

**Conselleria de Educación, Cultura y Deporte**

*Proyecto de ORDEN --/2014, de—de---, de la Conselleria de Educación, Cultura y Deporte por la que se establece para la Comunitat Valenciana el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa*

INDICE

Preámbulo

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación

Artículo 2. Currículo

Artículo 3. Organización y distribución horaria

Artículo 4. Módulos profesionales: Formación en Centros de Trabajo y Proyecto de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa

Artículo 5. Espacios y equipamiento

Artículo 6. Profesorado

Artículo 7. Docencia en inglés

Artículo 8. Autonomía de los centros

Artículo 9. Requisitos de los centros para impartir estas enseñanzas

Artículo 10. Evaluación, promoción y acreditación

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

Disposición adicional primera. Calendario de implantación

Disposición adicional segunda. Autorización de centros docentes

Disposición adicional tercera. Requisitos del profesorado de centros privados o públicos de titularidad diferente a la administración educativa

Disposición adicional cuarta. Incidencia en las dotaciones de gasto

Disposición transitoria. Proceso de transición y derechos del alumnado que esté cursando el ciclo formativo establecido para la obtención del título de *Técnico Superior en Asesoría de Imagen*

*Personal y Corporativa* amparado por la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo

Disposición Final Primera. Habilitación reglamentaria

Disposición Final Segunda. Entrada en vigor

ANEXO I Módulos Profesionales

ANEXO II Secuenciación y distribución horaria semanal de los módulos profesionales.

ANEXO III Profesorado

ANEXO IV Currículo módulos profesionales: Inglés Técnico I- S y II-S

ANEXO V Espacios mínimos

ANEXO VI Titulaciones académicas requeridas para la impartición de los módulos profesionales que conforman el ciclo formativo en centros de titularidad privada, o de otras Administraciones distintas de la educativa.

## PREÁMBULO

El Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana, en su redacción dada por la Ley Orgánica 1/2006, de 10 de abril, establece en su artículo 53 que es de competencia exclusiva de la Generalitat la regulación y administración de la enseñanza en toda su extensión, niveles y grados, modalidades y especialidades, en el ámbito de sus competencias, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo veintisiete de la Constitución y en las Leyes Orgánicas que, conforme al apartado uno de su artículo ochenta y uno, la desarrollen.

Una vez aprobado y publicado en el Boletín Oficial del Estado el Real Decreto 1685/2011, por el que se establece el título de Técnico *Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa* y se fijan sus enseñanzas mínimas, cuyos contenidos básicos representan el 55 por ciento de la duración total del currículo de este ciclo formativo, establecida en 2000 horas, en virtud de lo dispuesto en el artículo 10.1 de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, en los artículos 6.2 y 39.6 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, y en el Capítulo I del Título I del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación de la formación profesional del sistema educativo y según lo fijado en el artículo 10.2 de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, en los artículos 6.3 y 39.4 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, y en los artículos 8.2 y 8.3 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación de la formación profesional del sistema educativo, procede, teniendo en cuenta los aspectos definidos en la normativa anteriormente citada, establecer el currículo completo de estas nuevas enseñanzas de Formación Profesional Inicial vinculadas al Título mencionado en el ámbito de esta Comunidad Autónoma, ampliando y contextualizando los contenidos de los módulos profesionales, respetando el perfil profesional del mismo.

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

estructura productiva de la Comunitat Valenciana, sin perjuicio alguno a la movilidad del Alumnado

Se ha prestado especial atención a las áreas prioritarias definidas por la Disposición Adicional Tercera de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional mediante la definición de contenidos de prevención de riesgos laborales, que permitan que todo el alumnado pueda obtener el certificado de Técnico en Prevención de Riesgos Laborales, Nivel Básico, expedido de acuerdo con lo dispuesto en el Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención, e incorporando en el currículo formación en la lengua inglesa para facilitar su movilidad profesional a cualquier país europeo.

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

En virtud de lo anteriormente expuesto, y según lo fijado en el artículo 8.2 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación de la formación profesional del sistema educativo, vista la propuesta de la Dirección General de Formación Profesional y Enseñanzas de Régimen Especial de fecha --- de ----de 2014, previo informe del Consejo Valenciano de la Formación Profesional y conforme con el Consell Juridic Consultiu de la Comunitat Valenciana, en ejercicio de las atribuciones que me confieren el artículo 28.e) de la Ley 5/1983, de 30 de diciembre, del Consell y el Decreto 190/2012, de 21 de diciembre, del Consell, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico y Funcional de la Conselleria de Educació, Cultura y Deporte,

## ORDENO

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

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

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

#### *Artículo 2. Currículo*

1. La duración total del currículo de este ciclo formativo, incluida tanto la carga lectiva de sus módulos profesionales como la carga lectiva reservada para la docencia en inglés, es de 2.000 horas.
2. Sus objetivos generales, los módulos profesionales y los objetivos de dichos módulos profesionales, expresados en términos de resultados de aprendizaje y sus criterios de evaluación, así como las orientaciones pedagógicas, son los que se establecen para cada uno de ellos en el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.
3. Los contenidos y la carga lectiva completa de estos módulos profesionales se establecen en el anexo I de la presente Orden

#### *Artículo 3. Organización y distribución horaria*

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

#### *Artículo 4. Módulos profesionales: Formación en Centros de Trabajo y Proyecto de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa*

1. El módulo profesional de Formación en Centros de Trabajo, se realizará con carácter general, en el tercer trimestre del segundo curso.
2. El módulo profesional de Proyecto de Técnico *Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa* consistirá en la realización individual de un proyecto de carácter integrador y complementario del resto de los módulos que componen el ciclo formativo, que se presentara y defenderá, ante un tribunal formado por profesorado del equipo docente del ciclo formativo. Se desarrollará con carácter general, durante el último trimestre del segundo curso, pudiendo coincidir con la realización del módulo profesional de Formación en Centros de Trabajo. El desarrollo y seguimiento de este módulo deberá compaginar la tutoría individual y colectiva y su evaluación, por ser de carácter integrador y complementario del resto de los módulos que componen el ciclo formativo, quedará condicionada a la evaluación positiva de éstos.

#### *Artículo 5. Espacios y equipamiento*

1. Los espacios mínimos que deben reunir los centros educativos para permitir el desarrollo de las enseñanzas de este ciclo formativo, cumpliendo con la normativa sobre prevención de riesgos

laborales, así como la normativa sobre seguridad y salud en el puesto de trabajo son los establecidos en el anexo V de esta Orden.

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

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

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

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

#### *Artículo 6. Profesorado*

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

2. Con el fin de garantizar la calidad de estas enseñanzas, para poder impartir los módulos profesionales que conforman el ciclo formativo, el profesorado de los centros docentes no pertenecientes a la administración educativa, ubicados en el ámbito territorial de la Comunitat, para poder impartir los módulos profesionales que conforman el ciclo formativo, deberán poseer la correspondiente titulación académica que se concreta en el anexo VI de la presente Orden y además acreditar la formación pedagógica y didáctica a la que hace referencia el artículo 100.2 de la Ley

Orgánica de Educación. La titulación académica universitaria requerida se adaptará a su equivalencia de Grado/Master universitario.

#### *Artículo 7. Docencia en inglés*

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

relacionados con la profesión, conocer los avances de otros países, realizar propuestas de innovación en su ámbito profesional y facilitar su movilidad a cualquier país europeo, el currículo de este ciclo formativo incorpora la lengua inglesa de forma integrada en dos módulos profesionales de entre los que componen la totalidad del ciclo formativo.

2. Estos módulos se impartirán de forma voluntaria por el profesorado con atribución docente en los mismos que, además, posea la habilitación lingüística en inglés de acuerdo con la normativa aplicable en la Comunitat Valenciana. Al objeto de garantizar que la enseñanza en inglés se imparta en los dos cursos académicos del ciclo formativo de forma continuada se elegirán módulos profesionales de ambos cursos y los módulos susceptibles de ser impartidos en lengua inglesa son los relacionados con las unidades de competencia incluidas en el título.
  
2. Como consecuencia de la mayor complejidad que supone la transmisión y recepción de enseñanzas en una lengua diferente a la materna, los módulos profesionales impartidos en lengua inglesa incrementarán su carga horaria lectiva, en tres horas semanales para el módulo que se imparta en el primer curso y dos horas para el que se desarrolle durante el segundo curso. Además, el profesorado que imparta dichos módulos profesionales tendrá asignadas en su horario individual, tres horas semanales de las complementarias al servicio del centro para su preparación.
  
4. Si no se cumplen las condiciones indicadas, con carácter excepcional y de forma transitoria, los centros autorizados para impartir el ciclo formativo, en el marco general de su proyecto educativo concretarán y desarrollarán el currículo del ciclo formativo incluyendo un módulo de inglés técnico en cada curso académico, cuya lengua vehicular será el inglés, con una carga horaria de tres horas semanales en el primer curso y dos horas semanales en el segundo curso. El currículo de estos módulos de inglés técnico se concreta en el anexo IV.

#### *Artículo 8. Autonomía de los centros*

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

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

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

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

*Artículo 9. Requisitos de los centros para impartir estas enseñanzas*

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

*Artículo 10. Evaluación, promoción y acreditación*

Para la evaluación, promoción y acreditación de la formación establecida en esta Orden se atenderá a las normas que expresamente dicte la Conselleria con competencias en estas enseñanzas de Formación Profesional.

*Artículo 11. Adaptación a los distintos tipos y destinatarios de la oferta educativa*

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

## DISPOSICIONES ADICIONALES

*Primera. Calendario de implantación*

La implantación del currículo objeto de regulación de la presente Orden tendrá lugar **a partir del curso** escolar 2014/2015, para las enseñanzas (módulos profesionales) secuenciados en el curso primero del anexo II de la presente Orden y en el curso 2015/2016, para las enseñanzas (módulos profesionales) secuenciados en el segundo curso del mencionado anexo II. Simultáneamente, en los mismos cursos académicos, dejarán de impartirse las correspondientes al primer y segundo cursos de las enseñanzas establecidas para la obtención del título de Técnico *Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa* por la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo

*Segunda. Autorización de centros docentes*

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

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

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

- a) Profesorado que haya impartido docencia en los centros especificados en la disposición adicional segunda, siempre que dispusiese para ello de los requisitos académicos requeridos, durante un periodo de dos cursos académicos completos, o en su defecto doce meses en periodos continuos o discontinuos, dentro de los cuatro cursos anteriores a la entrada en vigor de la presente orden, en el mismo módulo profesional incluido en un ciclo formativo amparado por la LOGSE que sea objeto de la convalidación establecida en el anexo IV del Real decreto 1129/2010, de 10 de septiembre. La acreditación docente correspondiente podrá solicitarse durante un año a la entrada en vigor de la presente orden.
- b) Profesorado que dispongan de una titulación académica universitaria y de la formación pedagógica y didáctica requerida, y además acredite una experiencia laboral de al menos tres años en el sector vinculado a la familia profesional, realizando actividades productivas o docentes en empresas relacionadas implícitamente con los resultados de aprendizaje del módulo profesional.

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

El profesorado que considere reunir los requisitos necesarios, lo solicitará a la correspondiente dirección territorial con competencias en educación, adjuntando la siguiente documentación:

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

El/la directora/a territorial, previo informe de su Servicio de Inspección Educativa, elevará propuesta de resolución ante el órgano administrativo competente en materia de ordenación de estas enseñanzas de Formación Profesional, de la conselleria con competencias en materia de educación, que dictará resolución individualizada al respecto. Contra la resolución, el/la interesado/a podrán presentar recurso de alzada, en el plazo de un mes desde su notificación, ante la Secretaria Autonómica de la que dependa el mencionado órgano administrativo competente, extremo que deberá constar en la mencionada resolución. Estas resoluciones quedarán inscritas en un registro creado al efecto.



*Cuarta. Incidencia en las dotaciones de gasto*

La implementación y posterior desarrollo de esta Orden deberá ser atendida con los medios personales y materiales de la conselleria competente en estas enseñanzas de Formación Profesional, en la cuantía que prevean los correspondientes presupuestos anuales.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

*Disposición Transitoria. Proceso de transición y derechos del alumnado que esté cursando el ciclo formativo establecido para la obtención del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa amparado por la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo*

1. El alumnado que, al finalizar el curso escolar 2013/2014, cumpla las condiciones requeridas para cursar las enseñanzas del segundo curso del título de Técnico *Superior en Asesoría de Imagen Personal* amparado por la LOGSE, y que no haya superado alguno de los módulos profesionales del primer curso del correspondiente ciclo formativo cuyas enseñanzas se sustituyen de acuerdo con lo indicado en la disposición adicional primera de la presente Orden, contará con dos convocatorias en cada uno de los dos años sucesivos para poder superar dichos módulos profesionales, siempre con el límite máximo de convocatorias pendientes de realizar por el interesado, que establece la normativa vigente en cada uno de los regímenes de impartición de las enseñanzas de formación profesional.

Transcurrido dicho periodo, en el curso escolar 2016/2017, se le aplicarán las convalidaciones, para los módulos superados, establecidas en el artículo 14.1 del Real Decreto 1128/2010, de 10 de septiembre, por el que se establece el título de Técnico *Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativo*, o norma básica que lo sustituya, regulado por la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

2. Al alumnado que, al finalizar el curso escolar 2013/2014, no cumpla las condiciones requeridas para cursar las enseñanzas del segundo curso del título de Técnico *Superior en Asesoría de Imagen Personal* amparado por la LOGSE, se le aplicarán las convalidaciones establecidas en el artículo 14 del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico *Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa* o norma básica que lo sustituya regulado por la LOE.

