
 - Tratamiento y resolución de quejas y reclamaciones.
 - Las promociones: concepto y clasificación.
 - Principales objetivos y efectos que persiguen las promociones.
 - Instrumentos promocionales utilizados en el sector.
 - Campaña promocional.
 - Fases y diseño de una campaña promocional en imagen personal.
 - Las demostraciones profesionales, las ferias y congresos.
- Organización de técnicas de publicidad y merchandising:
- Plan de publicidad y merchandising: concepto y objetivos del plan.
 - La publicidad: concepto. Objetivos.
 - Elementos que conforman la publicidad como técnica de venta.
 - 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).
- Establecimiento de los criterios de calidad de los procesos de imagen personal:
- La calidad. Indicadores de la calidad.
 - La figura del consultor-evaluador.
 - Plan de evaluación del proyecto empresarial.
 - Objetivos de la evaluación.
 - Métodos de análisis.
 - 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.
 - Valoración de las expectativas del cliente y grado de satisfacción.

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 a), c), n), q), s), t), u), w) y x) del ciclo formativo, y las competencias a), c), j), m), n), ñ), o) y q) del título.

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

Duración: 40 horas

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.

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
Código: 1191
Equivalencia en créditos ECTS: 5
Duración: 96 h.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.
- b) Se han identificado los itinerarios formativo-profesionales relacionados con el perfil profesional del técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- c) Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.
- d) Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral para el técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- e) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.
- f) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.
- g) Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.

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 del 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 causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.
- g) Se ha analizado el recibo de salarios, identificando los principales elementos que lo integran.

- h) Se han analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.
- i) Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable al sector relacionado con el título de técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- j) Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.

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 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.
- 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 una pequeña 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 que se deben 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 empresa del sector.

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 individual y colectiva 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.

Contenidos:

Búsqueda activa de empleo:

- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.
- Identificación de los itinerarios formativos relacionados con el técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Definición y análisis del sector profesional del técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Proceso de búsqueda de empleo en empresas del sector.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.
- Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo.
- El proceso de toma de decisiones.

Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

- Métodos para la resolución o supresión del conflicto. 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 según las funciones que desempeñan.
- La participación en el equipo de trabajo.
- Conflicto: características, fuentes y etapas.

Contrato de trabajo:

- El derecho del trabajo.
- Análisis de la relación laboral individual.
- Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación.
- Derechos y deberes derivados de la relación laboral.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
- Representación de los trabajadores.
- Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad y beneficios sociales, entre otros.

Seguridad Social, empleo y desempleo:

- Estructura del sistema de la Seguridad Social.
- Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materias de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- Situaciones protegibles 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.
- 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 empresa del sector.

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 profesional contiene la formación necesaria para que el alumno pueda insertarse laboralmente y desarrollar su carrera profesional en el sector.

La formación de este módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales q), r), s), t), v) y z) del ciclo formativo, y las competencias m), n), ñ), p) y s) del título.

Las líneas de actuación en el proceso de 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.

Módulo Profesional: Empresa e iniciativa emprendedora.

Código: 1192

Equivalencia en créditos ECTS: 4

Duración: 63 h.

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:

- 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.
- Se ha analizado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- 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.
- Se ha analizado la capacidad de iniciativa en el trabajo de una persona empleada en una pequeña y mediana empresa relacionada con la asesoría de imagen personal.
- Se ha analizado el desarrollo de la actividad emprendedora de un empresario que se inicie en el sector de la asesoría de imagen personal.
- 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 sirva de punto de partida para la elaboración de un plan de empresa.

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.

3. Realiza 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 externas existentes a la hora de poner en marcha una pyme.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado los conceptos básicos de contabilidad, así como las técnicas de registro de la información contable.
- b) Se han descrito las técnicas básicas de análisis de la información contable, en especial en lo referente a la solvencia, liquidez y rentabilidad de la empresa.
- c) Se han definido las obligaciones fiscales de una empresa relacionada con la asesoría de imagen personal.
- d) Se han diferenciado los tipos de impuestos en el calendario fiscal.
- e) Se ha cumplimentado la documentación básica de carácter comercial y contable (facturas, albaranes, notas de pedido, letras de cambio y cheques, entre otros) para una pyme de

asesoría de imagen y se han descrito los circuitos que dicha documentación recorre en la empresa.

f) Se han identificado los principales instrumentos de financiación bancaria.

g) Se ha incluido la anterior documentación en el plan de empresa.

