

I. DISPOSICIONES GENERALES

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE

966 *Orden ECD/84/2013, de 23 de enero, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.*

El Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, establece el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa y sus enseñanzas mínimas, de conformidad con el Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, que define en el artículo 9 la estructura de los títulos de formación profesional y de los cursos de especialización, tomando como base el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social.

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, dispone en el artículo 6.4 que las Administraciones educativas establecerán el currículo de las distintas enseñanzas reguladas en dicha Ley, del que formarán parte los aspectos básicos señalados en apartados anteriores del propio artículo 6. Los centros docentes desarrollarán y completarán, en su caso, el currículo de las diferentes etapas y ciclos en uso de su autonomía, tal como se recoge en el capítulo II del título V de la citada Ley.

La Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, establece en el artículo 10.2 que las Administraciones educativas, en el ámbito de sus competencias, podrán ampliar los contenidos de los correspondientes títulos de formación profesional.

El Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, en su Disposición derogatoria única, deroga el Real Decreto 197/1996, de 9 de febrero, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal, establecido al amparo de la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo.

De conformidad con lo anterior y una vez que el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, ha fijado el perfil profesional del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, sus enseñanzas mínimas y aquellos otros aspectos de la ordenación académica que constituyen los aspectos básicos del currículo que aseguran una formación común y garantizan la validez de los títulos en todo el territorio nacional, procede ahora determinar, en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, la ampliación y contextualización de los contenidos de los módulos profesionales incluidos en el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, respetando el perfil profesional del mismo.

Las necesidades de un mercado de trabajo integrado en la Unión Europea requieren que las enseñanzas de formación profesional presten especial atención a los idiomas de los países miembros, incorporándolos en su oferta formativa. En este sentido, este ciclo formativo incorpora en el currículo formación en lengua inglesa, dando respuesta a lo dispuesto en el Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional.

Asimismo, el currículo de este ciclo formativo se establece desde el respeto a la autonomía pedagógica, organizativa y de gestión de los centros que impartan formación profesional, impulsando estos el trabajo en equipo del profesorado y el desarrollo de planes de formación, investigación e innovación en su ámbito docente y las actuaciones que favorezcan la mejora continua de los procesos formativos.

Por otra parte, los centros de formación profesional desarrollarán el currículo establecido en esta orden, teniendo en cuenta las características del alumnado, con especial atención a las necesidades de las personas con discapacidad.

Finalmente, cabe precisar que el currículo de este ciclo formativo integra los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos de las enseñanzas establecidas para lograr que el alumnado adquiera una visión global de los procesos productivos propios del perfil profesional del técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

En el proceso de elaboración de esta orden ha emitido informe el Consejo Escolar del Estado.

Por todo lo anterior, en su virtud, dispongo:

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. *Objeto.*

Esta orden tiene por objeto determinar el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa establecido en el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

Artículo 2. *Ámbito de aplicación.*

El currículo establecido en esta orden será de aplicación en el ámbito territorial de gestión del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

CAPÍTULO II

Currículo

Artículo 3. *Currículo.*

1. El currículo para las enseñanzas de formación profesional del sistema educativo correspondiente al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, establecido en el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, queda determinado en los términos fijados en esta orden.

2. El perfil profesional del currículo, que viene expresado por la competencia general, las competencias profesionales, personales y sociales y las cualificaciones y las unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, es el incluido en el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, referido en el apartado anterior.

3. Los objetivos generales del currículo del ciclo formativo, los objetivos de los módulos profesionales expresados en términos de resultados de aprendizaje y sus criterios de evaluación son los incluidos en el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, referido en el apartado 1 de este artículo.

4. Los contenidos de los módulos profesionales que conforman el presente currículo, adaptados a la realidad socioeconómica así como a las perspectivas de desarrollo económico y social del entorno, son los establecidos en el anexo I de esta orden.

Artículo 4. *Duración y secuenciación de los módulos profesionales.*

1. La duración total de las enseñanzas correspondientes a este ciclo formativo, incluido el módulo profesional de Formación en centros de trabajo, es de 2.000 horas.

2. Los módulos profesionales de este ciclo formativo, cuando se oferten en régimen presencial, se organizarán en dos cursos académicos y se ajustarán a la secuenciación y distribución horaria semanal determinadas en el anexo II de esta orden.

3. El primer curso académico se desarrollará íntegramente en el centro educativo. Para poder cursar el segundo curso, será necesario haber superado los módulos profesionales que supongan en su conjunto, al menos, el ochenta por ciento de las horas del primer curso y, en cualquier caso, todos los módulos profesionales soporte incluidos en el mismo, señalados como tales en el anexo II.

4. Se garantizará el derecho de matriculación de quienes hayan superado algún módulo profesional en otra Comunidad Autónoma en los términos establecidos en el artículo 48.3 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.

5. Con carácter general, durante el tercer trimestre del segundo curso, y una vez alcanzada la evaluación positiva en todos los módulos profesionales realizados en el centro educativo, se desarrollará el módulo profesional de Formación en centros de trabajo.

6. Excepcionalmente, y con el fin de facilitar la adaptación del número de personas matriculadas a la disponibilidad de puestos formativos en las empresas, aproximadamente la mitad del alumnado de segundo curso podrá desarrollar dicho módulo profesional de Formación en centros de trabajo durante el segundo trimestre del segundo curso, siempre y cuando hayan superado positivamente todos los módulos profesionales del primer curso académico.

7. Sin perjuicio de lo anterior y como consecuencia de la temporalidad de ciertas actividades económicas que puede impedir que el desarrollo del módulo profesional de Formación en centros de trabajo pueda ajustarse a los supuestos anteriores, este se podrá organizar en otros periodos coincidentes con el desarrollo de la actividad económica propia del perfil profesional del título.

8. En cualquier caso, la evaluación del módulo profesional de Formación en centros de trabajo quedará condicionada a la evaluación positiva del resto de los módulos profesionales del ciclo formativo.

Artículo 5. *Módulo profesional de proyecto.*

1. El módulo profesional de proyecto tiene un carácter interdisciplinar e incorpora las variables tecnológicas y organizativas relacionadas con los aspectos esenciales de la competencia profesional del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

2. Con carácter general este módulo será impartido por el profesorado que ejerce la tutoría de formación en centros de trabajo.

3. El módulo profesional de proyecto se desarrollará durante el último periodo del ciclo formativo, compaginando la tutoría individual y la colectiva, de forma que, al menos, el 50 % de la duración total se lleve a cabo de forma presencial y se complete con la tutoría a distancia en la que se emplearán las tecnologías de la información y la comunicación.

4. En todo caso y antes del inicio del módulo profesional de Formación en centros de trabajo, el profesorado responsable deberá anticipar las actividades de enseñanza y aprendizaje que faciliten el desarrollo del módulo profesional de proyecto.

5. La evaluación de este módulo profesional quedará condicionada a la evaluación positiva del resto de los módulos profesionales del ciclo formativo, incluido el de Formación en centros de trabajo.

Artículo 6. *Enseñanza bilingüe.*

1. El currículo de este ciclo formativo incorpora la lengua inglesa de forma integrada al menos en dos módulos profesionales de entre los que componen la totalidad del ciclo formativo. Estos módulos se impartirán por el profesorado con atribución docente en los mismos y que, además, posea la habilitación lingüística correspondiente al nivel B2 del Marco Común Europeo de referencia para las lenguas.

2. Al objeto de garantizar que la enseñanza bilingüe se imparta en los dos cursos académicos del ciclo formativo de forma continuada, se elegirán módulos profesionales de ambos cursos.

3. Los módulos susceptibles de ser impartidos en lengua inglesa son los señalados el anexo III.

4. 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 conjunto de los módulos que se impartan en el primer año y dos horas para los que se desarrollen durante el segundo curso. Además, el profesorado que imparta dichos módulos profesionales tendrá asignadas, en su horario individual, al menos tres horas semanales para su preparación. Estas horas tendrán el mismo carácter que las horas lectivas.

5. Con carácter excepcional y de forma transitoria hasta el año 2020, cuando el profesorado con atribución docente no cuente con el nivel de inglés exigido en estos módulos profesionales, compartirá un total de tres horas semanales para el conjunto de los módulos que se impartan en el primer año y dos horas para los que se desarrollen durante el segundo curso con un profesor o una profesora de la especialidad de inglés. En este supuesto, la programación de dichos módulos incluirán, al menos, una unidad de trabajo o didáctica que se desarrollará exclusivamente en lengua inglesa y el resto de unidades didácticas incorporarán actividades de enseñanza aprendizaje impartidas exclusivamente en inglés en ese tiempo asignado.

6. Con carácter excepcional, y para quienes lo soliciten, en el caso de alumnos o de alumnas con discapacidad que puedan presentar dificultades en su expresión oral (parálisis cerebral, sordera...) se establecerán medidas de flexibilización y/o alternativas en el requisito de impartición de módulos en lengua inglesa, de forma que puedan cursar todas las enseñanzas de los módulos profesionales en su lengua materna.

Artículo 7. *Espacios y equipamientos.*

Los espacios y equipamientos que deben reunir los centros de formación profesional, para permitir el desarrollo de las actividades de enseñanza, son los establecidos en el anexo IV de esta orden y deberán cumplir lo establecido en el artículo 11 del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, así como la normativa sobre igualdad de oportunidades, diseño para todos y accesibilidad universal, prevención de riesgos laborales y seguridad y salud en el puesto de trabajo.

Artículo 8. *Titulaciones y acreditación de requisitos del profesorado.*

1. Las especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales que constituyen las enseñanzas establecidas para el título referido en el artículo 1 de esta orden, así como las titulaciones equivalentes a efectos de docencia, son las recogidas respectivamente en los anexos III A y III B 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.

2. Con objeto de garantizar el cumplimiento del artículo 12.3 del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, para la impartición de los módulos profesionales que lo conforman, se deberá acreditar que se cumple con todos los requisitos establecidos en el citado artículo, aportando la siguiente documentación:

a) Fotocopia compulsada del título académico oficial exigido, de conformidad a las titulaciones incluidas en el anexo III C del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, citado. Cuando la titulación presentada esté vinculada con el módulo profesional que se desea impartir, se considerará que engloba en sí misma los objetivos de dicho módulo. En caso contrario, además de la titulación, se aportarán los documentos indicados en el apartado b) o c).

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

- Certificación académica personal de los estudios realizados, original o fotocopia compulsada, expedida por un centro oficial, en la que consten las enseñanzas cursadas detallando las asignaturas.

- Programas de los estudios aportados y cursados por la persona interesada, original o fotocopia compulsada de los mismos, sellados por la propia Universidad o Centro docente oficial o autorizado correspondiente.

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

- Certificación de la empresa u organismo empleador en la que conste específicamente la actividad desarrollada por la persona interesada. Esta actividad ha de estar relacionada implícitamente con los resultados de aprendizaje del módulo profesional que se pretende impartir.