3. El alumnado que, al finalizar el curso escolar 2014/2015 no cumpla, por no haber superado el módulo profesional de formación en centros de trabajo, las condiciones requeridas para obtener el título de Técnico *Superior en Asesoría de Imagen Personal* amparado por la LOGSE, dispondrá de una convocatoria en el siguiente curso escolar para poder superar dicho módulo profesional, siempre con el límite máximo de convocatorias pendientes de realizar por el interesado, que establece la normativa vigente en cada uno de los regímenes de impartición de las enseñanzas de formación profesional. Al alumnado que, transcurrido dicho periodo, no hubiera obtenido el correspondiente título, se le aplicarán las convalidaciones, para los módulos superados, establecidas en el artículo 14 del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de, o no Técnico *Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa* norma básica que lo sustituya, regulado por la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

DISPOSICIONES FINALES

*Primera. Habilitación reglamentaria*

Se autoriza, en el ámbito de sus competencias, a los órganos superiores y centros directivos de la conselleria competente en materia de Educación, para adoptar las medidas y dictar las instrucciones necesarias para la aplicación de lo dispuesto en esta Orden.

*Segunda. Entrada en vigor*

Esta Orden entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el *Diari Oficial de la Comunitat Valenciana*.

Valencia,.....

LA CONSELLERA DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE

Maria José Catalá Verdet

**ANEXO I**

**Módulo Profesional: Asesoría cosmética.**

**Código: 1181**

**Duración: 96 horas.**

**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:
  - . Fuentes documentales.
  - . Análisis de las tendencias.
  - . Clasificación y archivo de datos.
- Fase de análisis de las características y necesidades de las personas usuarias:
  - . Protocolo de estudio estético.
  - . Procedimiento de identificación de demandas de la persona usuaria.
- Fase de asesoramiento en cosméticos y perfumes. Procedimiento de actuación.
- Fase de evaluación y control del proceso.
- Campo de actuación del asesor de cosméticos y perfumes: concepto, funciones. Conocimientos técnicos y profesionales de los productos.
- Los productos cosméticos. Concepto y composición general: principios activos, excipientes y aditivos.
- Parte externa del cosmético. Elementos que la conforman:

- . Recipientes. Características comerciales y simbología de la forma, olor diseño.
- . Embalaje o envase exterior.
- . Prospecto y etiqueta: datos que deben figurar.
- Forma cosmética: concepto. Tipos. Características. Clasificación. Relación de la forma cosmética con el recipiente.
- Actuación de los cosméticos sobre la piel. Penetrabilidad:
  - . Vías de penetración.
  - . Factores que influyen en la penetración de los cosméticos.

Realización del estudio estético para la asesoría cosmética:

- La piel eudérmica: aspecto externo y características principales.
- La tipología cutánea en la asesoría cosmética. Características:
  - . Clasificación: piel seca, grasa, hiperhidratada, sensible, acnéica, envejecida y otras. Elementos que determinan el tipo de piel.
  - . Características de la piel según el género y la etnia.
  - . Necesidades cosméticas generales en función del tipo de piel
- Reacción de la piel ante agentes externos y cosmetológicos.
- Valoración del tipo de piel: protocolo de reconocimiento. La observación visual y la palpación.
- Tipos de cabello. Características.
- Valoración del estado del cabello y cuero cabelludo. La observación visual y la exploración.
- 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 higiene facial.
  - . Cosméticos de higiene corporal.
  - . Cosméticos complementarios a la higiene facial y corporal: exfoliantes, mascarillas y otros.
  - . Relación de sus ingredientes activos con su mecanismo de actuación.
- Cosméticos de mantenimiento, protección y tratamiento de la piel. Cosméticos faciales y corporales: clasificación, características, sustancias activas, indicaciones y criterios de selección. Formas cosméticas.
- Cosméticos decorativos: clasificación, ingredientes activos, indicaciones y formas cosméticas. Criterios de selección:
  - . Cosméticos para maquillaje del rostro.
  - . Cosméticos para el maquillaje del área de los ojos.
  - . Cosméticos para labios. Coloretos.
  - . Cosméticos para micropigmentación.
  - . Bronceadores exógenos.
- Cosméticos solares: Protectores solares. Preparados para después del sol
- Cosmética específica para medicina estética: tipos, funciones, composición y formas de presentación. Precauciones. Criterios de elección:
  - . Productos para el envejecimiento: implantes de relleno, toxina botulínica, exfoliantes de uso médico y otros. Características y modo de empleo.
  - . Productos para mesoterapia: efectos en función del principio activo que incorpore.
  - . Productos previos y posteriores a intervenciones de cirugía estética.

- Nutricosmética para la piel: concepto, objetivos, clasificación, indicaciones, principales ingredientes y modo de empleo.
  - Cosmética masculina: clasificación, características, ingredientes e Indicaciones:
    - . Diferencias entre cosmética masculina y femenina.
    - . Novedades cosméticas: nuevos principios activos y nuevos vehículos.
- Determinación de los cosméticos para los anexos córneos:
- Cosméticos capilares: clasificación.
  - Cosméticos para la higiene y el acondicionamiento capilar: concepto, forma de actuar, ingredientes activos principales e indicaciones. Criterios de elección:
    - . Cosméticos de higiene y acondicionamiento capilar. Características.
    - . Cosméticos complementarios a la higiene capilar. Características. Precauciones
  - Cosméticos para cambios de forma y de color del cabello: clasificación, forma de actuar, principales ingredientes, indicaciones y precauciones. Criterios de elección. Modificaciones en la estructura capilar al aplicar técnicas de cambio de color y de forma temporal y permanente en el cabello.
  - Cosméticos para alteraciones del cabello y cuero cabelludo: clasificación, principales activos, forma de actuar e indicaciones. Criterios de elección.
  - Relación entre los principios activos de los cosméticos de tratamiento capilar y sus indicaciones.
  - Cosméticos para el mantenimiento y la protección del cabello y cuero cabelludo: hidratantes, protectores solares y otros. Indicaciones, forma de actuar y formas cosméticas. Valoración de la importancia de mantener el cabello en buen estado.
  - Cosméticos capilares masculinos: clasificación, indicaciones, ingredientes y formas cosméticas.
  - Cosméticos para la eliminación del vello: clasificación. Depilatorios químicos y depilatorios por tracción: forma de actuar, indicaciones y precauciones. Criterios de elección. Cosméticos pre y post-depilación.
  - Ventajas e inconvenientes de los diferentes cosméticos depilatorios.
  - Cosméticos decolorantes del vello: composición, mecanismo de acción, formas cosméticas, indicaciones y precauciones. Criterios de elección.
  - Productos para manicura y pedicura: clasificación, función, principales ingredientes y formas cosméticas. Criterios de elección:
    - . Relación de los tipos de cosméticos de manicura y pedicura con su forma de actuar.
    - . Cosméticos para uñas artificiales: tipos, características, indicaciones y precauciones.
  - Nutricosmética para el cabello y las uñas: indicaciones e ingredientes activos.
- Elaboración de propuestas personalizadas de tratamientos cosméticos:
- Estudio del cliente. Detección de necesidades cosméticas.
  - Elaboración del protocolo de tratamiento personalizado: preparación e higiene, núcleo del tratamiento y finalización del tratamiento. Determinación de los objetivos a conseguir. Indicaciones y contraindicaciones.
  - Técnicas de aplicación de cosméticos de preparación e higiene de la piel. Secuenciación. Consejos de higiene.
  - Técnicas de aplicación de cosméticos de mantenimiento y protección.
  - Técnicas de aplicación de cosméticos de tratamiento, faciales y corporales. Secuenciación.
  - Técnicas de aplicación de productos capilares: champú, acondicionador, cosméticos para alteraciones y otros.
  - Técnicas de aplicación de cosméticos para manos y pies.

- Asesoramiento asociado al uso de cosméticos: hábitos de vida, recomendaciones y otros.
  - Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados cosméticos.
  - Pautas de manipulación y conservación de los cosméticos.
  - Presentación de la propuesta. Realización del Dossier de asesoría cosmética: estudios y análisis realizados, selección de cosméticos que se pueden emplear, pautas de aplicación, frecuencia, distribución, horario y plan de mantenimiento.
- Determinación de las pautas de asesoramiento en la elección de perfumes:
- Perfumes: concepto y composición general (activos y excipientes). Materias primas empleadas.
  - 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).
    - . Perfume e imagen personal.
    - . Factores que influyen en la variación del olor de un perfume en distintas personas.
  - Factores que influyen en la elección de un perfume. Criterios para realizar la elección.
  - Zonas de aplicación del perfume.
  - Cómo y cuándo hay que perfumarse.
  - Criterios para realizar la compra del perfume.
  - Establecimientos de venta de perfumes: tipos y características.
- Establecimiento de pautas para el asesoramiento en la compra de cosméticos:
- Clasificación de establecimientos donde se venden cosméticos: características, tipos de cosméticos de venta y criterios de elección.
  - 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.

### **Módulo Profesional: Diseño de imagen integral.**

**Código: 1182**

**Duración: 160 horas**

#### **Contenidos:**

Caracterización de la iconología:

- La iconología. Características. Historia de la iconología. Variaciones universales iconológicas.
- Los iconos: definición, tipos y características.
- Los valores morales y estéticos asociados a la iconología. Los conceptos filosóficos y su simbología. Aplicaciones de la iconología en diferentes sectores (arte, arquitectura, diseño, interiorismo, decoración interna y externa, escaparatismo y montajes audiovisuales, entre otros).

- Códigos, signos y símbolos. Definición, características y tipos. Soportes. Códigos estándares y no estándares. Códigos particulares, sectoriales, geográficos, culturales, religiosos y otros.
  - La percepción iconológica. Fisiología y psicología de la percepción. La sensibilidad individual. La percepción de la realidad y su entorno. Tipos de percepción: visual, olfativa y táctil, entre otros.
  - Los sentidos y la iconología:
    - . La vista: características de la visión. La luz y sus características: cantidad, intensidad, dirección, gama térmica y otros. Otros elementos que proyectan cualidades percibidas a través de la vista: línea, forma, volumen, color y movimiento.
    - . El oído: percepción del sonido. Concepto y características del sonido: tipo, timbre, modulación, registro, fuerza, velocidad y calidad entre otras. Umbral de percepción. Educación de la expresión oral.
    - . El tacto y la tangibilidad: concepto. Características de la tangibilidad: tipos, termia y humedad entre otras. Valoraciones individuales.
    - . El olfato: sensaciones olfativas, percepción del olor. Características del olor: tipos, composición, gama, intensidad y calidad entre otras. Saturación olfativa. Importancia del olor en el entorno de la persona.
    - . El gusto: percepción del sabor y su localización en la cavidad oral. Características del sabor: textura, gama y calidad táctil entre otras. Importancia en la imagen corporativa
  - La objetividad y la relatividad. Diferenciación entre percepción y emociones. Las emociones y las cualidades personales.
  - Elementos que conforman la imagen. Las líneas:
    - . Tipos, percepción, características y aplicación en los diferentes ámbitos de la asesoría. Representación gráfica de las líneas.
  - Los colores: la percepción del color y sus sensaciones. Aplicación del color en la asesoría. Teoría del color. Características del color. El círculo cromático. Las gamas térmicas.
  - Las formas. Percepción y análisis. Cualidades asociadas. Aplicación en asesoría. Representación gráfica de las formas.
  - Los volúmenes: tipos de volúmenes, percepción de los mismos y su aplicación en la asesoría de imagen. Representación gráfica de los volúmenes.
  - Expresividad corporal y elementos sensoriales. El movimiento: concepto, tipos de movimiento, percepción y su aplicación en la asesoría de imagen. Posturas corporales. Educación del movimiento corporal. Sentidos no visuales. Paralelismos iconológicos para el olfato, el gusto y el tacto.
  - Uso del lenguaje iconológico: El lenguaje social y el lenguaje del asesor. Adaptación del lenguaje social al lenguaje iconológico. El lenguaje iconológico: definición, características e importancia. Ámbitos de aplicación. Las equivalencias entre cualidades y características físicas, códigos, símbolos y signos. Terminología que se debe utilizar. Las formas adjetivadas de las cualidades. Las tablas de las cualidades y su jerarquización.
  - Los niveles de percepción y sus condicionantes. Variaciones en función de su intensidad o grado.
- Elaboración de documentación para la asesoría de imagen:
- Bases de información general. Identificación de las fuentes documentales: escritas, gráficas, audiovisuales y otras. Base de datos de especialistas colaboradores.
  - Métodos de obtención de la información: estrategias de búsqueda y selección. La fiabilidad de la información.

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

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.
  - . Elementos básicos del dibujo y su aplicación en asesoría.
- La fotografía analógica y digital. Concepto y principios. Funcionamiento básico. El uso de la cámara. Técnicas básicas utilizadas en fotografía. La iluminación. La composición. Características que se deben tener en cuenta en relación a la cámara y a la ambientación.
- El retoque fotográfico y sus elementos. Tratamiento de la imagen mediante aplicaciones informáticas. Boceto y fotografía. Iniciación al tratamiento de fotografías y gráficos. Herramientas virtuales de diseño.
- Métodos de especificación del color en un programa de diseño gráfico:
  - . RGB, CMYK y colores planos.
  - . Herramientas de diseño.
  - . Herramientas de edición.
  - . Luces, sombras y texturas.
  - . Aplicación de color a los objetos.
  - . Edición de imágenes. Modificación de tamaños de imagen, resolución y espacio de color.
  - . Ajustes de contraste, equilibrio de gris, equilibrio de color, brillo y saturación.
  - . Corrección selectiva de color en el programa de edición de color.
  - . Filtros: destramado, enfoque y desenfoque.
  - . Retoques, degradados, fundidos y calados.
- Opciones de aplicación en peluquería; en belleza (colorete, sombras, delineador de ojos y labios, lápiz de cejas y labios); en vestuario y complementos.
- Almacenamiento de archivos. Formatos.

