



DECRETO _____, DEL CONSEJO DE GOBIERNO, POR EL QUE SE ESTABLECE PARA LA COMUNIDAD DE MADRID EL PLAN DE ESTUDIOS DEL CICLO FORMATIVO DE GRADO SUPERIOR CORRESPONDIENTE AL TÍTULO DE TÉCNICO SUPERIOR EN ASESORÍA DE IMAGEN PERSONAL Y CORPORATIVA.

La Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional define la Formación Profesional como el conjunto de las acciones formativas que capacitan para el desempeño cualificado de las diversas profesiones, el acceso al empleo y la participación activa en la vida social, cultural y económica. Asimismo establece que la Administración General del Estado, de conformidad con lo que se dispone en las competencias 7ª y 30ª del artículo 149.1 de la Constitución española y previa consulta al Consejo General de la Formación Profesional, determinará los títulos de Formación Profesional y los certificados de profesionalidad que constituirán las ofertas de Formación Profesional referidas al Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales creado por la propia ley, cuyos contenidos podrán ampliar las Administraciones educativas en el ámbito de sus competencias.

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, modificada por la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa, dispone en el artículo 39.6 que el Gobierno de la Nación, previa consulta a las Comunidades Autónomas, establecerá las titulaciones correspondientes a los estudios de Formación Profesional, así como los aspectos básicos del currículo de cada una de ellas.

El Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación de la Formación Profesional del sistema educativo, en el artículo 8, dispone que sean las Administraciones educativas las que, respetando lo previsto en dicha norma y en aquellas que regulan los títulos respectivos, establezcan los currículos correspondientes a las enseñanzas de Formación Profesional.

El Gobierno de la Nación ha aprobado el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa y se fijan sus enseñanzas mínimas. El currículo del ciclo formativo de Grado Superior de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa que se establece por el Consejo de Gobierno de la Comunidad de Madrid en este decreto pretende dar respuesta a las necesidades generales de cualificación de los alumnos de estas enseñanzas y facilitar su incorporación al mundo laboral. Dicho currículo requiere una posterior concreción en las programaciones didácticas que los equipos docentes deben elaborar, las cuales han de incorporar el diseño de actividades de aprendizaje y el desarrollo de actuaciones flexibles que, en el marco de la normativa que regula la organización de los centros, posibiliten adecuaciones particulares del currículo en cada centro docente de acuerdo con los recursos disponibles, sin que en ningún caso suponga la supresión de objetivos que afecten a la competencia general del título.

En el proceso de elaboración de este decreto, ha emitido dictamen el Consejo Escolar de la Comunidad de Madrid, de acuerdo con el artículo 2.1.b) de la Ley 12/1999, de 29 de abril, de creación del Consejo Escolar de la Comunidad de Madrid, modificada por el artículo 29 de la Ley 9/2010, de 23 de diciembre.

En virtud de lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 21 de la Ley 1/1983, de 13 de diciembre, de Gobierno y Administración de la Comunidad de Madrid, a propuesta de la Consejera de Educación, Juventud y Deporte, de acuerdo con/oído el Consejo Consultivo de la Comunidad de Madrid, y previa deliberación del Consejo de Gobierno en su reunión del día _____

DISPONE

Artículo 1. *Objeto.*

El presente decreto establece el currículo de las enseñanzas de Formación Profesional correspondientes al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, para su aplicación en el ámbito territorial de la Comunidad de Madrid.

Artículo 2. *Referentes de la formación.*

Los aspectos relativos a la identificación del título, el perfil y el entorno profesional, las competencias, la prospectiva del título en el sector, los objetivos generales, los accesos y la vinculación con otros estudios, la correspondencia de módulos profesionales con las unidades de competencia incluidas en el título y las titulaciones equivalentes a efectos académicos, profesionales y de docencia, son los que se definen en el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa y se fijan sus enseñanzas mínimas.

Artículo 3. *Módulos profesionales del ciclo formativo.*

Los módulos profesionales que constituyen el ciclo formativo son los siguientes:

1. Los incluidos en el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, es decir:

- 1183. Estilismo en vestuario y complementos.
- 1184. Asesoría de peluquería.
- 1185. Protocolo y organización de eventos.
- 1187. Asesoría estética.
- 1188. Habilidades comunicativas.
- 1191. Formación y orientación laboral.
- 1071. Dirección y comercialización.
- 1181. Asesoría cosmética.
- 1182. Diseño de imagen integral.
- 1186. Usos sociales.
- 1189. Imagen corporativa.
- 1192. Empresa e iniciativa emprendedora.
- 1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa.
- 1193. Formación en Centros de Trabajo.

2. El siguiente módulo profesional propio de la Comunidad de Madrid:

CM14. Inglés técnico para grado superior.

Artículo 4. *Currículo.*

1. La contribución a la competencia general y a las competencias profesionales, personales y sociales, los objetivos expresados en términos de resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y las orientaciones pedagógicas del currículo del ciclo formativo para los módulos profesionales relacionados en el artículo 3.1 son los definidos en el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

2. Los contenidos y duración de los módulos profesionales relacionados en artículo 3.1, impartidos en el centro educativo, se incluyen en el anexo I de este decreto.

3. Los objetivos expresados en términos de resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación, los contenidos y las orientaciones pedagógicas del módulo profesional relacionado en el artículo 3.2, son los que se especifican en el anexo II de este decreto.

Artículo 5. *Organización y distribución horaria.*

Los módulos profesionales de este ciclo formativo se organizarán en dos cursos académicos. La distribución en cada uno de ellos, su duración, la asignación horaria semanal y la equivalencia en créditos ECTS se concretan en el anexo III de este decreto.

Artículo 6. *Acceso, evaluación, promoción y acreditación.*

El acceso, evaluación, promoción y acreditación de la formación establecida en este decreto se atenderá a lo dispuesto en la normativa básica estatal y en la normativa que dicte al efecto la Consejería competente en materia de educación.

Artículo 7. *Profesorado.*

1. Las especialidades del profesorado de los Cuerpos de Catedráticos de Enseñanza Secundaria, de Profesores de Enseñanza Secundaria y de Profesores Técnicos de Formación Profesional, según proceda, con atribución docente en los módulos profesionales relacionados en el artículo 3.1 son las establecidas en el anexo III A) del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre. Las titulaciones requeridas al profesorado de los centros de titularidad privada o de titularidad pública de otras administraciones distintas de las educativas para impartir dichos módulos, son las que se concretan en el anexo III C) del referido Real Decreto. En todo caso se estará a lo dispuesto en el artículo 12 de dicha norma.

2. Las especialidades y, en su caso, las titulaciones del profesorado con atribución docente en el módulo profesional incluido en el artículo 3.2 son las que se determinan en el anexo IV de este decreto.

Artículo 8. *Definición de espacios.*

Los espacios necesarios para el desarrollo de las enseñanzas de este ciclo formativo son los que se definen en el artículo 11 del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

Disposición final primera. *Calendario de aplicación.*

Las enseñanzas que se determinan en el presente decreto se implantarán para el curso primero de este currículo en el curso escolar 2015-2016 y en el curso 2016-2017 aquellas del segundo curso, según se deriva de la disposición adicional sexta del Real Decreto 127/2014, de 28 de febrero, por el que se regulan aspectos específicos de la Formación Profesional Básica de las enseñanzas de formación profesional del sistema educativo, se aprueban catorce títulos profesionales básicos, se fijan sus currículos básicos y se modifica el Real Decreto 1850/2009, de 4 de diciembre, sobre expedición de títulos académicos y profesionales correspondientes a las enseñanzas establecidas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

Paralelamente, en los mismos años académicos, dejarán de impartirse las enseñanzas de los cursos primero y segundo amparadas por la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo, correspondiente al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal.

Disposición final segunda. *Habilitación para el desarrollo normativo.*

Se autoriza a la Consejería competente en materia de educación para dictar las disposiciones que sean precisas para el desarrollo y aplicación de lo dispuesto en este decreto.

ANEXO I

Relación de los contenidos y duración de los módulos profesionales del currículo que se imparten en el centro educativo

01. Módulo Profesional: Estilismo en vestuario y complementos.

Equivalencia en créditos ECTS: 13

Código: 1183

Duración: 195 horas.

Contenidos

1. 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.
- La elegancia y el estilo: clasificación general de estilos.
- Las tendencias y la moda. Técnicas asociadas a su difusión.
- El prêt-à-porter y la alta costura:
 - Importancia actual.
 - Colección: Concepto. Tipos de colecciones.
- Desfiles: terminología asociada y características. Principales pasarelas mundiales
- Estilismo creativo y estilismo dirigido.
- El protocolo de actuación en estilismo:
 - Etapas en el proceso de asesoría 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.

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

- La función del vestuario. La función mítica, protectora y jerárquica.
- El vestido en la prehistoria.
- El vestuario en el mundo antiguo: desde Egipto a Bizancio.
 - Características principales y su repercusión.
 - 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.
- 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 y 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, Yves Saint-Laurent y otros diseñadores relevantes.
- Los pantalones vaqueros y el estilo de vida americana. La juventud y sus revoluciones.
- El cine y la televisión:

- El futurismo de Pierre Cardin.
- La moda unisex.
- El punk.
- La moda americana y la nueva silueta. El fin de la alta costura:
 - Donna Karan, Calvin Klein, Ralph Lauren y diferentes diseñadores.
 - Nuevas alternativas.
- La moda y la edad. Las modas sociales actuales.
- Jóvenes diseñadores nacionales e internacionales. Características.

3. 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, formularios, medidas, fotografías y grabaciones, y demás medios.
- Aplicación de los métodos de observación.
- Los patrones habituales. Tipos de clientes.
- Detección de necesidades y demandas del cliente.
- Identificación del ámbito de aplicación y las cualidades de la imagen a proyectar:
 - Características y ejemplos.
 - Registro y control de la información.
 - Documentación anexa.
 - Custodia de la información y confidencialidad.
- Técnicas de preparación del cliente. Pautas para la correcta realización del análisis.
- La antropometría de la figura humana masculina y femenina. Proporciones reales e ideales. Percepción de las mismas.
- Características corporales con influencia en la indumentaria y los complementos: proyección y percepción de la imagen a través de las características corporales.
- Las tallas. Determinación de las medidas corporales. Protocolo de toma de medidas
- La representación gráfica de la figura humana. Determinación de la tipología corporal. Registro de datos.
- Test de color:
 - Técnicas para la elección de colores personales.
 - Protocolos de realización de la técnica del test de color.
- Elementos que definen el estilo en el vestir: color, líneas, formas y volúmenes:
 - Determinación del estilo del cliente.
 - Aplicación en el vestuario y complementos.
- Análisis de la indumentaria y los complementos.

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

- Las correcciones corporales mediante el vestuario:
 - Proporciones corporales no armónicas (los inestetismos). Las asimetrías.
 - Concepto, tipos y características.
- La indumentaria masculina y femenina:
 - Tipos de prendas:
 - Tipos principales de prendas masculinas.
 - Tipos principales de prendas femeninas.
 - Criterios de selección.
- Elementos y características de las prendas y su repercusión en la imagen:
 - Los escotes, los cuellos, las mangas y otros. Características.
 - Correcciones ópticas de las proporciones corporales reales a través de la indumentaria.
- La ropa interior. Concepto, tipos y características.
- Materiales y tejidos utilizados en estilismo:
 - Las fibras textiles:
 - Principales fibras vegetales, animales y sintéticas.

