

I. COMUNIDAD AUTÓNOMA

1. DISPOSICIONES GENERALES

Consejería de Educación y Universidades

9283 Orden de 13 de julio de 2015, de la Consejería de Educación y Universidades por la que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa en el ámbito de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

El Estatuto de Autonomía de la Región de Murcia otorga a la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia las competencias de desarrollo legislativo y ejecución de la enseñanza en toda su extensión, niveles y grados, modalidades y especialidades, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 27 de la Constitución y las leyes orgánicas que conforme al apartado 1 del artículo 81 de la misma lo desarrollen, y sin perjuicio de las facultades que atribuye al Estado el número 30 del apartado 1 del artículo 149 y de la alta inspección para su cumplimiento y garantía.

El Decreto 107/2015, de 10 de julio, del Consejo de Gobierno, por el que se establecen los Órganos Directivos de la Consejería de Educación y Universidades en su artículo 1 establece que "La Consejería de Educación y Universidades es el departamento de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia encargado de la propuesta, desarrollo y ejecución de las directrices generales del Consejo de Gobierno en las siguientes materias: educación reglada en todos sus niveles, ...".

La Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, establece los principios y fines del Sistema Nacional de Cualificaciones y Formación Profesional y define en el artículo 9 la Formación Profesional como un conjunto de acciones formativas que capacitan para el desempeño cualificado de las distintas profesiones, el acceso al empleo y la participación activa en la vida social, cultural y económica. En su artículo 10.1 dispone que los títulos y certificados de profesionalidad ofertados estarán referidos al Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.

Por otro lado, 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, regula en su capítulo V del título I la Formación Profesional en el sistema educativo, disponiendo, en su artículo 39.4 que el currículo de estas enseñanzas se ajustará a las exigencias derivadas del Sistema Nacional de las Cualificaciones y a lo establecido en el apartado 4 del artículo 6 bis, de dicha Ley Orgánica; también en su artículo 39.6 establece, que el Gobierno, 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.

En desarrollo de estos preceptos, el Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la Formación Profesional del sistema educativo, fija los principios y la estructura de los títulos de Formación

Profesional, definiendo los elementos que deben especificar las normas que el Gobierno dicte para regular dichos títulos y establecer sus contenidos mínimos. Así mismo, dispone que sean las Administraciones educativas las que, respetando lo previsto en dicha norma y en las que regulen los títulos respectivos, establezcan los currículos correspondientes a las enseñanzas de Formación Profesional.

Este marco normativo hace necesaria la presente orden que desarrolla el currículo de las enseñanzas de Formación Profesional del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, correspondientes al título de Formación Profesional regulado por 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, teniendo en cuenta para ello lo establecido en el artículo 5 del Real Decreto-ley 14/2012, de 20 de abril, de medidas urgentes de racionalización del gasto público en el ámbito educativo, por el que se pospone la implantación al curso 2014/15 de los Títulos de grado medio y grado superior cuya implantación estuviera prevista para el curso escolar 2012-2013.

Con el desarrollo curricular de estas enseñanzas se pretende poner en marcha la nueva titulación, adaptándola a las peculiaridades de nuestro sistema productivo y dando cumplimiento al mismo tiempo a los requerimientos de flexibilidad en las vías para cursar estos estudios, de manera que se haga posible el aprendizaje a lo largo de la vida. Esta flexibilidad debe aplicarse tanto en la organización de las enseñanzas, adecuando el funcionamiento de los centros docentes a las necesidades de la población, como en los desarrollos curriculares, posibilitando una rápida adaptación de éstos a los cambios tecnológicos y a los sistemas de producción.

En la elaboración de este currículo la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia ha prestado especial atención a las áreas prioritarias definidas por la disposición adicional tercera de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional mediante la incorporación del módulo de Inglés técnico para el ciclo formativo contenido en esta orden y la definición de contenidos de prevención de riesgos laborales, sobre todo en el módulo de Formación y orientación laboral, que permita que todos los alumnos puedan obtener el certificado de Técnico en Prevención de riesgos laborales, nivel básico, expedido de acuerdo con lo dispuesto en el Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención. Tal previsión plasma asimismo lo dispuesto por la disposición adicional tercera, apartado 2 del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa y se fijan sus enseñanzas mínimas.

En el proceso de elaboración de este currículo, el Consejo Asesor Regional de Formación Profesional ha manifestado su parecer favorable al Proyecto y se han incorporado al texto las observaciones formuladas por el Consejo Escolar de la Región de Murcia.

En su virtud, de acuerdo con el Consejo Jurídico de la Región de Murcia, y de conformidad con lo establecido en la disposición final 2.ª, punto 1, de la Ley 13/2009, de 23 de diciembre, de medidas en materia de tributos cedidos, tributos propios y medidas administrativas para el año 2010,

Dispongo

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.

1. La presente Orden tiene por objeto establecer el currículo en la Región de Murcia de las enseñanzas de Formación Profesional correspondientes al título establecido por 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, atendiendo a lo preceptuado por el artículo 8.2 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la Formación Profesional del sistema educativo.

2. El currículo desarrollado en la presente orden será de aplicación en todos los centros docentes de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia que impartan estas enseñanzas.

Artículo 2. Referentes de la formación.

Los aspectos relativos a la identificación del título, el perfil y el entorno profesionales, la prospectiva del título en el sector, los objetivos generales, los accesos y vinculación con otros estudios, las convalidaciones y exenciones, 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. Desarrollo curricular.

1. En el marco de lo establecido en la presente Orden, los centros educativos dispondrán de la autonomía pedagógica necesaria para el desarrollo de las enseñanzas y su adaptación a las características concretas del entorno socioeconómico, cultural y profesional del mismo, con especial atención a las necesidades de aquellas personas que presenten una discapacidad.

2. Se realizarán las necesarias adaptaciones metodológicas en los procesos de evaluación a fin de garantizar la accesibilidad a las pruebas de evaluación al alumnado con discapacidad, el cual deberá alcanzar en todo caso los objetivos y los criterios de evaluación de cada uno de los módulos profesionales y los objetivos generales del ciclo formativo.

3. Se incorporará, en todos los módulos, el tratamiento transversal de las áreas prioritarias establecidas en la disposición adicional tercera de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional: tecnologías de la información y la comunicación, idiomas de los países de la Unión Europea, trabajo en equipo, prevención de riesgos laborales así como aquéllas que se contemplen dentro de las directrices marcadas por la Unión Europea.

Artículo 4. Módulos profesionales del ciclo formativo.

Los módulos profesionales que constituyen el ciclo formativo son:

1. Los incluidos 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, y

2. El siguiente módulo profesional propio de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia:

— Inglés técnico para Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

Artículo 5. Currículo.

1. La contribución a las competencias, los objetivos, los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y las orientaciones pedagógicas de los módulos profesionales a que hace referencia el artículo 4.1 de esta Orden, son los definidos 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.

2. Los contenidos de los módulos profesionales del artículo 4.1 anterior se incluyen en el Anexo I de esta Orden, excepto los del módulo de Proyecto regulado en el artículo 7.

3. La contribución a las competencias, los objetivos, los contenidos, la metodología didáctica, los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y las orientaciones pedagógicas del módulo profesional relacionado en el artículo 4.2 de esta Orden son los que se especifican en el Anexo II.

Artículo 6. 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 y la asignación horaria semanal se concretan en el Anexo III.

Artículo 7. Módulo de Proyecto de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

1. El módulo profesional de Proyecto de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa tiene un carácter interdisciplinar e incorpora las variables tecnológicas y organizativas relacionadas con los aspectos esenciales de la competencia profesional del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, por lo que no tiene contenidos curriculares específicos.

2. El módulo profesional de Proyecto de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa se desarrollará durante el mismo periodo que el módulo profesional de Formación en centros de trabajo, y sólo se podrá acceder a él después de haber superado el resto de módulos profesionales, a excepción del módulo profesional de Formación en centros de trabajo.

3. El desarrollo y seguimiento del módulo profesional de Proyecto de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa deberá compaginar la tutoría individual y colectiva, de forma presencial y a distancia, utilizando las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

4. La superación de este módulo profesional será necesaria para la obtención del título.

Artículo 8. 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 4.1 son las establecidas en el Anexo III A del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa y se fijan sus enseñanzas mínimas. 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.

2. Las especialidades y, en su caso, las titulaciones del profesorado con atribución docente en el módulo profesional incluido en el artículo 4.2 son las que se determinan en el Anexo IV de esta orden.

Artículo 9. Espacios y equipamientos.