- Ajustes de impresión.
- Creación de vídeos. El guion. Manipulación de la línea de tiempo. Selección de escenas y transiciones. Introducción de títulos y audio.
- Las aplicaciones informáticas como medio de tratamiento de la imagen personal. Iniciación al tratamiento de fotografías digitalmente. Programas informáticos relacionados. Programas de tratamiento de la imagen y diseño gráfico.
- Los medios audiovisuales. Tipos. Características. La postproducción.

Realización del estudio integral de la imagen:

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

Elaboración de propuestas personalizadas de asesoría imagen:

- El proyecto de asesoría: concepto, fases y tipos de proyectos. Características de los mismos. El proyecto parcial. El proyecto integral.
- Diseño de propuestas personalizadas de cambios de imagen. Estructura específica de la propuesta. Pautas para la elaboración del informe / propuesta de asesoría.
- Descripción de las necesidades y demandas.
- Conclusión del análisis integral de la imagen: características que se deben potenciar y/o modificar.



- Caracterización del nuevo estilo.
- Relación de los trabajos técnicos (tratamientos corporales y faciales, peinados y maquillaje) necesarios para el cambio de imagen. Selección de técnicas basadas en los diferentes ámbitos de la asesoría (belleza y cuidados estéticos, peluquería, estilismo en el vestir, protocolo oficial, de empresa y social, habilidades comunicativas, imagen corporativa y otros).
- Documentación técnica y económica anexa a la propuesta: tipos y características. El presupuesto. Sistemas de liquidación económica.
- Documentación de colaboración. Tipos de relaciones.
- Elaboración de diseños 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:
  - . Selección del formato de presentación parcial e integral. Adaptación del formato a los distintos apartados de que consta la propuesta.
- Conclusión de las propuestas: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.

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

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

### **Módulo Profesional: Estilismo en vestuario y complementos.**

**Código: 1183**

**Duración: 192 horas**

#### **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. Mecanismos de colaboración.
  - Concepto de estilismo. Vestiteca, showroom, outlet y otros.
  - La elegancia y el estilo. Clasificación general de estilos.
  - Las tendencias y la moda. Repercusión económica. Técnicas asociadas a su difusión.
  - El prêt-à-porter y la alta costura. Importancia actual. El prêt-à-couture.
  - Desfiles: terminología asociada y características. Colección. Concepto y tipos. Colección crucero. Principales pasarelas mundiales.
  - Estilismo creativo y estilismo dirigido. La investigación como base de la inspiración y realización.
  - El protocolo de actuación en estilismo. Elaboración del protocolo: partes, tipos, contenidos y documentos de apoyo.

- La bases de información del estilismo en el vestir. Fuentes documentales. Clasificación y archivo. Elaboración de muestrarios de referencia.

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

- La función del vestuario. La función mítica, protectora, jerárquica y otras.
- El vestido en la prehistoria.
- El vestuario en el mundo antiguo: desde Egipto a Bizancio. Características principales y su repercusión.
- La Edad Media y el Renacimiento. La influencia de las cortes. El vestido y sus variaciones.
- El Barroco y la Corte francesa. El Rococó.
- La Revolución Francesa. El Romanticismo. El Dandismo. Los cambios volumétricos en la moda femenina.
- El Modernismo. La Revolución Industrial y su repercusión en el vestuario. El nacimiento de la alta costura.
- Los felices años 20. La androginia. Las nuevas casas de moda.
- Los años 30. La moda y el cine.
- La moda y el Surrealismo.
- El new look y el teatro de la moda. Los nuevos diseñadores y su influencia.
- Los pantalones vaqueros y el estilo de vida americana. La juventud y sus revoluciones. Los hippies.
- El cine y la televisión. El futurismo. La moda unisex. El punk.
- La moda americana y la nueva silueta. El fin de la alta costura. Nuevas alternativas.
- Diseñadores que han tenido influencia en la historia de la moda y sus aportaciones.
- La moda y la edad. Las modas sociales actuales.
- Jóvenes diseñadores nacionales e internacionales. Tendencias actuales en moda.-

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

- El estudio del cliente. Métodos y equipos para el estudio y análisis del cliente: entrevistas, cuestionarios, medidas y grabaciones, entre otros.
- Aplicación de los métodos de observación.
- Los patrones habituales.
- Detección de necesidades: socio-laborales, artísticas y otras.
- Identificación del ámbito de aplicación y las cualidades de la imagen a proyectar. Características y ejemplos.
- Registro y control de la información. Documentación anexa.
- Técnicas de preparación del cliente.
- La antropometría de la figura humana masculina y femenina. Proporciones reales e idealizadas. Percepción de las mismas.
- Características corporales con influencia en la indumentaria y los complementos: estatura, peso, proporciones. Proyección/percepción de la imagen a través de las características corporales de cuello, hombros, pecho, cintura, caderas, extremidades superiores e inferiores, entre otros.
- Las tallas. Determinación de las medidas corporales. Registro de datos.
- La representación gráfica de la figura humana. Determinación de la tipología corporal. Registro de datos.
- Test de color. Técnicas para la elección de colores personales. Realización del test de color en base a cualidades de belleza e imagen que se desean transmitir.
- Elementos que definen el estilo en el vestir: color, líneas, formas y volúmenes. Aplicación en el vestuario y complementos.
- Determinación del estilo del cliente. Gradación del estilo.

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

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

- Las correcciones corporales mediante el vestuario. Los inestetismos. Las asimetrías. Concepto, tipos, características y detección de los mismos.
- La indumentaria masculina y femenina. La moda unisex.
- Tipos de prendas. Criterios de selección.
- Elementos y características de las prendas y su repercusión en la imagen: los escotes, los cuellos, las mangas y otros. Concepto y características.
- Materiales y tejidos utilizados en estilismo:
  - . Las fibras textiles.
  - . Los no tejidos. Concepto, determinación, clasificación y características. Criterios para su selección y pautas para su conservación en óptimas condiciones.
  - . Las pieles naturales y su preparación. Clasificación y características. Criterios para su selección y pautas para su conservación en óptimas condiciones.
  - . Los tejidos y materiales ecológicos y éticos
  - . Las costuras y la pasamanería. Concepto, tipos y características.
  - . Elementos que determinan la calidad de una pieza.
  - . Los botones, cremalleras y otros.
- El etiquetado de las prendas. Normativa. Simbología. Consejos de lavado, planchado y conservación. El lavado en seco.
- El vestuario profesional. Ventajas y desventajas. Repercusiones laborales.
- El vestuario de etiqueta. Características de los tejidos y materiales. Complementos permitidos. Otros elementos de uso protocolario y sus características. La etiqueta masculina y femenina. Comunicación del tipo de vestuario en las invitaciones.
- El vestuario en celebraciones sociales. Características.
- La ropa interior. Concepto, tipos y características.
- El vestuario y su armonía. Formas de lucir las distintas prendas de vestir. Combinación de colores, tejidos y estampados.
- Tabla de equivalencias del vestuario en distintos países.
- Los complementos: relación de los complementos con la creación de estilos:
  - . Joyería, bisutería y relojería.
  - . Zapatos, cinturones y bolsos.
  - . Complementos masculinos. Las corbatas.
  - . Sombreros, gorros y accesorios capilares.
  - . Pañuelos, bufandas y guantes.
  - . Gafas y otros accesorios.

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

- La propuesta personalizada para el cambio de imagen a través de la indumentaria. Definición y estructura.
- Tipos de propuestas.
- Documentación base: el dossier de asesoría en estilismo. Organización y estructura. Elaboración del dossier de asesoría de vestuario y complementos:
  - . Logotipo y portada.
  - . Índice, datos, introducción.
  - . Valoración de las cualidades iniciales del cliente y de las cualidades que desea transmitir.

- . Fotos. Estudio antropométrico. Tipo de silueta. Valoración de inestetismos y asimetrías.
  - . Asesoramiento en el vestir en base a líneas, formas, volúmenes, tejidos y colores.
  - . Propuesta técnica de prendas de vestir y complementos y sus características.
  - . Otros apartados.
  - Documentación técnica anexa: tipos y características. Diseños gráficos y audiovisuales. Aplicación de herramientas manuales, gráficas e informáticas. Procedimientos para cumplimentar los documentos técnicos de la propuesta personalizada.
  - Documentación económica: el presupuesto.
  - Planificación de acciones: el plan de trabajo. Calendario de actuación, contenidos y pautas de elaboración.
  - Adecuación de la propuesta/personalización de la demanda.
  - Presentación de la propuesta: aplicación de técnicas de comunicación para la presentación de la propuesta.
  - Procesamiento y archivo de la información. Uso de la base de datos.
- Establecimiento de pautas para guiar en la compra de vestuario y complementos:
- Los puntos de venta de vestuario y complementos.
  - Criterios de selección de vestuario, tejidos y complementos: identificación de la demanda. Tabla de equivalencias del tallaje del vestuario en otros países.
  - Criterios de selección de tiendas especializadas, diseñadores y firmas de ropa. Relación calidad-precio.
  - El fondo de armario. Fondo de armario masculino y femenino. Composición. Revisión y actualización.
  - El equipaje básico en distintas actividades.
  - Selección y combinación de colores en prendas, accesorios y complementos.
  - Pautas para la elección y combinación de prendas y complementos.
  - Pruebas de vestuario. Coordinación y supervisión.
  - Técnicas de seguimiento y mantenimiento del proceso de asesoría en el vestir.

### **Módulo Profesional: Asesoría de peluquería.**

**Código: 1184**

**Duración: 160 horas**

#### **Contenidos:**

- Elaboración del protocolo de trabajo del asesor de peluquería:
- Protocolos de trabajo del asesor de peluquería:
  - Fase de documentación. Elaboración de la base de información de patrones estéticos de peinados.
  - Base de información de patrones estéticos:
    - . Datos de estilos capilares. Elaboración de un muestrario de estilos de peinado.
    - . Fuentes documentales: webs de Internet, revistas de moda, de peinados, de maquillajes, magazines, actualidad, especializadas y científicas.
    - . Libros, cine y televisión.
    - . Clasificación y archivos de datos.
  - Campo de actuación del asesor de peluquería:
    - . Asesoramiento en imagen y belleza
    - . Asesoramiento en producciones audiovisuales, escénicas y de moda.
    - . Asesoramiento en estilismos faciales masculinos.

- . El asesoramiento en actos y eventos.
- . Asesoramiento en cambios de estilo.
- Fase de análisis de las características y necesidades de la persona usuaria y su entorno:
  - . Protocolo de estudio estético de las cualidades de belleza.
  - . Protocolo para el estudio de las cualidades de la imagen a través del peinado.
  - . Procedimiento de identificación de demandas del usuario.
  - . Proceso de identificación de las necesidades y demandas en peluquería, femenina, masculina y barbería, de los medios audiovisuales, escénicos y de moda.
  - . Identificación de los requerimientos sociales y laborales.
- Fase de asesoramiento en peluquería femenina, masculina y estilismo facial masculino.
- Fase de evaluación y control del proceso.

#### Realización del estudio estético para la asesoría de peluquería:

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

- Soportes de documentación técnica: ficha de registro. Cuestionarios valorativos iniciales. El cuestionario de costumbres, aficiones y hábitos de cuidados estéticos.

Determinación de los cuidados y tratamientos capilares para el asesoramiento:

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

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 conológicos del peinado que forman la nueva imagen:
  - . Identificación de la armonía: fría y cálida.
  - . Análisis de las líneas, formas, colores y volúmenes que conforman el peinado.
  - . Correcciones ópticas a través del cabello: del óvalo, de las facciones, del cráneo, del perfil, del cuello y de los hombros.
- Determinación del largo, forma, color y estilo del cabello en la nueva imagen.
- Determinación del estilo en el pelo facial.
- Los complementos de peluquería en la creación de estilos-
- Clasificación y descripción de los procesos técnicos de peluquería:
  - . Procesos técnicos de peluquería para el cambio de longitud. Corte. Estilos de corte. Pautas.
  - . Procesos técnicos en peluquería para el cambio de forma. Permanente y moldeado. Pautas de selección.
  - . Cambio de forma temporal.
  - . Procesos técnicos en peluquería para el cambio de color. Coloración, decoloración y mechas. Pautas de selección.

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

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.
  - . Técnicas de orientación en la selección de cosméticos de higiene, mantenimiento, protección y cuidados capilares.
- Entrenamiento de técnicas de manejo de secador, útiles, tenacillas, planchas y productos de apoyo y mantenimiento del peinado.

### **Módulo Profesional: Protocolo y organización de eventos.**

**Código: 1185**

**Duración: 120 horas**

#### **Contenidos:**

Caracterización del protocolo oficial:

- La asesoría en protocolo. Campo de actuación del asesor en protocolo y organización de eventos:
  - . Concepto de protocolo.
  - . Origen e historia del protocolo.
  - . Relevancia social.
- El protocolo oficial español: la Casa Real. Poder ejecutivo, legislativo y judicial. Fuerzas Armadas. Normativa protocolaria y ámbito de aplicación.
- El protocolo en las Comunidades Autónomas. Protocolo en las Administraciones locales.
- Legislación vigente aplicada al protocolo:
  - . Normas generales. Ordenamiento general de precedencias del Estado. Estructura de los departamentos ministeriales.
  - . Normativa autonómica. Régimen de precedencias en el ámbito de las Comunidades Autónomas. Ordenación de instituciones y corporaciones en los actos en el territorio de una Comunidad Autónoma.
  - . Normas protocolarias de las corporaciones locales.
  - . Normativa sobre simbología. Normas reguladoras sobre el uso del Himno Nacional, bandera y escudo de España. Reglamento de banderas, estandartes, guiones, insignias y distintivos.
  - . Régimen de títulos, tratamientos, honores y distinciones: Reglamento de Honores Militares. Reales Ordenanzas para las Fuerzas Armadas Ejército de Tierra-Armada y Ejército del Aire.
- Bases de información en protocolo. Fuentes y departamentos de consulta de normativa y/o legislación protocolaria. Clasificación y archivo.
- Instituciones públicas y privadas: concepto, organigrama, organización y características.
- Distinciones protocolarias y su simbología.
- Simbología heráldica y la vexilología. Características.
- Los tratamientos honoríficos y su aplicación.
- Las distinciones nobiliarias:
  - . Tipos de distinciones.
  - . Escala nobiliaria española. Otras escalas nobiliarias.
- Metodología en la asesoría en protocolo: planificación, organización y evaluación.