Contenidos:

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 de una pyme relacionada con la asesoría de imagen personal.
- La actuación de los emprendedores como empresarios en el sector de la asesoría de imagen.
- 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.

La empresa y su entorno:

- Funciones básicas de la empresa.
- La empresa como sistema.
- Análisis del entorno general de una pyme relacionada con la asesoría de imagen personal.
- Análisis del entorno específico de una pyme relacionada con la asesoría de imagen personal.
- Relaciones de una pyme de asesoría de imagen con su entorno.
- Relaciones de una pyme de asesoría de imagen con el conjunto de la sociedad.

Creación y puesta en marcha de una empresa:

- Tipos de empresa.
- La fiscalidad en las empresas.
- Elección de la forma jurídica.
- Trámites administrativos para la constitución de una empresa.
- Viabilidad económica y viabilidad financiera de una pyme relacionada con la asesoría de imagen personal.
- Plan de empresa: elección de la forma jurídica, estudio de la viabilidad económica y financiera, trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones.

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.

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 r), s) e y) del ciclo formativo, y las competencias n) y r) del título.

Las líneas de actuación en el proceso de 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 de los servicios relacionados 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 que incluya todas las facetas de puesta en marcha de un negocio, así como la justificación de su responsabilidad social.

Módulo Profesional: Formación en centros de trabajo.
Código: 1193
Equivalencia en créditos ECTS: 22
Duración: 370 h.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la estructura organizativa de la empresa y las funciones de cada área de la misma.
- b) Se ha comparado la estructura de la empresa con las organizaciones empresariales tipo existentes en el sector.
- c) Se han relacionado las características del servicio y el tipo de clientes con el desarrollo de la actividad empresarial.
- d) Se han identificado los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación de servicio.
- e) Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de la actividad.
- f) Se ha valorado la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en esta actividad.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha obtenido información sobre las demandas y requerimientos del cliente.
- b) Se han identificado las características y necesidades de la piel y del pelo.
- c) Se han identificado las características físicas que se van a corregir o potenciar a través de la asesoría de imagen personal.
- d) Se ha realizado el estudio morfológico del rostro.
- e) Se ha colaborado en la caracterización del perfil psicosocial y profesional del cliente.
- f) Se han detectado las carencias y habilidades del cliente en el área de la comunicación.
- g) Se han utilizado métodos de observación y medios audiovisuales para analizar los modelos de comportamiento y/o usos sociales de la persona usuaria.
- h) Se han analizado los elementos internos y externos que conforman la imagen corporativa.
- i) Se han aplicado normas de atención al cliente a través de una comunicación eficaz.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha obtenido información sobre las preferencias en estilo de vestuario y complementos del cliente.
- b) Se han identificado las características físicas con influencia en la elección de vestuario.
- c) Se han determinado los cambios en la indumentaria para crear el nuevo estilo.
- d) Se han seleccionado las prendas, sus materiales y los textiles.

- e) Se han identificado los colores y tonos más recomendables según las características del cliente.
- f) Se ha relacionado el nuevo estilo de indumentaria con el maquillaje y el peinado.
- g) Se ha asesorado sobre la elección y combinación de piezas de vestir y complementos.
- h) Se han propuesto establecimientos, marcas y firmas para comprar piezas de ropa y complementos.
- i) Se han identificado las normas de etiqueta, en materia de indumentaria y complemento, de las distintas situaciones sociales y de las empresas, entre otros.
- j) Se ha mantenido un comportamiento profesional.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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.

Módulo profesional: Lengua extranjera profesional: inglés 1

Código: A081

Duración: 64 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

1. Interpreta información profesional escrita contenida en textos escritos complejos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector productivo del título.