- En el caso de quienes trabajan por cuenta propia, declaración de la persona interesada de las actividades más representativas relacionadas con los resultados de aprendizaje.

CAPÍTULO III

Adaptaciones del currículo

Artículo 9. *Adaptación al entorno socio-productivo.*

1. El currículo del ciclo formativo regulado en esta orden se establece teniendo en cuenta la realidad socioeconómica y las características geográficas, socio-productivas y laborales propias del entorno de implantación del título.

2. Los centros de formación profesional dispondrán de la necesaria autonomía pedagógica, organizativa y de gestión económica para el desarrollo de las enseñanzas y su adaptación a las características concretas del entorno socioeconómico, cultural y profesional.

3. Los centros autorizados para impartir este ciclo formativo concretarán y desarrollarán las medidas organizativas y curriculares que resulten más adecuadas a las características de su alumnado y de su entorno productivo, de manera flexible y en uso de su autonomía pedagógica, en el marco general del proyecto educativo, en los términos establecidos por la Ley Orgánica 2/2006, de Educación.

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

Artículo 10. *Adaptación al entorno educativo.*

1. Los centros de formación profesional gestionados por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte desarrollarán el currículo establecido en esta orden, teniendo en cuenta las características del alumnado y del entorno, atendiendo especialmente a las personas con discapacidad, en condiciones de accesibilidad y con los recursos de apoyo necesarios

para garantizar que este alumnado pueda cursar estas enseñanzas en las mismas condiciones que el resto.

2. Asimismo, las enseñanzas de este ciclo se impartirán con una metodología flexible y abierta, basada en el autoaprendizaje y adaptada a las condiciones, capacidades y necesidades personales del alumnado, de forma que permitan la conciliación del aprendizaje con otras actividades y responsabilidades.

CAPÍTULO IV

Otras ofertas y modalidad de estas enseñanzas

Artículo 11. *Oferta a distancia.*

1. Los módulos profesionales ofertados a distancia, cuando por sus características lo requieran, asegurarán al alumnado la consecución de todos los objetivos expresados en resultados de aprendizaje, mediante actividades presenciales.

2. Las Direcciones Provinciales y las Consejerías de Educación adoptarán las medidas necesarias y dictarán las instrucciones precisas a los centros que estén autorizados para impartir este ciclo formativo en régimen presencial, para la puesta en marcha y funcionamiento de la oferta del mismo a distancia.

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

Artículo 12. *Oferta combinada.*

Con el objeto de responder a las necesidades e intereses personales y dar la posibilidad de compatibilizar la formación con la actividad laboral, con otras actividades o situaciones, la oferta de estas enseñanzas para las personas adultas y jóvenes en circunstancias especiales podrá ser combinada entre regímenes de enseñanza presencial y a distancia simultáneamente, siempre y cuando no se cursen los mismos módulos en las dos modalidades al mismo tiempo.

Artículo 13. *Oferta para personas adultas.*

1. Los módulos profesionales de este ciclo formativo asociados a unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales podrán ser objeto de una oferta modular destinada a las personas adultas.

2. Esta formación se desarrollará con una metodología abierta y flexible, adaptada a las condiciones, capacidades y necesidades personales que les permita la conciliación del aprendizaje con otras actividades y responsabilidades, cumpliendo lo previsto en el capítulo I del título IV del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo. Además, dicha formación será capitalizable para conseguir un título de formación profesional, para cuya obtención será necesario acreditar los requisitos de acceso establecidos.

3. Con el fin de conciliar el aprendizaje con otras actividades y responsabilidades, las Direcciones Provinciales y las Consejerías de Educación podrán establecer medidas específicas para cumplir lo dispuesto en el artículo 41 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo y posibilitar una oferta presencial y a distancia de forma simultánea.

4. Con el fin de promover la formación a lo largo de la vida, la Dirección General de Formación Profesional del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte podrá autorizar a las Direcciones Provinciales y a las Consejerías de Educación la impartición, en los centros de su competencia, de módulos profesionales organizados en unidades formativas de menor duración. En este caso, cada resultado de aprendizaje, con sus criterios de evaluación y su correspondiente bloque de contenidos, será la unidad mínima e indivisible de partición.

Disposición adicional primera. *Autorización para impartir estas enseñanzas.*

Las Direcciones Provinciales y las Consejerías de Educación tramitarán ante la Dirección General de Formación Profesional la autorización para poder impartir las enseñanzas de este ciclo formativo, de forma completa o parcial, en régimen presencial y a distancia, de los centros que lo soliciten y cumplan los requisitos exigidos conforme a la legislación vigente.

Disposición adicional segunda. *Implantación de estas enseñanzas.*

1. En el curso 2014-2015 se implantará el primer curso del ciclo formativo al que hace referencia el artículo 1 de la presente orden y dejarán de impartirse las enseñanzas de primer curso amparadas por la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo, correspondientes al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal.

2. En el curso 2015-2016 se implantará el segundo curso del ciclo formativo al que hace referencia el artículo 1 de la presente orden y dejarán de impartirse las enseñanzas de segundo curso amparadas por la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo, correspondientes al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal.

Disposición adicional tercera. *Habilitación lingüística del profesorado de enseñanza bilingüe.*

El profesorado que vaya a impartir docencia en lengua inglesa deberá estar en posesión, antes de la fecha de inicio de cada curso académico, de la habilitación lingüística correspondiente, a cuyo efecto el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte llevará a cabo un procedimiento de habilitación antes del comienzo de cada curso.

Disposición adicional cuarta. *Formación del profesorado de enseñanza bilingüe.*

Las Direcciones Provinciales y las Consejerías de Educación programarán cursos y actividades de formación en lengua inglesa destinados a todo el profesorado de formación profesional que vaya a impartir docencia en módulos profesionales susceptibles de ser impartidos en lengua inglesa, quienes tendrán la obligación de asistir a los mismos hasta que consigan la habilitación requerida. Estas medidas serán aplicables, al menos, hasta el año 2020.

La formación que se oferte será de tres tipos:

a) Formación intensiva, mediante un curso realizado, preferentemente en la modalidad presencial, durante el mes de septiembre.

b) Formación de larga duración a lo largo del año escolar, mediante un curso que combine la forma presencial y en línea, que se realizará fuera del horario de obligada permanencia en el centro formativo. Durante el periodo de realización del módulo profesional de Formación en centros de trabajo, este curso se intensificará y se realizará, en lo posible, dentro del horario de obligada permanencia en el centro.

c) Formación en país anglófono, mediante cursos, que a ser posible incluirán visitas culturales y a instituciones y asistencia a conferencias, y que se realizará al final del curso una vez finalizadas las actividades escolares en los centros formativos.

Disposición transitoria única. *Sustitución de títulos relacionados con estas enseñanzas.*

1. El alumnado que, al finalizar el curso escolar 2013-2014, cumpla las condiciones requeridas para cursar el segundo curso del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal, amparado por la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo, y que no haya superado alguno de los módulos profesionales del primer curso del mencionado título, contará con dos convocatorias en

cada uno de los dos años sucesivos para poder superar dichos módulos profesionales. Transcurrido dicho periodo, en el curso escolar 2016-2017, se le aplicarán las convalidaciones, para los módulos superados, establecidas en el artículo 15.1 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, 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 el segundo curso del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal, amparado por la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo, se le aplicarán las convalidaciones establecidas en el artículo 15.1 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, regulado por la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

3. El alumnado que, al finalizar el curso escolar 2014-2015, no cumpla las condiciones requeridas para obtener el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal, amparado por la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo, contará con dos convocatorias en cada uno de los dos años sucesivos para poder superar dichos módulos profesionales, a excepción del módulo de Formación en centro de trabajo para el que se dispondrá de un curso escolar suplementario. Al alumnado que transcurrido dicho periodo no hubiera obtenido el título se le aplicarán las convalidaciones, para los módulos superados, establecidas en el artículo 15.1 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, regulado por la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

Disposición final primera. *Aplicación de la orden.*

Se autoriza a la Dirección General de Formación Profesional, en el ámbito de sus competencias, para adoptar las medidas y dictar las instrucciones necesarias para la aplicación de lo dispuesto en esta orden.

Disposición final segunda. *Entrada en vigor.*

Esta orden entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial del Estado.

Madrid, 23 de enero de 2013.—El Ministro de Educación, Cultura y Deporte, José Ignacio Wert Ortega.

ANEXO I

Módulos Profesionales

1. Módulo Profesional: Asesoría cosmética.

Código: 1181

Contenidos:

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

Protocolo de actuación: fases de la asesoría de cosméticos.

Fase de documentación:

Fuentes documentales.

Elaboración de la base de información de líneas de cosméticos y casas comerciales, entre otros.

Análisis de las tendencias.

Clasificación y archivo de datos.

Fase de análisis de las características y necesidades de las personas usuarias:

Protocolo de estudio estético.

Procedimiento de identificación de demandas de la persona usuaria.

Fase de asesoramiento en cosméticos y perfumes.

Fase de evaluación y control del proceso.

Campo de actuación del asesor de cosméticos y perfumes: concepto y funciones.

Conocimientos técnicos y profesionales de los productos.

Los productos cosméticos. Concepto y composición general: principios activos, excipientes y aditivos.

Parte externa del cosmético. Elementos que la conforman:

Recipientes. Características comerciales y simbología de la forma, color y diseño.

Embalaje o envase exterior.

Prospecto y etiqueta: datos que deben figurar.

Forma cosmética:

Concepto.

Tipos.

Características.

Clasificación.

Relación de la forma de presentación con el recipiente.

Actuación de los cosméticos sobre la piel. Penetrabilidad:

Vías y grado de penetración.

Factores que influyen en la penetración de los cosméticos.

b) Realización del estudio estético para la asesoría cosmética:

La piel eudérmica: aspecto externo y características principales.

La tipología cutánea en la asesoría cosmética. Características.

Clasificación: piel seca, grasa, hiperhidratada, sensible, acnéica, envejecida y otras.

Características visuales. Elementos que determinan el tipo de piel.

Necesidades cosméticas generales.

Reacción de la piel ante agentes externos y cosmetológicos.

Valoración del tipo de piel: protocolo de reconocimiento. La observación visual y la palpación.

Tipos de cabello. Características.

Valoración del estado del cabello y cuero cabelludo. La observación visual y la exploración.

Valoración de la morfología corporal.

c) Determinación de los cosméticos para la piel:

Clasificación de los cosméticos.

Cosméticos de higiene y complementarios. Cosméticos faciales y corporales: tipos, ingredientes activos principales, forma de presentación e indicaciones. Criterios de selección:

Exfoliantes: tipos, características y forma de actuación.

Mascarillas: tipos e indicaciones.

Desodorantes y antitranspirantes.

Cosméticos de mantenimiento, protección y tratamiento de la piel. Cosméticos faciales y corporales: clasificación, características, sustancias activas, indicaciones y criterios de selección. Efectos. Formas cosméticas.