Caracterización de los actos protocolarios oficiales y no oficiales:

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



- Los actos privados y/o no oficiales. Características y tipos de actos no protocolarios.
- El protocolo religioso y sus actos. Características de los actos religiosos. Importancia de la tradición.
- El protocolo universitario y sus actos. Características, precedencia y organigrama. Tipos de actos universitarios. El vestuario específico.
- El protocolo militar y sus actos. Organigrama de los cuerpos militares y su precedencia. Tipos de actos militares. Tributación de honores militares.
- Identificación del tipo de acto, el ámbito de aplicación y las características o cualidades que se pueden proyectar. Elementos que hay que valorar.
- Ámbito de aplicación del protocolo en los actos oficiales y no oficiales:
  - . La presidencia de los actos. Cesión de presidencias. Resolución de conflictos.
  - . La precedencia oficial y no oficial. Los organigramas y jerarquías. Justificación.
  - . Elementos simbólicos y/o de representación en actos institucionales.

Establecimientos 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. Necesidades organizativas. Aplicación de métodos de observación de actos protocolarios.
- Fase de planificación: elaboración del programa y cronograma. Requerimientos del acto: recursos humanos, materiales y espacios físicos del evento. Promoción del acto. Los elementos de promoción del acto.
- Fase de desarrollo del evento: logística de la actividad. La inauguración. La clausura del acto:
  - . Interrelación entre los profesionales colaboradores. Personal de soporte.
  - . Proveedores
  - . Línea de imagen del evento: la decoración del acto, música, vestuario, etc...
  - . La recepción de los invitados. La llegada de las autoridades o VIP. Los regalos. La visita por las instalaciones.
  - . Ordenación de personalidades: la precedencia dentro del acto.
  - . Distribución de asistentes en el acto.
  - . Ordenación de las intervenciones. Los discursos y sus requerimientos técnicos: requerimientos informáticos, telefónicos, servicios de traducción simultánea y otros.
- La comunicación en los actos protocolarios. Las relaciones con los medios de comunicación. Las ruedas de prensa.
- Fase de evaluación del acto y/o evento. Seguimiento de la difusión del acto. Acciones posteriores al evento.
- Aplicación del control de calidad del acto:
  - . Detección de problemas.
  - . Registro de incidencias.
  - . Medidas de corrección de las desviaciones.

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:
  - . Descripción del acto: fecha y lugar, cronograma.

- . Protocolo previo a la celebración: Lista de invitados. Remisión de invitaciones.
- . Protocolo durante la celebración: Recepción de invitados.
- . Acto en sí mismo. Documentación económica: elaboración del presupuesto y otros.
- . Informe de resultados.
- Relación de la logística y actividades necesarias para el acto protocolario. La seguridad en el acto. El sistema médico.
- Selección de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el acto protocolario. Proveedores y otros profesionales:
  - . Medios personales, criterios de selección de profesionales colaboradores.
  - . Materiales.
  - . Guiones de actuación miembros de la presidencia y medios de comunicación.
  - . Instrucciones para auxiliares. Coordinación de trabajos.
- Planificación de acciones: programa y cronograma. Calendario de actuación.
- Los actos protocolarios y los comunicados de prensa.
- Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características:
  - . Documentación del acto: Invitaciones, cartas.
  - . Documentos de la inscripción.
  - . Certificación de asistencia.
- Documentación económica: elaboración del presupuesto.
- Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.
- Presentación de la propuesta personalizada.
- Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.

#### Caracterización del protocolo internacional:

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

#### Establecimiento del protocolo empresarial:

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

- Los actos empresariales públicos y privados. Ámbitos de aplicación, simbología, patrocinio externo y otros.
- Las precedencias empresariales.
- Presidencia de los actos. Cesión de presidencias en los actos empresariales.
- Actuaciones empresariales con repercusión en protocolo: las presentaciones personales, la auto-presentación y la presentación de la empresa.
- Las visitas y otros actos sociales empresariales. El viaje de negocios. Características y necesidades.
- Las comidas de negocios. Tipos. Características.
- Actos de carácter empresarial privado. Las reuniones. Funcionamiento general:
  - . Juntas de accionistas.
  - . Juntas generales.
  - . Consejos de administración.
  - . Reuniones internas. Reuniones externas.
- La organización de actos de promoción empresarial externos e internos: Tipos. Características.
  - . Patrocinio empresarial. Objetivo y características.
  - . Elección del medio de patrocinio.

### **Módulo Profesional: Usos sociales.**

**Código: 1186**

**Duración: 80 horas**

#### **Contenidos:**

Identificación del campo de actuación del asesor en usos sociales:

- El protocolo social. Los usos sociales: definición y características y conceptos asociados. Historia del protocolo social.
  - Usos del protocolo social. Necesidad de códigos de comunicación y conducta: relatividad u obligatoriedad de los usos sociales. Acciones del protocolo social:
    - . Conceptos asociados: urbanidad, buenas maneras, protocolo social, habilidades sociales, cortesía, modales, educación y otros.
    - . Normas, hábitos y costumbres. Acciones que deben evitarse.
    - . Los nuevos manuales de urbanidad.
  - Estudio de las características personales asociadas al protocolo social: rasgos personales positivos. Cualidades a potenciar o neutralizar.
  - Aplicación de la inteligencia emocional en el comportamiento social:
    - . Empatía y autovaloración.
    - . Análisis del lenguaje corporal. Importancia e interpretación de los gestos, como medio de comunicación, en usos sociales.
  - Estudio del ámbito de aplicación de los usos sociales: Comportamiento personal. La vida en sociedad y otros. Clasificación de los actos y reuniones sociales.
  - Repercusión de la multiculturalidad en los usos sociales. Características y factores diferenciales. Implicaciones en el comportamiento social.
  - La figura 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. Tipos.
  - Etiqueta social, personal, laboral y otras. Normas de comportamiento en sociedad. Valoración de modelos de comportamientos en público.

- Normas de comportamiento en la vía pública. Normas de comportamiento en los transportes públicos. Normas de comportamiento en los establecimientos públicos.
  - Aplicación de la etiqueta social en el vestir. Etiqueta social en la aplicación de perfume y maquillaje.
  - Técnicas protocolarias en usos sociales elementales: Normas protocolarias en las visitas. La atención a visitas:
    - . Visitas personales.
    - . Visitas concertadas.
    - . Criterios de selección del momento y duración de la visita.
    - . Normas de actuación en visitas singulares: inesperadas, a enfermos, de pésame, otras.
  - Comportamiento social relacionado con los regalos:
    - . Tipos de regalos.
    - . Criterios de elección: adecuación del regalo a las circunstancias personales, sociales y laborales.
    - . Presentación y entrega de regalos.
    - . Comportamiento en la recepción de los regalos.
  - El comportamiento en el entorno laboral. El protocolo social en las relaciones laborales. La jerarquía en el trabajo. La convivencia laboral.
  - Técnicas de evaluación del proceso de asesoría en usos sociales.
- Determinación de los usos sociales ligados a la presentación y comunicación personal:
- Los saludos. Modelos de saludos en distintos ámbitos:
    - . Valoración de las distancias físicas en distintos contextos y culturas.
    - . Saludos a personalidades y autoridades.
  - Las invitaciones. Tipos de invitaciones. Tipos de respuesta ante una invitación.
  - Las presentaciones. Elementos de presentación: Presentación de familiares. Presentación en sociedad. Actuación en la presentación en distintas situaciones. Presentación en la vida profesional. Tarjetas de presentación. La autopresentación.
  - La correspondencia. Normas de cortesía en la correspondencia: el lenguaje en la correspondencia:
    - . Elementos soportes de la correspondencia: el papel de las cartas, el papel timbrado y los sobres.
    - . Tipos de correspondencia: cartas personales, correspondencia comercial, cartas postales, felicitaciones escritas y otros documentos: informes y memorandum.
    - . El protocolo en los documentos escritos en Internet. La netiqueta.
    - . La firma. Abreviaturas utilizadas en la correspondencia.
    - . Plan de entrenamiento al usuario en usos sociales ligados a la presentación y comunicación personal.
  - Lenguaje y códigos en usos sociales: El arte de conversar en sociedad:
    - . Dirigir la palabra.
    - . Lenguaje coloquial.
    - . Iniciar y mantener una conversación.
    - . Conversaciones en la mesa.
    - . Conversaciones telefónicas.
    - . Proyección y tono de la voz.
    - . Uso del lenguaje culto, coloquial y vulgar en la conversación.
- Caracterización de los usos sociales en la mesa:
- Habilidades sociales en la mesa: Comportamiento en la mesa:
    - . El uso de la servilleta.

- . Manejo de los cubiertos con los diferentes alimentos.
- . Formas de servir los alimentos.
- Preparación de la mesa: La ordenación de la mesa. Elementos que la integran: El orden de los elementos en la mesa. Comensales. Tipos y características. Clasificación y categoría con respecto al acto. Criterios de colocación de comensales en la mesa. La mesa y los niños.
- Elección del menú y la hora:
  - . Adecuación al aperitivo, almuerzo, cena, cóctel, brunch, lunch, buffet y otros.
  - . Alimentos y bebidas. Cantidades aproximadas por comensal. Selección de vinos.
- Modelos de comportamiento en establecimientos de restauración:
  - . La carta.
  - . Elección de platos.
  - . Comunicación con el personal: el maître, sumiller, chef de cocina y otros.
  - . La cuenta.
- Plan de entrenamiento en habilidades sociales en la mesa.

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

- Diseño de propuestas personalizadas: definición y estructura.
- Descripción de las necesidades y demandas: variables personales, sociales y laborales.
- Valoración de las necesidades en usos sociales y características personales, del lenguaje corporal, oral y otros.
- Determinación de los cambios necesarios en usos sociales.
- Elaboración y preparación de materiales para elaborar la propuesta.
- Relación de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Criterios de selección de profesionales colaboradores.
- Documentación técnica y económica: tipos y características. Elaboración del presupuesto.
- Planificación de acciones: calendario de actuación, temporalización y coordinación de trabajos.
- Elaboración de propuestas en distintos soportes.
- Presentación y argumentación de una propuesta.
- Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.
- Plan de entrenamiento en los nuevos usos sociales.

Establecimiento de pautas de organización de actos y reuniones sociales:

- Pautas de organización de reuniones en el domicilio: concepto y tipos. Recepción en casa. Normas básicas de recepción. Deberes del anfitrión y de los invitados.
- Pautas de organización de celebraciones familiares de carácter civil o religioso. Identificación y reparto de actividades y funciones. Normas de comportamiento de los invitados.
  - . Los bautizos, la primera comunión y otros. Características, normas de comportamiento y recomendaciones de vestuario.
- Necesidades para la organización de aniversarios. Identificación y reparto de actividades y funciones. Deberes del anfitrión y de los invitados. Tipificación de los aniversarios y efemérides.
- Necesidades organizativas en los funerales.. Normas de comportamiento.
  - . Formas de difusión de la información o comunicación del suceso.
  - . El vestuario de luto.

- Normas de comportamiento en actos con autoridades civiles, religiosas y militares.
- Necesidades organizativas en otros actos protocolarios no oficiales: presentación en sociedad. La puesta de largo. Los conciertos. Otros. Normas de comportamiento.

Organización de eventos singulares:

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

**Módulo Profesional: Asesoría estética.**

**Código: 1187**

**Duración: 160 horas**

**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.
- Fases de documentación. Métodos de obtención de la información:
- Estrategias de búsqueda. Criterios de selección. Métodos de organización e integración de los resultados de la búsqueda. Análisis y clasificación de la información. Dossier de colaboradores profesionales: criterios para la elaboración y actualización de ficheros de especialistas en estética, peluquería, dermatología, cirugía estética, endocrinología, oftalmología y otros.
- Fase de análisis de las características, las necesidades y demandas de las personas usuarias y de su entorno.
- Fase de asesoramiento en cuidados estéticos y maquillaje:
  - . Fase de determinación de cambios en la imagen.
  - . Fase de elaboración y presentación de propuestas.