Los espacios y equipamientos que deben reunir los centros de Formación Profesional, para permitir el desarrollo de las actividades de enseñanza, son los establecidos en el Anexo V de esta Orden y deberán cumplir lo establecido en el artículo 11 del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, así como la normativa sobre igualdad de oportunidades, diseño universal o diseño para todas las personas y accesibilidad universal, prevención de riesgos laborales y seguridad y salud en el puesto de trabajo.

Artículo 10. Oferta a distancia.

1. Los módulos profesionales ofertados a distancia asegurarán al alumnado la consecución de todos los objetivos, expresados en términos de resultados de aprendizaje.

2. Para alcanzar estos objetivos y debido a las características especiales de algunos módulos, puede ser necesario establecer una parte de aprendizaje presencial. En este sentido, mediante resoluciones específicas, de la Dirección General competente en la ordenación académica de estas enseñanzas, se concretará el tiempo de presencia obligatoria mínima, para cada uno de módulos de los ciclos formativos que sean ofertados en esta modalidad.

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

4. En los centros sostenidos con fondos públicos de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, será de aplicación la plataforma de Formación Profesional a distancia, que reunirá las condiciones recogidas en los apartados 3 y 4 del artículo 49 de Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la Formación Profesional del sistema educativo.

Artículo 11. Oferta combinada.

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

Artículo 12. Flexibilidad en la oferta de Formación Profesional.

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

2. Esta formación se desarrollará con una metodología abierta y flexible, adaptada a las condiciones, capacidades y necesidades personales de los alumnos que les permita la formación permanente, la integración social y la inclusión de las personas adultas con especiales dificultades de inserción en el mercado de trabajo, cumpliendo lo previsto en el artículo 42, del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la Formación

Profesional del sistema educativo. Además, dicha formación será capitalizable para conseguir un título de Formación Profesional, para cuya obtención será necesario acreditar los requisitos de acceso establecidos.

3. Atendiendo a lo establecido en el artículo 6.2 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la Formación Profesional del sistema educativo, para promover la formación a lo largo de la vida, los órganos competentes en materia de Formación Profesional del sistema educativo podrán autorizar a los centros la oferta de módulos profesionales de menor duración organizados en unidades formativas. En este caso, cada resultado de aprendizaje, con sus criterios de evaluación y su correspondiente bloque de contenidos será la unidad mínima e indivisible de partición.

Disposición adicional única. Implantación de estas enseñanzas.

1. En el curso 2014-2015 se implantará el primer curso del ciclo formativo al que hace referencia el artículo 1 de la presente Orden.

2. En el curso 2015-2016 se implantará el segundo curso del ciclo formativo al que hace referencia el artículo 1 de la presente Orden.

Disposición transitoria única. Efectos retroactivos.

La presente orden surtirá efectos retroactivos a su entrada en vigor, siendo aplicable a partir del inicio del curso académico 2014/2015.

Disposición final única. Entrada en vigor

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

Murcia, 13 de julio de 2015.—La Consejera de Educación y Universidades, M.^a Isabel Sánchez-Mora Molina.

ANEXO I
RELACIÓN DE LOS CONTENIDOS DE LOS MÓDULOS PROFESIONALES DEL
CURRÍCULO DE TÉCNICO SUPERIOR EN ASESORÍA DE IMAGEN PERSONAL Y
CORPORATIVA

Módulo Profesional: Asesoría cosmética.
Código: 1181

Contenidos:

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

- Protocolo de actuación: fases de la asesoría de cosméticos.
- Fase de documentación:
 - Fuentes documentales.
 - Elaboración de la base de información de líneas de cosméticos y casas comerciales, entre otros.
 - Análisis de las tendencias.
 - Clasificación y archivo de datos.
- Fase de análisis de las características y necesidades de las personas usuarias:
 - Protocolo de estudio estético.
 - Procedimiento de identificación de demandas de la persona usuaria.
- Fase de asesoramiento en cosméticos y perfumes.
- Fase de evaluación y control del proceso.
- Campo de actuación del asesor de cosméticos y perfumes: concepto y funciones. Conocimientos técnicos y profesionales de los productos.
- Los productos cosméticos. Concepto y composición general: principios activos, excipientes y aditivos.
- Parte externa del cosmético. Elementos que la conforman:
 - Recipientes. Características comerciales y simbología de la forma, color y diseño.
 - Embalaje o envase exterior.
 - Prospecto y etiqueta: datos que deben figurar.
- Forma cosmética:
 - Concepto.
 - Tipos.
 - Características.
 - Clasificación.
 - Relación de la forma de presentación con el recipiente.
- Actuación de los cosméticos sobre la piel. Penetrabilidad:
 - Vías y grado de penetración.
 - Factores que influyen en la penetración de los cosméticos.

Realización del estudio estético para la asesoría cosmética:

- La piel eudérmica: aspecto externo y características principales.
- La tipología cutánea en la asesoría cosmética. Características.
 - Clasificación: piel seca, grasa, hiperhidratada, sensible, acnéica, envejecida y otras.
 - Características visuales. Elementos que determinan el tipo de piel.
 - Necesidades cosméticas generales.
- Reacción de la piel ante agentes externos y cosmetológicos.
- Valoración del tipo de piel: protocolo de reconocimiento. La observación visual y la palpación.
- Tipos de cabello. Características.

- Valoración del estado del cabello y cuero cabelludo. La observación visual y la exploración.
- Valoración de la morfología corporal.

Determinación de los cosméticos para la piel:

- Clasificación de los cosméticos.
- Cosméticos de higiene y complementarios. Cosméticos faciales y corporales: tipos, ingredientes activos principales, forma de presentación, indicaciones. Criterios de selección:
 - Exfoliantes: tipos, características y forma de actuación.
 - Mascarillas: tipos e indicaciones.
 - Desodorantes y antitranspirantes.
- Cosméticos de mantenimiento, protección y tratamiento de la piel. Cosméticos faciales y corporales: clasificación, características, sustancias activas, indicaciones y criterios de selección. Efectos. Formas cosméticas.
- Cosméticos de maquillaje: concepto, clasificación, ingredientes activos, indicaciones y criterios de selección:
 - Presentación de los diferentes tipos de cosméticos decorativos.
 - Efectos perseguidos.
 - Cosméticos para micropigmentación.
 - Bronceadores exógenos.
- Cosmética específica para medicina estética: tipos, funciones, composición y formas de presentación. Precauciones. Criterios de selección:
 - Productos para el envejecimiento: materiales de relleno, botox, exfoliantes de uso médico y otros. Características, modo de empleo y precauciones.
 - Productos para mesoterapia: efectos en función del principio activo que incorpore.
 - Cosméticos previos y posteriores a intervenciones de cirugía estética.
- Nutricosmética para la piel: concepto, objetivos, clasificación e indicaciones, principales ingredientes y modo de empleo.
- Cosmética masculina: clasificación, características, ingredientes e indicaciones:
 - Diferencias entre cosmética masculina y femenina.
- Novedades cosméticas: nuevos activos y nuevos vehículos.

Determinación de los cosméticos para los anexos córneos:

- Cosméticos capilares: clasificación.
- Cosméticos para la higiene y el acondicionamiento capilar: concepto, forma de actuar, ingredientes activos principales, indicaciones. Criterios de elección:
 - Cosméticos de higiene y acondicionamiento específicos para alteraciones capilares. Características.
 - Exfoliantes y descamativos del cuero cabelludo: principales componentes, mecanismos de acción, indicaciones y precauciones.
- Cosméticos para cambios de forma y de color del cabello: clasificación, forma de actuar, principales ingredientes, indicaciones y precauciones. Criterios de elección:
 - Modificaciones en la estructura capilar al aplicar técnicas de cambio de color y de forma temporal y permanente en el cabello.
- Cosméticos para alteraciones del cabello y cuero cabelludo: clasificación, principales activos, forma de actuar, indicaciones. Criterios de elección:
 - Aspecto del cabello después de la aplicación del cosmético.
 - Relación entre las necesidades cutáneas del cuero cabelludo y los principios activos de los cosméticos.
 - Asesoramiento al usuario sobre el empleo domiciliario.

- Cosméticos para el mantenimiento y la protección del cabello y cuero cabelludo: hidratantes, protectores solares y otros. Indicaciones, forma de actuar y formas cosméticas:
 - Relación entre las necesidades cutáneas del cuero cabelludo y el cabello normal y los cosméticos que se van a aplicar.
 - Protección del cabello y cuero cabelludo de la radiación solar. Factor de protección.
- Cosméticos capilares masculinos: clasificación, indicaciones, ingredientes y formas cosméticas.
- Cosméticos para la eliminación del vello: clasificación. Depilatorios químicos y depilatorios por tracción: forma de actuar, indicaciones y precauciones. Criterios de elección:
 - Cosméticos pre y post-depilación.
 - Ventajas e inconvenientes de los diferentes cosméticos depilatorios.
- Cosméticos decolorantes del vello: composición, mecanismo de acción, formas cosméticas, indicaciones y precauciones. Criterios de elección.
- Productos para manicura y pedicura: clasificación, función, principales ingredientes y formas cosméticas. Criterios de elección:
 - Cosméticos para uñas artificiales: tipos, características, indicaciones y precauciones.
- Nutricosmética para el cabello y las uñas: indicaciones e ingredientes activos.