- b) Se ha realizado traducciones directas e inversas de textos específicos sencillos, utilizando materiales de consulta y diccionarios técnicos
- c) Se han leído de forma comprensiva textos específicos de su ámbito profesional
- d) Se ha interpretado el contenido global del mensaje.
- e) Se ha extraído la información más relevante de un texto relativo a su profesión
- f) Se ha identificado la terminología utilizada.
- g) Se ha interpretado el mensaje recibido a través de soportes telemáticos: e-mail, fax, entre otros.
- h) Se han leído con cierto grado de independencia distintos tipos de textos, adaptando el estilo y la velocidad de lectura aunque pueda presentar alguna dificultad con modismos poco frecuentes.

2. Elabora textos sencillos en lengua estándar, relacionando reglas gramaticales con la finalidad de los mismos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han redactado textos breves relacionados con aspectos cotidianos y/ o profesionales.
- b) Se ha organizado la información de manera coherente y cohesionada.
- c) Se han realizado resúmenes breves de textos sencillos, relacionados con su entorno profesional.
- d) Se ha cumplimentado documentación específica de su campo profesional.
- e) Se ha aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.
- f) Se han resumido las ideas principales de informaciones dadas, utilizando sus propios recursos lingüísticos.
- g) Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento a elaborar.
- h) Se ha elaborado una solicitud de empleo a partir de una oferta de trabajo dada.
- i) Se ha redactado un breve currículum

3. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- b) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país.
- c) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- d) Se han identificado los aspectos socio-profesionales propios del sector, en cualquier tipo de texto.
- e) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.

Contenidos:

Interpretación de mensajes escritos:

- Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos.
- Soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.
- Terminología específica del sector productivo.
- Idea principal e ideas secundarias.
- Recursos gramaticales: Tiempos verbales, preposiciones, adverbios, locuciones preposicionales y adverbiales, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, y otros.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

Emisión de textos escritos:

- Elaboración de textos sencillos profesionales del sector y cotidianos.
- Adecuación del texto al contexto comunicativo.

- Registro.
- Selección léxica, selección de estructuras sintácticas, selección de contenido relevante.
- Uso de los signos de puntuación.
- Coherencia en el desarrollo del texto.
- Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países de lengua extranjera.
- Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
- Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.

Orientaciones pedagógicas:

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con el entorno profesional en el que el profesional va a ejercer su profesionalidad.

Los contenidos del módulo contribuyen a alcanzar los objetivos generales del ciclo formativo, y las competencias del título.

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

- La elaboración de mensajes escritos y orales, interpretando y transmitiendo la información necesaria para realizar consultas técnicas.
- La interpretación de la información escrita en el ámbito propio del sector productivo del título.
- La cumplimentación e interpretación de los documentos propios del sector profesional solicitando y/o facilitando una información de tipo general o detallada.
- La valoración de la importancia de poder comunicarse por escrito y oralmente en lengua extranjera en el contexto de las empresas.

Módulo profesional: Lengua extranjera profesional: inglés 2

Código: A082

Duración: 42 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

1. Reconoce información cotidiana y profesional específica contenida en discursos orales claros y sencillos emitidos en lengua estándar, interpretando con precisión el contenido del mensaje.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha situado el mensaje en su contexto profesional.
- b) Se ha identificado la idea principal del mensaje.
- c) Se han extraído las ideas principales de un mensaje emitido por un medio de comunicación.
- d) Se ha extraído información específica en mensajes relacionados con aspectos cotidianos de la vida profesional y cotidiana.
- e) Se han secuenciado los elementos constituyentes del mensaje.
- f) Se han identificado las ideas principales de declaraciones y mensajes sobre temas concretos y abstractos, transmitidos por los medios de comunicación y emitidos en lengua estándar y articuladas con claridad.
- g) Se han reconocido las instrucciones orales y se han seguido las indicaciones.
- h) Se ha tomado conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos del mismo.

2. Emite mensajes orales claros y bien estructurados, participando como agente activo en conversaciones profesionales.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los registros utilizados para la emisión del mensaje.
- b) Se ha expresado con fluidez, precisión y eficacia sobre una amplia serie de temas generales y profesionales, marcando con claridad la relación entre las ideas.
- c) Se han descrito hechos breves e imprevistos relacionados con su profesión.