- La tintura y la estampación. Los acabados textiles.
- Los “no tejidos”. Concepto, determinación, clasificación y características.
- Avances en materia textil.
- 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.
- Elementos que determinan la calidad de una pieza. Concepto, tipos y características:
 - Las costuras y la pasamanería.
 - Los botones, cremalleras y diferentes elementos.
- El etiquetado de las prendas:
 - Normativa. Simbología.
 - Consejos de lavado, planchado y conservación.
- El vestuario y su armonía. Formas de lucir las distintas prendas de vestir. Equivalencia de las prendas 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.
- 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.
- El vestuario en celebraciones sociales.

5. 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.
 - Tipos de propuestas.
- Documentación base: el dossier de asesoría en estilismo:
 - Organización y estructura:
 - Portada, colores, uso de logotipos, índice, datos, fotos, propuesta técnica y el uso de distintos elementos organizativos.
 - Contenidos:
 - Análisis de estilo.
 - Análisis de fondo de armario.
 - Análisis de moda.
- Documentación técnica anexa: tipos y características.
- Diseños gráficos y audiovisuales:
 - Aplicación de herramientas manuales, gráficas e informáticas.
 - Recursos de Internet útiles para sugerencias de estilo.
- Documentación económica: el presupuesto.
- Planificación de acciones: el plan de trabajo.
- Adecuación de la propuesta/personalización de la demanda.
- Presentación de la propuesta: aplicación de técnicas de comunicación para la presentación de la propuesta.

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

- Los puntos de venta de vestuario y complementos:

- Conceptos relacionados con la venta y elección de vestuario: Vestiteca, Show room, Outlet y otras modalidades de venta.
- Criterios de selección de vestuario, tejidos y complementos. Identificación de la demanda.
 - Pautas para guiar en la compra.
 - 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:
 - Concepto. Composición del fondo de armario masculino y femenino:
 - 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:
 - Importancia del seguimiento del cliente
 - Control de calidad en el proceso de asesoría en estilo.

02. Módulo Profesional: Asesoría de peluquería.

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Código: 1184

Duración: 195 horas.

Contenidos

1. Elaboración del protocolo de trabajo del asesor de peluquería:

- Protocolos de trabajo del asesor de peluquería. Pautas. Contenidos. Documentos de apoyo.
- Fase de documentación. Elaboración de la base de información de patrones estéticos de peinados:
 - Fuentes documentales: revistas especializadas, libros técnicos, revistas moda, actualidad, etc. Cine, televisión, etc. Páginas webs.
 - Elaboración de muestrario de diferentes estilos:
 - Cortes de cabello.
 - Coloración del cabello: parciales, totales y de diferentes tipos.
 - Estilos con adaptación de extensiones y pelucas.
 - Recogidos.
 - Diferentes técnicas variadas.
- 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.
 - Identificación de los requerimientos sociales y laborales.
 - Ficha técnica: datos personales, datos técnicos y datos de las modificaciones propuestas y actuaciones de asesoramiento.
- Fase de asesoramiento en peluquería y estilismo facial masculino.
- Fase de asesoramiento en peluquería y estilismo facial femenino.
- Fase de evaluación y control del proceso.
- Campo de actuación del asesor de peluquería:
 - Asesoramiento en imagen y belleza capilar (personal y profesional).
 - Asesoramiento en estilismos masculinos: Arreglo de barba y bigote y adaptaciones. Depilación facial.
 - Asesoramiento en cambios de estilo.
 - El asesoramiento del peinado para diferentes actos y eventos.

- Asesoramiento en producciones audiovisuales, escénicas y de moda.

2. Realización del estudio estético para la asesoría de peluquería:

- 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.
 - Color: Cabello virgen o tratado. Color natural y actual. Coloraciones parciales o totales. Productos empleados. Escala de tonos naturales y reflejos. Incompatibilidades de tonos y reflejos. Porcentaje de canas.
 - Longitud. Direccionalidad. Implantación: remolinos y nacimientos.
 - Agentes químicos, mecánicos, térmicos y ambientales. Identificación de alteraciones del cabello y del cuero cabelludo con influencia en la imagen personal.
 - Tratamientos capilares que influyen en el aspecto del cabello.
- Análisis morfológico de la cabeza:
 - Cánones de belleza.
 - Identificación de tipos de cráneo, óvalos faciales, perfiles y cuello.
 - Establecimiento de las correcciones a realizar y asesoramiento en diferentes estilos de peinado, cortes de cabello, color, adaptación de extensiones, prótesis y diferentes propuestas.
- Estudio y características del pelo facial:
 - Tipos y formas de barba, bigote, perilla y patilla. Coloración. Implantación. Distribución. Densidad.
- 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 en relación con el peinado.
- Determinación de las necesidades sociolaborales, artísticas y otras.
- Soportes de documentación técnica: ficha de registro. Cuestionarios valorativos iniciales:
 - Entrevista personal.
 - Ficha de evaluación de necesidades.
 - Recogida, custodia e interpretación de la información aportada por el asesor de imagen.

3. 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:
 - Asesoramiento en los tratamientos estéticos capilares.
 - Tratamiento de higiene y acondicionamiento.
 - Tratamientos de mantenimiento: cuidados preventivos.
 - Tratamientos para las alteraciones del tallo capilar. Identificación.
 - Tratamiento para las alopecias. Identificación del tipo de alopecia y su tratamiento estético.
 - Tratamiento para las alteraciones del cuero cabelludo: tratamientos anti-pitiriasis y anti-seborreicos.
 - Aparatos y cosméticos empleados.
 - Asesoramiento en tratamientos médico-estéticos del cabello.
- Identificación de técnicas electro-estéticas para el tratamiento capilar. Diferentes tipos de aparatología:
 - Uso, precauciones, indicaciones y contraindicaciones.
 - Mantenimiento y limpieza.
- Identificación de técnicas manuales para el tratamiento capilar:
 - Masaje y drenaje linfático. Maniobras. Efectos. Indicaciones y contraindicaciones.
- Asesoramiento en prótesis capilares:

- Tipos de prótesis: Pelucas y prótesis parciales.
 - Bases de confección: micro-piel y variantes.
 - Material de confección: cabello natural y sintético.
 - Medida o zona a cubrir.
 - Método de fijación.
- Identificación de los tratamientos capilares necesarios para los cambios de imagen.
- Profesionales colaboradores para el cuidado y los tratamientos capilares.

4. 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.
- Concreción del nuevo estilo y creación de la nueva imagen.
- Determinación de los elementos del peinado que forman la nueva imagen:
 - 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.
- Procesos técnicos de peluquería para el cambio de longitud: Estilos de corte. Pautas. Herramientas y útiles empleados: manejo y conservación.
- Procesos técnicos de peluquería para el cambio de forma:
 - Cambio de forma temporal:
 - El peinado y la técnica de secado. Fundamentos de los cambios de forma temporales. Técnica empleada. Útiles, herramientas. Aparatos empleados (secador de mano, tenacillas, planchas). Marcados con diferentes moldes.
 - Cambio de forma permanente. Fundamentos de los cambios de forma permanente. Ondulaciones y alisados permanentes. Tipos de moldes y finalidad de los mismos.
- Procesos técnicos de peluquería para el cambio de color:
 - Teoría del color.
 - Técnicas: coloraciones parciales y totales. Criterios de selección.
 - Productos empleados.
- Recogidos: altos, bajos y variados. Criterios de selección.
- Asesoramiento en aplicación de extensiones: Tipos de extensiones:
 - Finalidad: longitud y volumen.
 - Material de confección.
 - Forma de aplicación: soporte de queratina, termo-fusión, micro-anillado, cosidas, autoadhesivas y con diferentes técnicas.
- Asesoramiento posticercia capilar:
 - Según la finalidad (longitud, volumen, densidad).
 - Según la composición (sintético, natural de pelo humano y animal).
- Técnicas de barbería.

5. Elaboración de propuestas de cambio de imagen:

- Diseño de propuestas personalizadas de cambios de imagen a través de tratamientos y técnicas de peluquería y barbería.
- Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características:
 - Elaboración de diseños gráficos y fotográficos.
 - Medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto.
 - Descripción de las necesidades y demandas: Variables personales y socio-laborales.
 - Programación general de actuación. Informe de asesoría parcial. Informe de asesoría de otras especialidades que pudieran ingerir en nuestra actuación.
 - Planificación de acciones. Coordinación de colaboradores.
- Presentación de la propuesta personalizada:

- Argumentación de la propuesta personalizada. Conclusiones.
- Características que se pueden potenciar o modificar a través de los cambios propuestos en relación al peinado, longitud y color del cabello.
- Relación de los trabajos técnicos de peluquería y barbería necesarios para el cambio de imagen.
- Selección del tipo de barba, bigote o patilla.
- Propuestas para producciones audiovisuales de asesoramiento de imagen a través de la peluquería:
 - Requerimientos escénicos.
 - Análisis de las características del intérprete o modelo.
- Propuestas para producciones de fotografía y moda. Estudio del desfile, modelos, temporada, público, duración, presupuesto y demandas del diseñador.

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

- Asesoría de mantenimiento de la nueva imagen.
- Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados capilares. Forma de aplicación y frecuencia. Técnicas de orientación en la selección de cosméticos de higiene, mantenimiento, protección y cuidados capilares.
- Entrenamiento de técnicas de manejo de secador, útiles, tenacillas, planchas y productos de apoyo y mantenimiento del peinado:
 - Protocolo de trabajo para cada técnica.
 - Precauciones.

03. Módulo Profesional: Protocolo y organización de eventos.

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Código: 1185

Duración: 160 horas.

Contenidos

1. Caracterización del protocolo oficial:

- La asesoría en protocolo. Campo de actuación:
 - Figuras profesionales relacionadas.
 - Origen e historia del protocolo.
 - Relevancia social.
 - Principios de la práctica del protocolo.
- El protocolo oficial español: la casa real, el poder ejecutivo, legislativo y judicial y las fuerzas armadas. La normativa protocolaria.
- Protocolo en las Comunidades Autónomas. Protocolo en las Administraciones Locales.
- Legislación vigente aplicada al protocolo:
 - Leyes, decretos, ordenanzas y reglamentos que lo regulan.
 - Régimen de títulos, tratamientos y honores.
- Bases de información en protocolo. Fuentes y departamentos de consulta de normativa y/o legislación protocolaria.
- Instituciones públicas y privadas: concepto, organigrama, organización y características. Las institucionales nacionales, autonómicas y locales.
- Distinciones protocolarias y su simbología.
- Simbología heráldica y la vexilología.
- Los tratamientos honoríficos y su aplicación. Tipos de tratamiento. Características.
- Las distinciones nobiliarias.
- Metodología en la asesoría en protocolo:
 - Fases.
 - Documentos de apoyo.