Elaboración de propuestas personalizadas de tratamientos cosméticos:

- Estudio del cliente. Detección de necesidades cosméticas.
- Elaboración del protocolo de tratamiento personalizado: preparación e higiene, núcleo del tratamiento y finalización del tratamiento. Efectos perseguidos, indicaciones y contraindicaciones.
- Técnicas de aplicación de cosméticos de preparación e higiene de la piel. Secuenciación. Consejos de higiene.
- Técnicas de aplicación de cosméticos de mantenimiento y protección.
- Técnicas de aplicación de cosméticos de tratamiento, faciales y corporales. Secuenciación.
- Técnicas de aplicación de productos capilares: champú, acondicionador, cosméticos para alteraciones y otros.
- Técnicas de aplicación de cosméticos para manos y pies.
- Asesoramiento asociado al uso de cosméticos: hábitos de vida, recomendaciones y otros.
- Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados cosméticos. Pautas de manipulación y conservación de los cosméticos.
- Presentación de la propuesta. Dossier de asesoría cosmética: estudios y análisis realizados, selección de cosméticos que se pueden emplear, pautas de aplicación, frecuencia, distribución, horario y plan de mantenimiento.

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

- Perfumes: concepto y composición general (activos y excipientes).
- Esencias naturales empleadas en perfumería:
 - Esencias vegetales: modo de obtención.
 - Esencias animales: características.
- Estructura de un perfume. Pirámide olfativa.
- Tipos de perfumes: perfumería alcohólica.
- Conservación y manipulación de perfumes.
- Relación del tipo de perfume con las características y necesidades del cliente (personales, profesionales y sociales).
- Perfume e imagen personal.

- Factores que influyen en el olor del perfume.
- Factores que influyen en la elección de un perfume. Criterios para realizar la elección. Tipo de perfume que se aconseja emplear en función de la hora del día.
- Zonas de aplicación del perfume.
- Cómo y cuándo hay que perfumarse.
- Criterios para realizar la compra del perfume.
- Establecimientos de venta de perfumes: tipos y características.

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

- Clasificación de establecimientos donde se venden cosméticos: características, tipos de cosméticos de venta y criterios de elección.
 - Salones de estética, de peluquería, centros de tratamientos capilares, clínicas de medicina estética, balnearios, tiendas especializadas, grandes superficies, farmacias y parafarmacias, distribuidores y otros.
- Líneas de cosméticos faciales, capilares y corporales de venta al público o profesional.
- Relación calidad-precio en la compra de cosméticos. Las marcas y su posicionamiento en el mercado.
- Claves para la asesoría de compra de cosméticos faciales, capilares, corporales y decorativos.
- La asesoría de compra de cosmética masculina.
- La comunicación aplicada a la asesoría para la compra de cosméticos.
- El cosmético como artículo de regalo. Presentación externa. Elaboración de lotes y paquetes de regalos. Productos asociados a la venta de cosméticos. Variables que determinan la elección del regalo.

Módulo Profesional: Diseño de imagen integral.

Código: 1182

Contenidos:

Caracterización de la iconología:

- La iconología. Características. Historia de la iconología. Variaciones universales iconológicas.
- Los iconos: definición, tipos y características.
- Los valores morales y estéticos asociados a la iconología. Los conceptos filosóficos y su simbología. Aplicaciones de la iconología en diferentes sectores (arte, arquitectura, diseño, interiorismo/decoración interna y externa, escaparatismo y montajes audiovisuales, entre otros).
- Códigos, signos y símbolos. Definición, características y tipos. Soportes. Códigos estándares y no estándares. Códigos particulares, sectoriales, geográficos, culturales, religiosos y otros.
- Los niveles de percepción y sus condicionantes. Variaciones en función de su intensidad o grado. Aplicaciones y utilización.
- La percepción iconológica. Fisiología y psicología de la percepción. La sensibilidad individual. La percepción de la realidad y su entorno. Tipos de percepción: visual, olfativa y táctil, entre otros.
- Los sentidos y la iconología:
 - La vista: características de la visión. La luz y sus características: cantidad, intensidad, dirección, gama térmica, saturación, armonías y otros.
 - Sonido: concepto, percepción y tipos de sonido. Umbral de percepción.
 - El tacto y la tangibilidad: concepto y características. Valoraciones individuales.

- El olfato: sensaciones olfativas, funcionamiento y características. Uso del olor.
- El gusto: percepción del sabor, tipos de sabores y su localización en la cavidad oral.
- La objetividad y la relatividad. Diferenciación entre percepción y emociones. Las emociones y las cualidades personales.
- Elementos que conforman la imagen:
 - Las líneas: tipos, percepción, características y aplicación en los diferentes ámbitos de la asesoría. Representación gráfica de las líneas.
 - Los colores: la percepción del color y sus sensaciones. Aplicación del color en la asesoría. Teoría del color. El círculo cromático. Las gamas térmicas.
 - Las formas. Percepción y análisis. Cualidades asociadas. Aplicación en asesoría. Representación gráfica de las formas.
 - Los volúmenes: tipos de volúmenes, percepción de los mismos y su aplicación en la asesoría de imagen. Representación gráfica de los volúmenes.
 - Expresividad corporal y elementos sensoriales. El movimiento: concepto, tipos de movimiento, percepción y su aplicación en la asesoría de imagen. Posturas corporales. Modificación de movimientos inestéticos.
 - Sentidos no visuales. Los sonidos: tipos de sonido con repercusión en asesoría, aplicación y correcciones. Modulación del sonido. Ejercicios sonoros. Los olores: concepto y tipos de olores. Percepción del olor. Saturación olfativa.
- Uso del lenguaje iconológico:
 - El lenguaje social y el lenguaje del asesor. Adaptación del lenguaje social al lenguaje iconológico. El lenguaje iconológico: definición, características e importancia. Ámbitos de aplicación.
 - Las equivalencias entre cualidades y características físicas, códigos, símbolos y signos. Terminología que se debe utilizar.
 - Las formas adjetivadas de las cualidades. Las tablas de las cualidades y su jerarquización.
- Los niveles de percepción y sus condicionantes. Variaciones en función de su intensidad o grado.

Elaboración de documentación para la asesoría de imagen:

- Bases de información general. Identificación de las fuentes documentales: escritas, gráficas, audiovisuales y otras. Fichero de especialistas colaboradores.
- Métodos de obtención de la información: estrategias de búsqueda y selección. La fiabilidad de la información.
- Técnicas de clasificación en los diferentes ámbitos de la asesoría (belleza y cuidados estéticos, peluquería, protocolo oficial, de empresa y social, habilidades comunicativas, imagen corporativa y otros).
- Actualización de la información: control, seguimiento y conservación.
- Cuestionarios de asesoría: concepto, características, finalidad y objetivos, entre otros. Tipos de cuestionarios: básicos y específicos.
 - Cuestionarios básicos: información general, necesidades/motivaciones del usuario, características y cualidades que se desean transmitir, que se transmiten, que se deben potenciar o neutralizar y otros.
 - Cuestionarios específicos: concepto, características, finalidad, objetivos y otros. Tipos de cuestionarios específicos: belleza, hábitos de salud, cosmetológicos, antropomórficos, de color, de expresión, de *visajismo*, de comunicación, de hábitos sociales, de maquillaje, de vestuario, de fondo de armario y otros.

- Elaboración y diseño de cuestionarios de asesoría: criterios y características. Selección de ítem o variables según el tipo de cuestionario. Diseño de cuestionarios. Elementos gráficos (logotipo y grafismo, entre otros) Soportes. La adaptación de los cuestionarios.
- Elementos de revisión y mejora de los cuestionarios. Control de calidad aplicado a los cuestionarios.
- Otros documentos de asesoría: concepto y características de esos documentos. Diseño y elaboración. Documentos internos. Tipos de documentos y modelos: contratación del servicio, declaración de confidencialidad, elaboración de presupuestos, contratos de colaboradores, contratos de protección de datos y otros. Documentos de proyección externa: dossier de presentación, díptico/tríptico, dossier de empresa, tarjetas de visita y otros.