- . Fase de establecimiento de pautas para el mantenimiento.
  - . Fase de evaluación y control: supervisión de las realizaciones técnicas.
  - Campo de actuación del asesor de imagen: la asesoría de cuidados estéticos.
  - El asesoramiento en el cambio de imagen a través del maquillaje. El asesoramiento en actos y eventos. Puntual para evento (personal, profesional, pasarela de moda y otros). El asesoramiento estético para los medios audiovisuales y de moda. Cambio de look total a través de nuevos estilos de maquillaje.
  - Elaboración de un manual de estilos: fuentes documentales de estilos, maquillajes tipo, estilismos que modifican la imagen, maquilladores famosos y tendencias que marcan moda.
  - Aplicación de la Ley de Propiedad Intelectual: derechos de autor.
- Realización del estudio de la imagen física para la asesoría estética:
- Técnicas de preparación del profesional y del cliente.
  - Aplicación de protocolos de técnicas de análisis facial y corporal.
    - . Identificación del estado de la piel y anexos.
    - . Identificación de alteraciones cutáneas faciales con repercusión en la imagen personal.
  - Identificación del tipo de piel. Clasificación y características de los tipos de piel.
  - Identificación de alteraciones estéticas corporales: celulitis, obesidad, estrías, flacidez, vello y otros.
  - Fases del proceso. Métodos para la exploración.
  - Manejo de equipos para el análisis estético: protocolos de actuación:
    - . Interpretación de resultados. Valoración profesional.
  - Criterios para la derivación a otros profesionales: cirujano estético, odontólogo, dietista y dermatólogo, entre otros.
  - Documentación técnica:
    - . Historial estético.
    - . Ficha para el análisis de la piel.
    - . Ficha para la exploración corporal.
    - . Ficha con pautas de aplicación de cosméticos recomendados.
    - . Informes para derivación a otros profesionales.
    - . Consentimiento informado.
  - Seguridad e higiene en los procesos de análisis facial y corporal.
  - Registro y control de la documentación. Confidencialidad.
- Determinación de los tratamientos faciales y corporales para el asesoramiento estético:
- Tratamientos estéticos faciales y corporales:
  - Clasificación de tratamientos faciales y corporales:
    - . Hidratantes, seborreguladores, despigmentantes, preventivos y paliativos del envejecimiento cutáneo, reductores, reafirmantes, de la circulación periférica y otros. Indicaciones.
    - . Criterios de selección.
    - . Tratamientos para la eliminación y decoloración del vello:
      - . Técnicas de depilación mecánica: indicaciones y contraindicaciones.
      - . Criterios de selección.
      - . Técnica de depilación eléctrica: indicaciones y contraindicaciones. Criterios de selección.
      - . Fotodepilación: indicaciones y contraindicaciones. Criterios de selección.
    - . Cuidados de manos y pies: Manicura, pedicura, uñas artificiales. Indicaciones.
    - . Tratamientos de manos y pies. Indicaciones. Criterios de selección.
  - Medicina y cirugía estética:

- . Clasificación de tratamientos médico-estéticos y cirugía estética. Indicaciones.
- . Criterios de asesoramiento y derivación a profesionales especialistas.
- Técnicas electroestéticas: clasificación. Indicaciones y contraindicaciones. Efectos. Aplicaciones. Criterios de selección.
- Técnicas manuales: clasificación, efectos e indicaciones. Criterios de selección.
- Técnicas cosmetológicas: clasificación de cosméticos asociados a los tratamientos. Criterios de selección.
- Técnicas hidrotermales: clasificación. Efectos. Indicaciones. Criterios de selección.

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

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

Aplicación de técnicas de automaquillaje:

- Selección de cosméticos decorativos. Clasificación, tipos y formas de presentación. Tonos y texturas.
- Selección de útiles y materiales. Tipos y características.
- Técnicas previas a la aplicación de maquillaje: desmaquillado y preparación de la piel.
- Técnicas de corrección y diseño personalizado de las cejas.



- Técnicas de aplicación de productos cosméticos decorativos:
    - . El maquillaje de fondo: la técnica del batido, arrastre y difuminado.
    - . Parámetros que se deben tener en cuenta para la aplicación de bases de maquillaje, polvos, colorete, correctores, sombras, delineadores, cosméticos labiales: zonas de aplicación, dirección, material de aplicación, color y 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:
    - . Descripción de las necesidades y demandas:
    - . Variables personales y socio laborales: estilo de vida, personalidad, características estéticas, acontecimientos, ámbito laboral y otros.
    - . Interpretación de informes profesionales.
    - . Valoración de los resultados del estudio de la imagen personal: características que se deben potenciar y/o modificar.
    - . Caracterización del nuevo estilo.
  - Relación de los trabajos técnicos de estética y maquillaje necesarios para el cambio de imagen:
    - . Selección de tratamientos y cuidados estéticos faciales.
    - . Selección de tratamientos y cuidados estéticos corporales.
    - . Selección de tratamientos asociados a técnicas de cirugía y medicina estética.
    - . Selección de estilos de maquillaje.
    - . Selección del tipo de maquillaje permanente.
  - Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características.
  - Elaboración de diseños gráficos y fotográficos: los bocetos sobre estilos de maquillaje.
  - Medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Criterios de selección de profesionales colaboradores.
  - Planificación de acciones: calendario de actuación. Temporalización. Coordinación de trabajos.
  - Documentación económica: elaboración del presupuesto.
  - Presentación de la propuesta personalizada:

- . Selección del formato de presentación.
- . Selección del material visual: fotos, esquemas, bocetos y programas informáticos.
- . Argumentación de la propuesta personalizada.
- . Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso. Complimentación de la autorización de puesta en marcha del proceso.

Establecimiento de pautas para el mantenimiento de la nueva imagen:

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

### **Módulo Profesional: Habilidades comunicativas.**

**Código: 1188**

**Duración: 100 horas**

#### **Contenidos:**

Caracterización de los tipos de comunicación:

- La comunicación. Aspectos generales. Elementos de la comunicación.
  - . Diferencias entre comunicación e información.
- Comunicación escrita: herramientas de escritura. Estructura y vocabulario:
  - . Marcadores textuales.
  - . Muletillas y comodines.
  - . Nivel de formalidad del texto.
- Las nuevas técnicas de comunicación escrita: los e-mails, la net-etiqueta y otros.
- Comunicación oral: herramientas de la expresión oral.
- Comunicación gestual: la expresión corporal. El lenguaje del cuerpo. El lenguaje facial.
- La comunicación interpersonal, social y laboral. Características. Tipos.
- La comunicación pública: características. Tipos de público. El lenguaje en la comunicación pública: el discurso, la entrevista, el brindis y otros.
- Las técnicas de comunicación en la actualidad: coaching, taping y otros.
- Imagen personal y 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:
  - . Estrategias de búsqueda.
  - . Criterios de selección.
  - . Métodos de organización e integración de los resultados de la búsqueda.
  - . Análisis y clasificación de la información.

- Dossier de colaboradores profesionales: criterios para la elaboración y actualización de ficheros de especialistas.
- Fase de análisis de las características, las necesidades y demandas de la persona usuaria y de su entorno.
- Fase de desarrollo: plan de intervención para la mejora de habilidades de comunicación en los distintos ámbitos de actuación: objetivos, medios técnicos, temporalización y planificación de actividades. Elementos de la imagen que influyen en la comunicación.
  - . Actividades para un acontecimiento puntual.
  - . Actividades para cambios progresivos.
- Fase de evaluación y control: pautas para realizar el seguimiento del plan y evitar desviaciones.
- Campo de actuación del asesor.

Aplicación de técnicas de análisis de las habilidades comunicativas:

- Métodos para el análisis de las habilidades comunicativas. Observación directa del cliente. Observación a través de medios audiovisuales.
- Detección de las necesidades y demandas del cliente: entrevista personal. Ficha de cliente. Ficha de iconología. Otros.
- Análisis de los elementos que intervienen en la comunicación.
- Análisis de los elementos que intervienen en los distintos ámbitos de actuación: personal, social, cultural y profesional. Detección de las habilidades comunicativas del cliente mediante técnicas visuales.
- Conclusiones resultantes del proceso de análisis: carencias en el área de comunicación, técnicas de comunicación que hay que potenciar, modificar o adquirir.
- Registro y control de la información. Cumplimentación y custodia de la documentación. Aplicación de la Ley de Protección de Datos de Carácter Personal y normativa sobre el derecho a la imagen.

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. Autocontrol: preparación y recuperación del estado emocional óptimo. Tipos de comparecencias: oficiales y privadas, entre otras.
- Características de las comparecencias que condicionan la imagen.
- Hablar en público. Técnicas y estrategias para mejorar el habla en público.
- Actividades para la modificación de la comunicación escrita, oral y/o gestual.
  - . Elaboración de documentos escritos: cartas, tarjetas y otros.
  - . Aplicación de criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.

- . Elaboración de exposiciones orales: discursos, presentaciones, conferencias, entrevistas y otros. Análisis de la estructura y del lenguaje empleado.
- . Métodos para potenciar los recursos expresivos.
- Actividades para la modificación de los elementos de la imagen que influyen en la comunicación. Elaboración de vídeos, CD, DVD y otros.
- Entrenamiento en herramientas de la comunicación: teléfono, fax, comunicaciones escritas, Internet, correo electrónico, utilización de blog y páginas web entre otras. Tipos de lenguaje y técnicas que se deben emplear.
- Técnicas de seguimiento del proceso de asesoría en comunicación. Evaluación del proceso.

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

- Los medios de comunicación: tipos (masivos e interpersonales) y funciones.
- Características de los medios con influencia en la comunicación.
- La comunicación en los diferentes medios: radio, televisión, cine, publicidad, prensa, videoconferencias e Internet, entre otros.
  - . Tipos de mensajes. Mensaje publicitario.
- La imagen en la comunicación ante los medios.
  - . Elementos visuales que influyen en la comunicación.
  - . Características de los medios que condicionan la imagen.
- Características del lenguaje oral y gestual en los diferentes medios de comunicación.
- Adaptación del mensaje y del lenguaje al tipo de público y al medio de comunicación.
  - . Estrategias de persuasión y seducción.
  - . Publicidad subliminal. Publicidad engañosa.
- La imagen personal en fotografía.

### **Módulo Profesional: Imagen corporativa.**

**Código: 1189**

**Duración: 100 horas**

#### **Contenidos:**

Realización del estudio de la identidad corporativa:

- Identidad corporativa: una actuación multidisciplinar. Definiciones.
- 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, carácter y personalidad.
- La cultura corporativa: manifestaciones y acciones.
- Transmisión de la cultura corporativa: habilidades sociales, habilidades de interrelación profesional y corporativa.
- La ideología o filosofía corporativa de la organización. Ideología de los fundadores: adscripciones y niveles de compromiso, ideología del equipo directivo e ideología de los recursos humanos:
  - . Interrelación entre ideología y cultura corporativas.

- . Público objetivo y público potencial. Repercusión.
  - Identidad corporativa e institucional: identificación de la imagen corporativa.
  - Métodos y técnicas para realizar la concreción de la identidad corporativa. El argumento corporativo:
    - . Parrilla técnica.
    - . Investigación sobre los valores a transmitir: Metodología de investigación mixta (PIT). Técnica DAFO.
  - Estudio de imágenes corporativas públicas y privadas de ámbito nacional e internacional. Análisis del tratamiento de la imagen corporativa en otros países.
  - Relación entre imagen corporativa y tipos de empresa y/o entidad. Características.
  - La percepción social de los valores e imagen corporativos. Sistemas de valoración de la percepción social. Análisis de la percepción.
- Determinación de los elementos que definen la imagen corporativa de las entidades:
- Los signos visuales que determinan la imagen corporativa: el nombre o razón social, la marca, logotipos, imagotipos, rotulación, tipografía, colores corporativos y firma corporativa. El posicionamiento de la marca y del logotipo en el consumidor, en los distribuidores, en la competencia y en los medios de comunicación.
  - Soportes y estructuras donde se aplican los elementos gráficos corporativos:
    - . Papelería corporativa.
    - . Uniformes (niveles o jerarquizaciones).
    - . Envases, etiquetas y embalajes.
    - . Artículos promocionales.
    - . Transportes: vehículos corporativos, de transporte de personal o de producto.
    - . Aplicaciones digitales: portal de Internet/tienda virtual y CD interactivos.
    - . Aplicaciones editoriales: folletos corporativos o institucionales, catálogos de productos y otros.
  - Líneas de diseño elementales para la creación de la identidad gráfica.
  - Los espacios interiores y exteriores: la arquitectura corporativa:
    - . Diferenciación de los distintos espacios a los que se vincula la organización.
    - . Espacio exterior.
    - . Espacio intermedio: exterior-interior
    - . Espacio interior.
    - . Asesoría de imagen del entorno.
  - Condicionantes y principios perceptivos de la imagen iconográfica: la vinculación sensorial.
  - El método iconológico aplicado a la asesoría de imagen corporativa:
    - . Los elementos iconológicos y su relación con la imagen corporativa.
    - . Utilización de los elementos iconológicos.
    - . Uso de otros códigos de asesoría en imagen corporativa.
  - La relación entre los elementos identificadores y la filosofía corporativa. Elementos que se van a potenciar, neutralizar o eliminar.
  - El simbolismo de los elementos distintivos y su diseño. Diferenciación con la competencia.
  - La evolución de los elementos de identificación. Otros cambios evolutivos con repercusión en la imagen.
- Determinación de la imagen de los colectivos profesionales:
- La imagen corporativa a través de los colectivos profesionales. Aspectos de la identidad corporativa que se desean transmitir.

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

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.
  - . Auditoría de imagen. Concreción de la identidad corporativa futura. Concreción de la cultura corporativa.
  - . Elaboración del protocolo de imagen o de estilo: manual de procedimiento.
- Fase de implementación de la imagen corporativa en los distintos ámbitos y campos de aplicación:
  - . Áreas funcionales, grupos y departamentos.
  - . Arquitectura, iconografía, colectivos humanos y otros.
  - . Los productos y servicios.
- Fase de mantenimiento y control de la imagen corporativa: establecimiento de los indicadores de calidad.
- Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características.
- Herramientas y técnicas para la elaboración de los proyectos de imagen corporativa.
- Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.
- Planificación de acciones:
  - . Calendario de actuación. Temporalización.
  - . Coordinación de trabajos.
- Documentación económica: elaboración del presupuesto.
- Presentación de la propuesta personalizada:
  - . Selección del formato de presentación.
  - . Selección del material visual: fotos, esquemas, bocetos, programas informáticos y otros.
  - . Argumentación de la propuesta personalizada.
- Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.

Elaboración del manual de imagen corporativa:

- El manual de estilo o manual de imagen corporativa. Estructura y objetivos:
  - . Introducción. Información básica sobre la empresa, filosofía corporativa. Objetivos del manual de identidad visual corporativa.
  - . Bases de la identidad visual. Logotipo. Símbolo o isotipo. Logosímbolo monocromático positivo y negativo. Logosímbolo a color: color corporativo. Construcción geométrica. Escala dimensional. Tipografías corporativas. Usos incorrectos.