Cosméticos de maquillaje: concepto, clasificación, ingredientes activos, indicaciones y criterios de selección:

Presentación de los diferentes tipos de cosméticos decorativos.

Efectos perseguidos.

Cosméticos para micropigmentación.

Bronceadores exógenos.

Cosmética específica para medicina estética: tipos, funciones, composición y formas de presentación. Precauciones. Criterios de elección:

Productos para el envejecimiento: materiales de relleno, botox, exfoliantes de uso médico y otros. Características, modo de empleo y precauciones.

Productos para mesoterapia: efectos en función del principio activo que incorpore.

Cosméticos 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 activos y nuevos vehículos.

d) Determinación de los cosméticos para los anexos córneos:

Cosméticos capilares: clasificación.

Cosméticos para la higiene y el acondicionamiento capilar: concepto, forma de actuar, ingredientes activos principales e indicaciones. Criterios de elección:

Cosméticos de higiene y acondicionamiento específicos para alteraciones capilares. Características.

Exfoliantes y descamativos del cuero cabelludo: principales componentes, mecanismos de acción, indicaciones y 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:

Aspecto del cabello después de la aplicación del cosmético.

Relación entre las necesidades cutáneas del cuero cabelludo y los principios activos de los cosméticos.

Asesoramiento al usuario sobre el empleo domiciliario.

Cosméticos para el mantenimiento y la protección del cabello y cuero cabelludo: hidratantes, protectores solares y otros. Indicaciones, forma de actuar y formas cosméticas:

Relación entre las necesidades cutáneas del cuero cabelludo y el cabello normal y los cosméticos que se van a aplicar.

Protección del cabello y cuero cabelludo de la radiación solar. Factor de protección.

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:

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

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

e) Elaboración de propuestas personalizadas de tratamientos cosméticos:

Estudio del cliente. Detección de necesidades cosméticas.

Elaboración del protocolo de tratamiento personalizado: preparación e higiene, núcleo del tratamiento y finalización del tratamiento. Efectos perseguidos, 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. 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.

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

Perfumes: concepto y composición general (activos y excipientes).

Esencias naturales empleadas en perfumería:

Esencias vegetales: modo de obtención.

Esencias animales: características.

Estructura de un perfume. Pirámide olfativa.

Tipos de perfumes: perfumería alcohólica.

Conservación y manipulación de perfumes.

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

Perfume e imagen personal.

Factores que influyen en el olor del perfume.

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

Tipo de perfume que se aconseja emplear en función de la hora del día.

Zonas de aplicación del perfume.

Cómo y cuándo hay que perfumarse.

Criterios para realizar la compra del perfume.

Establecimientos de venta de perfumes: tipos y características.

g) Establecimiento de 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.

Salones de estética, de peluquería, centros de tratamientos capilares, clínicas de medicina estética, balnearios, tiendas especializadas, grandes superficies, farmacias y parafarmacias, distribuidores y otros.

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

Relación calidad-precio en la compra de cosméticos. Las marcas y su posicionamiento en el mercado.

Claves para la asesoría de compra de cosméticos faciales, capilares, corporales y decorativos.

La asesoría de compra de cosmética masculina.

La comunicación aplicada a la asesoría para la compra de cosméticos.

El cosmético como artículo de regalo. Presentación externa. Elaboración de lotes y paquetes de regalos. Productos asociados a la venta de cosméticos. Variables que determinan la elección del regalo.

2. Módulo Profesional: Diseño de imagen integral.

Código: 1182

Contenidos:

a) 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.

Los niveles de percepción y sus condicionantes. Variaciones en función de su intensidad o grado. Aplicaciones y utilización.

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, saturación, armonías y otros.

Sonido: concepto, percepción y tipos de sonido. Umbral de percepción.

El tacto y la tangibilidad: concepto y características. Valoraciones individuales.

El olfato: sensaciones olfativas, funcionamiento y características. Uso del olor.

El gusto: percepción del sabor, tipos de sabores y su localización en la cavidad oral.

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. 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. Modificación de movimientos inestéticos.

Sentidos no visuales. Los sonidos: tipos de sonido con repercusión en asesoría, aplicación y correcciones. Modulación del sonido. Ejercicios sonoros. Los olores: concepto y tipos de olores. Percepción del olor. Saturación olfativa.

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.

b) Elaboración de documentación para la asesoría de imagen:

Bases de información general. Identificación de las fuentes documentales: escritas, gráficas, audiovisuales y otras. Fichero de especialistas colaboradores.

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

Técnicas de clasificación en los diferentes ámbitos de la asesoría (belleza y cuidados estéticos, peluquería, protocolo oficial, de empresa y social, habilidades comunicativas, imagen corporativa y otros).

Actualización de la información: control, seguimiento y conservación.

Cuestionarios de asesoría: concepto, características, finalidad y objetivos, entre otros.

Tipos de cuestionarios: básicos y específicos.

Cuestionarios básicos: información general, necesidades/motivaciones del usuario, 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 de esos documentos. Diseño y elaboración. Documentos internos. Tipos de documentos y modelos: contratación del servicio, declaración de confidencialidad, elaboración de presupuestos, contratos de colaboradores, contratos de protección de datos y otros. Documentos de proyección externa: dossier de presentación, díptico/tríptico, dossier de empresa, tarjetas de visita y otros.

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

Técnicas de expresión gráfica, fotográfica, audiovisual e informática.

La elaboración de bocetos: técnicas, elementos y útiles de dibujo necesarios. 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: destamado, enfoque y desenfoque.

Retques, 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.

d) Realización del estudio integral de la imagen:

Técnicas de análisis y evaluación de las características físicas del cliente.

Identificación del estilo, criterios estéticos del cliente y necesidades y demandas del cliente: estilo del maquillaje, color, cantidad y longitud del cabello, estilo del peinado, hábitos de vida y cuidados estéticos, y ámbito laboral, social y cultural para valorar sus necesidades.

Métodos para detectar los criterios estéticos, las necesidades y demandas. La entrevista. La autovaloración del cliente: física, intelectual, psicológica y global, entre otras. Técnicas y ejercicios para determinarla. 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 ungueal, 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.

e) Elaboración de propuestas personalizadas de asesoría imagen:

El proyecto de asesoría: concepto, fases y tipos de proyectos. Características de los mismos. El proyecto parcial. El proyecto integral.

Diseño de propuestas personalizadas de cambios de imagen. Estructura específica de la propuesta. Pautas para la elaboración del informe/propuesta de asesoría.

Descripción de las necesidades y demandas.

Conclusión del análisis integral de la imagen: características que se deben potenciar y/o modificar.

Caracterización del nuevo estilo.

Relación de los trabajos técnicos (tratamientos corporales y faciales, peinados y maquillaje) necesarios para el cambio de imagen. Selección de técnicas.

Cambios en la indumentaria, complementos y accesorios.

Relación de procedimientos para el cambio de hábitos, mejora de las habilidades sociales y de la expresión y comunicación.

Documentación técnica y económica anexa a la propuesta: tipos y características. El presupuesto. Sistemas de liquidación económica. Alternativas en el pago. Documentación de soporte. 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:

Elementos de soporte de la propuesta: tarjetas personales, tarjetas de tejidos y otros.

Selección del formato de presentación.

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

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

Elementos del plan de evaluación del servicio de asesoría. Normas de calidad. Parámetros que definen la calidad. Causas de deficiencias en los servicios de asesoría.

Técnicas para detectar 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.

3. Módulo Profesional: Estilismo en vestuario y complementos.

Código: 1183

Contenidos:

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

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

Concepto de estilismo. Vestiteca, show room, 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.

Colección. Concepto y tipos. Colección crucero.

Desfiles: terminología asociada y características. Principales pasarelas mundiales.

La diferenciación externa mediante otros elementos.

Estilismo creativo y estilismo dirigido. La investigación como base de la inspiración y realización.

El protocolo de actuación en estilismo. Elaboración del protocolo: partes, tipos, contenidos y documentos de apoyo.

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

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

La función del vestuario. La función mítica, protectora, jerárquica y otras.

El vestido en la prehistoria.

El vestuario en el mundo antiguo: desde Egipto a Bizancio. Características principales y su repercusión. El maquillaje y la belleza. Los complementos y su importancia.

La edad media y el renacimiento. La influencia de las cortes. El vestido y sus variaciones.

El Barroco y la corte francesa. El Rococó. Los excesos en el vestuario, peluquería y cosmética.

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. Charles Frederick Worth. Paul Poiret.

Los felices años 20. La androginia. Las nuevas casas de moda.

Los años 30. La moda y el cine. Nina Ricci, Vionnet, Gres y Chanel.

La moda y el Surrealismo. Elsa Schiaparelli.

El new look y el teatro de la moda. Los nuevos diseñadores y su influencia: Dior, Balenciaga, Balmain, Fath, Givenchy y otros.

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

El cine y la televisión. El futurismo de Pierre Cardin. La moda unisex. El punk.

La moda americana y la nueva silueta: Donna Karan, Calvin Klein, Ralph Lauren y otros. El fin de la alta costura. Nuevas alternativas.

La moda y la edad. Las modas sociales actuales.

Jóvenes diseñadores nacionales e internacionales. Características.

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

El estudio del cliente. Métodos y equipos para el estudio y análisis del cliente: entrevistas, cuestionarios, medidas y grabaciones, entre otros.

Aplicación de los métodos de observación.

Los patrones habituales.

Detección de necesidades: socio-laborales, artísticas y otras.

Identificación del ámbito de aplicación y las cualidades de la imagen que se quiere 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, hombros, pecho, cintura, caderas, piernas, rodillas y tobillos, entre otros. Proyección/percepción de la imagen a través de las características corporales.

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.

Alteraciones psicológicas relacionadas con el cuerpo humano con repercusión en la imagen.

Test de color. Técnicas para la elección de colores personales.

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

Determinación del estilo del cliente. Tipos (clásico, informal, deportivo, casual, romántico, sectorial, funcional y vanguardista, entre otros). Gradación del estilo.

Análisis de la indumentaria y de los complementos.

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

Las correcciones corporales mediante el vestuario. Los inestetismos. Las asimetrías. Concepto, tipos y características.

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. El patronaje.

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.

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. Formas de eliminar las manchas. 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.

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

La propuesta personalizada para el cambio de imagen a través de la indumentaria. Definición y estructura.

Tipos de propuestas.

Documentación base: el dossier de asesoría en estilismo. Organización y estructura: uso de logotipos, portada, índice, datos, fotos, cualidades iniciales, cualidades que se desean obtener, propuesta técnica y otros.

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

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.

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

Los puntos de venta de vestuario y complementos.

Criterios de selección de vestuario, tejidos y complementos: identificación de la demanda. Tabla de equivalencias del tallaje del vestuario en otros países.

Criterios de selección de tiendas especializadas, diseñadores y firmas de ropa. Relación calidad-precio.

El fondo de armario. Fondo de armario masculino y femenino. Composición. Revisión y actualización.

El equipaje básico en distintas actividades.