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

- Tipos de actos: actos públicos y privados.
- Los actos públicos. Características y tipos de actos públicos oficiales y no oficiales.
- Los actos privados y/o no oficiales. Características y tipos de actos no protocolarios.
- El protocolo religioso y sus actos. Características de los actos religiosos.
- El protocolo universitario y sus actos. Características, precedencia y organigrama. Tipos de actos universitarios.
- El protocolo militar y sus actos. Organigrama de los cuerpos militares y su precedencia. Tipos de actos militares. Tributación de honores militares.
- Identificación del tipo de acto, las características o cualidades que se pueden proyectar. Elementos que hay que valorar. Normas jurídicas o sociales que se aplican en cada caso.
- Ámbito de aplicación del protocolo en los actos oficiales y no oficiales:
 - La presidencia de los actos.
 - Las precedencias.
 - Los organigramas y jerarquías. Justificación.
 - Los símbolos.
 - Las intervenciones.
 - El comportamiento social.

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

- El proyecto organizativo y sus fases.
- Fase previa:
 - Objetivos del acto.
 - Identificación del acto y su proyecto organizativo.
 - Identificación de las necesidades de organización.
 - Aplicación de métodos de observación.
- Fase de planificación:
 - Elaboración del programa y cronograma.
 - Requerimientos del acto: recursos humanos, materiales y espacios físicos del evento.
 - Colaboradores, personal soporte y proveedores.
 - Organización de los espacios físicos. planos, recorridos, estacionamientos, salas de prensa y otros.
 - Los medios técnicos: material técnico para discursos, servicios de traducción simultánea, requerimientos informáticos, telefónicos y otros.
 - Imagen, convocatoria y promoción del acto.
 - Organización del transporte y del alojamiento.
 - Público asistente e invitaciones.
 - La seguridad y la atención sanitaria.
- Fase de desarrollo del evento: logística de la actividad:
 - La inauguración:
 - La recepción de los invitados.
 - Ordenación de personalidades.
 - Ordenación de las intervenciones.
 - La clausura del acto.
- La comunicación en los actos protocolarios. Las relaciones con los medios de comunicación. Las ruedas de prensa.
- Fase de evaluación del acto y/o evento. Seguimiento de la difusión del acto.
- Aplicación del control de calidad del acto:
 - Detección de problemas. Registro de incidencias.
 - Medidas de corrección de las desviaciones.

4. Elaboración de la propuesta de organización de actos protocolarios:

- Diseño de propuestas de organización de actos protocolarios. Estructura específica de la propuesta. El dossier del acto: criterio organizador general. Orden del día, temporalización, ordenación de mesas y organización de las intervenciones.
- Descripción de las características y requerimientos del acto protocolar.
- Relación de la logística y actividades necesarias para el acto protocolario.
- Selección de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el acto protocolario. Proveedores y otros profesionales.
- Planificación de acciones: programa y cronograma. Calendario de actuación. Temporalización y coordinación de tareas.
- Los actos protocolarios y los comunicados de prensa.
- Documentación técnica anexa a la propuesta.
- Documentación económica: elaboración del presupuesto.
- Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.
- Presentación de la propuesta personalizada.
- Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.

5. Caracterización del protocolo internacional:

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

6. 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 otras características.
- Las precedencias empresariales.
- Presidencia de los actos.
- Actuaciones empresariales con repercusión en protocolo y sus elementos de soporte:
 - Las presentaciones personales.
 - La auto-presentación.
 - La presentación de la empresa.
- Las visitas y otros actos sociales empresariales. El viaje de negocios. Características y necesidades.
- Las comidas de negocios. Tipos. Características.
- Actos de carácter empresarial privado. Las reuniones:
 - Tipos de reuniones empresariales y su funcionamiento general:
 - Las juntas.

- Los consejos de administración.
- Las reuniones internas y externas.
- La organización de actos de promoción empresarial externos e internos:
 - Actos de promoción empresarial: tipos y características.
 - Patrocinio empresarial. Objetivos. Características. Criterios de selección.
 - Elementos de promoción empresarial. Relaciones con los medios de comunicación.

04. Módulo Profesional: Asesoría estética.

Equivalencia en créditos ECTS: 11

Código: 1187

Duración: 160 horas.

Contenidos

1. Elaboración del protocolo de trabajo del asesor de estética:

- Protocolos de trabajo de la asesoría de estética. Fases de actuación del asesor de imagen en cuidados estéticos y maquillaje.
- Fases de documentación:
 - Elaboración y análisis de la base de información sobre patrones estéticos.
 - Análisis y clasificación de los cánones de belleza vigentes.
 - Elaboración del dossier de colaboradores profesionales: criterios para la elaboración y actualización de ficheros de especialistas relacionados con los cambios de imagen.
- Fase de análisis de las características, las necesidades y demandas de las personas usuarias y de su entorno. Exploración facial y corporal en función de las zonas objeto de estudio.
- Fase de asesoramiento en cuidados estéticos y maquillaje:
 - Elaboración de propuestas técnicas.
 - Identificación de parámetros sobre tratamientos estéticos faciales y corporales más adecuados a los objetivos del cambio de imagen.
 - Identificación de los distintos estilos de maquillaje.
- Fase de evaluación y control de las propuestas de cambio de imagen.
- Campo de actuación del asesor de imagen:
 - Asesoría de cuidados estéticos.
 - Asesoramiento en el cambio de imagen a través de diferentes estilos de maquillaje.
 - Asesoramiento estético para actos y eventos.
 - Asesoramiento estético para los medios audiovisuales y de moda.
 - Asesoramiento técnico y plan de actuación de los posibles cambios.
- Elaboración de un manual de estilos: en función de criterios estéticos de moda, edad y sexo.

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

- Técnicas de preparación del profesional y del cliente: higiene, vestuario, posturas ergonómicas.
- 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.
- 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.
- Identificación de alteraciones estéticas corporales: asesoramiento en tratamientos estéticos.
- Identificación de posibles alteraciones que requieran tratamientos de medicina estética o cirugía estética.
- Interpretación de resultados. Valoración profesional.
- Elaboración de documentación técnica.
 - Fichas para el análisis estético:

- Historial estético.
- Análisis de la piel.
- Análisis antropométrico.
- Descripción del cliente.
- Análisis del visajismo.
- Pautas de aplicación de cosméticos.
- Informes de derivación a otros profesionales.
- Consentimiento informado.
- Seguridad e higiene en los procesos de análisis facial y corporal.
- Registro y control de la documentación. Confidencialidad.

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

- Identificación, selección y clasificación de los tratamientos estéticos faciales y corporales:
 - Tratamientos de: hidratación, alteraciones de la secreción sebácea, despigmentantes, preventivos y paliativos del envejecimiento cutáneo. Regeneradores, reductores y reafirmantes, de celulitis, de obesidad, de la circulación periférica y otras alteraciones. Tratamientos faciales y corporales innovadores. Indicaciones.
 - Criterios de selección.
- Identificación, selección y clasificación de los tratamientos para la eliminación y decoloración del vello:
 - Técnicas de depilación mecánica: indicaciones y contraindicaciones.
 - Técnicas de depilación eléctrica: indicaciones y contraindicaciones.
 - Fotodepilación: indicaciones y contraindicaciones.
 - Técnicas de decoloración del vello facial y corporal en función del tipo y color. Indicaciones y contraindicaciones.
- Identificación, selección y clasificación de los cuidados de manos y pies:
 - Manicura, pedicura.
 - Técnicas de uñas artificiales. Indicaciones.
 - Tratamientos de manos y pies. Indicaciones.
- Identificación de los parámetros sobre tratamientos faciales y corporales asociados a medicina y cirugía estética:
 - Clasificación y características de los tratamientos médico-estéticos y cirugía estética. Indicaciones.
 - Criterios de asesoramiento y derivación a profesionales especialistas.
- Técnicas electroestéticas: clasificación. Indicaciones y contraindicaciones. Efectos. Aplicaciones. Criterios de selección.
- Técnicas manuales: clasificación. Indicaciones y contraindicaciones. Efectos. Criterios de selección.
- Técnicas cosmetológicas: clasificación de cosméticos asociados a los tratamientos. Criterios de selección.
- Técnicas hidrotermales: clasificación. Efectos. Indicaciones, criterios de selección.
- Pautas de cuidados posteriores a los tratamientos estéticos de cambio de imagen.

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

- Estudio del rostro: identificación de las distintas zonas.
- Visajismo: Características morfológicas. Análisis y estudio del rostro y sus elementos:
 - Procedimiento de identificación de los tipos de cráneo, estructuras óseas relacionadas y musculatura facial.
 - Proporciones generales del rostro.
 - Teoría de la horizontalidad.
 - Teoría de la verticalidad.
- Geometría del rostro: tipos de óvalos. Clasificación:
 - Armonía del rostro.

- Estudio y clasificación de los elementos del rostro: cejas, ojos, boca, pómulos, barbilla, frente, nariz, mentón y cuello.
- Medidas y técnicas de visajismo: correcciones del rostro a través del maquillaje: equilibrio, disposición de líneas y volúmenes. Técnica del claroscuro.
- Aplicación de técnicas de dibujo para el maquillaje: iniciación a las técnicas de expresión gráfica:
 - Lineal: delinear y relacionar entre sí distintas zonas del rostro.
 - Artístico: estudio del volumen a través del sombreado.
- Aplicación de herramientas informáticas.
- El color en maquillaje:
 - Color luz. Color pigmento.
 - Representación gráfica: el círculo cromático.
 - Armonías cromáticas.
- Identificar y valorar las características cromáticas: color de la piel, ojos, pelo en la selección de colores adecuados en armonía con el vestuario y otros elementos.
- Criterios de la teoría de la luz e iluminación y su influencia sobre el maquillaje.
- Influencia de los colores del maquillaje en la imagen personal.
- Tipos de estilos de maquillaje: características de los diferentes estilos:
 - Luz natural: Maquillaje de cara lavada. Maquillaje de día. Maquillaje de tarde.
 - Luz artificial: Maquillaje de noche.
 - Maquillajes específicos: Maquillajes para mujeres maduras, con gafas, diferentes características morfológicas raciales. Masculino.
 - Maquillajes artísticos: Maquillaje de pasarela. Maquillaje de fiesta.
 - Maquillajes especiales: Maquillaje de novia. Maquillaje corrector de alteraciones estéticas.
 - Maquillajes para medios audiovisuales.
- Propuestas de maquillaje adecuadas a las características morfológicas y físicas: tipo de piel, edad, estilo personal, actividad laboral, social y circunstancias.
- Realización de bocetos de cambios de estilo de maquillaje.

5. Aplicación de técnicas de automaquillaje:

- Selección de cosméticos decorativos:
 - Diferenciación de tipos, formas de presentación, texturas y zonas de aplicación.
- Selección de útiles y materiales: tipos y características.
- Técnicas previas a la aplicación de maquillaje: pautas para el desmaquillado y preparación de la piel, aplicación de cosméticos específicos: hidratantes, tensores.
- Técnicas de corrección y diseño personalizado de las cejas.
- Técnicas de aplicación de productos cosméticos decorativos:
 - Técnica de batido, difuminado, degradado, aplicación de trazos, realización de relleno y delineado.
 - Parámetros para la aplicación, en función del cosmético y de la zona.
- Técnicas de aplicación de maquillaje correctivo del rostro:
 - Correcciones del color de la piel.
 - Aplicación de correcciones claras y oscuras.
- Técnicas de realización del maquillaje de ojos y del maquillaje de labios, en función de las características y de la moda.
- Técnicas de realización del maquillaje de mejillas en función de las características del rostro.
- Proceso de realización de los diferentes estilos de maquillaje y su adecuación al modelo, sexo, edad y circunstancia. Fases y secuenciación.
- Aplicación de accesorios en función del tipo de maquillaje.
- Seguridad e higiene en los procesos de maquillaje.