- d) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.
- e) Se ha descrito con relativa fluidez su entorno profesional más próximo.
- f) Se ha descrito y secuenciado un proceso de trabajo de su competencia.
- g) Se ha justificado la aceptación o no de propuestas realizadas.
- h) Se han realizado, de manera clara, presentaciones breves y preparadas sobre un tema dentro de su especialidad.
- i) Se ha solicitado la reformulación del discurso o parte del mismo cuando se ha considerado necesario.
- j) Se han secuenciado las actividades propias de un proceso productivo de su sector profesional.

3. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- b) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país.
- c) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- d) Se han identificado los aspectos socio-profesionales propios del sector, en cualquier tipo de texto.
- e) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.

Contenidos:

Comprensión de mensajes orales:

- Reconocimiento de mensajes profesionales del sector y cotidianos.
- Mensajes directos, telefónicos, grabados.
- Terminología específica del sector productivo.
- Idea principal e ideas secundarias.
- Recursos gramaticales: Tiempos verbales, preposiciones, adverbios, locuciones preposicionales y adverbiales, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, y otros.
- Otros recursos lingüísticos: gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones, expresión de la condición y duda y otros.
- Diferentes acentos de lengua oral.

Producción de mensajes orales:

- Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.
- Terminología específica del sector productivo.
- Sonidos y fonemas vocálicos y consonánticos. Combinaciones y agrupaciones.
- Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.

Mantenimiento y seguimiento del discurso oral:

- Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, y otros.
- Entonación como recurso de cohesión del texto oral.

Orientaciones pedagógicas:

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con el entorno profesional en el que el profesional va a ejercer su profesionalidad.

Los contenidos del módulo contribuyen a alcanzar los objetivos generales del ciclo formativo, y las competencias del título.

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

- La elaboración de mensajes escritos y orales, interpretando y transmitiendo la información necesaria para realizar consultas técnicas.
- La interpretación de la información escrita en el ámbito propio del sector productivo del título.

- La cumplimentación e interpretación de los documentos propios del sector profesional solicitando y/o facilitando una información de tipo general o detallada.
- La valoración de la importancia de poder comunicarse por escrito y oralmente en lengua extranjera en el contexto de las empresas.

Anexo II
Espacios formativos de T.S. en Asesoría en Imagen Personal y Corporativa

Espacio formativo	Superficie m ²	Superficie m ²	Grado de utilización %
	20 alumnos	30 alumnos	
Aula polivalente	100	120	100%
Aula técnica de asesoría de imagen.	120	180	43%

ANEXO III A)

Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de Técnico Superior en 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.	Peluquería. Estética.	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
A081 y A082. Lengua extranjera profesional: inglés 1 y 2 ¹	Profesorado con atribución docente en el ciclo.	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria.
		Profesor Técnico de Formación Profesional.
	Inglés	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria.

¹ Este módulo será impartido por el profesorado de las especialidades de formación profesional indicadas, siempre que posean el certificado de aptitud en el idioma inglés (Escuela Oficial de Idiomas) o equivalente o bien demuestren y evidencien mediante una prueba, organizada por la Dirección General competente en materia de Formación Profesional, la capacidad y dominio de la lengua inglesa, en caso contrario, será impartido por el profesorado de la especialidad de Inglés.

ANEXO III B)**Titulaciones equivalentes a efectos de docencia**

Cuerpo	Especialidad	Titulaciones
Profesores de Enseñanza Secundaria.	Formación y Orientación Laboral.	– Diplomado en Ciencias Empresariales. – Diplomado en Relaciones Laborales. – Diplomado en Trabajo Social. – Diplomado en Educación Social. – Diplomado en Gestión y Administración Pública.
Profesores Técnicos de Formación Profesional.	Peluquería.	– Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal u otros títulos equivalentes.
	Estética.	– Técnico Superior en Estética u otros títulos equivalentes.

ANEXO III C)**Titulaciones requeridas para impartir los módulos profesionales que conforman el título para los centros de titularidad privada, de otras Administraciones distintas a la educativa y orientaciones para la Administración educativa**

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.	– Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de Grado correspondiente, u otros títulos equivalentes a efectos de docencia.
1184. Asesoría de peluquería. 1187. Asesoría estética. 1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa.	– Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de Grado correspondiente, u otros títulos equivalentes. – Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el título de Grado correspondiente, u otros títulos equivalentes. – Técnico Superior en Estética u otros títulos equivalentes. – Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal u otros títulos equivalentes.