Diseño de documentos gráficos para la asesoría de imagen:

- Técnicas de expresión gráfica, fotográfica, audiovisual e informática.
- La elaboración de bocetos: técnicas, elementos y útiles de dibujo necesarios. Elementos básicos del dibujo y su aplicación en asesoría.
- La fotografía analógica y digital. Concepto y principios. Funcionamiento básico. El uso de la cámara. Técnicas básicas utilizadas en fotografía. La iluminación. La composición. Características que se deben tener en cuenta en relación a la cámara y a la ambientación.
- El retoque fotográfico y sus elementos. Tratamiento de la imagen mediante aplicaciones informáticas. Boceto y fotografía. Iniciación al tratamiento de fotografías y gráficos. Herramientas virtuales de diseño:
 - Métodos de especificación del color en un programa de diseño gráfico: RGB, CMYK y colores planos.
 - Herramientas de diseño.
 - Herramientas de edición.
 - Luces, sombras y texturas.
 - Aplicación de color a los objetos.
 - Edición de imágenes. Modificación de tamaños de imagen, resolución y espacio de color.
 - Ajustes de contraste, equilibrio de gris, equilibrio de color, brillo y saturación.
 - Corrección selectiva de color en el programa de edición de color.
 - Filtros: destramado, enfoque y desenfoque.
 - Retoques, degradados, fundidos y calados.
 - Opciones de aplicación en peluquería; en belleza (colorete, sombras, delineador de ojos y labios, lápiz de cejas y labios); en vestuario y complementos.
 - Almacenamiento de archivos. Formatos.
 - Ajustes de impresión.
- Creación de vídeos. El guión. Manipulación de la línea de tiempo. Selección de escenas y transiciones. Introducción de títulos y audio.
- Las aplicaciones informáticas como medio de tratamiento de la imagen personal. Iniciación al tratamiento de fotografías digitalmente. Programas informáticos relacionados. Programas de tratamiento de la imagen y diseño gráfico.
- Los medios audiovisuales. Tipos. Características. La postproducción.

Realización del estudio integral de la imagen:

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

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

Elaboración de propuestas personalizadas de asesoría imagen:

- El proyecto de asesoría: concepto, fases y tipos de proyectos. Características de los mismos. El proyecto parcial. El proyecto integral.
- Diseño de propuestas personalizadas de cambios de imagen. Estructura específica de la propuesta. Pautas para la elaboración del informe/propuesta de asesoría.
- Descripción de las necesidades y demandas.
- Conclusión del análisis integral de la imagen: características que se deben potenciar o modificar.
- Caracterización del nuevo estilo.
- Relación de los trabajos técnicos (tratamientos corporales y faciales, peinados y maquillaje) necesarios para el cambio de imagen. Selección de técnicas.
- Cambios en la indumentaria, complementos y accesorios.
- Relación de procedimientos para el cambio de hábitos, mejora de las habilidades sociales y de la expresión y comunicación.
- Documentación técnica y económica anexa a la propuesta: tipos y características. El presupuesto. Sistemas de liquidación económica. Alternativas en el pago. Documentación de soporte. Documentación de colaboración. Tipos de relaciones.
- Elaboración de diseños gráficos: bocetos para la asesoría de imagen. Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.
- Relación de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Proveedores y otros profesionales. Criterios de selección de profesionales colaboradores.

- Plan de actuación: calendario de actuación. Temporalización. Coordinación de trabajos.
- Presentación de propuestas. Aplicación de técnicas de comunicación para la presentación de propuestas:
 - Elementos de soporte de la propuesta: tarjetas personales, tarjetas de tejidos y otros.
 - Selección del formato de presentación.
- Conclusión de las propuestas: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.

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

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

Módulo Profesional: Estilismo en vestuario y complementos.

Código: 1183

Contenidos:

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

- La asesoría en estilismo. Campo de actuación. Definición y competencias. Figuras profesionales relacionadas.
- Concepto de estilismo. Vestiteca, *show room*, *outlet* y otros.
- La elegancia y el estilo. Clasificación general de estilos.
- Las tendencias y la moda. Repercusión económica. Técnicas asociadas a su difusión.
- El *prêt-à-porter* y la alta costura. Importancia actual.
- Colección. Concepto y tipos. Colección crucero.
- Desfiles: terminología asociada y características. Principales pasarelas mundiales.
- La diferenciación externa mediante otros elementos.
- Estilismo creativo y estilismo dirigido. La investigación como base de la inspiración y realización.
- El protocolo de actuación en estilismo. Elaboración del protocolo: partes, tipos, contenidos y documentos de apoyo.
- La bases de información del estilismo en el vestir. Fuentes documentales. Clasificación y archivo. Elaboración de muestrarios de referencia.

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

- La función del vestuario. La función mítica, protectora, jerárquica y otras.
- El vestido en la prehistoria.
- El vestuario en el mundo antiguo: desde Egipto a Bizancio. Características principales y su repercusión. El maquillaje y la belleza. Los complementos y su importancia.
- La edad media y el renacimiento. La influencia de las cortes. El vestido y sus variaciones.

- El Barroco y la corte francesa. El Rococó. Los excesos en el vestuario, peluquería y cosmética.
- La Revolución Francesa. El Romanticismo. El Dandismo. Los cambios volumétricos en la moda femenina.
- El Modernismo. La Revolución Industrial y su repercusión en el vestuario. El nacimiento de la alta costura. Charles Frederick Worth. Paul Poiret.
- Los felices años 20. La androginia. Las nuevas casas de moda.
- Los años 30. La moda y el cine. Nina Ricci, Vionnet, Gres y Chanel.
- La moda y el Surrealismo. Elsa Schiaparelli.
- El *new look* y el teatro de la moda. Los nuevos diseñadores y su influencia: Dior, Balenciaga, Balmain, Fath, Givenchy y otros.
- Los pantalones vaqueros y el estilo de vida americana. La juventud y sus revoluciones. Los hippies.
- El cine y la televisión. El futurismo de Pierre Cardin. La moda unisex. El *punk*.
- La moda americana y la nueva silueta: Donna Karan, Calvin Klein, Ralph Lauren y otros. El fin de la alta costura. Nuevas alternativas.
- La moda y la edad. Las modas sociales actuales.
- Jóvenes diseñadores nacionales e internacionales. Características.

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

- El estudio del cliente. Métodos y equipos para el estudio y análisis del cliente: entrevistas, cuestionarios, medidas y grabaciones, entre otros.
- Aplicación de los métodos de observación.
- Los patrones habituales.
- Detección de necesidades: socio-laborales, artísticas y otras.
- Identificación del ámbito de aplicación y las cualidades de la imagen a proyectar. Características y ejemplos.
- Registro y control de la información. Documentación anexa.
- Técnicas de preparación del cliente.
- La antropometría de la figura humana masculina y femenina. Proporciones reales e idealizadas. Percepción de las mismas.
- Características corporales con influencia en la indumentaria y los complementos: estatura, peso, proporciones, hombros, pecho, cintura, caderas, piernas, rodillas y tobillos, entre otros. Proyección/percepción de la imagen a través de las características corporales.
- Las tallas. Determinación de las medidas corporales Registro de datos.
- La representación gráfica de la figura humana. Determinación de la tipología corporal. Registro de datos.
- Alteraciones psicológicas relacionadas con el cuerpo humano con repercusión en la imagen.
- Test de color. Técnicas para la elección de colores personales.
- Elementos que definen el estilo en el vestir: color, líneas formas y volúmenes. Aplicación en el vestuario y complementos.
- Determinación del estilo del cliente. Tipos (clásico, informal, deportivo, casual, romántico, sectorial, funcional y vanguardista, entre otros). Gradación del estilo.
- Análisis de la indumentaria y de los complementos.

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

- Las correcciones corporales mediante el vestuario. Los inestetismos. Las asimetrías. Concepto, tipos y características.
- La indumentaria masculina y femenina.
- Tipos de prendas. Criterios de selección.

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

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

- La propuesta personalizada para el cambio de imagen a través de la indumentaria.
- Definición y estructura.
- Tipos de propuestas.
- Documentación base: el dossier de asesoría en estilismo. Organización y estructura: uso de logotipos, portada, índice, datos, fotos, cualidades iniciales, cualidades que se desean obtener, propuesta técnica y otros.
- Documentación técnica anexa: tipos y características. Procedimientos para cumplimentar los documentos técnicos de la propuesta personalizada. Diseños gráficos y audiovisuales. Aplicación de herramientas manuales, gráficas e informáticas.
- Documentación económica: el presupuesto.
- Planificación de acciones: el plan de trabajo. Calendario de actuación, contenidos y pautas de elaboración.
- Adecuación de la propuesta/personalización de la demanda.
- Presentación de la propuesta: aplicación de técnicas de comunicación para la presentación de la propuesta
- Procesamiento y archivo de la información. Uso de la base de datos.