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

- Estructura específica de la propuesta.
- Descripción y análisis de las necesidades y demandas.
- Valoración de los resultados del estudio de la imagen personal: características que se deben potenciar y/o modificar.
- Características del nuevo estilo.
- Informe de los trabajos técnicos necesarios para el cambio de imagen:
 - Selección de tratamientos y cuidados estéticos faciales y corporales.
 - Selección de tratamientos asociados a técnicas de cirugía y medicina estética.
 - Selección de estilos de maquillaje y/o micropigmentación.
- 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. Selección de profesionales del sector.
- Planificación de acciones: calendario de actuación.
- Presentación de la propuesta personalizada:
 - Selección de formatos y materiales de presentación: fotos, esquemas, bocetos y programas informáticos.
 - Argumentos de la propuesta y conclusiones.
 - Resolución de dudas, acuerdos y autorización.

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

- Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados estéticos.
- Entrenamiento para la higiene, preparación y cuidados básicos de la piel.
- Técnicas de orientación en la selección de cosméticos decorativos: color, textura y zona de aplicación.
- Pautas de aplicación, manipulación y conservación.
- El set de maquillaje básico.
- El automaquillaje: pautas de realización según los estilos propuestos.
- Entrenamiento para el manejo de útiles para el automaquillaje.
- Aplicación de automaquillaje.
- Técnicas de finalización del automaquillaje.

05. Módulo Profesional: Habilidades comunicativas.

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Código: 1188

Duración: 160 horas.

Contenidos

1. Caracterización de los tipos de comunicación:

- La comunicación. Aspectos generales.
 - El proceso de comunicación.
 - Elementos de la comunicación.
 - Dificultades que surgen en la comunicación.
- Comunicación verbal:
 - Comunicación oral: herramientas de la expresión oral.
 - Comunicación escrita: herramientas de escritura.
 - Estructura y vocabulario.
 - Las nuevas técnicas y medios de comunicación escrita: los e-mails, sms, mms, WhatsApp, redes sociales, foros, blogs y otros medios de nueva aparición. Importancia de la netiqueta en la comunicación.
- Comunicación no verbal:
 - Comunicación kinésica. Comunicación gestual: la expresión corporal y el lenguaje facial.

- Comunicación proxémica: el espacio interpersonal.
- Comunicación paralingüística: velocidad, dicción, volumen, énfasis, ritmo, tono y otras características.
- La comunicación interpersonal, social y laboral. Características. Tipos.
- La comunicación pública. Características:
 - Tipos de público.
 - El lenguaje en la comunicación pública. El discurso, la entrevista, actos sociales y protocolarios y otros actos de comunicación en público.
- Las técnicas de comunicación en la actualidad.
- Imagen personal y comunicación. Elementos de la imagen que influyen en la comunicación.

2. Aplicación de técnicas de entrenamiento en comunicación:

- Actividades para desarrollar habilidades comunicativas personales e interpersonales, sociales y profesionales:
 - Actividades para un evento concreto.
 - Actividades para cambios progresivos.
 - Habilidades de comunicación: la escucha activa y la asertividad.
- Comparecencias ante público y audiencias:
 - Técnica vocal, la personalidad y el mensaje.
 - Tipos de comparecencias: oficiales y privadas, entre otras.
- Características de las comparecencias que condicionan la imagen.
- Hablar en público:
 - Técnicas y estrategias para mejorar el habla en público:
 - Técnicas de respiración y relajación.
 - Técnicas de gestión del nerviosismo y del estrés: la respiración diafragmática, gestión del pensamiento, gestión de la conducta y otras.
- Actividades para la modificación de la comunicación escrita, oral y/o gestual:
 - Elaboración de documentos escritos: cartas, tarjetas y otros documentos.
 - Elaboración de diferentes tipos de presentaciones orales: 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 material audiovisual de apoyo.
 - Importancia de la vestimenta, el color, la luz y otros elementos de la imagen.
- Entrenamiento en herramientas de la comunicación: teléfono, fax, comunicaciones escritas, internet, correo electrónico, utilización de blog y páginas Web, otras. Tipos de lenguaje y técnicas que se deben emplear.
- Técnicas de seguimiento del proceso de asesoría en comunicación. Evaluación del proceso.

3. 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:
 - Fuentes de información.
 - Estrategias de búsqueda y criterios de selección.
 - 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:

- Estudio diagnóstico:
 - Perfil psicológico.
 - Características sociolaborales y otras.
- Fase de desarrollo: plan de intervención para la mejora de habilidades de comunicación en los distintos ámbitos de actuación:
 - Objetivos.
 - Medios técnicos, temporalización y planificación de actividades.
 - Elementos de la imagen que influyen en la comunicación.
- Fase de evaluación y control: pautas para realizar el seguimiento del plan y evitar desviaciones.
- Campo de actuación del asesor. Definición y competencias.

4. 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.
 - Otros métodos de investigación (entrevista con colaboradores, personas cercanas... etc.).
- Detección de las necesidades y demandas del cliente: entrevista personal:
 - Ficha de cliente.
 - Tipos de registros.
- Análisis de los elementos que intervienen en la comunicación:
 - Estudio del cliente a través de grabaciones de vídeo y audio.
 - Análisis de la comunicación verbal y no verbal.
- 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.
 - Confidencialidad: aplicación de la Ley de Protección de Datos de Carácter Personal y normativa sobre el derecho a la imagen.

5. 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. Criterios para la elaboración de la presentación.
- 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.
 - Habilidades para realizar el feed-back.
- Técnicas para la resolución de dudas.
- Cumplimentación de documentación: acuerdos y autorización del proceso. Documento de acuerdo y honorarios profesionales.

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

- Los medios de comunicación:
 - Tipos (masivos e interpersonales) y funciones:
 - Principales medios de comunicación.
 - Los nuevos medios de comunicación: las redes sociales y otros medios de nueva aparición.

- 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.
 - Cualidades del orador en los diferentes medios.
 - Rueda de prensa, comunicación formal, comunicación informal, reunión, discusión en grupo y otras formas de comunicación pública.
- 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 verbal y no verbal, (oral y gestual) en los diferentes medios de comunicación.
- Adaptación del mensaje y del lenguaje al tipo de público y al medio de comunicación.

06. Módulo Profesional: Formación y orientación laboral.

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Código: 1191

Duración: 90 horas

Contenidos

1. Orientación profesional y búsqueda activa de empleo:

- El ciclo formativo: normativa reguladora, nivel académico y profesional.
- Identificación de itinerarios formativos relacionados con el título del ciclo formativo: acceso, convalidaciones y exenciones. Formación profesional del sistema educativo y formación profesional para el empleo.
- La formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del titulado: valoración de su importancia.
- Opciones profesionales: definición y análisis del sector profesional del título del ciclo formativo.
- Empleadores en el sector: empleadores públicos, empleadores privados y posibilidad de autoempleo.
- Proceso, técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo y selección de personal en empresas pequeñas, medianas y grandes del sector.
- Sistema de acceso al empleo público en puestos idóneos para los titulados del ciclo formativo.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.
- Recursos de Internet en el ámbito de la orientación.
- Carrera profesional en función del análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales: autoconocimiento y potencial profesional.
- El proceso de toma de decisiones: definición y fases.
- Asociaciones Profesionales del sector.

2. Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

- Equipos de trabajo: concepto, características y fases del trabajo en equipo.
- La comunicación en los equipos de trabajo: escucha activa, asertividad y escucha interactiva (feedback).
- La inteligencia emocional.
- Ventajas e inconvenientes del trabajo en equipo para la eficacia de la organización.
- Equipos de trabajo en el sector en el que se ubica el ciclo formativo según las funciones que desempeñan. Características de eficacia de un equipo de trabajo.
- La participación en el equipo de trabajo: los roles grupales.
- Dinámicas de trabajo en equipo.
- Conflicto: características, fuentes y etapas.
- Tipos de conflicto.

- Métodos para la resolución o supresión del conflicto: conciliación, mediación, negociación y arbitraje.
- La negociación como medio de superación del conflicto: tácticas, pautas y fases.

3. Contrato de trabajo y relaciones laborales:

- El derecho del trabajo: fuentes y principios.
- Análisis y requisitos de la relación laboral individual.
- Derechos y deberes derivados de la relación laboral.
- El contrato de trabajo: concepto, capacidad para contratar, forma y validez del contrato.
- Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación. El fraude de ley en la contratación laboral.
- El periodo de prueba, el tiempo de trabajo y otros aspectos relevantes: análisis en el convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del título del ciclo formativo.
- La nómina. Condiciones económicas establecidas en el convenio colectivo aplicable al sector del título.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo: causas y efectos.
- Medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida laboral y familiar.
- Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad y beneficios sociales, entre otros.
- Representación de los trabajadores: unitaria y sindical.
- Derecho procesal social:
 - Plazos de las acciones.
 - Conciliación y reclamación previa.
 - Órganos jurisdiccionales.
 - La demanda y el juicio oral.
- Gestiones a través de Internet en el ámbito laboral.

4. Seguridad Social, empleo y desempleo:

- Estructura del Sistema de la Seguridad Social: modalidades y regímenes de la Seguridad Social.
- Principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- Acción protectora de la Seguridad Social: Introducción sobre contingencias, prestaciones económicas y servicios.
- La protección por desempleo: situación legal de desempleo, prestación y subsidio por desempleo.

5. Conceptos básicos sobre seguridad y salud en el trabajo:

- Valoración de la relación entre trabajo y salud.
- Análisis de factores de riesgo.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas: accidentes de trabajo, enfermedades profesionales, otras patologías derivadas del trabajo.
- Marco normativo básico de la prevención: derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- Principios y técnicas de prevención de riesgos laborales.
- Responsabilidades y sanciones.

6. Evaluación de riesgos profesionales: riesgos generales y riesgos específicos:

- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.
- Los riesgos generales:
 - 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.

- Los riesgos específicos:
 - Riesgos específicos en el sector profesional en el que se ubica el título.
 - Consideración de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de los riesgos específicos del sector profesional.

7. Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:

- Aplicación de las medidas de prevención.
- Medidas de protección:
 - Medidas de protección colectiva. La señalización de seguridad.
 - Medidas de protección individual. Los equipos de protección individual.
 - Especial protección a colectivos específicos: maternidad, lactancia, trabajadores de una empresa de trabajo temporal, trabajadores temporales.

8. Planificación de la prevención de riesgos en la empresa:

- El Plan de prevención de riesgos laborales:
 - Evaluación de riesgos.
 - Organización y planificación de la prevención en la empresa:
 - El control de la salud de los trabajadores.
 - El Plan de autoprotección: Plan de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
 - Elaboración de un plan de emergencia en una pyme.
 - Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.
- Elementos básicos de la gestión de la prevención en la empresa:
 - La gestión de la prevención en la empresa: definición conceptual.
 - Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
 - Representación de los trabajadores en materia preventiva.
 - Funciones del prevencionista de nivel básico.