- . Aplicaciones gráficas. Papelería corporativa: sobre, papel membretado, tarjeta de presentación. Factura.
  - . Aplicaciones paragráficas. Uniformes. Vehículos. Banderín o banderas. Productos promocionales.
  - . Aplicaciones arquitectónicas y ambientales: rótulo de fachada. Señalética: señal referencial, señales indicativas y señales direccionales.
  - Los libros de estilo. Estructura y contenidos.
  - Manuales corporativos de interés en asesoría de imagen corporativa:
    - . Elementos identificadores. Características. Diferencias entre las diferentes opciones.
  - La gestión de la imagen corporativa en la comunicación visual.
  - Evaluación de la evolución del manual de imagen.
  - Análisis de la repercusión económica de las acciones en imagen corporativa.
- Implementación de estrategias de comunicación:
- Políticas de imagen y comunicación empresarial/institucional. Estrategias de comunicación corporativa.
  - Plan de comunicación empresarial: definición de objetivos, definición de estrategias y mensajes, calendario de actuación, evaluación de costes y seguimiento del plan. Instrumentos del plan de comunicación:
    - . Objetivo y destinatarios.
    - . Desarrollo: Tipos de comunicación. Soportes de comunicación interna. Línea telefónica. Buzón de sugerencias. Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Encuestas a los trabajadores.
    - . Metodología: Diseño del plan de comunicación. Acciones concretas.
  - Análisis y aplicación del plan de comunicación empresarial.
  - Las relaciones externas con repercusión en la imagen empresarial o institucional:
    - . Definir la política general de comunicación con un decálogo de principios y objetivos.
    - . Evaluar la situación actual.
    - . Diseñar el Plan de actuación. Elaborar programas y establecer el planning.
    - . Elaborar un protocolo para situaciones de crisis.
    - . Establecer sistemas de seguimiento y control. Auditorías de comunicación, estrategias publicitarias, evaluación de campañas, estudios de presencia y valoración, entre otros.
  - Relaciones con los medios y las agencias de comunicación: selección de la información de la empresa, análisis de la información producida por los medios de comunicación, intermediación entre la empresa y los medios de comunicación. Análisis del clima de opinión.
  - La promoción institucional y/o corporativa. Definición y características.
  - Elementos de promoción corporativa:
    - . Objetivos.
    - . Estrategia a seguir
  - Las acciones de patrocinio/mecenazgo:
    - . Selección del patrocinio.
    - . Criterios básicos de selección.
    - . Análisis de la oferta.
    - . Desarrollo del patrocinio.
    - . Tipos de patrocinio: Patrocinador Oficial. Patrocinador Asociado. Patrocinador Técnico.

**Código: 1071**

**Duración: 100 horas**

**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:
  - . Instalaciones técnicas (eléctricas, calefacción, climatización, etc.)
  - . Instalaciones profesionales.
  - . Instalaciones complementarias (zona administrativa y zona de ventas, recepción, aseos, almacén, etc.)
- Recursos técnicos. Organización de equipos, herramientas, cosméticos y útiles.
- Imagen empresarial. Elementos que la conforman.

Aplicación de técnicas de organización y coordinación de los profesionales:

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

Diseño de normas de atención y comunicación interpersonales:

- La comunicación. Comunicación externa e interna en la empresa: tipos, características y diferencias.
- Técnicas de comunicación eficaz:
  - . Escucha activa: elementos que facilitan la escucha y elementos que se deben evitar.
  - . Feedback, claridad, concreción, asertividad, empatía y otros.
- Claves para una comunicación efectiva en un equipo de trabajo.
- Comunicación externa con clientes y proveedores: normas de atención al cliente. Protocolo de comunicación con el cliente:
  - . Información de productos y servicios.
  - . Técnicas de presentación de propuestas.
- Problemas en la comunicación externa: tipos y técnicas para resolver situaciones de crisis.
- Comunicación interna en la empresa: comunicación ascendente, descendente y horizontal:
  - . Protocolos de comunicación interna.



- . Técnicas de motivación.
- Técnicas de resolución de conflictos.
- Deontología profesional:
  - . Normas deontológicas aplicadas a imagen personal.
  - . Secreto profesional.
- El liderazgo. Leyes básicas de la dirección de equipos. Estilos de liderazgo.
- Otros tipos de comunicación o comunicación mixta: las reuniones de trabajo.  
Tipos fases de una reunión:
  - . Cómo organizar una reunión.
  - . Elementos necesarios, toma de decisiones y otros aspectos.
- Diseño de planes de formación e información:
  - Plan de formación e información: concepto y finalidad. Identificación de la política de formación:
    - . Expansión de la empresa y adaptación a nuevos sectores.
    - . La formación como inversión.
  - Objetivos del plan de formación de la empresa de imagen personal.
  - Fase de análisis: detección de necesidades formativas:
    - . Instrumentos de análisis: las fuentes de información.
    - . Priorización de necesidades.
  - Diseño de las acciones formativas: estructura, características y planificación.
  - Tipos de acciones formativas: cursos, ponencias, conferencias, demostraciones profesionales, jornadas, ferias y congresos, entre otros:
    - . Planificación operativa y logística : contenidos, metodología, formadores, organización, secuenciación, ubicación, presupuesto y recursos humanos y materiales.
  - Comunicación y convocatoria del plan: contenidos, propuesta de formación e instrumentos de comunicación. Gestión, formadores y participantes.
  - Fase de desarrollo y aplicación: características, secuenciación y documentación.
  - Fase de seguimiento y evaluación. Instrumentos de evaluación:
    - . Valoración de los resultados.
    - . Memoria final.
- Realización de operaciones de gestión técnica:
  - Documentación: tipos de documentación técnica y comercial:
    - . Formatos para la elaboración de documentos, adaptados a los procesos.
    - . Métodos de clasificación, codificación, renovación y eliminación.
  - Sistemas y métodos de archivo de la documentación.
    - . Tipos de archivo. Criterios de selección
    - . Metodología de archivo: fases del procedimiento organizativo.
  - Aplicaciones informáticas específicas del sector: tipos, características y utilidades.
  - Configuración de la aplicación: asistencia técnica.
  - Protección de datos: legislación, sistemas de seguridad, protección y confidencialidad de la información.
  - Personas usuarias del programa de gestión: criterios de asignación.
  - Creación de la base de datos y tratamiento de la información:
    - . Gestión de servicios, productos, clientes y empleados.
    - . Mantenimiento y copias de seguridad.
- Elaboración del plan de comercialización:
  - Definición y conceptos básicos de marketing. Tipos de marketing.
  - El plan de comercialización de la empresa:
    - . Concepto y objetivos.
    - . Estrategias y acciones.

- El cliente: tipos, necesidades y fidelización.
- Los productos y servicios en imagen personal. Diseño de ofertas de producto servicios. Desarrollo y lanzamiento de nuevos productos y servicios.
- Técnicas de venta. El público objetivo.
- El asesor de ventas.
- Tratamiento y resolución de quejas y reclamaciones:
  - . Identificación del conflicto.
  - . Aplicación de técnicas de escucha activa.
  - . Propuesta de medidas correctoras.
- Las promociones: concepto y clasificación:
  - . Principales objetivos y efectos que persiguen las promociones.
  - . Estrategias promocionales utilizados en el sector.
- Campaña promocional:
  - . Criterios en una campaña promocional en imagen personal.
  - . Las demostraciones profesionales y las ferias y congresos como técnicas de promoción y venta de productos y servicios.

Organización de la aplicación de técnicas de publicidad y merchandising:

- Plan de publicidad y merchandising: concepto y objetivos del plan. Estrategias y acciones: el briefing, la fijación de propósitos, la definición del mensaje, los medios dirigidos, y la puesta en marcha.
- La publicidad: Concepto y objetivos. Principios de la publicidad: estudio de mercado y destinatarios.
- Elementos que conforman la publicidad como técnica de venta:
  - . Estrategias publicitarias.
  - . Medios publicitarios externos (televisión, radio, prensa, vallas publicitarias, marquesinas, transporte público, publicidad online y páginas web, entre otros) e internos (displays, expositores, carteles, escaparates, películas y otros).
- El merchandising en una empresa de imagen personal. Concepto. Elementos del merchandising. La ambientación general, los puntos de venta, los elementos exteriores del establecimiento y la publicidad en el lugar de venta (PLV).

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

- La calidad. Indicadores de la calidad. Las normas de calidad aplicadas a una empresa del sector de la imagen personal. El principio de Pareto aplicado a la calidad.
- La figura del consultor-evaluador.
- Plan de evaluación del proyecto empresarial.
- Objetivos de la evaluación.
- Métodos de análisis. Análisis interno y externo. Parámetros.
- Evaluación de recursos técnicos, humanos e instalaciones.
- Evaluación de la gestión técnica y comercial.
- Evaluación de la imagen corporativa.
- Evaluación de la comercialización de productos y servicios.
- Evaluación de la comunicación integral de la empresa.
- Evaluación de los procesos técnicos y de los protocolos de trabajo.
- Evaluación del entorno de la empresa.
- Plan de intervención para la corrección de las desviaciones. Acciones, secuenciación, presentación del informe técnico al cliente y otros.
- Valoración de las expectativas del cliente y grado de satisfacción. Técnicas para medir el grado de satisfacción del cliente.

**Código: 1190**

**Duración: 40 horas**

Contenidos:

Identificación de las necesidades del sector de la asesoría de imagen y su relación con proyectos tipo que las satisfagan.

- Estructura y organización empresarial del sector de la asesoría de imagen.
  - Actividad de la empresa y su ubicación en el sector de la asesoría de imagen.
  - Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos.
  - Tendencias del sector: productivas, económicas, organizativas, de empleo y otras.
  - Identificación del tipo de proyecto requerido y sus características para dar respuesta a las demandas del sector de la asesoría de imagen.
  - Determinación de las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos y sus condiciones de aplicación.
  - Determinación de posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de nuevas tecnologías que se proponen.
  - Elaboración del guión de trabajo del proyecto.
  - Sistemas de calidad y seguridad aplicables en el sector de la asesoría de imagen

Diseño de proyectos relacionados con el sector de la asesoría de imagen:

- Recopilación de información.
- Viabilidad y oportunidad del proyecto.
- Estructura general de un proyecto. Fases o partes que lo componen.
- Elaboración de un guión de trabajo.
- Planificación de la ejecución del proyecto: objetivos, contenidos, recursos materiales y personales, temporalización.
- Realización del presupuesto económico. Identificación de las necesidades de financiación.
- Identificación de los indicadores de garantía de la calidad del proyecto.
- Revisión de la normativa aplicable.

Ejecución de proyectos. Plan de intervención.

- Secuenciación de actividades y determinación de recursos y logística necesarios para las mismas.
- Procedimientos de actuación o ejecución de las actividades. Elaboración de instrucciones de trabajo.
- Documentación necesaria para la ejecución del proyecto. Permisos y autorizaciones.
- Elaboración de un plan de prevención de riesgos.
- Cumplimiento de normas de seguridad y ambientales.

Evaluación de proyectos. Seguimiento y control de la ejecución.

- Definición del procedimiento de evaluación del proyecto.
- Determinación de las variables susceptibles de evaluación.
- Determinación de los indicadores de calidad para realizar la evaluación.
- Evaluación de las incidencias que se presenten en la realización del proyecto y su posible solución y registro.
- Documentación necesaria para la evaluación del proyecto.
- Control de calidad del proceso y producto final.
- Registro de resultados.

**Módulo Profesional: Formación y Orientación Laboral**

**Código: 1191**

**Duración: 96 horas**

**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 itinerarios formativos relacionados con el Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Definición y análisis del sector profesional del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Planificación de la propia carrera: establecimiento de objetivos a medio y largo plazo.
- Proceso de búsqueda de empleo en empresas del sector.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa. Europass (elaborado en una segunda lengua europea), Ploteus, Erasmus.
- Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo: fuentes de información y reclutamiento. Técnicas para la selección y organización de la información.
- Carta de presentación. Currículum Vitae. Tests psicotécnicos. Entrevista de trabajo.
- Valoración de otras posibilidades de inserción: autoempleo y acceso a la función pública.
- El proceso de toma de decisiones.

Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo en equipo para la eficacia de la organización frente al trabajo individual.
- Concepto de equipo de trabajo.
- Tipos de equipos en el sector de la asesoría de imagen según las funciones que desempeñan.
- Características de un equipo de trabajo eficaz.
- La participación en el equipo de trabajo. Análisis de los diferentes roles de los participantes.
- Etapas de formación de los equipos de trabajo.
- Técnicas de dinamización de grupos.
- Definición del conflicto: características, fuentes y etapas.
- Causas del conflicto en el mundo laboral.
- Métodos para la resolución o supresión del conflicto: negociación; mediación, conciliación y arbitraje.

Contrato de trabajo:

- El derecho del trabajo. Fuentes del derecho del trabajo, en especial, el convenio colectivo.
- Análisis de la relación laboral individual.
- Relaciones laborales excluidas y relaciones laborales especiales.
- Nuevas formas de regulación del trabajo.
- Intervención de los organismos públicos en las relaciones laborales.
- Derechos y deberes derivados de la relación laboral.
- El contrato de trabajo: características, contenido mínimo, formalización y período de prueba.

- Modalidades de contratos de trabajo y medidas de fomento de la contratación. ETT.
- Tiempo de trabajo: jornada, descanso, vacaciones, permisos, horas extraordinarias, festivos, horarios...
- Condiciones de trabajo relacionadas con la conciliación de la vida laboral y familiar.
- Salario: estructura del salario, SMI, FOGASA, recibo de salarios.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo. Recibo de finiquito.
- Representación de los trabajadores: representantes unitarios y sindicales.
- Negociación colectiva.
- Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Conflictos colectivos de trabajo.
- Nuevas formas de organización del trabajo: subcontratación, teletrabajo...
- Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad y beneficios sociales, entre otros.
- Planes de Igualdad.