Selección y combinación de colores en prendas, accesorios y complementos.

Pautas para la elección y combinación de prendas y complementos.

Pruebas de vestuario. Coordinación y supervisión.

Técnicas de seguimiento y mantenimiento del proceso de asesoría en el vestir.

Los complementos como artículo de regalo:

Pautas para guiar en la compra.

Variables que determinan su elección.

4. Módulo Profesional: Asesoría de peluquería.

Código: 1184

Contenidos:

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

Protocolos de trabajo del asesor de peluquería: partes, tipos, contenidos y documentos de apoyo.

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.

Fuentes documentales: webs de Internet, revistas de moda, de peinados, de maquillajes, magazines, actualidad, especializadas y técnico-científicas. Libros, cine y televisión.

Clasificación y archivos de datos.

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

Protocolo de estudio estético.

Protocolo para el estudio de las cualidades de la imagen.

Procedimiento de identificación de demandas del usuario.

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

Identificación de los requerimientos sociales y laborales.

Fase de asesoramiento en peluquería y estilismo facial masculino.

Fase de evaluación y control del proceso.

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

b) Realización del estudio estético para la asesoría de peluquería:

Técnicas de preparación del cliente.

Análisis del cuero cabelludo y cabello. Aplicación de los métodos y equipos de evaluación del estado del cabello y cuero cabelludo. Aspecto del cuero cabelludo. Características y condiciones que influyen en el estado del cabello:

Aspecto físico: forma, grosor, brillo y volumen.

Propiedades físicas: permeabilidad, porosidad y resistencia. Flexibilidad, capacidad de humectación y otras.

Color. Cabello virgen o tratado. Color natural y actual. Escala de tonos naturales y reflejos. Porcentaje de canas. Otros.

Longitud.

Direccionalidad, remolinos y nacimientos.

Agentes químicos, mecánicos, térmicos y ambientales. Tratamientos capilares que influyen en el aspecto del cabello.

Identificación de alteraciones del cabello y del cuero cabelludo con influencia en la imagen personal.

Análisis morfológico de la cabeza. Puntos antropométricos de referencia de cráneo, nuca y óvalos. Técnicas de psicomorfología y visajismo:

Cánones de belleza.

Tipos de cráneo.

Tipos de perfiles.
Tipos de frente.
Tipos de cuello frontal y posterior.

Estudio y características del pelo facial: tipos y formas de barba, bigote, perilla y patilla.

Estudio de la morfología corporal y su relación con el peinado.
Análisis de patrones de peinado habituales en el cliente.
Análisis de patrones de maquillaje, complementos y vestuario del cliente.
Determinación de las necesidades: sociolaborales, artísticas y otras.
Percepción de las características del cliente a través del estudio de los elementos iconológicos que proyecta su imagen.
Soportes de documentación técnica: ficha de registro. Cuestionarios valorativos iniciales. El cuestionario de costumbres, aficiones y hábitos de cuidados estéticos.

c) Determinación de los cuidados y tratamientos capilares para el asesoramiento:

Clasificación y descripción de los tratamientos capilares necesarios para la creación de la nueva imagen:

Tratamiento de higiene y acondicionamiento.
Tratamientos de mantenimiento: cuidados preventivos.
Tratamientos para las alteraciones del tallo capilar.
Tratamientos médico-estéticos: infiltraciones y otros.
Tratamientos quirúrgicos: microinjerto y cirugía estética.
Tratamiento para las alopecias.
Tratamiento para las alteraciones del cuero cabelludo: tratamientos antipitiriasis y antiseborreicos.

Técnicas electroestéticas y manuales para el tratamiento capilar: corrientes galvánicas, alta frecuencia, ondas electromagnéticas, ozono y otras. Masaje y drenaje linfático. Cosméticos asociados a los tratamientos capilares.

Asesoramiento en prótesis capilares.
Identificación de los tratamientos capilares necesarios para los cambios de imagen.
Profesionales colaboradores para el cuidado y los tratamientos capilares.

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

Cualidades de la imagen que se va a potenciar, neutralizar y modificar a través de la asesoría de peluquería y barbería.

Cuestionario valorativo de las preferencias del cliente.
Concreción del nuevo estilo y creación de la nueva imagen. Estilos a través de los peinados y técnicas de peluquería y barbería.
Determinación de los elementos del peinado que forman la nueva imagen:

Identificación de la armonía: fría y cálida.
Análisis de las líneas, formas, colores y volúmenes.
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.
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 realización. Cambio de forma temporal.

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

El peinado y la técnica de secado. Parámetros que influyen directamente en el volumen del cabello: el diámetro, densidad, curvatura, coeficiente de fricción, porosidad y la humedad interna de la fibra. Recogidos: altos, bajos y otros. Posticiería capilar. Extensiones.

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

e) Elaboración de propuestas de cambio de imagen:

Diseño de propuestas personalizadas de cambios de imagen a través de tratamientos y técnicas de peluquería y barbería. Estructura específica de la propuesta. El informe técnico de la asesoría de peluquería.

Descripción de las necesidades y demandas:

Variables personales y sociolaborales: estilo de vida, personalidad, características estéticas, acontecimientos, ámbito laboral y otras.

Interpretación de informes profesionales.

Valoración de los resultados del estudio de la imagen personal: características que se pueden potenciar o modificar.

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.

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

Asesoría de mantenimiento de la nueva imagen.

Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados capilares. Forma de aplicación y frecuencia.

Cuidados profesionales: electroestéticos, técnicas manuales, medicina estética, cirugía, pelucas y otros.

Técnicas de orientación en la selección de cosméticos de higiene, mantenimiento, protección y cuidados capilares.

Entrenamiento de técnicas de manejo de secador, útiles, tenacillas, planchas y productos de apoyo y mantenimiento del peinado.

5. Módulo Profesional: Protocolo y organización de eventos.

Código: 1185

Contenidos:

a) Caracterización del protocolo oficial:

La asesoría en protocolo. Campo de actuación del asesor en protocolo y eventos. Figuras profesionales relacionadas. Concepto de protocolo. Principios de la práctica del protocolo. Origen e historia del protocolo. Relevancia social.

El protocolo oficial español: la Casa Real; el poder ejecutivo, legislativo y judicial y las Fuerzas Armadas. La normativa protocolaria. Ámbitos de aplicación de la normativa.

Protocolo en las Comunidades autónomas. Protocolo en las Administraciones locales. Legislación vigente aplicada al protocolo:

Ordenamiento de autoridades e instituciones: ordenamiento general de precedencias del estado. El Real Decreto de Ordenamiento General de Precedencias en el Estado.

Leyes orgánicas que establecen el orden de precedencia en las distintas comunidades autónomas y en las corporaciones locales. Los decretos de protocolo de los gobiernos autónomos. Administración local y sus autoridades: preceptos protocolarios de las corporaciones locales (ayuntamientos y diputaciones).

Normativa sobre la simbología del estado: himnos, banderas, escudos y heráldica.

Régimen de títulos, tratamientos, honores y distinciones: Reglamento de Honores Militares, Reales Ordenanzas para las Fuerzas Armadas, Reales Ordenanzas del Ejército de Tierra, Reales Ordenanzas de la Armada y Reales Ordenanzas del 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. Las institucionales nacionales, autonómicas y locales.

Distinciones protocolarias y su simbología. Clasificación general. Características.

Simbología heráldica y la vexilología. Historia y características.

Los tratamientos honoríficos y su aplicación. Tipos de tratamiento.

Las distinciones nobiliarias. Características. Escala nobiliaria española. Otras escalas nobiliarias.

Otros tipos de distinciones.

Metodología en la asesoría en protocolo: partes, tipos, contenidos y documentos de apoyo.

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

Los actos públicos. Características y tipos de actos públicos oficiales y no oficiales. Los actos públicos oficiales de carácter general y los actos públicos oficiales de carácter especial. Diferencias entre ellos.

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. Otras características en relación al acto: finalidad, público objetivo y otros.

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.

Los símbolos.

Las intervenciones.

El comportamiento social.

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

El proyecto organizativo y sus fases.

Fase previa: objetivos del acto. Recogida de información. 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:

Imagen del evento: vestuario, decoración, música, ordenación de banderas y otros.

Convocatoria del acto: planos, recorrido, estacionamiento, lugares habilitados, personal y otros.

Criterios de organización del transporte y del alojamiento.

Público asistente e invitaciones. Elaboración de listados. Inscripción: tipos y modo de realización. Confirmación de la asistencia.

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.

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. Convocatoria y objetivos. El comunicado de prensa. Tipos.

Fase de evaluación del acto y/o evento. Seguimiento de la difusión del acto. Acciones posteriores al evento.

Aplicación del control de calidad del acto. Detección de problemas. Registro de incidencias. Medidas de corrección de las desviaciones.

d) Elaboración de la propuesta de organización de actos protocolarios:

Diseño de propuestas de organización de actos protocolarios. Estructura específica de la propuesta. El dossier del acto: criterio organizador general, orden del día, temporalización, ordenación de mesas y organización de las intervenciones, entre otros.

Descripción de las características y requerimientos del acto protocolar.

Relación de la logística y actividades necesarias para el acto protocolario. La seguridad en el acto. El sistema médico.

Selección de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el acto protocolario. Proveedores y otros profesionales. Criterios de selección de profesionales colaboradores.

Planificación de acciones: programa y cronograma. Calendario de actuación. Temporalización. Coordinación de trabajos.

Los actos protocolarios y los comunicados de prensa.

Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características. Documentos de la inscripción. Certificación de asistencia.

Documentación económica: elaboración del presupuesto.

Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.

Presentación de la propuesta personalizada.

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

e) Caracterización del protocolo internacional:

Protocolo internacional: el protocolo extranjero y el protocolo diplomático. 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.

Costumbres, hábitos y cultura social de los principales países constituyentes de la UE. Variaciones en cuestiones protocolarias y su justificación.

Costumbres, hábitos y cultura social de los países del este. La influencia de la religión.

Canadá. Divisiones idiomáticas y culturales. Variaciones culturales y sociales.

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

América latina. Hábitos, costumbres y cultura social.

El mundo árabe. La religión: los grupos religiosos dominantes y sus condicionantes. Hábitos, costumbres y cultura social.

El África subsahariana. Países constituyentes. Costumbres y cultura social común, entre otros.

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

Características diferenciadoras respecto a los países occidentales.

Las relaciones internacionales y su repercusión en el protocolo.

Pautas de actuación en el protocolo internacional.

f) Establecimiento del protocolo empresarial:

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

Los actos empresariales públicos y privados. Ámbitos de aplicación, simbología, patrocinio externo y otros.

Las precedencias empresariales.

Presidencia de los actos. Cesión de presidencias en los actos empresariales.

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

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. Las juntas de accionistas. Las juntas generales. Los consejos de administración. Las reuniones internas. Las reuniones externas. Funcionamiento general.

La organización de actos de promoción empresarial externos e internos:

Los actos de promoción empresarial externos. Tipos. Características.