9. Primeros auxilios:

- Urgencia médica y primeros auxilios: conceptos básicos.
- Clasificación de los heridos según su gravedad.
- Aplicación de las técnicas de primeros auxilios según el tipo de lesión del accidentado.

07. Módulo Profesional: Dirección y comercialización.

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Código: 1071

Duración: 85 horas.

Contenidos

1. Aplicación de técnicas de organización del establecimiento de imagen personal:

- Modelos organizativos de empresas de imagen personal:
 - Las empresas tradicionales de imagen personal.
 - Clasificación: según tamaño, propiedad del capital, ámbito y forma jurídica.
 - Nuevas tendencias empresariales. Franquicias, tiendas online y otras empresas.
- Instalaciones generales de los establecimientos de imagen personal:
 - Normativa y exigencias legales.
 - Diseño y distribución.
- Recursos técnicos. Organización de equipos, herramientas, cosméticos y útiles. Imagen empresarial. Elementos que la conforman.

2. Aplicación de técnicas de organización y coordinación de los profesionales:

- Organigrama del centro. Estructura jerárquica. Cargos, funciones y competencias.

- Cualificación de los profesionales. Requerimientos académicos y equivalencias profesionales.
- Planificación de la plantilla: proceso de selección del personal. Técnicas de selección. Entrevistas, test psicológicos, muestras de trabajo y pruebas de actitud.
- Diseño del plan de acogida en la empresa:
 - Objetivos: información y formación.
 - Etapas.
- Organización y coordinación del horario de trabajo del personal. Planificación de turnos, periodos vacacionales y otros elementos organizativos.
- Organización y coordinación del equipo de trabajo y de los medios materiales. Distribución del trabajo a lo largo de la jornada laboral:
 - Organización de los servicios.
 - Determinación de funciones y responsabilidades.

3. 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.
- Retroalimentación o feedback.
- Comunicación interna en la empresa: comunicación ascendente, descendente y horizontal. Principales características, ventajas e inconvenientes.
- Claves para una comunicación efectiva en un equipo de trabajo. Plan de comunicación interna: diseño, estrategias, implantación y seguimiento.
- Técnicas para la resolución de conflictos:
 - Tipos: con mediación y sin mediación.
 - Etapas (identificación, determinación, análisis, resolución y seguimiento).
- El liderazgo. Leyes básicas de la dirección de equipos.
 - Concepto.
 - Características del líder.
- Comunicación externa con clientes y proveedores: normas de atención al cliente. Formación e información sobre productos y servicios.
- Protocolo de comunicación con el cliente. Etapas (recepción, escucha activa, identificación de necesidades, resolución y despedida).
- Problemas en la comunicación externa: tipos y técnicas para resolver situaciones de crisis.
- Otros tipos de comunicación o comunicación mixta: las reuniones de trabajo. Tipos y fases de una reunión.

4. Diseño de planes de formación e información:

- Plan de formación e información: concepto y finalidad. Identificación de la política de formación.
- Objetivos del plan de información de la empresa de imagen personal.
- Fase de análisis: detección de necesidades formativas. Priorización de necesidades.
- Diseño de actividades formativas: estructura, características y planificación.
- Tipos de acciones formativas: cursos, demostraciones, ponencias, conferencias, ferias y congresos.
- Comunicación y convocatoria del plan: contenidos, propuesta de formación e instrumentos de comunicación.
- Fase de desarrollo y aplicación: características, secuenciación y documentación.
- Fase de seguimiento y evaluación. Instrumentos de evaluación.

5. Realización de operaciones de gestión técnica:

- Documentación: tipos de documentación técnica y comercial para pedidos, reclamaciones, pagos y cobros, relaciones comerciales y ofertas.
- Sistemas y métodos de archivo de la documentación:

- Tipos de archivos: manuales e informáticos.
- Procedimientos (inspeccionar, clasificar, codificar, distribuir y archivar).
- Renovación y eliminación de documentos.
- 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.

6. Elaboración del plan de comercialización:

- Definición y conceptos básicos del marketing.
- Plan de comercialización de la empresa.
- El cliente. Tipos, motivación y fidelización.
- Los productos y servicios en imagen personal:
 - Fabricación y servucción. Diferencias.
 - Diseño de ofertas de productos y servicios.
- Técnicas de venta:
 - Fases:
 - Preparación de los productos y servicios.
 - Acogida del cliente.
 - Detección del deseo.
 - Satisfacción del deseo.
 - Cierre de la venta.
- El asesor de ventas:
 - Funciones.
 - Herramientas: ficha del cliente e informe de gestión.
- Tratamiento y resolución de quejas y reclamaciones:
 - Principales tipos de quejas y motivos que las provocan.
 - Tácticas para solventarlas.
- Las promociones: concepto y clasificación. Campaña promocional.

7. Organización de técnicas de publicidad y merchandising:

- Plan de publicidad y merchandising: concepto y objetivos del plan.
- La publicidad: concepto. Objetivos:
 - Elementos que conforman la publicidad como técnica de venta.
 - El mensaje publicitario.
 - La campaña publicitaria.
- El merchandising en una empresa de imagen personal. Concepto y elementos del merchandising. La ambientación general, los puntos de venta, los elementos exteriores del establecimiento y la publicidad en el lugar de venta (PLV)

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

- La calidad. Concepto:
 - Indicadores de calidad.
 - Normas técnicas (ISO y otras) y certificación de calidad.
- La figura del consultor-evaluador.
- Plan de evaluación del proyecto empresarial.
- Objetivos de la evaluación.
- Métodos de análisis.
- Evaluación:
 - De recursos técnicos, humanos e instalaciones.
 - De la gestión técnica y comercial.

- De la imagen corporativa.
- De la comercialización de productos y servicios.
- De la comunicación integral de la empresa.
- De los procesos técnicos y de los protocolos de trabajo.
- Del entorno de la empresa.
- Plan de intervención para la corrección de las desviaciones.
- Valoración de las expectativas del cliente y grado de satisfacción.

08. Módulo Profesional: Asesoría cosmética.

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Código: 1181

Duración: 150 horas.

Contenidos

1. 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.
 - Archivo de datos.
- Fase de análisis de las características y necesidades de las personas usuarias:
 - Recepción, acomodación del cliente y entrevista.
 - Recogida de información: la ficha (datos administrativos, personales y técnicos).
 - Identificación de las demandas del cliente.
- Fase de asesoramiento en cosméticos y perfumes.
- Fase de evaluación y control del proceso.
- Campo de actuación del asesor de cosméticos y perfumes: concepto, funciones.
- Conocimientos técnicos y profesionales de los productos:
 - Los productos cosméticos: concepto y composición general. Principios activos, excipientes y aditivos.
 - Parte externa del cosmético: elementos que la conforman. Envase, embalado y etiquetado.
- Forma cosmética: concepto. Tipos. Características.
- Actuación de los cosméticos sobre la piel. Penetrabilidad. Factores que influyen en la penetración de los cosméticos.

2. Realización del estudio estético para la asesoría cosmética:

- La piel eudérmica: aspecto externo y características principales.
 - Estructura.
 - Funciones.
 - Anexos cutáneos: córneos y glandulares. La tipología cutánea en la asesoría cosmética.
 - Tipos de piel en función de la emulsión epicutánea.
 - Características de los distintos tipos de piel.
 - Otros aspectos biológicos de la piel: según las distintas zonas del cuerpo, la edad, el sexo, las razas y demás variables.
- Necesidades cosméticas generales. Higiene, hidratación y protección.
- Reacción de la piel ante agentes externos y cosmetológicos. Reacciones de sensibilización y reacciones alérgicas.
- Valoración del tipo de piel: protocolo de reconocimiento. La observación visual y la palpación, exploración.
- Tipos de cabellos y características.
- Valoración del estado del cabello y cuero cabelludo. La observación visual y la exploración. Alteraciones del cabello y cuero cabelludo con posible tratamiento estético.

- Valoración de la morfología corporal. Alteraciones del cuerpo con posible tratamiento estético.

3. Determinación de los cosméticos para la piel:

- Clasificación de los cosméticos: según su función, su localización, su forma cosmética, mecanismos de actuación y composición.
- Cosméticos de higiene y complementarios:
 - Mecanismos de limpieza.
 - Cosméticos de higiene faciales y corporales: tipos, ingredientes activos principales, forma de presentación, indicaciones.
 - Cosméticos complementarios a la higiene: tónicos, desodorantes, antitranspirantes, sales y aceites de baño.
 - Criterios de selección.
- Cosméticos de mantenimiento, protección y tratamiento de la piel.
 - Hidratantes, nutritivos o antienvjecimiento y protectores solares.
 - Cosméticos faciales y corporales: clasificación, características, sustancias activas, indicaciones.
 - Formas cosméticas.
 - Criterios de selección.
- Cosméticos decorativos. Clasificación:
 - Cosméticos para maquillar la piel del rostro.
 - Cosméticos para los ojos.
 - Cosméticos para los labios.
 - Autobronceadores o bronceadores exógenos.
 - Principales ingredientes activos.
 - Formas cosméticas.
 - Indicaciones y criterios de selección.
- Cosméticos para la micropigmentación. Indicaciones.
- Cosmética específica para medicina estética: tipos y funciones:
 - Composición.
 - Formas de presentación.
 - Precauciones y criterios de elección.
 - Materiales de relleno y otras sustancias. Composición. Indicaciones y criterios de selección.
 - Productos para mesoterapia. Composición. Indicaciones y criterios de selección.
- Nutricosmética para la piel: concepto, objetivos, clasificación e indicaciones.
 - Principales ingredientes.
 - Modo de empleo.
- Cosmética masculina: clasificación:
 - Cosméticos de afeitado.
 - Cosméticos para antes y después del afeitado
 - Cosméticos de diferentes usos y finalidad, formulados para el hombre.
 - Características, ingredientes e indicaciones.
- Novedades cosméticas.

4. Determinación de los cosméticos para los anexos córneos:

- Cosméticos capilares: clasificación.
- Cosméticos para la higiene y el acondicionamiento capilar: concepto y forma de actuar.
 - Ingredientes activos principales.
 - Formas cosméticas.
 - Indicaciones. Criterios de elección.
- Cosméticos para alteraciones del cabello y cuero cabelludo: clasificación:
 - Cosméticos para las alteraciones estructurales.
 - Cosméticos para la seborrea.
 - Cosméticos para la pitiriasis.
 - Cosméticos para las alopecias.

- Principales activos, forma de actuar e indicaciones.
- Criterios de elección.
- Cosméticos para los cambios de color y forma del cabello. Clasificación:
 - Principales ingredientes.
 - Indicaciones, precauciones y criterios de selección.
- Cosméticos para el mantenimiento y la protección del cabello y cuero cabelludo: hidratantes, protectores solares y otros.
 - Indicaciones y forma de actuar.
 - Formas cosméticas.
- Cosméticos para la eliminación del vello. Clasificación:
 - Depilatorios químicos y depilatorios por tracción y otros métodos físicos.
 - Forma de actuar, indicaciones y precauciones.
 - Criterios de elección.
 - Cosméticos pre y post depilación.
- Cosméticos decolorantes del vello. Composición y mecanismo de acción:
 - Formas cosméticas.
 - Indicaciones y precauciones.
 - Criterios de elección.
- Productos para manicura y pedicura. Clasificación y función:
 - Cosméticos para la higiene de la piel y de las uñas: limpiadores y exfoliantes.
 - Cosméticos para la hidratación y masaje de la piel y las uñas.
 - Cosméticos para el maquillado de las uñas: bases, barnices, protectores y productos para el secado.
 - Cosméticos para el desmaquillado de uñas: quitaesmaltes.
 - Cosméticos para la cutícula: ablandadores de cutícula y eponiquiolíticos.
 - Cosméticos endurecedores de uñas, levigantes y despigmentantes.
 - Principales ingredientes.
 - Formas cosméticas.
 - Criterios de elección.
- Nutricosmética para el cabello y las uñas: indicaciones, ingredientes activos.