#### Seguridad Social, empleo y desempleo:

- El sistema de Seguridad Social como principio básico de solidaridad social.
- Estructura del sistema de Seguridad Social: niveles de protección; regímenes especiales y general.
- Determinación de las principales obligaciones de los empresarios y los trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- La acción protectora de la Seguridad Social: prestaciones contributivas y no contributivas.
- Concepto y situaciones protegibles en la protección por desempleo: prestación de desempleo, subsidio, renta activa de inserción.
- RETA: obligaciones y acción protectora.

#### Evaluación de riesgos profesionales:

- La cultura preventiva: integración en la actividad y organización de la empresa.
- Valoración de la relación entre trabajo y salud. Normativa reguladora.
- El riesgo profesional.
- El daño laboral: AT, EP, otras patologías.
- Técnicas de prevención.
- Análisis de factores de riesgo.
- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva. Metodología de evaluación.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psicosociales.
- Riesgos específicos en el sector de la asesoría de imagen.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.

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

- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.
- Modalidades de organización de la prevención a la empresa.
- Auditorías internas y externas.
- Representación de los trabajadores en materia preventiva.
- Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales: OIT, Agencia Europea de Seguridad y Salud, INSHT, Inspección de Trabajo, INVASSAT...

- Gestión de la prevención en la empresa.
  - Planificación de la prevención en la empresa.
  - Investigación, notificación y registro de accidentes de trabajo.
  - Índices de siniestralidad laboral.
  - Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
  - Elaboración de un plan de emergencia en una empresa del sector.
- Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:
- Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.
  - Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.
  - Primeros auxilios: concepto, aplicación de técnicas de primeros auxilios.
  - Vigilancia de la salud de los trabajadores.

### **Módulo Profesional: Empresa e Iniciativa Emprendedora.**

**Código: 1192**

**Duración: 60 horas**

#### **Contenidos:**

Iniciativa emprendedora:

- Innovación y desarrollo económico. Principales características de la innovación en la actividad de la asesoría de imagen (materiales, tecnología y organización de la producción, entre otras.).
- Beneficios sociales de la cultura emprendedora.
- El carácter emprendedor. 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.
- La actuación de los emprendedores como empresarios en el sector de la asesoría de imagen.
- El riesgo en la actividad emprendedora.
- Concepto de empresario. Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial.
- Objetivos personales versus objetivos empresariales.
- Plan de empresa: la idea de negocio en el ámbito de la asesoría de imagen.
- Buenas prácticas de cultura emprendedora en el ámbito de la de la asesoría de imagen.

La empresa y su entorno:

- Funciones básicas de la empresa.
- La empresa como sistema.
- Distintas formas de organización: ventajas e inconvenientes. El organigrama.
- El entorno general de la empresa: económico, social, demográfico, cultural y medioambiental.
- El entorno específico de la empresa: clientes, proveedores y competencia.
- Análisis del entorno general de una pyme relacionada con la asesoría de imagen.
- Análisis del entorno específico de una pyme relacionada con la asesoría de imagen.
- El estudio de mercado.
- Localización de la empresa.
- Plan de marketing.
- Relaciones de una pyme de asesoría de imagen con su entorno.
- Relaciones de una pyme de asesoría de imagen con el conjunto de la sociedad.
- Contribución de una pyme relacionada con la asesoría de imagen y el desarrollo sostenible.

- Cultura de la empresa e imagen corporativa
  - La ética empresarial y los principios éticos de actuación.
  - La responsabilidad social corporativa.
  - El balance social.
  - Responsabilidad social y ética de las empresas asesoría de imagen.
- Creación y puesta en marcha de una empresa:
- Concepto jurídico de empresa.
  - Tipos de empresa y elección de la forma jurídica: responsabilidad, fiscalidad, capital social, dimensión y número de socios.
  - Requisitos legales mínimos exigidos para la constitución de la empresa, según su forma jurídica.
  - Trámites administrativos para la constitución de una empresa.
  - Vías de asesoramiento y gestión administrativa externos existentes para poner en marcha una pyme. La ventanilla única empresarial.
  - Concepto de inversión y fuentes de financiación.
  - Instrumentos de financiación bancaria.
  - Ayudas, subvenciones e incentivos fiscales para empresas asesoría de imagen.
  - Viabilidad económica y viabilidad financiera de una pyme relacionada la asesoría de imagen.
  - Plan de empresa: elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económica y financiera, trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones.
- Función administrativa:
- Concepto de contabilidad y nociones básicas.
  - Operaciones contables: registro de la información económica de una empresa.
  - La contabilidad como imagen fiel de la situación económica.
  - El Balance y la Cuenta de resultados.
  - Análisis de la información contable.
  - Libros y documentos obligatorios según la normativa vigente
  - Obligaciones fiscales de las empresas.
  - Gestión administrativa de la asesoría de imagen.
  - Documentos necesarios para el desarrollo de la actividad económica: documentos de compraventa, medios de pago y otros.

### **Módulo Profesional: Formación en Centros de Trabajo.**

**Código: 1193**

**Duración: 400 horas**

#### **Contenidos:**

Identificación de la estructura y organización empresarial:

- Estructura y organización de la empresa.
- Actividad de la empresa y su ubicación en el sector de la imagen personal.
- Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos.
- Organigrama logístico de la empresa. Proveedores, clientes y canales de comercialización.
- Procedimientos de trabajo en el ámbito de la empresa. Sistemas y métodos de trabajo.
- Recursos humanos en la empresa: requisitos de formación y de competencias profesionales, personales y sociales asociadas a los diferentes puestos de trabajo.
- Sistema de calidad establecido en el centro de trabajo.
- Sistema de seguridad establecido en el centro de trabajo.

Aplicación de hábitos éticos y laborales:

- Actitudes personales: empatía, puntualidad.
- Actitudes profesionales: orden, limpieza, responsabilidad y seguridad.
- Actitudes ante la prevención de riesgos laborales y ambientales.
- Jerarquía en la empresa. Comunicación con el equipo de trabajo.
- Documentación de las actividades profesionales: métodos de clasificación, codificación, renovación y eliminación.
- Reconocimiento y aplicación de las normas internas de la empresa, instrucciones de trabajo, procedimientos normalizados de trabajo y otros.

Realización de operaciones de preparación de la actividad laboral:

- Interpretación de los procedimientos e instrucciones de la empresa.
- Valoración de la propia imagen personal como imagen de empresa.
- Manejo de información y documentación utilizada y generada en el proceso.
- Gestión de ficheros de servicios, empleados, clientes, productos y proveedores.
- Organización de documentación, dossiers y manuales de la empresa.
- Interpretación y diseño de protocolos de la empresa.
- Organización y coordinación del equipo de trabajo.
- La evaluación global de los procesos de la empresa. Criterios de calidad.

Identificación de las necesidades del cliente:

- Identificación de demandas y requerimientos del cliente.
- Análisis de las características y necesidades de la piel y del pelo.
- Análisis de la morfología facial y corporal.
- Identificación del perfil psicosocial y profesional.
- Aplicación de métodos de observación y medios audiovisuales para analizar habilidades comunicativas, modelos de comportamiento y/o usos sociales.
- La imagen corporativa. Interpretación iconológica de los elementos internos y externos que la conforman.
- Identificación de las características que se van a corregir o potenciar a través de la asesoría de imagen personal o corporativa.
- Normas de atención al cliente.

Propuestas de estilos de peinados, maquillaje y cuidados estéticos:

- La documentación en la asesoría de imagen personal. Fuentes documentales y manuales de estilos.
- Determinación de los cambios que se van a realizar en el estilo de peinado, el tipo de maquillaje y los tratamientos y cuidados estéticos según el tipo de asesoramiento (personal, o corporativo).
- Entrenamiento de Automaquillaje.
- Selección de técnicas de peluquería, y cuidados estéticos.
- Elaboración del dossier de asesoría de imagen con las propuestas realizadas
- Plan de actuación para el cambio de imagen. Plan de mantenimiento de la nueva imagen.

Asesoramiento en cambios de imagen a través de la indumentaria:

- Análisis de las características físicas y preferencias en estilo del cliente para la elección del vestuario y complementos.
- Determinación de los cambios en la indumentaria según el tipo de asesoramiento (personal, o corporativo).
- Identificación Selección de prendas, textiles y colores más recomendables según las características del cliente.
- Relación entre indumentaria, maquillaje y peinado.
- Elección y combinación de piezas de vestir y complementos.
- Asesoramiento en la compra de ropa y complementos. Proposición de establecimientos, marcas y firmas de ropa.
- La etiqueta en el vestir.



- Elaboración del dossier de asesoría de imagen con las propuestas realizadas
- El comportamiento profesional del asesor.

Colaboración en la organización de actos protocolarios y eventos:

- Requerimientos de los actos y eventos en materia de protocolo, usos sociales, etiqueta y materiales.
- Normativa protocolaria: las precedencias oficiales.
- Planificación de la puesta en marcha de los actos y eventos. Distribución de los asistentes. Secuenciación de las intervenciones orales, entre otras.
- Plan de entrenamiento al cliente en usos sociales.
- Plan de entrenamiento al cliente en habilidades comunicativas.
- El asesoramiento en imagen personal para los actos protocolarios.
- Colaboración en actos o eventos empresariales. Aplicación de criterios de imagen corporativa. Control del proceso y seguimiento de normas de calidad de la empresa.

Presentación de la propuesta técnica de cambio de imagen:

- Diseño de la propuesta técnica de asesoría personal, pública y/o corporativa.
- Documentación asociada a la propuesta. El presupuesto. Autorización de la puesta en marcha del cambio de imagen.
- Soportes para la propuesta: el soporte manual y el soporte informático.
- Técnicas de comunicación en la presentación de la propuesta y presupuesto al cliente.
- Las objeciones y su argumentación.
- Las normas deontológicas y la Ley de Protección de Datos de Carácter Personal.

**ANEXO II**

**Secuenciación y distribución horaria semanal de los módulos profesionales**

<b>Ciclo Formativo de Grado Superior: Asesoría de Imagen Personal y Corporativa</b>				
<b>MÓDULO PROFESIONAL</b>	<b>Duración (horas)</b>	<b>Primer curso h/semana</b>	<b>Segundo curso</b>	
			<b>2 trimestres h/semana</b>	<b>1 trimestre horas</b>
1181. Asesoría cosmética.	96	3		
1182. Diseño de imagen integral	160	5		
1183. Estilismo en vestuario y complementos	192	6		
1184. Asesoría de peluquería.	160	5		
1187. Asesoría estética.	160	5		
1191. Formación y Orientación Laboral.	96	3		
CV 0003 Inglés Técnico I – Horario reservado para la docencia en inglés	96	3		
1185. Protocolo y organización de eventos.	120		6	
1186. Usos sociales.	80		4	
1188. Habilidades comunicativas.	100		5	
1189. Imagen corporativa.	100		5	
1071. Dirección y comercialización (2)	100		5	
1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa	40			40
1192. Empresa e iniciativa emprendedora.	60		3	
CV0004 Inglés Técnico II – Horario reservado para la docencia en inglés	40		2	
1193. Formación en Centros de Trabajo.	400			400
<b>Total en el ciclo formativo</b>	<b>2000</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>440</b>

(2): Módulos profesionales transversales a otros títulos de Formación Profesional.

### ANEXO III

#### PROFESORADO

##### A. ATRIBUCIÓN DOCENTE

MÓDULOS PROFESIONALES	Especialidad del profesorado	Cuerpo
CV0003.Inglés Técnico I-S CV0004.Inglés Técnico II-S	Inglés	-Catedrático de Enseñanza Secundaria -Profesor de Enseñanza Secundaria

##### B. FORMACIÓN INICIAL REQUERIDA AL PROFESORADO DE CENTROS DOCENTES DE TITULARIDAD PRIVADA O DE OTRAS ADMINISTRACIONES DISTINTAS DE LA EDUCATIVA

MÓDULOS PROFESIONALES	REQUISITOS DE FORMACIÓN INICIAL
CV0003.Inglés Técnico I-S CV0004.Inglés Técnico II-S	Los indicados para impartir la materia de Inglés, de Educación Secundaria Obligatoria o Bachillerato, según establece el Real Decreto 860/2010, de 2 de julio, por el que se regulan las condiciones de formación inicial del profesorado de los centros privados para ejercer la docencia en las enseñanzas de educación secundaria obligatoria o del bachillerato (BOE del 17)

### ANEXO IV

#### Currículo completo de módulos profesionales de Inglés Técnico

##### Módulo Profesional: Inglés Técnico I

**Código: CV0003**

**Duración: 96 horas**

##### Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Reconoce información profesional y cotidiana contenida en todo tipo de discursos orales emitidos por cualquier medio de comunicación en lengua estándar, interpretando con precisión el contenido del mensaje.
  - a) Se ha identificado la idea principal del mensaje.
  - b) Se ha reconocido la finalidad de mensajes radiofónicos y de otro material grabado o retransmitido pronunciado en lengua estándar identificando el estado de ánimo y el tono del hablante.
  - c) Se ha extraído información de grabaciones en lengua estándar relacionadas con la vida social, profesional o académica.
  - d) Se han identificado los puntos de vista y las actitudes del hablante.
  - e) Se han identificado las ideas principales de declaraciones y mensajes sobre temas concretos y abstractos, en lengua estándar y con un ritmo normal.
  - f) Se ha comprendido con todo detalle lo que se le dice en lengua estándar, incluso en un ambiente con ruido de fondo.
  - g) Se han extraído las ideas principales de conferencias, charlas e informes, y otras formas de presentación académica y profesional lingüísticamente complejas.
  - h) Se ha tomado conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos del mismo.
2. Interpreta información profesional contenida en textos escritos complejos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.
  - a) Se ha leído con un alto grado de independencia, adaptando el estilo y la velocidad de la lectura a distintos textos y finalidades y utilizando fuentes de referencia apropiadas de forma selectiva.