Patrocinio empresarial. Objetivo y características. Elección del medio de patrocinio.

Elementos de promoción empresarial interna. Tipos.

6. Módulo Profesional: Usos sociales.

Código: 1186

Contenidos:

a) Identificación del campo de actuación del asesor en usos sociales:

El protocolo social. Los usos sociales: definición y características y conceptos asociados. Historia del protocolo social.

Usos del protocolo social. Necesidad de códigos de comunicación y conducta:

Relatividad u obligatoriedad de los usos sociales.

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

Acciones del protocolo social. Normas, hábitos y costumbres. Acciones que deben evitarse.

La etiqueta.

Los nuevos manuales de urbanidad.

Estudio de las características personales asociadas al protocolo social:

Rasgos personales positivos. Cualidades esenciales en el hombre/mujer. Valores éticos y morales que se deben potenciar o modificar.

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. 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.

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

Las relaciones sociales. Tipos.

Etiqueta social: personal, social, laboral y otras:

Normas de comportamiento en sociedad. Valoración de aspectos positivos o negativos de hábitos o modelos de comportamientos en público.

Normas de comportamiento en la vía pública. Valoración de aspectos positivos o negativos de hábitos o modelos de comportamientos en la calle. Normas de comportamiento en la calle (caminar, ceder el paso y otras). Normas de comportamiento en los transportes públicos. Normas de comportamiento en los establecimientos públicos (usos sociales en la entrada y salida del establecimiento, propinas y otras).

Aplicación de la etiqueta social en el vestir. Elegancia. Aspecto práctico y estético del vestuario. Extravagancia. Etiqueta social en la aplicación de perfume y maquillaje.

Técnicas protocolarias en usos sociales elementales:

Normas protocolarias en las visitas. Visitas personales. Visitas concertadas. La atención a visitas. Criterios de selección del momento y duración de la visita. Normas de actuación en visitas singulares: inesperadas, a enfermos, de pésame y otras.

Comportamiento social relacionado con los regalos. Tipos de regalos (regalos de empresa, regalos en metálico, regalos indiscretos, de agradecimiento, de compromiso, regalos colectivos, regalos gastronómicos y otros). 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. Diferencias jerárquicas. La convivencia laboral.

Técnicas de evaluación del proceso de asesoría en usos sociales.

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

Los saludos. Modelos de saludos en distintos ámbitos. Valoración de las distancias físicas en distintos contextos y culturas. Saludos a distintas personalidades y autoridades.

Las invitaciones. Principales tipos de invitaciones (invitaciones por teléfono, invitaciones impresas e invitaciones escritas a mano). Tipos de respuesta ante una invitación.

Las presentaciones. Elementos de presentación:

Presentación de familiares.

Presentación en sociedad. Quién debe hacer las presentaciones. 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 memorándum.

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. Conversaciones. Iniciar y mantener una conversación. Conversaciones en la mesa. Conversaciones telefónicas. Proyección y tono de la voz.
Aspectos negativos: expresiones vulgares.

d) Caracterización de los usos sociales en la mesa:

Habilidades sociales en la mesa:

Comportamiento en la mesa. El uso de servilletas.
Manejo de los cubiertos con los diferentes alimentos.
Formas de servir los alimentos.

La vajilla: tipos, diseño, materiales, formas, componentes y elementos especiales. Las marcas comerciales de vajillas.

La cristalería: elementos, diseño, materiales, formas y estilos, y piezas asociadas.

La cubertería: piezas, diseño, materiales, formas y estilos, y elementos complementarios.

Preparación de la mesa:

La decoración de la mesa.

Elementos que la integran. El orden de los elementos en la mesa. Colocación de los cubiertos, cristalería, vajilla y elementos auxiliares. La lencería: colocación de manteles y servilletas.

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.

El ceremonial del té.

Modelos de comportamiento en establecimientos de restauración. La carta, elección de platos, comunicación con el personal: el maître, sumiller, chef de cocina y otros. La cuenta.

Plan de entrenamiento en habilidades sociales en la mesa.

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

Diseño de propuestas personalizadas: definición y estructura.

Descripción de las necesidades y demandas: variables personales, sociales y laborales.

Valoración de las necesidades en usos sociales y características personales, del lenguaje corporal, oral y otros.

Determinación de los cambios necesarios en usos sociales.

Elaboración y preparación de materiales para elaborar la propuesta. Selección del material visual: fotos, esquemas, bocetos y programas informáticos.

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. Procedimientos para cumplimentar los documentos técnicos de una propuesta personalizada. Elaboración del presupuesto.

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

Elaboración de propuestas en distintos soportes.

Presentación de una propuesta personalizada y organización de actos y reuniones sociales.

Argumentación de la propuesta personalizada. Aplicación de técnicas de comunicación.

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

Plan de entrenamiento en los nuevos usos sociales.

f) Establecimiento de pautas de organización de actos y reuniones sociales:

Pautas de organización de reuniones en el domicilio: concepto y tipos:

Recepción en casa. Normas básicas de recepción. Identificación y reparto de actividades y funciones. Deberes del anfitrión y de los invitados.

Pautas de organización de celebraciones familiares de carácter civil o religioso. Los bautizos, la primera comunión y otros. Características, normas de comportamiento y recomendaciones de vestuario. Identificación y reparto de actividades y funciones. Normas de comportamiento de los invitados.

Necesidades para la organización de aniversarios. Identificación y reparto de actividades y funciones. Deberes del anfitrión y de los invitados. Tipificación de los aniversarios y efemérides.

Necesidades organizativas en los funerales. Formas de difusión de la información o comunicación del suceso. El vestuario de luto. Normas de comportamiento.

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

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

g) Organización de eventos singulares:

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.

Lugares para la celebración.

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.

La celebración del festejo. Criterios para la colocación de los asistentes.

Vestuario aconsejado para los invitados.

Distribución de la mesa nupcial y de las de los invitados. Sistemas de ordenación. La elección del menú. La tarta nupcial.

Otras necesidades asociadas: el vehículo, el restaurante y el domicilio. La música. Fotografía y vídeo. Viaje de novios.

Segundas ceremonias.

Necesidades organizativas de otros eventos singulares: fiestas, bailes y exhibiciones de arte, entre otros.

7. Módulo Profesional: Asesoría estética.

Código: 1187

Contenidos:

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

Protocolos de asesoría de estética. Fases de actuación del asesor de imagen en cuidados estéticos y maquillaje.

Fases de documentación. Métodos de obtención de la información: estrategias de búsqueda. Criterios de selección. Métodos de organización e integración de los resultados de la búsqueda. Análisis y clasificación de la información. Dossier de colaboradores profesionales: criterios para la elaboración y actualización de ficheros de especialistas en estética, peluquería, dermatología, cirugía estética, endocrinología, oftalmología y estomatología.

Fase de análisis de las características, las necesidades y demandas de las personas usuarias y de su entorno.

Fase de asesoramiento en cuidados estéticos y maquillaje:

Fase de determinación de cambios en la imagen.

Fase de elaboración y presentación de propuestas.

Fase de establecimiento de pautas para el mantenimiento.

Fase de evaluación y control: supervisión de las realizaciones técnicas.

Campo de actuación del asesor de imagen: la asesoría de cuidados estéticos. El asesoramiento en el cambio de imagen a través del maquillaje. El asesoramiento en actos y eventos. Puntual para evento (personal, profesional, pasarela de moda y otros). El asesoramiento estético para los medios audiovisuales y de moda. Cambio de look total a través de nuevos estilos de maquillaje.

Elaboración de un manual de estilos: fuentes documentales de estilos, maquillajes tipo, estilismos que modifican la imagen, maquilladores famosos y tendencias que marcan moda.

Aplicación de la Ley de Propiedad Intelectual: derechos de autor.

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

Técnicas de preparación del profesional y del cliente.

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

Manejo de equipos para el análisis estético: clasificación. Técnicas de aplicación. Precauciones. Criterios de selección. Normas de mantenimiento.

Identificación del estado de la piel y anexos. Identificación de alteraciones cutáneas faciales con repercusión en la imagen personal.

Identificación del tipo de piel. Clasificación y características de los tipos de piel.

Identificación de alteraciones estéticas corporales: celulitis, obesidad, estrías, flacidez, vello y otros.

Interpretación de resultados. Valoración profesional.

Criterios para la derivación a otros profesionales: cirujano estético, odontólogo, dietista y dermatólogo, entre otros.

Documentación técnica:

- Historial estético.
- Ficha para el análisis de la piel.
- Ficha para la exploración corporal.
- Ficha con pautas de aplicación de cosméticos recomendados.
- Informes para derivación a otros profesionales.
- Consentimiento informado.

Seguridad e higiene en los procesos de análisis facial y corporal.
Registro y control de la documentación. Confidencialidad.

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

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 electroestáticas: clasificación. Indicaciones y contraindicaciones. Efectos. Aplicaciones. Criterios de selección.

Técnicas manuales: clasificación, efectos e indicaciones. Criterios de selección.

Técnicas cosmetológicas: clasificación de cosméticos asociados a los tratamientos. Criterios de selección.

Técnicas hidrotermales: clasificación. Efectos. Indicaciones. Criterios de selección.

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

El canon de la cabeza humana: proporciones y localización de las facciones del rostro. Representación gráfica.

Estudio del rostro sobre el plano horizontal: proporciones.

Estudio del rostro sobre el plano vertical: asimetrías.

Geometría del rostro: tipos de óvalo.

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

Armonía del color de la piel, ojos, pelo y cejas para la selección de cosméticos de maquillaje.

Ficha de visajismo.

El color en el maquillaje:

Aplicación de los colores primarios, secundarios y complementarios del círculo cromático en el maquillaje.

Colores cálidos y fríos.

Armonía y contraste de colores.

Aspectos del color: matiz, saturación, tono y brillo.

Influencia de los colores del maquillaje en la imagen personal.

Aspectos relacionados con el maquillaje: edad y personalidad, momento y circunstancia, indumentaria y otros.

Técnicas de visajismo: correcciones del rostro a través del maquillaje:

Técnica del claroscuro.

Disposición de líneas.

Tipos de estilos de maquillaje: características de los diferentes estilos.

Clasificación: maquillaje de día, tarde, noche, fiesta, novia, pasarela, masculino y maquillajes especiales (gafas, manchas y otras alteraciones estéticas).

Características y su relación con los actos sociales.

Bocetos de cambios de estilo de maquillaje.

Aplicación de técnicas de dibujo: iniciación a las técnicas de expresión gráfica.

Aplicación de herramientas informáticas:

Manejo de programas de dibujo actuales.

Manejo de programas de diseño facial con cambios de maquillaje. Opciones de aplicación de belleza: colorete, sombras, delineador de ojos y labios, lápiz de cejas y labios.

e) Aplicación de técnicas de automaquillaje:

Selección de cosméticos decorativos. Clasificación, tipos y formas de presentación. Tonos y texturas.

Selección de útiles y materiales. Tipos y características.