ANEXO IV

Convalidaciones entre módulos profesionales de títulos establecidos al amparo de la Ley Orgánica 1/1990 (LOGSE) y los establecidos en el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa al amparo de la Ley Orgánica 2/2006

Módulos profesionales incluidos en Ciclos Formativos establecidos en LOGSE 1/1990	Módulos profesionales del Ciclo Formativo (LOE 2/2006): Asesoría de Imagen Personal y Corporativa
Asesoría de belleza.	1182. Diseño de imagen integral.
Estilismo en el vestir.	1183. Estilismo en vestuario y complementos.
Protocolo y usos sociales.	1185. Protocolo y organización de eventos. 1186. Usos sociales.
Técnicas de embellecimiento personal.	1187. Asesoría estética. 1184. Asesoría de peluquería.
Imagen personal y comunicación.	1188. Habilidades comunicativas.
Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa.	1192. Empresa e iniciativa emprendedora.
Formación en centro de trabajo del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen.	1193. Formación en centros de trabajo.

ANEXO V A)

Correspondencia de las unidades de competencia acreditadas de acuerdo con lo establecido en el Artículo 8 de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, con los módulos profesionales para su convalidación

Unidades de competencia acreditadas	Módulos profesionales convalidables
UC1248_3: Realizar el estudio de la imagen personal para proponer proyectos de cambio personalizados.	1182. Diseño de imagen integral.
UC1251_3: Asesorar a los clientes sobre cambios en su imagen personal mediante la indumentaria y los complementos.	1183. Estilismo en vestuario y complementos.
UC0793_3: Asesorar a los clientes sobre su imagen personal, mediante el cuidado y transformación estética del cabello y el pelo del rostro. UC1249_3: Asesorar a los clientes sobre cambios en su imagen personal mediante el cuidado y transformación estética del cabello y pelo del rostro.	1184. Asesoría de peluquería.
UC1252_3: Asesorar al cliente en las actuaciones de protocolo y usos sociales relacionados con la imagen personal.	1185. Protocolo y organización de eventos. 1186. Usos sociales.
UC1250_3: Asesorar a los clientes sobre cambios en su imagen personal mediante cuidados estéticos.	1187. Asesoría estética.
UC1253_3: Asesorar al cliente en técnicas de comunicación relacionadas con la imagen personal.	1188. Habilidades comunicativas.
UC0795_3: Dirigir y gestionar las actividades desarrolladas en empresas de imagen personal. UC0352_2: Asesorar y vender productos y servicios para la Imagen Personal.	1071. Dirección y comercialización.

NOTA: Las personas matriculadas en este ciclo formativo que tengan acreditadas todas las unidades de competencias incluidas en el título, de acuerdo con el procedimiento establecido en el Real Decreto 1224/2009, de 17 de julio, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral, tendrán convalidado el módulo profesional "1181. Asesoría cosmética".

ANEXO V B)**Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación**

Módulos profesionales superados	Unidades de competencia acreditables
1182. Diseño de imagen integral.	UC1248_3: Realizar el estudio de la imagen personal para proponer proyectos de cambio personalizados.
1183. Estilismo en vestuario y complementos.	UC1251_3: Asesorar a los clientes sobre cambios en su imagen personal mediante la indumentaria y los complementos.
1184. Asesoría de peluquería.	UC0793_3: Asesorar a los clientes sobre su imagen personal, mediante el cuidado y transformación estética del cabello y el pelo del rostro. UC1249_3: Asesorar a los clientes sobre cambios en su imagen personal mediante el cuidado y transformación estética del cabello y pelo del rostro.
1185. Protocolo y organización de eventos. 1186. Usos sociales.	UC1252_3: Asesorar al cliente en las actuaciones de protocolo y usos sociales relacionados con la imagen personal.
1187. Asesoría estética.	UC1250_3: Asesorar a los clientes sobre cambios en su imagen personal mediante cuidados estéticos.
1188. Habilidades comunicativas.	UC1253_3: Asesorar al cliente en técnicas de comunicación relacionadas con la imagen personal.
1071. Dirección y comercialización.	UC0795_3: Dirigir y gestionar las actividades desarrolladas en empresas de imagen personal. UC0352_2: Asesorar y vender productos y servicios para la Imagen Personal.