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

- Los puntos de venta de vestuario y complementos.
- Criterios de selección de vestuario, tejidos y complementos: identificación de la demanda. Tabla de equivalencias del tallaje del vestuario en otros países.
- Criterios de selección de tiendas especializadas, diseñadores y firmas de ropa. Relación calidad-precio.
- El fondo de armario. Fondo de armario masculino y femenino. Composición. Revisión y actualización.
- El equipaje básico en distintas actividades.
- Selección y combinación de colores en prendas, accesorios y complementos.
- Pautas para la elección y combinación de prendas y complementos.
- Pruebas de vestuario. Coordinación y supervisión.
- Técnicas de seguimiento y mantenimiento del proceso de asesoría en el vestir.
- Los complementos como artículo de regalo:
 - Pautas para guiar en la compra.
 - Variables que determinan su elección

Módulo Profesional: Asesoría de peluquería.

Código: 1184

Contenidos:

Elaboración del protocolo de trabajo del asesor de peluquería:

- Protocolos de trabajo del asesor de peluquería: partes, tipos, contenidos y documentos de apoyo.
- Fase de documentación. Elaboración de la base de información de patrones estéticos de peinados. Base de información de patrones estéticos:
 - Datos de estilos capilares. Elaboración de un muestrario de estilos.
 - Fuentes documentales: webs de Internet, revistas de moda, de peinados, de maquillajes, magazines, actualidad, especializadas y técnico-científicas. Libros, cine y televisión.
 - Clasificación y archivos de datos.
- Fase de análisis de las características y necesidades de la persona usuaria y su entorno:
 - Protocolo de estudio estético.
 - Protocolo para el estudio de las cualidades de la imagen.
 - Procedimiento de identificación de demandas del usuario.
 - Proceso de identificación de las necesidades y demandas en peluquería y barbería, de los medios audiovisuales, escénicos y de moda.
 - Identificación de los requerimientos sociales y laborales.
- Fase de asesoramiento en peluquería y estilismo facial masculino.
- Fase de evaluación y control del proceso.
- Campo de actuación del asesor de peluquería. Asesoramiento en imagen y belleza capilar (personal, profesional, corporativa y otros.). Asesoramiento en producciones audiovisuales, escénicas y de moda. Asesoramiento en estilismos faciales masculinos. El asesoramiento en actos y eventos. Asesoramiento en cambios de estilo.

Realización del estudio estético para la asesoría de peluquería:

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

Determinación de los cuidados y tratamientos capilares para el asesoramiento:

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

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

- Cualidades de la imagen que se va a potenciar, neutralizar y modificar a través de la asesoría de peluquería y barbería.
- Cuestionario valorativo de las preferencias del cliente.
- Concreción del nuevo estilo y creación de la nueva imagen. Estilos a través de los peinados y técnicas de peluquería y barbería.
- Determinación de los elementos del peinado que forman la nueva imagen:
 - Identificación de la armonía: fría y cálida.
 - Análisis de las líneas, formas, colores y volúmenes.
 - Correcciones ópticas a través del cabello: del óvalo, de las facciones, del cráneo, del perfil, del cuello y de los hombros.
- Determinación del largo, forma, color y estilo del cabello en la nueva imagen.
- Determinación del estilo en el pelo facial.
- Los complementos de peluquería en la creación de estilos.
- Procesos técnicos de peluquería para el cambio de longitud. Corte. Estilos de corte. Pautas.
- Procesos técnicos en peluquería para el cambio de forma. Permanente y moldeado. Pautas de realización. Cambio de forma temporal.
- Procesos técnicos en peluquería para el cambio de color. Coloración, decoloración y mechas. Pautas de realización.
- El peinado y la técnica de secado. Parámetros que influyen directamente en el volumen del cabello: el diámetro, densidad, curvatura, porosidad. Recogidos: Altos, bajos y otros. Posticiería capilar. Extensiones.
- Técnicas de barbería: afeitado, recortado, rasurado y otras.

Elaboración de propuestas de cambio de imagen:

- Diseño de propuestas personalizadas de cambios de imagen a través de tratamientos y técnicas de peluquería y barbería. Estructura específica de la propuesta. El informe técnico de la asesoría de peluquería.
- Descripción de las necesidades y demandas:
 - Variables personales y sociolaborales: estilo de vida, personalidad, características estéticas, acontecimientos, ámbito laboral y otras.
 - Interpretación de informes profesionales.
- Valoración de los resultados del estudio de la imagen personal: características que se pueden potenciar o modificar.
- Caracterización del nuevo estilo.
- Relación de los trabajos técnicos de peluquería y barbería necesarios para el cambio de imagen:
 - Selección de técnicas de peluquería.
 - Selección de tratamientos estéticos capilares o asociados a tratamientos de cirugía estética capilar.
 - Selección de peinados y de recogidos. Selección de complementos capilares asociados al nuevo peinado.
 - Selección del tipo de barba, bigote o patilla.
- Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características.
- Elaboración de diseños gráficos y fotográficos: bocetos sobre estilos de peinados, barba y bigote.
- Medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Criterios de selección de profesionales colaboradores.
- Planificación de acciones: calendario de actuación. Temporalización. Coordinación de trabajos.
- Documentación económica: elaboración del presupuesto.
- Presentación de la propuesta personalizada:

- Selección del formato de presentación.
- Selección del material visual: fotos, esquemas, bocetos y programas informáticos.
- Argumentación de la propuesta personalizada.
- Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso. Cumplimentación de la autorización de puesta en marcha del proceso.
- Propuestas para producciones audiovisuales de asesoramiento de imagen a través de la peluquería:
 - Requerimientos escénicos.
 - Técnicas para el análisis de un proyecto artístico.
 - Identificación del contexto histórico.
 - Técnicas para el estudio de los personajes.
 - Análisis de las características del intérprete o modelo.
 - Estudio del guión.
 - Cambios a lo largo del rodaje y adaptación del personaje en su evolución.
- Propuestas para producciones de fotografía y moda. Estudio del desfile, modelos, temporada, público, duración, presupuesto y demandas del diseñador.

Establecimiento de pautas para el mantenimiento de la nueva imagen:

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

Módulo Profesional: Protocolo y organización de eventos.

Código: 1185

Contenidos:

Caracterización del protocolo oficial:

- La asesoría en protocolo. Campo de actuación del asesor en protocolo y eventos. Figuras profesionales relacionadas. Concepto de protocolo. Principios de la práctica del protocolo. Origen e historia del protocolo. Relevancia social.
- El protocolo oficial español: la Casa Real; el poder ejecutivo, legislativo y judicial y las Fuerzas Armadas. La normativa protocolaria. Ámbitos de aplicación de la normativa.
- Protocolo en las Comunidades autónomas. Protocolo en las Administraciones locales.
- Legislación vigente aplicada al protocolo:
 - Ordenamiento de autoridades e instituciones: ordenamiento general de precedencias del estado. El Real Decreto de Ordenamiento General de Precedencias en el Estado.
 - Leyes orgánicas que establecen el orden de precedencia en las distintas comunidades autónomas y en las corporaciones locales. Los decretos de protocolo de los gobiernos autónomos. Administración local y sus autoridades: preceptos protocolarios de las corporaciones locales (ayuntamientos y diputaciones).

- Normativa sobre la simbología del estado: himnos, banderas, escudos y heráldica.
- Régimen de títulos, tratamientos, honores y distinciones: Reglamento de Honores Militares, Reales Ordenanzas para las Fuerzas Armadas, Reales Ordenanzas del Ejército de Tierra, Reales Ordenanzas de la Armada y Reales Ordenanzas del Ejército del Aire.
- Bases de información en protocolo. Fuentes y departamentos de consulta de normativa y legislación protocolaria. Clasificación y archivo.
- Instituciones públicas y privadas: concepto, organigrama, organización y características. Las institucionales nacionales, autonómicas y locales.
- Distinciones protocolarias y su simbología. Clasificación general. Características.
- Simbología heráldica y la vexilología. Historia y características.
- Los tratamientos honoríficos y su aplicación. Tipos de tratamiento.
- Las distinciones nobiliarias. Características. Escala nobiliaria española. Otras escalas nobiliarias.
- Otros tipos de distinciones.
- Metodología en la asesoría en protocolo: partes, tipos, contenidos y documentos de apoyo.