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

Técnicas de corrección y diseño personalizado de las cejas.

Técnicas de aplicación de productos cosméticos decorativos:

El maquillaje de fondo: la técnica del batido, arrastre y difuminado.

Parámetros que se deben tener en cuenta para la aplicación de bases de maquillaje, polvos, colorete, correctores, sombras, delineadores, cosméticos labiales: zonas de aplicación, dirección, material de aplicación, color y maniobras, entre otros.

Técnicas de aplicación de maquillaje correctivo en el rostro:

Correcciones de la coloración de la piel.

Aplicación de correcciones claras y oscuras.

Maquillaje de ojos: técnica de lápiz y sombras.

Técnicas de diferentes sombreados (bananas, cuencas abiertas, cuencas cerradas y ahumados).

Técnica de delineado.

Maquillaje de labios: correcciones, perfilado, relleno y volumen.

Maquillaje de mejillas: correcciones, colores y forma según el rostro.

Proceso de realización de los diferentes estilos de maquillaje y su adecuación al modelo, sexo, edad y circunstancia. Fases y secuenciación:

Técnica de realización del maquillaje personalizado de día.

Técnica de realización del maquillaje personalizado de tarde y noche: transformación de maquillaje de tarde en noche.

Técnica de realización del maquillaje personalizado de fiesta. Aplicación de pedrería e iluminadores del rostro.

Aplicación de pestañas postizas.

Seguridad e higiene en los procesos de maquillaje.

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

Estructura específica de la propuesta.

Descripción de las necesidades y demandas:

Variables personales y socio laborales: estilo de vida, personalidad, características estéticas, acontecimientos, ámbito laboral y otros.

Interpretación de informes profesionales.

Valoración de los resultados del estudio de la imagen personal: características que se deben potenciar y/o modificar.

Caracterización del nuevo estilo.

Relación de los trabajos técnicos de estética y maquillaje necesarios para el cambio de imagen:

Selección de tratamientos y cuidados estéticos faciales.

Selección de tratamientos y cuidados estéticos corporales.

Selección de tratamientos asociados a técnicas de cirugía y medicina estética.

Selección de estilos de maquillaje.

Selección del tipo de maquillaje permanente.

Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características.

Elaboración de diseños gráficos y fotográficos: los bocetos sobre 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. Cumplimentación de la autorización de puesta en marcha del proceso.

g) Establecimiento de pautas para el mantenimiento de la nueva imagen:

Técnicas de entrenamiento para la higiene y preparación de la piel.

Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados estéticos.

Técnicas de orientación en la selección de cosméticos decorativos: color, textura y zona de aplicación. Pautas de aplicación, manipulación y conservación. El set de 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.

8. Módulo Profesional: Habilidades comunicativas.

Código: 1188

Contenidos:

a) Caracterización de los tipos de comunicación:

La comunicación. Aspectos generales. Elementos de la comunicación.

Diferencia entre comunicación e información.

Comunicación escrita: herramientas de escritura. Estructura y vocabulario:

Marcadores textuales.

Muletillas y comodines.

Nivel de formalidad del texto.

Nuevas técnicas de comunicación escrita: los e-mails, la netiqueta y otros.

Comunicación oral: herramientas de la expresión oral.

Comunicación gestual: la expresión corporal:

El lenguaje del cuerpo.

El lenguaje facial.

El espacio interpersonal.

La comunicación interpersonal, social y laboral. Características. Tipos.

La comunicación pública: características. Tipos de público. El lenguaje en la comunicación pública:

Ejemplos de 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. Elementos de la imagen que influyen en la comunicación.

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

Plan general de asesoramiento en técnicas de comunicación: estructura y elementos. Fases de actuación del asesor de habilidades comunicativas.

Fase de documentación. Métodos de obtención de la información: estrategias de búsqueda. Criterios de selección. Métodos de organización e integración de los resultados de la búsqueda. Análisis y clasificación de la información. Dossier de colaboradores profesionales: criterios para la elaboración y actualización de ficheros de especialistas.

Fase de análisis de las características, las necesidades y demandas de la persona usuaria y de su entorno.

Fase de desarrollo: plan de intervención para la mejora de habilidades de comunicación en los distintos ámbitos de actuación: objetivos, medios técnicos, temporalización y planificación de actividades. Elementos de la imagen que influyen en la comunicación:

Actividades para un acontecimiento puntual.

Actividades para cambios progresivos.

Fase de evaluación y control: pautas para realizar el seguimiento del plan y evitar desviaciones.

Campo de actuación del asesor.

c) Aplicación de técnicas de análisis de las habilidades comunicativas:

Métodos para el análisis de las habilidades comunicativas. Observación directa del cliente. Observación a través de medios audiovisuales.

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.

Elaboración de grabaciones de vídeo y audio. Análisis gestual, del tono de voz, ritmo, intensidad y otros.

Análisis de los elementos que intervienen en los distintos ámbitos de actuación: personal, social, cultural y profesional.

Conclusiones resultantes del proceso de análisis: carencias en el área de comunicación. Técnicas de comunicación que hay que potenciar, modificar o adquirir.

Registro y control de la información. Cumplimentación y custodia de la documentación.

Aplicación de la Ley de Protección de Datos de Carácter Personal y normativa sobre el derecho a la imagen.

d) Presentación de la propuesta técnica de comunicación:

Propuesta de asesoría en técnicas de comunicación: estructura, información y secuenciación. Factores que condicionan o modifican la propuesta. Propuestas personalizadas.

Tipos de soportes para la elaboración y preparación de documentos: papel, medios informáticos y medios audiovisuales, entre otros:

Programas para realizar presentaciones.

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.

Habilidades de presentación.

Técnicas para la resolución de dudas.

Cumplimentación de documentación: acuerdos y autorización del proceso.

e) Aplicación de técnicas de entrenamiento en comunicación:

Actividades para desarrollar habilidades comunicativas personales e interpersonales, sociales y profesionales.

Comparecencias ante público y audiencias: técnica vocal, la personalidad y el mensaje. Autocontrol: preparación y recuperación del estado emocional óptimo. Tipos de comparecencias: oficiales y privadas, entre otras.

Características de las comparecencias que condicionan la imagen.

Hablar en público. Técnicas y estrategias para mejorar el habla en público.

Actividades para la modificación de la comunicación escrita, oral y/o gestual.

Elaboración de documentos escritos: cartas, tarjetas y otros.

Elaboración de exposiciones orales: presentaciones, conferencias entrevistas y otros. Análisis de la estructura y del lenguaje empleado.

Métodos para potenciar los recursos expresivos.

Actividades para la modificación de los elementos de la imagen que influyen en la comunicación. Elaboración de vídeos, CD, DVD y otros.

Entrenamiento en herramientas de la comunicación: teléfono, fax, comunicaciones escritas, Internet, correo electrónico, utilización de blog y páginas web entre otras). Tipos de lenguaje y técnicas que se deben emplear.

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

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

Los medios de comunicación: tipos (masivos e interpersonales) y funciones.

Características de los medios con influencia en la comunicación.

La comunicación en los diferentes medios: radio, televisión, cine, publicidad, prensa, videoconferencias e Internet, entre otros:

Tipos de mensajes.

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.

9. Módulo Profesional: Imagen corporativa.

Código: 1189

Contenidos:

a) Realización del estudio de la identidad corporativa:

Campo de actuación del asesor de imagen corporativa:

Asesoramiento en imagen de los espacios: ubicación espacial de la sede social, imagen arquitectónica, paisaje urbano, logística, señalización, aparcamientos, imagen del hábitat y otros.

Asesoramiento en imagen de las personas.

Asesoramiento en imagen iconográfica y cultura corporativa.

Asesoramiento en imagen de la gestión.

Personalidad corporativa de la organización: temperamento y carácter. La cultura corporativa: 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.

Ideología de los recursos humanos.

Relación entre la filosofía corporativa y el producto, su público objetivo y su 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. Metodología de investigación mixta (PIT). Técnica DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades).

Estudio de imágenes corporativas públicas y privadas de ámbito nacional e internacional. Análisis del tratamiento de la imagen corporativa en otros países.

Relación entre imagen corporativa y tipos de empresa y/o entidad. Características.

La percepción social de los valores e imagen corporativos. Sistemas de valoración de la percepción social. Análisis de la percepción.

b) Determinación de los elementos que definen la imagen corporativa de las entidades:

Los signos visuales que determinan la imagen corporativa: el nombre o razón social, la marca, logotipos, 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. Estilos, materiales y características. La decoración. Los escaparates.

Condicionantes y principios perceptivos de la imagen iconográfica: la vinculación sensorial.

El método iconológico aplicado a la asesoría de imagen corporativa.

Los elementos iconológicos y su relación con la imagen corporativa. Utilización de los elementos iconológicos. Uso de otros códigos de asesoría en imagen corporativa.

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

El simbolismo de los elementos distintivos y su diseño. Diferenciación con la competencia.

La evolución de los elementos de identificación. Otros cambios evolutivos con repercusión en la imagen.

c) Determinación de la imagen de los colectivos profesionales:

La imagen corporativa a través de los colectivos profesionales. Aspectos de la identidad corporativa que se desean transmitir.

Análisis del equipo de profesionales. Imagen. Expresión. Estilos. Habilidades de interrelación y otros.

Determinación de los elementos, características y símbolos para crear la imagen colectiva.

Propuesta de asesoría de imagen colectiva. Manual de procedimiento de imagen colectiva. Profesionales colaboradores:

Asesoramiento en imagen externa: peinado, automaquillaje y otros.

Asesoramiento en expresión: oral, gestual, corporal.

Asesoramiento en habilidades de interrelación personal, social, profesional y corporativa. Estilos de habilidades de interrelación. Rituales de interrelación: niveles.

Implementación de la imagen colectiva. La imagen profesional: imagen externa, uniformes corporativos y nuevas formas de expresión personal.

d) Elaboración de proyectos de asesoría de imagen corporativa:

Asesoría de imagen corporativa: protocolo de imagen o de estilo.

Fase de investigación y validación de la identidad corporativa:

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

Investigación y concreción de la personalidad corporativa.

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.

e) Elaboración del manual de imagen corporativa:

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

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

El logotipo. El sistema de marca. Función comunicativa de la identidad visual: diferenciadora, simbólica, designativa, asociativa y memorística, entre otras.

Normas referidas a la aplicación del diseño y a la identidad gráfica.

Los manuales de procedimiento: submanual de imagen colectiva, submanual de estrategias comunicativas, submanual de identidad visual y otros.

Los libros de estilo.

Manuales corporativos de interés en asesoría de imagen corporativa: los partidos políticos y su manual corporativo. Elementos identificadores. Características. Diferencias entre las diferentes opciones políticas. Los manuales corporativos de los principales medios de comunicación. Elementos identificadores. Características. Diferencias entre las diferentes opciones. Otros manuales corporativos.