5. Elaboración de propuestas personalizadas de tratamientos cosméticos:

- Elaboración del protocolo de tratamiento personalizado: preparación e higiene, núcleo del tratamiento, finalización del tratamiento.
- Técnicas y protocolo de aplicación de cosméticos de preparación e higiene de la piel. Secuenciación. Consejos de higiene.
- Técnicas y protocolo de aplicación de cosméticos de mantenimiento y protección.
- Técnicas y protocolo de aplicación de cosméticos de tratamiento, faciales y corporales. Secuenciación.
- Técnicas y protocolo de aplicación de cosméticos de productos capilares: champú, acondicionador, cosméticos para alteraciones y otros.
- Técnicas y protocolo de aplicación de cosméticos para manos y pies.
- Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados 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.

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

- Perfumes: concepto y composición general (activos y excipientes).
 - Tipos de esencias: naturales, sintéticas y semisintéticas.
 - Tipos de excipientes: hidroalcohólicos, bases aceitosas y otros excipientes.
 - Fijadores: tipos y naturaleza.
 - Formas cosméticas.

- Conservación y manipulación de los perfumes.
- El perfume en los cosméticos.
- Estructura de un perfume. Pirámide olfativa.
- Tipos de perfumes. Perfumería alcohólica.
- Relación del tipo de perfume con las características y necesidades del cliente (personales, profesionales y sociales).
- Factores que influyen en la elección de un perfume. Criterios para realizar la elección.
- Zonas de aplicación del perfume.
- Cómo y cuándo hay que perfumarse.
- Criterios para realizar la compra del perfume.

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

- Clasificación de establecimientos donde se venden cosméticos: características, tipos de cosméticos de venta, criterios de elección.
- Líneas de cosméticos faciales, capilares y corporales de venta al público y/o profesional.
- Relación calidad precio en la compra de cosméticos.
- 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.

09. Módulo Profesional: Diseño de imagen integral.

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Código: 1182

Duración: 130 horas.

Contenidos

1. 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.
- Códigos, signos y símbolos. Definición, características y tipos:
 - Soportes.
 - Códigos estándares y no estándares.
 - Códigos particulares, sectoriales, geográficos, culturales, religiosos y otros.
- La percepción iconológica. Fisiología y psicología de la percepción. Tipos de percepción.
- Los sentidos y la iconología:
 - La vista. La luz y sus características.
 - El oído. El sonido. Umbral de percepción.
 - El tacto. Valoraciones individuales.
 - El gusto. Tipos de sabores.
 - La objetividad y la relatividad.
- Diferenciación entre percepción y emociones.
- Elementos que conforman la imagen:

- Las líneas. Tipos, percepción, características y aplicación en los diferentes ámbitos de la asesoría.
- 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.
- Los volúmenes. Percepción y análisis. Aplicación en asesoría.
- Expresividad corporal y elementos sensoriales.
- Uso del lenguaje iconológico:
 - El lenguaje iconológico: definición, características e importancia.
 - Ámbitos de aplicación.
 - Los códigos en imagen personal.
- Los niveles de percepción y sus condicionantes. Variaciones en función de su intensidad o grado.

2. 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 y colaboradores.
- Métodos de obtención de la información: estrategias de búsqueda y selección. Rigor de las fuentes.
- Técnicas de clasificación en los diferentes ámbitos.
- Actualización de la información: control, seguimiento y conservación.
- Cuestionarios de asesoría: concepto, características, finalidad y objetivos, entre otros. Tipos de cuestionarios: básicos y específicos.
- Elaboración y diseño de cuestionarios de asesoría: criterios y características. La adaptación de los cuestionarios.
- Elementos de revisión y mejora de los cuestionarios. Control de calidad aplicado a los cuestionarios.
- Otros documentos de asesoría. Concepto y características:
 - Documentos internos.
 - Tipos de documentos y modelos.
 - Documentos de proyección externa: dossier de presentación de empresa, tarjetas de visita y demás documentos.

3. 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:
 - Morfología y tipología del cuerpo humano.
 - Proporciones ideales.
- La fotografía analógica y digital. Concepto y principios. Funcionamiento básico.
- El uso de la cámara:
 - Técnicas básicas utilizadas en fotografía.
 - La iluminación.
 - La composición.
- El retoque fotográfico y sus elementos. Tratamiento de la imagen mediante aplicaciones informáticas.
- Las aplicaciones informáticas como medio de tratamiento de la imagen personal:
 - Iniciación al tratamiento de fotografías digitalmente.
 - Programas informáticos relacionados.
- Los medios audiovisuales. Tipos. Características. La post-producción.
 - La radio. Características.
 - La televisión. Estructura, formatos, audiencias, luz, movimiento, imagen.
 - El cine. Producción, plan de trabajo, encuadres, planos, secuencias.

- La prensa. Características, estructura, formatos.
- El diseño gráfico en la publicidad.

4. Realización del estudio integral de la imagen:

- Técnicas de análisis y evaluación de las características físicas del cliente.
- Identificación del estilo, criterios estéticos y necesidades y demandas del cliente.
- Métodos para detectar los criterios estéticos, las necesidades y demandas. La entrevista. La autoevaluación del cliente. La observación, secuenciación y aplicación de pautas de observación.
- Determinación del tipo de asesoramiento que se va a realizar. Asesoría de imagen parcial, integral, de belleza, profesional, corporativa y otros asesoramientos.
- Aplicación de la documentación para el análisis del cliente.
- Determinación de los elementos que se van a analizar: aspecto estético externo, expresión, cultura y marco social, personalidad, conducta y hábitos, entre otros. Adaptación de los cuestionarios.
- Valoración del estudio integral. Procesamiento de los datos obtenidos.
- Registro y control de la información.

5. Elaboración de propuestas personalizadas de asesoría de imagen:

- El proyecto de asesoría: concepto, fases y tipos de proyectos. Características.
- Diseño de propuestas personalizadas de cambios de imagen:
 - Estructura específica de la propuesta:
 - Forma
 - Contenido.
 - Desvío a otros profesionales.
 - Informes.
- Descripción de las necesidades y demandas.
- Conclusión del análisis integral de la imagen: características que se deben potenciar y/o modificar. Puntos fuertes y débiles.
- Caracterización del nuevo estilo.
- Relación de los trabajos técnicos necesarios para el cambio de imagen. Selección de técnicas. Programas informáticos para adaptar el peinado, el maquillaje y la morfología del cuerpo.
- Documentación técnica y económica anexa a la propuesta: tipos y características. El presupuesto.
- Elaboración de diseños gráficos: bocetos para la asesoría de imagen. Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.
- Relación de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto:
 - Proveedores y otros profesionales.
 - Criterios de selección de profesionales colaboradores.
- Plan de actuación: calendario de actuación:
 - Temporalización. Coordinación de trabajos.
 - Presentación de propuestas.
- Aplicación de técnicas de comunicación para la presentación de propuestas.
- Conclusión de las propuestas: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.

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

- Elementos del plan de evaluación del servicio de asesoría:
 - Causas de las deficiencias en los servicios de asesoría.
 - Normas o estándares de calidad.
- Técnicas para detectar objeciones a las propuestas de asesoría.
- Técnicas de argumentación ante objeciones a las propuestas.
- Técnicas para corregir las desviaciones producidas.

10. Módulo Profesional: Usos sociales.**Equivalencia en créditos ECTS: 5****Código: 1186****Duración : 85 horas.***Contenidos***1. Identificación del campo de actuación del asesor en usos sociales:**

- El protocolo social:
 - Los usos sociales: definición, características y conceptos asociados.
 - Historia del protocolo social.
- Usos del protocolo social:
 - Necesidad de códigos de comunicación y conducta: relatividad u obligatoriedad de los usos sociales.
 - Conceptos asociados: urbanidad, buenas maneras, habilidades sociales, cortesía, modales y otros términos relacionados con los usos sociales.
 - 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: cualidades que se deben potenciar o modificar.
- Aplicación de la inteligencia emocional en el comportamiento social.
- La comunicación verbal y no verbal en el protocolo social: importancia e interpretación de los gestos como medio de comunicación en usos sociales.
- Estudio del ámbito de aplicación de los usos sociales:
 - Comportamiento personal.
 - Vida en sociedad y otros. 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.

2. Determinación de usos y normas protocolarias en las relaciones sociales:

- Las relaciones sociales.
- Etiqueta social, personal y laboral y otros:
 - Normas de comportamiento en sociedad: aspectos positivos o negativos de hábitos o modelos de comportamientos en público.
 - Normas de comportamiento en la vía pública: comportamiento en la calle, en los transportes públicos, en los establecimientos públicos y al volante.
 - Aplicación de la etiqueta social en el vestir:
 - Aspectos prácticos y estéticos del vestuario.
 - Elegancia y extravagancia.
 - Etiqueta.
- 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 otros tipos de visitas.
 - Comportamiento social relacionado con los regalos:
 - Tipos de regalos.
 - Criterios de elección: adecuación del regalo a las circunstancias personales, sociales y laborales.

- Presentación y entrega de regalos.
- Comportamiento en la recepción de los regalos.
- El comportamiento en el entorno laboral:
 - El protocolo social en las relaciones laborales.
 - La jerarquía en el trabajo. Diferencias jerárquicas.
 - La convivencia laboral.

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

- Los saludos:
 - Modelos de saludos en distintos ámbitos.
 - La proxemia en distintos contextos y culturas.
 - Saludos a distintas personalidades y autoridades.
- Las invitaciones:
 - Principales tipos de invitaciones.
 - Respuesta a las invitaciones.
- Las presentaciones:
 - Elementos de presentación.
 - Presentación de familiares.
 - Presentación en sociedad.
 - Presentación en la vida profesional. Tarjetas de presentación.
 - La auto-presentación.
- La correspondencia:
 - Normas de cortesía en la correspondencia: el lenguaje en la correspondencia.
 - Elementos soportes de la correspondencia.
 - Tipos de correspondencia:
 - Cartas personales, correspondencia comercial, cartas postales, felicitaciones escritas.
 - Otros documentos: informes y memorándum.
 - El protocolo en los documentos escritos en internet. La netiqueta.
- Lenguaje y códigos en usos sociales. El arte de conversar en sociedad:
 - Lenguaje coloquial. Aspectos negativos y expresiones que se deben evitar.
 - Conversaciones en la mesa.
 - Conversaciones telefónicas y por videoconferencia.