Caracterización de los actos protocolarios oficiales y no oficiales:

- Los actos públicos. Características y tipos de actos públicos oficiales y no oficiales. Los actos públicos oficiales de carácter general y los actos públicos oficiales de carácter especial. Diferencias entre ellos.
- Los actos privados o no oficiales. Características y tipos de actos no protocolarios.
- El protocolo religioso y sus actos. Características de los actos religiosos. Importancia de la tradición.
- El protocolo universitario y sus actos. Características, precedencia y organigrama. Tipos de actos universitarios. El vestuario específico.
- El protocolo militar y sus actos. Organigrama de los cuerpos militares y su precedencia. Tipos de actos militares. Tributación de honores militares.
- Identificación del tipo de acto, el ámbito de aplicación y las características o cualidades que se pueden proyectar. Elementos que hay que valorar. Otras características en relación al acto: finalidad, público objetivo y otros.
- Ámbito de aplicación del protocolo en los actos oficiales y no oficiales:
 - La presidencia de los actos. Cesión de presidencias. Resolución de conflictos.
 - La precedencia oficial y no oficial. Los organigramas y jerarquías. Justificación.
 - Los símbolos.
 - Las intervenciones.
 - El comportamiento social.

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

- El proyecto organizativo y sus fases.
- Fase previa: objetivos del acto. Recogida de información. Identificación del acto y su proyecto organizativo. Necesidades organizativas. Aplicación de métodos de observación de actos protocolarios.
- Fase de planificación: elaboración del programa y cronograma: Requerimientos del acto: recursos humanos, materiales y espacios físicos del evento:
 - Imagen del evento: vestuario, decoración, música, ordenación de banderas y otros.
 - Convocatoria del acto: planos, recorrido, estacionamiento, lugares habilitados, personal y otros.
 - Criterios de organización del transporte y del alojamiento.

- Público asistente e invitaciones. Elaboración de listados. Inscripción: tipos y modo de realización. Confirmación de la asistencia.
- Promoción del acto. Los elementos de promoción del acto.
- Fase de desarrollo del evento: logística de la actividad. La inauguración. La clausura del acto:
 - Interrelación entre los profesionales colaboradores. Personal de soporte. Proveedores.
 - Línea de imagen del evento: la decoración del acto.
 - La recepción de los invitados. La llegada de las autoridades o VIP. Los regalos. La visita por las instalaciones.
 - Ordenación de personalidades: la precedencia dentro del acto. Distribución de asistentes en el acto.
 - Ordenación de las intervenciones. Los discursos y sus requerimientos técnicos: requerimientos informáticos, telefónicos, servicios de traducción simultánea y otros.
- La comunicación en los actos protocolarios. Las relaciones con los medios de comunicación. Las ruedas de prensa. Convocatoria y objetivos. El comunicado de prensa. Tipos.
- Fase de evaluación del acto o evento. Seguimiento de la difusión del acto. Acciones posteriores al evento.
- Aplicación del control de calidad del acto. Detección de problemas. Registro de incidencias. Medidas de corrección de las desviaciones.

Elaboración de la propuesta de organización de actos protocolarios:

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

Caracterización del protocolo internacional:

- Protocolo internacional: el protocolo extranjero y el protocolo diplomático. Las recepciones diplomáticas: modelos de comportamiento en recepciones diplomáticas.
- El protocolo internacional y su relación con el mundo empresarial. Los grupos dominantes mundiales. División en zonas geográficas o con características comunes.
- La UE: concepto, historia y características. Simbología asociada. Organigrama.

- Costumbres, hábitos y cultura social de los principales países constituyentes de la UE. Variaciones en cuestiones protocolarias y su justificación. La influencia de la religión.
- Costumbres, hábitos y cultura social de los países del este.
- Canadá. Divisiones idiomáticas y culturales. Variaciones culturales y sociales.
- Costumbres, hábitos y cultura social de EEUU. Zonas de influencia asociadas.
- América latina. Hábitos, costumbres y cultura social.
- El mundo árabe. La religión: los grupos religiosos dominantes y sus condicionantes. Hábitos, costumbres y cultura social.
- El África subsahariana. Países constituyentes. Costumbres y cultura social común, entre otros.
- Las culturas orientales. Hábitos, costumbres y cultura social de cada zona. Características diferenciadoras respecto a los países occidentales.
- Las relaciones internacionales y su repercusión en el protocolo.
- Pautas de actuación en el protocolo internacional.

Establecimiento del protocolo empresarial:

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

Módulo Profesional: Usos sociales. **Código: 1186**

Contenidos:

Identificación del campo de actuación del asesor en usos sociales:

- El protocolo social. Los usos sociales: definición y características y conceptos asociados. Historia del protocolo social.
- Usos del protocolo social. Necesidad de códigos de comunicación y conducta:
 - Relatividad u obligatoriedad de los usos sociales.
 - Conceptos asociados: urbanidad, buenas maneras, protocolo social, habilidades sociales, cortesía, modales, educación y otros.
 - Acciones del protocolo social. Normas, hábitos y costumbres. Acciones que deben evitarse.
 - La etiqueta.
 - Los nuevos manuales de urbanidad.

- Estudio de las características personales asociadas al protocolo social:
 - Rasgos personales positivos. Cualidades esenciales en el hombre/mujer. Valores éticos y morales que se deben potenciar o modificar.
- Aplicación de la inteligencia emocional en el comportamiento social. Empatía y autovaloración.
- Análisis del lenguaje corporal. Importancia e interpretación de los gestos como medio de comunicación en usos sociales.
- Estudio del ámbito de aplicación de los usos sociales:
 - Comportamiento personal.
 - La vida en sociedad y otros. Clasificación de los actos y reuniones sociales.
 - Repercusión de la multiculturalidad en los usos sociales. Características y factores diferenciales. Implicaciones en el comportamiento social.
- La figura del asesor en usos sociales: campo de actuación.
- Técnicas para detectar las características, necesidades y demandas del cliente en usos sociales.
- Registro y control de la información.

Determinación de usos y normas protocolarias en las relaciones sociales:

- Las relaciones sociales. Tipos.
- Etiqueta social: personal, social, laboral y otros:
 - Normas de comportamiento en sociedad. Valoración de aspectos positivos o negativos de hábitos o modelos de comportamientos en público.
 - Normas de comportamiento en la vía pública. Valoración de aspectos positivos o negativos de hábitos o modelos de comportamientos en la calle. Normas de comportamiento en la calle (caminar, ceder el paso y otras). Normas de comportamiento en los transportes públicos. Normas de comportamiento en los establecimientos públicos (usos sociales en la entrada y salida del establecimiento, propinas y otras).
 - Aplicación de la etiqueta social en el vestir. Elegancia. Aspecto práctico y estético del vestuario. Extravagancia. Etiqueta social en la aplicación de perfume y maquillaje.
- Técnicas protocolarias en usos sociales elementales:
 - Normas protocolarias en las visitas. Visitas personales. Visitas concertadas. La atención a visitas. Criterios de selección del momento y duración de la visita. Normas de actuación en visitas singulares: inesperadas, a enfermos, de pésame y otras.
 - Comportamiento social relacionado con los regalos. Tipos de regalos (regalos de empresa, regalos en metálico, regalos indiscretos, de agradecimiento, de compromiso, regalos colectivos, regalos gastronómicos y otros). Criterios de elección: adecuación del regalo a las circunstancias personales, sociales y laborales. Presentación y entrega de regalos. Comportamiento en la recepción de los regalos.
- El comportamiento en el entorno laboral:
 - El protocolo social en las relaciones laborales. La jerarquía en el trabajo. Diferencias jerárquicas. La convivencia laboral.
- Técnicas de evaluación del proceso de asesoría en usos sociales.

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

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

- Las invitaciones. Principales tipos de invitaciones (invitaciones por teléfono, invitaciones impresas e invitaciones escritas a mano). Tipos de respuesta ante una invitación.
- Las presentaciones. Elementos de presentación:
 - Presentación de familiares.
 - Presentación en sociedad. Quién debe hacer las presentaciones. Actuación en la presentación en distintas situaciones. Presentación en la vida profesional. Tarjetas de presentación.
 - La autopresentación.
- La correspondencia. Normas de cortesía en la correspondencia: el lenguaje en la correspondencia.
 - Elementos soportes de la correspondencia: el papel de las cartas, el papel timbrado y los sobres.
 - Tipos de correspondencia: cartas personales, correspondencia comercial, cartas postales, felicitaciones escritas y otros documentos: informes y memorándum.
 - El protocolo en los documentos escritos en Internet. La netiqueta.
 - La firma. Abreviaturas utilizadas en la correspondencia.
- Plan de entrenamiento al usuario en usos sociales ligados a la presentación y comunicación personal.
- Lenguaje y códigos en usos sociales:
 - El arte de conversar en sociedad. Dirigir la palabra. Lenguaje coloquial. Conversaciones. Iniciar y mantener una conversación. Conversaciones en la mesa. Conversaciones telefónicas. Proyección y tono de la voz.
 - Aspectos negativos: expresiones vulgares.