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. Valor comercial potencial de la imagen corporativa.

f) Implementación de estrategias de comunicación:

Políticas de imagen y comunicación empresarial/institucional. Estrategias de comunicación corporativa.

Plan de comunicación empresarial: definición de objetivos, definición de estrategias y mensajes, calendario de actuación, evaluación de costes y seguimiento del plan. Instrumentos del plan de comunicación: las relaciones públicas y las campañas de comunicación.

Análisis y aplicación del plan de comunicación empresarial:

La comunicación escrita: pautas sociales y culturales, estrategias de redacción, aplicaciones de imagen corporativa y modelos de cartas y memorandos.

La comunicación verbal: posiciones sociales y culturales, pautas y estructura de discursos.

La comunicación no verbal y la imagen corporativa. Características.

Estrategias de prensa.

La tecnología y la comunicación en la imagen corporativa. Características.

Las relaciones externas con repercusión en la imagen empresarial o institucional.

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 (entrevistas, reportajes y otros) y análisis del clima de opinión.

La promoción institucional y/o corporativa. Definición y características. Elementos de promoción corporativa.

Las acciones de patrocinio/mecenazgo:

Patrocinio deportivo. Tipos de patrocinio deportivo y características. Repercusión.

Patrocinio artístico y cultural: individual o empresarial. Características.

La edición de libros u otros soportes. Repercusión económica y social.

Las becas, los proyectos de investigación, los premios académicos y otros patrocinios del campo académico y educacional. Características.

Las expediciones. Tipos y características.

Los patrocinios locales. Tipos.

Responsabilidad social corporativa: creación de marcas asociadas a valores que recuerdan los compromisos de la empresa. Características. Repercusión social.

10. Módulo Profesional: Dirección y comercialización.

Código: 1071

Contenidos:

a) Aplicación de técnicas de organización del establecimiento de imagen personal:

Modelos organizativos de empresas de imagen personal. Las empresas tradicionales de imagen personal. Nuevas tendencias empresariales.

Instalaciones generales de los establecimientos de imagen personal. Diseño y distribución:

Recepción y zona administrativa.

Zona de ventas.

Instalaciones para los profesionales.

Instalaciones para efectuar los distintos servicios.

Instalaciones complementarias.

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

Imagen empresarial. Elementos que la conforman.

b) Aplicación de técnicas de organización y coordinación de los profesionales:

Organigrama del centro. Estructura jerárquica:

Cargos, funciones y competencias.
Necesidades de personal según la estructura del establecimiento.

Cualificación de los profesionales:

Requerimientos mínimos.
Relación con el plan de formación empresarial.

Planificación de la plantilla: proceso de selección de personal. Técnicas de selección:

Entrevista, test y otras formas de selección.
El reclutamiento. Concepto y características. Sistemas de reclutamiento: interno y externo. Fuentes para reclutar. La preselección.
Concepto de motivación y desmotivación. Tédio, fatiga y absentismo. Factores motivadores y desmotivadores.

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:

Instrucciones al personal, medios materiales necesarios y otros.

c) Diseño de normas de atención y comunicación interpersonales:

La comunicación. Comunicación externa e interna en la empresa: tipos, características y diferencias.

Técnicas de comunicación eficaz:

Escucha activa: elementos que facilitan la escucha y elementos que se deben evitar.
Feedback, claridad, concreción, asertividad, empatía y otros.

Claves para una comunicación efectiva en un equipo de trabajo.

Comunicación externa con clientes y proveedores: normas de atención al cliente.

Protocolo de comunicación con el cliente:

Información de productos y servicios.
Técnicas de presentación de propuestas.

Problemas en la comunicación externa: tipos y técnicas para resolver situaciones de crisis.

Comunicación interna en la empresa: comunicación ascendente, descendente y horizontal:

Protocolos de comunicación interna.
Técnicas para transmitir información a los equipos de trabajo.
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: leyes físicas, de Pareto y leyes humanas.

Estilos de liderazgo:

El líder autócrata, participativo, liberal y otros.

Otros tipos de comunicación o comunicación mixta: las reuniones de trabajo. Tipos y fases de una reunión:

Cómo organizar una reunión.

Elementos necesarios, toma de decisiones y otros aspectos.

d) Diseño de planes de formación e información:

Plan de formación e información: concepto y finalidad. Identificación de la política de formación:

Expansión de la empresa y adaptación a nuevos sectores.

La formación como inversión.

Objetivos del plan de formación de la empresa de imagen personal.

Fase de análisis: detección de necesidades formativas:

Instrumentos de análisis: las fuentes de información.

Priorización de necesidades.

Diseño de las acciones formativas: estructura, características y planificación:

Tipos de acciones formativas: cursos, ponencias, conferencias, demostraciones profesionales, jornadas, ferias y congresos, entre otros.

Planificación operativa: contenidos, actividades y métodos.

Planificación logística: formadores, organización, secuenciación, temporalización, presupuesto y recursos.

Comunicación y convocatoria del plan: contenidos, propuesta de formación e instrumentos de comunicación:

Características, modo de realización, ventajas e inconvenientes.

Dirección, formadores y participantes.

Fase de desarrollo y aplicación: características, secuenciación y documentación.

Fase de seguimiento y evaluación. Instrumentos de evaluación:

Valoración de los resultados.

Memoria final.

e) Realización de operaciones de gestión técnica:

Documentación: tipos de documentación técnica y comercial:

La documentación utilizada y generada en los procesos.

Formatos para la elaboración de documentos.

Métodos de clasificación, codificación, renovación y eliminación.

Sistemas y métodos de archivo de la documentación:

Criterios de selección de los tipos de archivos.

El archivo físico: equipos, guías y carpetas.

Metodología de archivo: fases del procedimiento de archivo. Organización del archivo.

El archivo de los protocolos técnicos y comerciales.

- 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.
- f) Elaboración del plan de comercialización:
- Definición y conceptos básicos de marketing. Tipos de marketing.
El plan de comercialización de la empresa: concepto y objetivos:
- Estrategias y acciones.
- El cliente: tipos, necesidades y fidelización.
Los productos y servicios en imagen personal. Diseño de ofertas de productos y servicios:
- Desarrollo y lanzamiento de nuevos productos y servicios.
- Técnicas de venta:
- Fases del proceso de venta.
- 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.
 - Instrumentos promocionales utilizados en el sector.
- Campaña promocional:
- Fases y diseño de una campaña promocional en imagen personal.
 - Las demostraciones profesionales y las ferias y congresos como técnicas de promoción y venta de productos y servicios.
- g) Organización de la aplicación de técnicas de publicidad y merchandising:
- Plan de publicidad y merchandising: concepto y objetivos del plan:
- Estrategias y acciones: fijación de propósitos, definición del mensaje, selección de medios para transmitirlo, puesta en marcha y otras.
- La publicidad:
- Concepto y objetivos.
 - Principios de la publicidad: atención, interés, deseo y acción.
- 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).
 - Los regalos publicitarios.

El merchandising en una empresa de imagen personal. Concepto. Elementos del merchandising. La ambientación general, los puntos de venta, los elementos exteriores del establecimiento y la publicidad en el lugar de venta (PLV).

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

La calidad. Indicadores de la calidad. Las normas de calidad aplicadas a una empresa del sector de la imagen personal.

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.

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

Código: 1190

Contenidos:

a) Identificación de necesidades del sector productivo y de la organización de la empresa:

Identificación de las funciones de los puestos de trabajo.

Estructura y organización empresarial del sector.

Actividad de la empresa y su ubicación en el sector.

Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos.

Tendencias del sector: productivas, económicas, organizativas, de empleo y otras.

Procedimientos de trabajo en el ámbito de la empresa. Sistemas y métodos de trabajo.

Determinación de las relaciones laborales excluidas y relaciones laborales especiales.

Convenio colectivo aplicable al ámbito profesional.

La cultura de la empresa: imagen corporativa.

Sistemas de calidad y seguridad aplicables en el sector.

b) Diseño de proyectos relacionados con el sector:

Análisis de la realidad local, de la oferta empresarial del sector en la zona y del contexto en el que se va a desarrollar el módulo profesional de Formación en centros de trabajo.

Recopilación de información.

Estructura general de un proyecto.

Elaboración de un guion de trabajo.

Planificación de la ejecución del proyecto: objetivos, contenidos, recursos, metodología, actividades, temporalización y evaluación.

Viabilidad y oportunidad del proyecto.

Revisión de la normativa aplicable.

- c) Planificación de la ejecución del proyecto:
- Secuenciación de actividades.
 - Elaboración de instrucciones de trabajo.
 - Elaboración de un plan de prevención de riesgos.
 - Documentación necesaria para la planificación de la ejecución del proyecto.
 - Cumplimiento de normas de seguridad y ambientales.
 - Indicadores de garantía de la calidad de proyectos.
- d) Definición de procedimientos de control y evaluación de la ejecución del proyecto:
- Propuesta de soluciones a los objetivos planteados en el proyecto y justificación de las seleccionadas.
 - Definición del procedimiento de evaluación del proyecto.
 - Determinación de las variables susceptibles de evaluación.
 - Documentación necesaria para la evaluación del proyecto.
 - Control de calidad de proceso y producto final.
 - Registro de resultados.
12. Módulo Profesional: Formación y orientación laboral.
- Código: 1191
Contenidos:
- a) Búsqueda activa de empleo:
- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del técnico superior en Asesoría de imagen personal y corporativa.
 - Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.
 - Identificación de itinerarios formativos relacionados con el técnico superior en Asesoría de imagen personal y corporativa.
 - Responsabilización del propio aprendizaje. Conocimiento de los requerimientos y de los frutos previstos.
 - Definición y análisis del sector profesional del título de Técnico Superior en Asesoría de imagen personal y corporativa.
 - Planificación de la propia carrera:
 - Establecimiento de objetivos laborales, a medio y largo plazo, compatibles con necesidades y preferencias.
 - Objetivos realistas y coherentes con la formación actual y la proyectada.
 - Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector.
 - Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa. Europass, Ploteus
 - Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo.
 - Valoración del autoempleo como alternativa para la inserción profesional.
 - El proceso de toma de decisiones.
 - Establecimiento de una lista de comprobación personal de coherencia entre plan de carrera, formación y aspiraciones.
- b) Gestión del conflicto y equipos de trabajo:
- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.
 - Clases de equipos en el sector de la asesoría de imagen según las funciones que desempeñan.
 - Análisis de la formación de los equipos de trabajo.

Características de un equipo de trabajo eficaz.
La participación en el equipo de trabajo. Análisis de los posibles roles de sus integrantes.

Definición de conflicto: características, fuentes y etapas del conflicto.

Métodos para la resolución o supresión del conflicto: mediación, conciliación y arbitraje.

c) Contrato de trabajo:

El derecho del trabajo.

Intervención de los poderes públicos en las relaciones laborales.

Análisis de la relación laboral individual.

Determinación de las relaciones laborales excluidas y relaciones laborales especiales.

Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación.

Derechos y deberes derivados de la relación laboral.