4. Caracterización de los usos sociales en la mesa:

- Habilidades sociales en la mesa: comportamiento en la mesa:
 - El uso de servilletas, cubiertos y cristalería.
 - Formas de servir y tomar los alimentos.
- 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:
 - Tipos de comidas: aperitivo, almuerzo, cena, cóctel, brunch, lunch y buffet.
 - Criterios de selección del menú: tipo de comida, características de los comensales, las costumbres, las religiones y otros.
 - Selección de vinos.

- Modelos de comportamiento en establecimientos de restauración:
 - La elección del menú.
 - La comunicación con el personal: el maître, sumiller, chef de cocina y otros miembros de los equipos de restauración.
 - Las comidas sociales y las comidas de negocios.
- Plan de entrenamiento en habilidades sociales en la mesa.

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

- Diseño de propuestas personalizadas: definición y estructura.
- Descripción de las necesidades y demandas: análisis de las 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:
 - Selección del material visual: fotos, esquemas, bocetos y otros tipos de material.
 - Programas informáticos relacionados.
- 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. El presupuesto.
- Planificación de acciones. Calendario de actuación, temporalización y coordinación de trabajos.
- Elaboración de propuestas en distintos soportes.
- Presentación de una propuesta personalizada.
- Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.
- Plan de entrenamiento en los nuevos usos sociales.

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

- Pautas de organización de reuniones en el domicilio: concepto y tipos.
 - Recepción en casa:
 - Normas básicas de recepción.
 - Deberes del anfitrión y de los invitados.
- Pautas de organización de celebraciones familiares de carácter civil o religioso:
 - Características y normas de comportamiento.
 - Comunicación del acto e invitaciones.
 - Recomendaciones de vestuario.
 - Identificación y reparto de actividades y funciones.
 - Normas de comportamiento de los invitados.
- Necesidades para la organización de aniversarios:
 - Comunicación del acto e invitaciones.
 - Identificación y reparto de actividades y funciones.
 - Deberes del anfitrión y de los invitados.
- Necesidades organizativas en los funerales:
 - Formas de 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:
 - Tipos de actos: presentación en sociedad, eventos culturales, deportivos y otros actos protocolarios no oficiales.
 - Normas de comportamiento.

7. Organización de eventos singulares:

- Pautas de organización de banquetes:
 - Definición y características.
 - Tipos de banquetes protocolarios.
 - Invitados y precedencia. Colocación de comensales.
 - Elaboración de documentos asociados al banquete: invitaciones, minutas y tarjetas de comensal.
 - El menú y sus características:
 - Diseño del menú.
 - Características particulares del diseño del menú (motivaciones religiosas, menús infantiles y otras circunstancias especiales).
- Pautas de organización de bodas:
 - Tipo de ceremonias:
 - Características.
 - Diferencias regionales, religiosas, étnicas y otras.
 - Actos sociales asociados: la petición de mano, las despedidas de solteros y otros actos asociados con las bodas.
 - Organización del lugar. Criterios de elección del lugar de celebración.
 - La ceremonia:
 - Criterios para la colocación de los asistentes.
 - Vestuario aconsejado para los invitados.
 - La celebración del festejo:
 - Distribución de la mesa nupcial y de las de los invitados. Sistemas de ordenación.
 - La elección del menú.
 - Los recordatorios. Los regalos. Las listas de regalos de boda.
 - Actuación ante rupturas prenupciales.
 - Otras necesidades asociadas: el vehículo. la música, la fotografía y vídeo. Viaje de novios.
 - Segundas ceremonias.
- Necesidades organizativas de otros eventos singulares: fiestas, bailes, exhibiciones de arte, entre otros.

11. Módulo Profesional: Imagen corporativa.

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Código: 1189

Duración: 85 horas.

Contenidos

1. Realización del estudio de la identidad corporativa:

- La imagen e identidad corporativas:
 - Concepto. Diferencias entre identidad e imagen corporativa.
 - Elementos que determinan la identidad corporativa
 - Elementos que manifiestan la imagen corporativa
 - Identidad corporativa e institucional: identificación de la imagen corporativa.
- Personalidad corporativa de la organización. Concepto.
- La cultura corporativa: Concepto, factores que la determinan, tipos y funciones. Transmisión de la cultura corporativa: habilidades sociales, habilidades de interrelación profesional y corporativa.
- La ideología o filosofía corporativa de la organización: ideología de los fundadores, adscripciones y niveles de compromiso; ideología del equipo directivo e ideología de los recursos humanos. Repercusión en la identidad e imagen corporativas.
- Métodos y técnicas para realizar la concreción de la identidad corporativa. El argumento corporativo.
- Estudio de imágenes corporativas públicas y privadas de ámbito nacional e internacional. Análisis del tratamiento de la imagen corporativa en otros países.

- Relación entre imagen corporativa y tipos de empresa y/o entidad.
- La percepción social de los valores e imagen corporativos:
 - Técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación de la imagen corporativa.
 - Análisis de la percepción.
- Campo de actuación del asesor de imagen corporativa:
 - Asesoramiento en imagen de los espacios.
 - Asesoramiento en imagen de las personas.
 - Asesoramiento en imagen iconográfica y cultura corporativa.
 - Asesoramiento en imagen de la gestión.

2. Determinación de los elementos que definen la imagen corporativa de las entidades:

- La identidad visual corporativa y su repercusión en la imagen corporativa. Elementos básicos.
- Los signos visuales que determinan la imagen corporativa: el nombre o razón social, la marca, logotipos, imagnetipos, 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.
 - Función comunicativa de la identidad visual: diferenciadora, simbólica, designativa, asociativa y memorística, entre otras funciones.
- Soportes donde se aplican los elementos gráficos corporativos. Papelería. Uniformes. Envases, etiquetas y embalajes. Artículos promocionales. Transportes. Aplicaciones digitales, editoriales y otros soportes.
- Líneas de diseño elementales para la creación de la identidad gráfica:
 - El manual de identidad visual corporativa
 - Normas referidas a la aplicación del diseño y a la identidad gráfica.
- Los espacios interiores y exteriores: la arquitectura corporativa. Estilos y materiales. La decoración. Los escaparates.
- Condicionantes y principios perceptivos de la imagen iconográfica: la vinculación sensorial.
- El método iconológico aplicado a la asesoría de imagen corporativa.
- La relación entre los elementos identificadores y la filosofía corporativa. Elementos que se van a potenciar, neutralizar o eliminar.
- El simbolismo de los elementos distintivos y su diseño. Diferenciación con la competencia. La evolución de los elementos de identificación.

3. 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.
- 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 aspectos de la imagen.
 - Asesoramiento en comunicación verbal y no verbal.
 - Asesoramiento en habilidades de comunicación: interrelación personal, social, profesional y corporativa.
- Implementación de la imagen colectiva. La imagen profesional: imagen externa, uniformes corporativos y nuevas formas de expresión personal.

4. 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:
 - Análisis de los perfiles de mercado, hábitos y costumbres del público y de los competidores.
 - Análisis de la personalidad corporativa y de la cultura corporativa.
 - Definición de la imagen corporativa futura.

- Fase de implementación de la imagen corporativa en los distintos ámbitos y campos de aplicación.
- 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. Documentación económica: elaboración del presupuesto.
- Presentación de la propuesta personalizada.
- Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.

5. Elaboración del manual de imagen corporativa:

- El manual de estilo o manual de imagen corporativa. Concepto. Estructura y objetivos. Tipos de manuales: de imagen colectiva, de estrategias comunicativas, de identidad visual y de otros aspectos de imagen corporativa.
- Los libros de estilo.
- Manuales corporativos de interés en asesoría de imagen corporativa:
 - Manuales de los partidos políticos, de los medios de comunicación y otros manuales de interés.
 - Elementos identificadores. Características.
- La gestión de la imagen corporativa en la comunicación visual.
- Evaluación de la evolución del manual de imagen.

6. Implementación de estrategias de comunicación:

- Políticas de imagen y comunicación empresarial/institucional. Repercusión en la imagen corporativa. 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, las campañas de comunicación y otros instrumentos.
- Análisis y aplicación del plan de comunicación empresarial:
 - Selección de los medios y ejecución del plan.
 - Pautas para la comunicación verbal y no verbal
 - Estrategias de prensa.
 - La tecnología y la comunicación en la imagen corporativa.
- Las relaciones externas con repercusión en la imagen empresarial/institucional.
- Relaciones con los medios y las agencias de comunicación: selección de la información de la empresa y análisis de la información producida por los medios de comunicación: sistemas para la captación, la elaboración y la difusión de la información: la nota, el comunicado, el dossier y la revista de prensa; la rueda de prensa y la entrevista.
- La promoción institucional y/o corporativa. Definición y características. Elementos de promoción corporativa.
- Las acciones de patrocinio/mecenazgo. Concepto. Diferentes modalidades de patrocinio y sus características. Repercusión en la imagen corporativa.
- Responsabilidad social corporativa. Concepto. Características. Repercusión social.

12. Módulo Profesional: Empresa e iniciativa emprendedora.

Equivalencia en créditos ECTS: 4

Código: 1192

Duración: 65 horas.

Contenidos

1. Iniciativa emprendedora:

- Innovación y desarrollo económico. Principales características de la innovación en el sector del ciclo formativo.
- Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación.
- La actuación de los emprendedores como empresarios y empleados de una pyme del sector en que se enmarca el ciclo formativo.
- El empresario. Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial.
- La estrategia de la empresa, los objetivos y la ventaja competitiva.
- Plan de empresa: la idea de negocio en el ámbito del sector del ciclo formativo.

2. La empresa y su entorno:

- Funciones básicas de la empresa.
- La empresa como sistema.
- Análisis del entorno general y específico de una pyme del sector del ciclo formativo.
- Relaciones de una pyme del sector del ciclo formativo con su entorno y con el conjunto de la sociedad.
- Cultura empresarial e imagen corporativa.
- Concepto y elementos del Balance Social de la empresa: empleo, remuneraciones, medio ambiente y programa de acción social.

3. Creación y puesta en marcha de una empresa:

- Tipos de empresa.
- La fiscalidad en las empresas.
- Elección de la forma jurídica.
- Trámites administrativos para la constitución de una empresa: en Hacienda, en la Seguridad Social, en los Ayuntamientos, en el Notario, en el Registro Mercantil y en otros organismos.
- Apartados del plan de empresa:
 - Presentación de los promotores.
 - Estrategia, ventaja competitiva y análisis de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (D.A.F.O.) en la creación de una empresa.
 - Forma jurídica.
 - Análisis del mercado.
 - Organización de la producción de los bienes y servicios.
 - Organización de los Recursos Humanos.
 - Plan de marketing.
 - Análisis económico y financiero de la viabilidad de la empresa.
 - Gestión de ayuda y subvenciones.
 - Documentación de apertura y puesta en marcha.

4. Función Económico-administrativa:

- Concepto de contabilidad y nociones básicas. Las cuentas anuales.
- Análisis de la información contable.
- Obligaciones fiscales de las empresas. El calendario fiscal.
- Gestión administrativa de una empresa del sector del ciclo formativo.
- Aplicación del análisis de la viabilidad económica y financiera a una pyme del sector del ciclo formativo.

5. Función Comercial:

- Concepto de Mercado. Oferta. Demanda.
- Análisis del Mercado en el sector en que se enmarca el ciclo formativo.
- Marketing mix: precio, producto, promoción y distribución.