Caracterización de los usos sociales en la mesa:

- Habilidades sociales en la mesa:
 - Comportamiento en la mesa. El uso de servilletas.
 - Manejo de los cubiertos con los diferentes alimentos.
 - Formas de servir los alimentos.
- La vajilla: tipos, diseño, materiales, formas, componentes y elementos especiales. Las marcas comerciales de vajillas.
- La cristalería: elementos, diseño, materiales, formas y estilos, y piezas asociadas.
- La cubertería: piezas, diseño, materiales, formas y estilos, y elementos complementarios.
- Preparación de la mesa:
 - La decoración de la mesa.
 - Elementos que la integran. El orden de los elementos en la mesa. Colocación de los cubiertos, cristalería, vajilla y elementos auxiliares. La lencería: colocación de manteles y servilletas.
 - Comensales. Tipos y características. Clasificación y categoría con respecto al acto. Criterios de colocación de comensales en la mesa.
 - La mesa y los niños.
- Elección del menú y la hora. Adecuación al aperitivo, almuerzo, cena, cóctel, *brunch*, *lunch*, bufé y otros.
 - Alimentos y bebidas. Cantidades aproximadas por comensal.
 - Selección de vinos.
- El ceremonial del té.
- Modelos de comportamiento en establecimientos de restauración. La carta, elección de platos, comunicación con el personal: el *maître*, sumiller, chef de cocina y otros. La cuenta.
- Plan de entrenamiento en habilidades sociales en la mesa.

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

- Diseño de propuestas personalizadas: definición y estructura.
- Descripción de las necesidades y demandas: variables personales, sociales y laborales.
- Valoración de las necesidades en usos sociales y características personales del lenguaje corporal, oral y otros.
- Determinación de los cambios necesarios en usos sociales.
- Elaboración y preparación de materiales para elaborar la propuesta. Selección del material visual: fotos, esquemas, bocetos y programas informáticos.
- Relación de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Criterios de selección de profesionales colaboradores.
- Documentación técnica y económica: tipos y características. Procedimientos para cumplimentar los documentos técnicos de una propuesta personalizada. Elaboración del presupuesto.
- Planificación de acciones: calendario de actuación, temporalización y coordinación de trabajos.
- Elaboración de propuestas en distintos soportes.
- Presentación de una propuesta personalizada y organización de actos y reuniones sociales.
- Argumentación de la propuesta personalizada. Aplicación de técnicas de comunicación.
- Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.
- Plan de entrenamiento en los nuevos usos sociales.

Establecimiento de pautas de organización de actos y reuniones sociales:

- Pautas de organización de reuniones en el domicilio: concepto y tipos:
 - Recepción en casa. Normas básicas de recepción. Identificación y reparto de actividades y funciones. Deberes del anfitrión y de los invitados.
- Pautas de organización de celebraciones familiares de carácter civil o religioso. Los bautizos, la primera comunión y otros. Características, normas de comportamiento y recomendaciones de vestuario. Identificación y reparto de actividades y funciones. Normas de comportamiento de los invitados.
- Necesidades para la organización de aniversarios. Identificación y reparto de actividades y funciones. Deberes del anfitrión y de los invitados. Tipificación de los aniversarios y efemérides.
- Necesidades organizativas en los funerales. Formas de difusión de la información o comunicación del suceso. El vestuario de luto. Normas de comportamiento.
- Normas de comportamiento en actos con autoridades civiles, religiosas y militares.
- Necesidades organizativas en otros actos protocolarios no oficiales: presentación en sociedad. La puesta de largo. Los conciertos. Otros. Normas de comportamiento.

Organización de eventos singulares:

- Pautas de organización de banquetes. Definición y características:
 - Tipos de banquetes protocolarios.
 - Características de los espacios y sus necesidades.
 - Tipos de mesas y características. Criterios de selección. Número de mesas y su distribución.
 - Invitados y precedencia. Elaboración de listas de invitados. Las presidencias. Colocación de comensales.

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

Módulo Profesional: Asesoría estética.

Código: 1187

Contenidos:

Elaboración del protocolo de trabajo del asesor de estética:

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

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

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

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

- Tratamientos estéticos faciales y corporales :
 - Clasificación de tratamientos faciales y corporales: Hidratantes, seborreguladores, despigmentantes, preventivos y paliativos del envejecimiento cutáneo, reductores, reafirmantes, activadores de la circulación periférica y otros. Indicaciones.
 - Criterios de selección.
- Tratamientos para la eliminación y decoloración del vello :
 - Técnicas de depilación mecánica: indicaciones y contraindicaciones. Criterios de selección.
 - Técnica de depilación eléctrica: indicaciones y contraindicaciones. Criterios de selección.
 - Fotodepilación: indicaciones y contraindicaciones. Criterios de selección. Depilación láser.
- Cuidados de manos y pies.
 - Manicura, pedicura, uñas artificiales. Indicaciones.
 - Tratamientos de manos y pies. Indicaciones.
 - Criterios de selección.
- Medicina y cirugía estética.
 - Clasificación de tratamientos médico-estéticos y cirugía estética. Indicaciones.
 - Criterios de asesoramiento y derivación a profesionales especialistas.
- Técnicas electroestáticas: clasificación. Indicaciones y contraindicaciones. Efectos. Aplicaciones. Criterios de selección.
- Técnicas manuales: clasificación, efectos e indicaciones. Criterios de selección.
- Técnicas cosmetológicas: clasificación de cosméticos asociados a los tratamientos. Criterios de selección.
- Técnicas hidrotermales: clasificación. Efectos. Indicaciones. Criterios de selección.

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

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

Aplicación de técnicas de automaquillaje:

- Selección de cosméticos decorativos. Clasificación, tipos y formas de presentación. Tonos y texturas.
- Selección de útiles y materiales. Tipos y características.
- Técnicas previas a la aplicación de maquillaje: desmaquillado y preparación de la piel.
- Técnicas de corrección y diseño personalizado de las cejas.
- Técnicas de aplicación de productos cosméticos decorativos.
 - El maquillaje de fondo: la técnica del batido, arrastre y difuminado.
 - Parámetros que se deben tener en cuenta para la aplicación de bases de maquillaje, polvos, colorete, correctores, sombras, delineadores, cosméticos labiales: zonas de aplicación, dirección, material de aplicación, color y maniobras, entre otros.
- Técnicas de aplicación de maquillaje correctivo en el rostro.
 - Correcciones de la coloración de la piel.
 - Aplicación de correcciones claras y oscuras.

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

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

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

Establecimiento de pautas para el mantenimiento de la nueva imagen:

- Técnicas de entrenamiento para la higiene y preparación de la piel.
- Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados estéticos.

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

Módulo Profesional: Habilidades comunicativas.
Código: 1188

Contenidos:

Caracterización de los tipos de comunicación:

- La comunicación. Aspectos generales. Elementos de la comunicación.
- Diferencia entre comunicación e información.
- Comunicación escrita: herramientas de escritura. Estructura y vocabulario:
 - Marcadores textuales.
 - Muletillas y comodines.
 - Nivel de formalidad del texto.
 - Las Nuevas técnicas de comunicación escrita: los *e-mails*, la *netiqueta* y otros.
- Comunicación oral: herramientas de la expresión oral.
- Comunicación gestual: la expresión corporal:
 - El lenguaje del cuerpo.
 - El lenguaje facial.
 - El espacio interpersonal.
- La comunicación interpersonal, social y laboral. Características. Tipos.
- La comunicación pública: características. Tipos de público. El lenguaje en la comunicación pública:
 - Ejemplos de comunicación pública: el discurso, la entrevista, el brindis y otros.
- Las técnicas de comunicación en la actualidad: *coaching*, *tapping* y otros.
- Imagen personal y comunicación. Elementos de la imagen que influyen en la comunicación.

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

- Plan general de asesoramiento en técnicas de comunicación: estructura y elementos. Fases de actuación del asesor de habilidades comunicativas.
- Fase de documentación. Métodos de obtención de la información: estrategias de búsqueda. Criterios de selección. Métodos de organización e integración de los resultados de la búsqueda. Análisis y clasificación de la información. Dossier de colaboradores profesionales: criterios para la elaboración y actualización de ficheros de especialistas.
- Fase de análisis de las características, las necesidades y demandas de la persona usuaria y de su entorno.