- b) Se ha interpretado la correspondencia relativa a su especialidad, captando fácilmente el significado esencial.
  - c) Se han interpretado, con todo detalle, textos extensos y de relativa complejidad, relacionados o no con su especialidad, siempre que pueda volver a leer las secciones difíciles.
  - d) Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector a que se refiere.
  - e) Se ha identificado con rapidez el contenido y la importancia de noticias, artículos e informes sobre una amplia serie de temas profesionales y decide si es oportuno un análisis más profundo.
  - f) Se han realizado traducciones de textos complejos utilizando material de apoyo en caso necesario.
  - g) Se han interpretado mensajes técnicos recibidos a través de soportes telemáticos: e-mail, fax.
  - h) Se han interpretado instrucciones extensas y complejas, que estén dentro de su especialidad.
3. Emite mensajes orales claros y bien estructurados, analizando el contenido de la situación y adaptándose al registro lingüístico del interlocutor.
- a) Se han identificado los registros utilizados para la emisión del mensaje.
  - b) Se ha expresado con fluidez, precisión y eficacia sobre una amplia serie de temas generales, académicos, profesionales o de ocio, marcando con claridad la relación entre las ideas.
  - c) Se ha comunicado espontáneamente, adoptando un nivel de formalidad adecuado a las circunstancias.
  - d) Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones formales e informales.
  - e) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.
  - f) Se han expresado y defendido puntos de vista con claridad, proporcionando explicaciones y argumentos adecuados.
  - g) Se ha descrito y secuenciado un proceso de trabajo de su competencia.
  - h) Se ha argumentado con todo detalle, la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo elegido.
  - i) Se ha solicitado la reformulación del discurso o parte del mismo cuando se ha considerado necesario.
4. Elabora documentos e informes propios del sector o de la vida académica y cotidiana, relacionando los recursos lingüísticos con el propósito del mismo.
- a) Se han redactado textos claros y detallados sobre una variedad de temas relacionados con su especialidad, sintetizando y evaluando información y argumentos procedentes de varias fuentes.
  - b) Se ha organizado la información con corrección, precisión, coherencia y cohesión, solicitando y/ o facilitando información de tipo general o detallada.
  - c) Se han redactado informes, destacando los aspectos significativos y ofreciendo detalles relevantes que sirvan de apoyo.
  - d) Se ha cumplimentado documentación específica de su campo profesional.
  - e) Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.
  - f) Se han resumido artículos, manuales de instrucciones y otros documentos escritos, utilizando un vocabulario amplio para evitar la repetición frecuente.
  - g) Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento a elaborar.
5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.
- a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
  - b) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país.

- c) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- d) Se ha identificado los aspectos socio-profesionales propios del sector, en cualquier tipo de texto.
- e) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.
- f) Se han reconocido los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.

### **Contenidos:**

#### Análisis de mensajes orales:

- Comprensión de mensajes profesionales y cotidianos:
  - . Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados.
  - . Terminología específica del sector
  - . Ideas principales y secundarias.
  - . Recursos gramaticales: Tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales...
  - . Otros recursos lingüísticos: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.
  - . Diferentes acentos de lengua oral.

#### Interpretación de mensajes escritos:

- Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos:
  - . Soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.
  - . Terminología específica del sector.
  - . Ideas principales e ideas secundarias.
  - . Recursos gramaticales: Tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, I wish + pasado simple o perfecto, I wish + would, If only; uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales.....
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

#### Producción de mensajes orales:

- Mensajes orales:
  - . Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.
  - . Terminología específica del sector.
  - . Recursos gramaticales: Tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales...
  - . Otros recursos lingüísticos: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.
  - . Fonética. Sonidos y fonemas vocálicos y sus combinaciones y sonidos y fonemas consonánticos y sus agrupaciones.
  - . Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.

#### Mantenimiento y seguimiento del discurso oral:

- Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.
- Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, etc.
- Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.

#### Emisión de textos escritos:

- Expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y cotidianos:
  - . Currículum vitae y soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.

- . Terminología específica del sector.
- . Idea principal y secundarias.
- . Recursos gramaticales: Tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, verbos modales, locuciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado..
- Have something done.
- Nexos: although, even if, in spite of, despite, however, in contrast...
- Derivación: sufijos para formar adjetivos y sustantivos.
- Relaciones temporales : anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
- Coherencia textual:
  - . Adecuación del texto al contexto comunicativo.
  - . Tipo y formato de texto.
  - . Variedad de lengua. Registro.
  - . Selección léxica, de estructuras sintácticas y de contenido relevante.
  - . Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión:
- Ejemplificación.

Conclusión y resumen del discurso:

- Uso de los signos de puntuación.

Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países de lengua inglesa:

- Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
- Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.
- Reconocimiento de la lengua extranjera para profundizar en conocimientos que resulten de interés a lo largo de la vida personal y profesional.
- Uso de registros adecuados según el contexto de la comunicación, el interlocutor y la intención de los interlocutores.

### **Orientaciones pedagógicas.**

Este módulo contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con el sector.

La gestión en el sector incluye el desarrollo de los procesos relacionados y el cumplimiento de procesos y protocolos de calidad, todo ello en Inglés.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales del ciclo formativo y las competencias del título.

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

- La descripción, análisis y aplicación de los procesos de comunicación utilizando el inglés.
- La caracterización de los procesos del sector en inglés.
- Los procesos de calidad en la empresa, su evaluación y la identificación y formalización de documentos asociados a la gestión en el sector.
- La identificación, análisis y procedimientos de actuación ante situaciones imprevistas (quejas, reclamaciones...), en inglés

**Módulo Profesional: Inglés Técnico II**

**Código: CV0004**

**Duración: 40 horas**

**Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

1. Produce mensajes orales en lengua inglesa, en situaciones habituales del ámbito social y profesional de la empresa reconociendo y aplicando las normas propias de la lengua inglesa.
  - a) Se han identificado mensajes de saludos, presentación y despedida, con el protocolo y las pautas de cortesía asociadas.
  - b) Se han utilizado con fluidez mensajes propuestos en la gestión de citas.
  - c) Se ha transmitido mensajes relativos a justificación de retrasos, ausencias, o cualquier otra eventualidad.
  - d) Se han empleado con fluidez las expresiones habituales para el requerimiento de la identificación de los interlocutores.
  - e) Se han identificado mensajes relacionados con el sector.
2. Mantiene conversaciones en lengua inglesa, del ámbito del sector interpretando la información de partida.
  - a) Se ha utilizado un vocabulario técnico adecuado al contexto de la situación.
  - b) Se han utilizado los mensajes adecuados de saludos, presentación, identificación y otros, con las pautas de cortesía asociadas dentro del contexto de la conversación.
  - c) Se ha atendido consultas directas telefónicamente con supuestos clientes y proveedores.
  - d) Se ha identificado la información facilitada y requerimientos realizados por el interlocutor.
  - e) Se han formulado las preguntas necesarias para favorecer y confirmar la percepción correcta del mensaje.
  - f) Se han proporcionado las respuestas correctas a los requerimientos e instrucciones recibidos.
  - g) Se han realizado las anotaciones oportunas en inglés en caso de ser necesario.
  - h) Se han utilizado las fórmulas comunicativas más usuales utilizadas en el sector.
  - i) Se han comprendido sin dificultad los puntos principales de la información.
  - j) Se ha utilizado un acento adecuado en las conversaciones en inglés.
3. Cumplimenta documentos de carácter técnico en inglés reconociendo y aplicando las normas propias de la lengua inglesa.
  - a) Se ha identificado un vocabulario de uso general en la documentación propia del sector.
  - b) Se ha identificado las características y datos clave del documento.
  - c) Se ha analizado el contenido y finalidad de distintos documentos tipo de otros países en inglés.
  - d) Se han cumplimentado documentos profesionales relacionados con el sector.
  - e) Se han redactado cartas de agradecimientos a proveedores y clientes en inglés.
  - f) Se han cumplimentado documentos de incidencias y reclamaciones.
  - g) Se ha recepcionado y remitido email y fax en inglés con las expresiones correctas de cortesía, saludo y despedida.
  - h) Se han utilizado las herramientas informáticas en la redacción y cumplimentación de los documentos.
4. Redacta documentos de carácter administrativo/laboral reconociendo y aplicando las normas propias de la lengua inglesa y del sector.
  - a) Se ha identificado un vocabulario de uso general en la documentación propia del ámbito laboral.
  - b) Se ha elaborado un Currículo Vitae en el modelo europeo (Europass) u otros propios de los países de lengua inglesa.

- c) Se han identificado bolsas de empleo en inglés accesibles por medios tradicionales y utilizando las nuevas tecnologías.
  - d) Se han traducido ofertas de empleo en inglés.
  - e) Se ha redactado la carta de presentación para una oferta de empleo.
  - f) Se han descrito las habilidades personales más adecuadas a la solicitud de una oferta de empleo.
  - g) Se ha insertado un Currículum Vitae en una bolsa de empleo en inglés.
  - h) Se han redactado cartas de citación, rechazo y selección para un proceso de selección en la empresa.
  - i) Se ha desarrollado una actitud de respeto hacia las distintas formas de estructurar el entorno laboral.
  - j) Se ha valorado la lengua inglesa como medio de relación y entendimiento en el contexto laboral.
5. Interpreta textos, documentos, conversaciones, grabaciones u otros en lengua inglesa relacionados con la cultura general de negocio y empresa utilizando las herramientas de apoyo más adecuadas.
- a) Se han identificado las herramientas de apoyo más adecuadas para la interpretación y traducciones en inglés.
  - b) Se ha interpretado información sobre la empresa, el producto y el servicio.
  - c) Se han interpretados estadísticas y gráficos en inglés sobre el ámbito profesional.
  - d) Se han aplicado los conocimientos de la lengua inglesa a las nuevas Tecnologías de la Comunicación y de la Información.
  - e) Se ha valorado la dimensión de la lengua inglesa como medio de comunicación base en la relación empresarial, tanto europea como mundial.

### **Contenidos:**

Mensajes orales en inglés en situaciones propias del sector:

- Recursos, estructuras lingüísticas, léxico básico y aspectos fonológicos sobre: Presentación de personas, saludos y despedidas, tratamientos de cortesía, identificación de los interlocutores, gestión de citas, visitas, justificación de retrasos o ausencias, alojamientos, medios de transportes, horarios, actos culturales y análogos.
- Recepción y transmisión de mensajes de forma: presencial, telefónica o telemática.
- Solicitudes y peticiones de información.
- Convenciones y pautas de cortesía en las relaciones profesionales: horarios, fiestas locales y profesionales y adecuación al lenguaje no verbal.
- Estilos comunicativos formales e informales: la recepción y relación con el cliente.

Conversación en lengua inglesa en el ámbito de la atención al cliente:

- Recursos, estructuras lingüísticas, léxico y aspectos fonológicos relacionados con la contratación, la atención al cliente, quejas y reclamaciones: documentos básicos. Formulación de disculpas en situaciones delicadas
- Planificación de agendas: concierto, aplazamiento y anulación de citas.
- Presentación de productos/servicios: características de productos/servicios, medidas, cantidades, servicios y valores añadidos, condiciones de pago, etc..
- Convenciones y pautas de cortesía, relaciones y pautas profesionales, usadas en la atención al cliente, externo e interno.

Cumplimentación de documentación administrativa y comercial en inglés:

- Interpretación de las condiciones de un contrato de compraventa.



- Cumplimentación de documentación comercial básica: propuestas de pedido, albaranes, facturas proforma, facturas, documentos de transporte, documentos de pago u otros.
- Recursos, estructuras lingüísticas, y léxico básico relacionados con la gestión de pedidos, contratación, intención y preferencia de compra, devoluciones y descuentos.

Redacción de documentación relacionada con la gestión laboral en inglés:

- Recursos, estructuras lingüísticas, y léxico básico relacionados con el ámbito laboral: Currículo Vitae en distintos modelos. Bolsas de empleo. Ofertas de empleo. Cartas de presentación
- La selección y contratación del personal: Contratos de trabajo. Cartas de citación, admisión y rechazo en procesos de selección.
- La organización de la empresa: puestos de trabajo y funciones

Interpretación de textos con herramientas de apoyo

- Uso de diccionarios temáticos, correctores ortográficos, programas de traducción automáticos aplicados a textos relacionados con:
  - . La cultura de empresa y objetivos: distintos enfoques.
  - . Artículos de prensa específicos del sector.
  - . Descripción y comparación de gráficos y estadística. Compresión de los indicadores económicos más habituales.
  - . Agenda. Documentación para la organización de citas, encuentros, y reuniones. Organización de las tareas diarias.
  - . Consulta de páginas webs con contenidos económicos en inglés con información relevante para la empresa.

### **Orientaciones pedagógicas.**

Este módulo contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con el sector.

La gestión en el sector incluye el desarrollo de los procesos relacionados y el cumplimiento de procesos y protocolos de calidad, todo ello en Inglés.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales del ciclo formativo y las competencias del título.

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

- La descripción, análisis y aplicación de los procesos de comunicación utilizando el inglés.
- La caracterización de los procesos del sector en inglés.
- Los procesos de calidad en la empresa, su evaluación y la identificación y formalización de documentos asociados a la gestión de alojamiento en inglés.
- La identificación, análisis y procedimientos de actuación ante situaciones imprevistas (quejas, reclamaciones...), en inglés.

### ANEXO V

#### Espacios mínimos

Espacio formativo	Superficie m <sup>2</sup>	
	30 alumnos	20 alumnos
Aula polivalente.	60	40
Aula técnica de asesoría de imagen	120	90

### ANEXO VI

#### Titulaciones académicas requeridas para la impartición de los módulos profesionales que conforman el ciclo formativo en centros de titularidad privada, o de otras Administraciones distintas de la educativa

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 (2) 1191. Formación y Orientación Laboral. 0756. Empresa e iniciativa emprendedora.	- Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o 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 título de grado correspondiente, u otros títulos equivalentes. - Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o título de grado correspondiente, u otros títulos equivalentes. - Técnico Superior en Estética u otros títulos equivalentes. - Técnico Superior en Asesoría de Imagen u otros títulos equivalentes.