6. Los Recursos Humanos en la empresa:

- Categorías profesionales en las pymes del sector del ciclo formativo de acuerdo con lo establecido en el convenio colectivo correspondiente.
- Necesidades de personal en las pymes del sector del ciclo formativo. Organigrama.
- El coste del personal de acuerdo con los salarios de mercado en el sector en que se enmarca el ciclo formativo.
- Liderazgo y motivación. La comunicación en las empresas del sector.

13. Módulo Profesional: Inglés técnico para grado superior.

Código: CM14

Duración: 40 horas.

Contenidos

Ver Anexo II

ANEXO II

*Módulos profesionales incorporados por la Comunidad de Madrid***Módulo Profesional: Inglés técnico para grado superior.****Código: CM14****Duración: 40 horas.**

<i>Resultados de aprendizaje</i>	<i>Criterios de evaluación</i>
Reconoce información profesional y cotidiana contenida en discursos orales emitidos por cualquier medio de comunicación en lengua estándar, interpretando con precisión el contenido del mensaje.	<ul style="list-style-type: none"> • Se ha situado el mensaje en su contexto. • Se ha identificado la idea principal del mensaje. • Se ha reconocido la finalidad del mensaje directo, telefónico o por otro medio auditivo. • Se ha extraído información específica en mensajes relacionados con aspectos habituales de la vida profesional y cotidiana. • Se han secuenciado los elementos constituyentes del mensaje. • Se han identificado las ideas principales de un discurso sobre temas conocidos, transmitidos por los medios de comunicación y emitidos en lengua estándar y articuladas con claridad. • Se han reconocido las instrucciones orales y se han seguido las indicaciones. • Se ha tomado conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos del mismo.
Interpreta información profesional contenida en textos escritos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.	<ul style="list-style-type: none"> • Se ha leído con un alto grado de independencia, adaptando el estilo y la velocidad de la lectura a distintos textos y finalidades y utilizando fuentes de referencia apropiadas de forma selectiva. • Se ha interpretado la correspondencia relativa a su especialidad, captando fácilmente el significado esencial. • Se han interpretado textos de relativa complejidad, relacionados o no con su especialidad. • Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector a que se refiere. • Se ha identificado el contenido y la importancia de noticias, artículos e informes sobre temas profesionales. • Se han realizado traducciones de textos de relativa complejidad utilizando material de apoyo en caso necesario. • Se han interpretado mensajes técnicos recibidos a través de soportes telemáticos: correo electrónico, fax. • Se han interpretado instrucciones sobre procesos propios de su especialidad.
Emite mensajes orales claros y bien estructurados, analizando el contenido de la situación.	<ul style="list-style-type: none"> • Se ha expresado con fluidez sobre temas profesionales, marcando con claridad la relación entre las ideas. • Se ha comunicado espontáneamente, adoptando un nivel de formalidad adecuado a las circunstancias. • Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones formales e informales. • Se han expresado y defendido puntos de vista con claridad, proporcionando explicaciones y argumentos adecuados. • Se ha descrito y secuenciado un proceso de trabajo de su competencia. • Se ha argumentado la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo elegido. • Se ha solicitado la reformulación del discurso o parte del mismo cuando se ha considerado necesario.

<i>Resultados de aprendizaje</i>	<i>Criterios de evaluación</i>
Elabora documentos e informes propios del sector, relacionando los recursos lingüísticos con el propósito del mismo.	<ul style="list-style-type: none"> • Se han redactado textos claros y detallados sobre temas relacionados con su especialidad, sintetizando y evaluando información y argumentos procedentes de varias fuentes. • Se ha organizado la información con corrección, precisión, coherencia y cohesión, solicitando o facilitando información de tipo general o detallada. • Se han redactado informes, destacando los aspectos significativos y ofreciendo detalles relevantes que sirvan de apoyo. • Se ha cumplimentado documentación específica de su campo profesional. • Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos. • Se han resumido artículos, manuales de instrucciones y otros documentos escritos. • Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento a elaborar.

Contenidos

1. Comprensión oral precisa.

- Comprensión de recursos lingüísticos habituales y palabras clave utilizadas en la comunicación general y específica.
- Normas de convivencia y protocolo.
- Fórmulas de cortesía y formalidad adecuadas al contexto y al interlocutor.
- Fórmulas de saludo, acogida y despedida.
- Fórmulas de petición de clarificación, repetición y confirmación para la comprensión de un mensaje.
- Idea principal y secundaria en presentaciones y debates.
- Resolución de los problemas de comprensión en las presentaciones orales mediante la deducción por el contexto y la familiarización con la estructura habitual de las mismas.
- Expresiones de opinión, preferencia, gusto y reclamaciones.
- Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, televisivos, grabados.
- Fórmulas habituales para atender, mantener y finalizar conversaciones en diferentes entornos (llamadas telefónicas, presentaciones, reuniones, entrevistas laborales...).
- Mensajes en el registro apropiado y con la terminología específica del sector profesional
- Discursos y mensajes generales y profesionales del sector.
- Instrucciones sobre operaciones y tareas propias del puesto de trabajo y del entorno profesional.
- Atención de solicitud de información general y específica del sector.

2. Producción oral precisa.

- Normas de convivencia y protocolo.
- Fórmulas de cortesía y formalidad adecuadas al contexto y al interlocutor.
- Fórmulas habituales para iniciar, mantener y finalizar conversaciones en diferentes entornos (llamadas telefónicas, presentaciones, reuniones, entrevistas laborales...)
- Expresiones de opinión, gustos y preferencias.
- Estrategias para mantener la fluidez en la conversación: introducción de ejemplos, formulación de preguntas para confirmar comprensión.
- Estrategias de clarificación.
- Idea principal y secundaria en presentaciones y debates.
- Utilización de recursos lingüísticos habituales y palabras clave utilizadas en la comunicación general y específica.
- Tratamiento de quejas y reclamaciones.
- Producción de mensajes que impliquen la solicitud de información para la resolución de problemas, tales como el funcionamiento de objetos, maquinaria o aplicaciones informáticas, o la comunicación de instrucciones de trabajo, planes, intenciones y opiniones.

- Elaboración de mensajes directos, telefónicos, grabados con el registro apropiado y con la terminología específica del sector profesional
- Instrucciones sobre operaciones y tareas propias del puesto de trabajo y del entorno profesional

3. Interpretación de textos escritos, en soporte papel y telemático.

- Organización de la información en los textos técnicos: índices, títulos, encabezamientos, tablas, esquemas y gráficos.
- Características de los tipos de documentos propios del sector profesional: manuales de mantenimiento, libros de instrucciones, informes, planes estratégicos, normas de seguridad...
- Técnicas de localización y selección de la información relevante: lectura rápida para la identificación del tema principal y lectura orientada a encontrar una información específica.
- Normas de convivencia y protocolo.
- Fórmulas de cortesía y formalidad.
- Comprensión de recursos lingüísticos habituales y palabras clave utilizadas en la comunicación general y específica.
- Comprensión global y detallada de mensajes, textos, artículos profesionales del sector y cotidianos.
- Síntesis, resúmenes, esquemas o gráficos realizados durante y después de la lectura.
- Interpretación de la terminología específica del sector profesional.
- Comprensión detallada de la información contenida en informes, formularios, folletos y prensa especializada del sector.
- Comprensión detallada de ofertas de trabajo en el sector.
- Comprensión detallada de instrucciones y explicaciones contenidas en manuales (de mantenimiento, de instrucciones, tutoriales...).
- Comprensión detallada de correspondencia, correo electrónico, fax, burofax.

4. Emisión de textos escritos.

- Características de la comunicación escrita profesional: factores y estrategias que contribuyen a la claridad, unidad, coherencia, cohesión y precisión de los escritos.
- Técnicas para la elaboración de resúmenes y esquemas de lo leído o escuchado.
- Fórmulas de cortesía y formalidad adecuadas al contexto y al interlocutor.
- Tratamiento de quejas y reclamaciones.
- Comprensión de recursos lingüísticos habituales y palabras clave utilizadas en la comunicación general y específica.
- Producción de textos cotidianos y profesionales del sector, usando los registros adecuados al contexto de comunicación con corrección y coherencia.
- Cumplimentación de documentos cotidianos y profesionales del sector.
- Formalización de los documentos asociados a la prestación de los servicios propios del perfil profesional.
- Producción de mensajes que impliquen la solicitud de información para la resolución de problemas, tales como el funcionamiento de objetos, maquinaria o aplicaciones informáticas, o la comunicación de instrucciones de trabajo, planes, intenciones y opiniones.
- Redacción de escritos relacionados con el proceso de inserción laboral: currículum vitae, carta de presentación, respuesta a una oferta de trabajo...
- Redacción de fax, télex, telegramas y mensajes de correo electrónico.
- Utilización de terminología específica del sector profesional.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para responder a las necesidades de comunicación en inglés para el desarrollo de su actividad formativa, su inserción laboral y su futuro ejercicio profesional.

La formación del módulo es de carácter transversal y, en consecuencia, contribuye a alcanzar todos los objetivos generales previstos para el ciclo formativo, si bien su superación no interviene en la acreditación de ninguna de las unidades de competencia incluidas en el título.

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

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

ANEXO III

Organización académica y distribución horaria semanal

Familia profesional: : IMAGEN PERSONAL							
Ciclo Formativo: Asesoría de Imagen Personal y Corporativa							
Grado: Superior				Duración: 2000 horas		Código: IMPS03	
MÓDULOS PROFESIONALES					CENTRO EDUCATIVO		CENTRO DE TRABAJO
Clave	Código	Denominación	Duración del currículo (horas)	Equivalencias en créditos ECTS	Curso 2º		
					Curso 1º	2 trimestres (horas semanales)	1 trimestre (horas)
					3 trimestres (horas semanales)		
01	1183	Estilismo en vestuario y complementos	195	13	6		
02	1184	Asesoría de peluquería	195	10	6		
03	1185	Protocolo y organización de eventos	160	8	5		
04	1187	Asesoría estética	160	11	5		
05	1188	Habilidades comunicativas	160	7	5		
06	1191	Formación y orientación laboral	90	5	3		
07	1071	Dirección y comercialización	85	6		4	
08	1181	Asesoría cosmética	150	8		7	
09	1182	Diseño de imagen integral	130	10		6	
10	1186	Usos sociales	85	5		4	
11	1189	Imagen corporativa	85	6		4	
12	1192	Empresa e iniciativa emprendedora	65	4		3	
13	CM14	Inglés técnico para grado superior	40	-		2	
14	1190	Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa	30	5			30
15	1193	Formación en centros de trabajo	370	22			370
HORAS TOTALES			2.000	120	30	30	400

ANEXO IV

Especialidades y titulaciones del profesorado con atribución docente en el módulo profesional incorporado al ciclo formativo por la Comunidad de Madrid.

Módulo profesional	Cuerpo docente y especialidad ⁽¹⁾		Titulaciones ⁽³⁾
	Cuerpo ⁽²⁾	Especialidad	
Inglés técnico para grado superior	CS PS	Inglés	<ul style="list-style-type: none"> Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes. Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes.

(1) Profesorado de centros públicos.

(2) CS = Catedrático de Enseñanza Secundaria PS = Profesor de Enseñanza Secundaria.

(3) Profesorado de centros de titularidad privada o de titularidad pública de otras administraciones distintas de la educativa.]