Condiciones de trabajo. Salario, tiempo de trabajo y descanso laboral.

Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.

Representación de los trabajadores.

Negociación colectiva como medio para la conciliación de los intereses de trabajadores y empresarios.

Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del técnico superior en Asesoría de imagen personal y corporativa.

Conflictos colectivos de trabajo.

Nuevos entornos de organización del trabajo: subcontratación, teletrabajo, entre otros.

Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad, beneficios sociales, entre otros.

d) Seguridad Social, empleo y desempleo:

El Sistema de la Seguridad Social como principio básico de solidaridad social.

Estructura del Sistema de la Seguridad Social.

Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.

La acción protectora de la Seguridad Social.

Clases, requisitos y cuantía de las prestaciones.

Concepto y situaciones protegibles en la protección por desempleo.

Sistemas de asesoramiento de los trabajadores respecto a sus derechos y deberes.

e) Evaluación de riesgos profesionales:

Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad profesional.

Valoración de la relación entre trabajo y salud.

Análisis y determinación de las condiciones de trabajo.

El concepto de riesgo profesional. Análisis de factores de riesgo.

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

Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad.

Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales.

Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psico-sociales.

Riesgos específicos en el sector de la asesoría de imagen.

Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.

f) Planificación de la prevención de riesgos en la empresa:

Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.

Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.

Gestión de la prevención en la empresa.

Representación de los trabajadores en materia preventiva.
Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
Planificación de la prevención en la empresa.
Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
Elaboración de un plan de emergencia en una pequeña o mediana empresa del sector.

g) Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:

Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.
Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.
Primeros auxilios. Urgencia médica. Conceptos básicos.
Aplicación de técnicas de primeros auxilios.
Formación a los trabajadores en materia de planes de emergencia.
Vigilancia de la salud de los trabajadores.

13. Módulo Profesional: Empresa e iniciativa emprendedora.

Código: 1192

Contenidos:

a) 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.).

La cultura emprendedora como necesidad social.

El carácter emprendedor.

Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación.

La colaboración entre emprendedores.

La actuación de los emprendedores como empleados de una empresa 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 la actividad de la asesoría de imagen en el ámbito local.

b) La empresa y su entorno:

Funciones básicas de la empresa.

La empresa como sistema.

El entorno general de la empresa.

Análisis del entorno general de una empresa relacionada con la asesoría de imagen.

El entorno específico de la empresa.

Análisis del entorno específico de una empresa relacionada con la asesoría de imagen.

Relaciones de una empresa de asesoría de imagen con su entorno.

Relaciones de una empresa de asesoría de imagen con el conjunto de la sociedad.

La cultura de la empresa: imagen corporativa.

La responsabilidad social.

El balance social.

La ética empresarial.

Responsabilidad social y ética de las empresas del sector de la asesoría de imagen.

- c) Creación y puesta en marcha de una empresa:
- Concepto de empresa.
 - Tipos de empresa.
 - La responsabilidad de los propietarios de la empresa.
 - La fiscalidad en las empresas.
 - Elección de la forma jurídica. Dimensión y número de socios.
 - Trámites administrativos para la constitución de una empresa.
 - Viabilidad económica y viabilidad financiera de una empresa relacionada con la asesoría de imagen.
 - Análisis de las fuentes de financiación y elaboración del presupuesto de una empresa relacionada con la asesoría de imagen.
 - Ayudas subvenciones e incentivos fiscales para las pymes relacionada con la asesoría de imagen.
 - Plan de empresa: elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económica y financiera, trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones.
- d) Función administrativa:
- Concepto de contabilidad y nociones básicas.
 - Operaciones contables: registro de la información económica de una empresa.
 - La contabilidad como imagen fiel de la situación económica.
 - Análisis de la información contable.
 - Obligaciones fiscales de las empresas.
 - Requisitos y plazos para la presentación de documentos oficiales.
 - Gestión administrativa de una empresa relacionada con la asesoría de imagen.
14. Módulo Profesional: Formación en centros de trabajo.
- Código: 1193
- Contenidos:
- a) Identificación de la estructura y organización empresarial:
- Estructura y organización empresarial del sector de la imagen personal.
 - Actividad de la empresa y su ubicación en el sector de la imagen personal.
 - Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos.
 - Organigrama logístico de la empresa. Proveedores, clientes y canales de comercialización.
 - Procedimientos de trabajo en el ámbito de la empresa. Sistemas y métodos de trabajo.
 - Recursos humanos en la empresa: requisitos de formación y de competencias profesionales, personales y sociales asociadas a los diferentes puestos de trabajo.
 - Sistema de calidad establecido en el centro de trabajo.
 - Sistema de seguridad establecido en el centro de trabajo.
- b) Aplicación de hábitos éticos y laborales:
- Actitudes personales: empatía, puntualidad.
 - Actitudes profesionales: orden, limpieza, responsabilidad y seguridad.
 - Actitudes ante la prevención de riesgos laborales y ambientales.
 - Jerarquía en la empresa. Comunicación con el equipo de trabajo.
 - Documentación de las actividades profesionales: métodos de clasificación, codificación, renovación y eliminación.
 - Reconocimiento y aplicación de las normas internas de la empresa, instrucciones de trabajo, procedimientos normalizados de trabajo y otros.

- c) Realización de operaciones de preparación de la actividad laboral:
- Interpretación de los procedimientos e instrucciones de la empresa.
 - La imagen personal como imagen de empresa.
 - Manejo de información y documentación utilizada y generada en el proceso.
 - Gestión de ficheros de servicios, empleados, clientes, productos y proveedores.
 - Organización de documentación, dossiers y manuales de la empresa.
 - Interpretación y diseño de protocolos de la empresa.
 - Organización y coordinación del equipo de trabajo.
 - La evaluación global de los procesos de la empresa. Criterios de calidad.
- d) Identificación de las necesidades del cliente:
- 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.
 - Normas de atención al cliente.
- e) Propuestas de estilos de peinados, maquillaje y cuidados estéticos:
- La documentación en la asesoría de imagen personal. Fuentes documentales y manuales de estilos. El dossier de asesoría de imagen.
 - 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, público o corporativo).
 - Automaquillaje.
 - Selección de técnicas de peluquería, cuidados estéticos y de medicina y cirugía estética.
 - Plan de actuación para el cambio de imagen. Plan de mantenimiento de la nueva imagen.
- f) Asesoramiento en cambios de imagen a través de la indumentaria:
- Análisis de las características y preferencias del cliente para la elección del vestuario.
 - Determinación de los cambios en la indumentaria según el tipo de asesoramiento (personal, público o corporativo).
 - Selección de prendas, textiles y colores.
 - Relación entre indumentaria, maquillaje y peinado.
 - Asesoramiento en la compra de ropa y complementos. Combinación de piezas de vestir y complementos. Establecimientos, marcas y firmas de ropa.
 - La etiqueta en el vestir.
 - El comportamiento profesional del asesor.
- g) Colaboración en la organización de actos protocolarios y eventos:
- Requerimientos de los actos y eventos en materia de protocolo, usos sociales, etiqueta y materiales.
 - Normativa protocolaria: las precedencias oficiales.
 - Planificación de la puesta en marcha de los actos y eventos. Distribución de los asistentes. Secuenciación de las intervenciones orales, entre otras.
 - Plan de entrenamiento al cliente en usos sociales.
 - Plan de entrenamiento al cliente en habilidades comunicativas.
 - El asesoramiento en imagen personal para los actos protocolarios.
 - Actos empresariales.

h) Presentación de la propuesta técnica de cambio de imagen:

Diseño de la propuesta técnica de asesoría personal, pública y/o corporativa.

Documentación asociada a la propuesta. El presupuesto. Autorización de la puesta en marcha del cambio de imagen.

Soportes para la propuesta: el soporte manual y el soporte informático.

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

Ciclo Formativo de Grado Superior: Asesoría de Imagen Personal y Corporativa

Módulo profesional	Duración (horas)	Primer curso (h/semana)	Segundo curso	
			2 trimestres (h/semana)	1 trimestre (horas)
1181. Asesoría cosmética.	105	3		
1182. Diseño de imagen integral.	150	5		
1183. Estilismo en vestuario y complementos.	200	6		
1184. Asesoría de peluquería.	150	5		
1187. Asesoría estética.	175	5		
1191. Formación y orientación laboral.	90	3		
Horario reservado para el módulo impartido en inglés.	90	3		
1185. Protocolo y organización de eventos.	130		6	
1186. Usos sociales.	80		4	
1188. Habilidades comunicativas.	110		5	
1189. Imagen corporativa.	90		5	
1071. Dirección y comercialización (1)	90		5	
1192. Empresa e iniciativa emprendedora.	60		3	
Horario reservado para el módulo impartido en inglés.	40		2	
1193. Formación en centros de trabajo.	400			400
1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa.	40			40
Total en el ciclo formativo.	2000	30	30	440

⁽¹⁾ Módulos profesionales transversales a otros títulos de Formación Profesional.

ANEXO III

Módulos susceptibles de ser impartidos en lengua inglesa

- 1182. Diseño de Imagen integral.
- 1183. Estilismo en vestuario y complementos.
- 1184. Asesoría de peluquería.
- 1185. Protocolo y organización de eventos.
- 1187. Asesoría estética.
- 1188. Habilidades comunicativas.
- 1189. Imagen corporativa.
- 1071. Dirección y comercialización.

ANEXO IV

Espacios y equipamientos mínimos

Espacios:

Espacio formativo	Superficie m ²	
	30 alumnos	20 alumnos
Aula polivalente	60	40
Aula técnica de asesoría de imagen	120	90

Equipamientos mínimos:

Espacio formativo	Equipamiento
Aula polivalente.	Equipos audiovisuales. Cañón de proyección. PCs instalados en red, con impresoras y escáner. Internet. Equipamiento aula. Programas de gestión, de tratamiento de la imagen, de diseño gráfico y digital.
Aula técnica de asesoría de imagen.	Servicios auxiliares de agua caliente/fría y energía eléctrica. Mesa y sillón ergonómico para el profesor. Pizarra. Tocadores con balda y espejos con luz alrededor. Sillones. Sillas. Taburetes. Carritos o mesas auxiliares con ruedas. Equipos de útiles, herramientas y materiales de peluquería y maquillaje. Equipos para el estudio estético facial, corporal y capilar: lupas, luz de wood, microcámara y otros. Muñecas de pelo natural. Muestrario de pañoletas o banderolas de colores pantone. Equipos para la limpieza y desinfección de útiles, materiales y equipos. Instrumentos para la valoración antropométrica (tallímetro, báscula, medidor del pliegue cutáneo y otros). Espejos de cuerpo entero con iluminación. Servicios de vajilla, cubertería, cristalería y mantelería para el asesoramiento en usos sociales en la mesa. Expositores de vestuario y complementos. Cámara de fotos y vídeo. Grabadora digital. Vitrinas y armarios para los equipos y materiales. Botiquín. Almacén. Vestuarios. Sanitarios.