- Fase de desarrollo: plan de intervención para la mejora de habilidades de comunicación en los distintos ámbitos de actuación: objetivos, medios técnicos, temporalización y planificación de actividades. Elementos de la imagen que influyen en la comunicación:
 - Actividades para un acontecimiento puntual.
 - Actividades para cambios progresivos
- Fase de evaluación y control: pautas para realizar el seguimiento del plan y evitar desviaciones.
- Campo de actuación del asesor.

Aplicación de técnicas de análisis de las habilidades comunicativas:

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

Presentación de la propuesta técnica de comunicación:

- Propuesta de asesoría en técnicas de comunicación: estructura, información y secuenciación. Factores que condicionan o modifican la propuesta. Propuestas personalizadas.
- Tipos de soportes para la elaboración y preparación de documentos: papel, medios informáticos y medios audiovisuales, entre otros:
 - Programas para realizar presentaciones.
- Elaboración de la propuesta en diferentes tipos de soportes.
- Técnicas de comunicación de la propuesta o plan de actuación. Ventajas y desventajas de la comunicación oral y escrita.
- Habilidades de presentación.
- Técnicas para la resolución de dudas.
- Cumplimentación de documentación: acuerdos y autorización del proceso.

Aplicación de técnicas de entrenamiento en comunicación:

- Actividades para desarrollar habilidades comunicativas personales e interpersonales, sociales y profesionales.
- Comparecencias ante público y audiencias: técnica vocal, la personalidad y el mensaje. Autocontrol: preparación y recuperación del estado emocional óptimo. Tipos de comparecencias: oficiales y privadas, entre otras.
- Características de las comparecencias que condicionan la imagen.
- Hablar en público. Técnicas y estrategias para mejorar el habla en público.

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

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

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

Módulo Profesional: Imagen corporativa.

Código: 1189

Contenidos:

Realización del estudio de la identidad corporativa:

- Campo de actuación del asesor de imagen corporativa.
- Asesoramiento en imagen de los espacios. ubicación espacial de la sede social, imagen arquitectónica, paisaje urbano, logística, señalización, aparcamientos, imagen del hábitat y otros. Asesoramiento en imagen de las personas. Asesoramiento en imagen iconográfica y cultura corporativa. Asesoramiento en imagen de la gestión.
- Personalidad corporativa de la organización: temperamento y carácter. La cultura corporativa: manifestaciones y acciones.
- Transmisión de la cultura corporativa: habilidades sociales, habilidades de interrelación profesional y corporativa.
- La ideología o filosofía corporativa de la organización: Ideología de los fundadores: adscripciones y niveles de compromiso, Ideología del equipo directivo e ideología de los recursos humanos.
- Relación entre la filosofía corporativa y el producto, su público objetivo y su público potencial. Repercusión.
- Identidad corporativa e institucional: identificación de la imagen corporativa.
- Métodos y técnicas para realizar la concreción de la identidad corporativa. El argumento corporativo. Parrilla técnica. Metodología de investigación mixta (PIT). Técnica DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades).

- Estudio de imágenes corporativas públicas y privadas de ámbito nacional e internacional. Análisis del tratamiento de la imagen corporativa en otros países.
- Relación entre imagen corporativa y tipos de empresa o entidad. Características.
- La percepción social de los valores e imagen corporativos. Sistemas de valoración de la percepción social. Análisis de la percepción.

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

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

Determinación de la imagen de los colectivos profesionales:

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

Elaboración de proyectos de asesoría de imagen corporativa:

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

Elaboración del manual de imagen corporativa:

- El manual de estilo o manual de imagen corporativa. Estructura y objetivos.
 - Definición de los elementos gráficos de identidad visual: signos identificadores. El logotipo. El sistema de marca. Función comunicativa de la identidad visual: diferenciadora, simbólica, designativa, asociativa y memorística, entre otras.
 - Normas referidas a la aplicación del diseño y a la identidad gráfica.
 - Los manuales de procedimiento: submanual de imagen colectiva, submanual de estrategias comunicativas, submanual de identidad visual y otros.
- Los libros de estilo.
- Manuales corporativos de interés en asesoría de imagen corporativa: los partidos políticos y su manual corporativo. Elementos identificadores. Características. Diferencias entre las diferentes opciones políticas. Los manuales corporativos de los principales medios de comunicación. Elementos identificadores. Características. Diferencias entre las diferentes opciones. Otros manuales corporativos.
- La gestión de la imagen corporativa en la comunicación visual.
- Evaluación de la evolución del manual de imagen.
- Análisis de la repercusión económica de las acciones en imagen corporativa. Valor comercial potencial de la imagen corporativa.

Implementación de estrategias de comunicación:

- Políticas de imagen y comunicación empresarial/institucional. Estrategias de comunicación corporativa.
- Plan de comunicación empresarial: definición de objetivos, definición de estrategias y mensajes, calendario de actuación, evaluación de costes y seguimiento del plan. Instrumentos del plan de comunicación: las relaciones públicas y las campañas de comunicación.
- Análisis y aplicación del plan de comunicación empresarial.
 - La comunicación escrita: pautas sociales y culturales, estrategias de redacción, aplicaciones de imagen corporativa y modelos de cartas y memorandos.
 - La comunicación verbal: posiciones sociales y culturales, pautas y estructura de discursos.
 - La comunicación no verbal y la imagen corporativa. Características.
 - Estrategias de prensa.
- La tecnología y la comunicación en la imagen corporativa. Características.
- Las relaciones externas con repercusión en la imagen empresarial/institucional.
- Relaciones con los medios y las agencias de comunicación: selección de la información de la empresa y análisis de la información producida por los medios de comunicación. Intermediación entre la empresa y los medios de comunicación (entrevistas, reportajes y otros) y análisis del clima de opinión.
- La promoción institucional o corporativa. Definición y características.
- Elementos de promoción corporativa.
- Las acciones de patrocinio/mecenazgo.
 - Patrocinio deportivo. Tipos de patrocinio deportivo y características. Repercusión.
 - Patrocinio artístico y cultural: individual o empresarial. Características.
 - La edición de libros u otros soportes. Repercusión económica y social.
 - Las becas, los proyectos de investigación, los premios académicos y otros patrocinios del campo académico y educacional. Características.
 - Las expediciones. Tipos y características.
 - Los patrocinios locales. Tipos.
 - Responsabilidad social corporativa: creación de marcas asociadas a valores que recuerdan los compromisos de la empresa. Características. Repercusión social.

Módulo Profesional: Dirección y comercialización. Código: 1071

Contenidos:

Aplicación de técnicas de organización del establecimiento de imagen personal:

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

Aplicación de técnicas de organización y coordinación de los profesionales:

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

Diseño de normas de atención y comunicación interpersonales:

- La comunicación. Comunicación externa e interna en la empresa: tipos, características y diferencias.
- Técnicas de comunicación eficaz:
 - Escucha activa: elementos que facilitan la escucha y elementos que se deben evitar.
 - *Feedback*, claridad, concreción, asertividad, empatía y otros.
- Claves para una comunicación efectiva en un equipo de trabajo.
- Comunicación externa con clientes y proveedores: normas de atención al cliente. Protocolo de comunicación con el cliente:
 - Información de productos y servicios.
 - Técnicas de presentación de propuestas.
- Problemas en la comunicación externa: tipos y técnicas para resolver situaciones de crisis.
- Comunicación interna en la empresa: comunicación ascendente, descendente y horizontal:
 - Protocolos de comunicación interna.
 - Técnicas para transmitir información a los equipos de trabajo.
 - Técnicas de motivación.
- Técnicas de resolución de conflictos.
- Deontología profesional:
 - Normas deontológicas aplicadas a imagen personal.
 - Secreto profesional.
- El liderazgo. Leyes básicas de la dirección de equipos: leyes físicas, de Pareto y leyes humanas.
- Estilos de liderazgo:
 - El líder autócrata, participativo, liberal y otros.
- Otros tipos de comunicación o comunicación mixta: las reuniones de trabajo. Tipos y fases de una reunión:
 - Cómo organizar una reunión.
 - Elementos necesarios, toma de decisiones y otros aspectos.

Diseño de planes de formación e información:

- Plan de formación e información: concepto y finalidad. Identificación de la política de formación:
 - Expansión de la empresa y adaptación a nuevos sectores.
 - La formación como inversión.
- Objetivos del plan de formación de la empresa de imagen personal.
- Fase de análisis: detección de necesidades formativas:
 - Instrumentos de análisis: las fuentes de información.
 - Priorización de necesidades.
- Diseño de las acciones formativas: estructura, características y planificación:
 - Tipos de acciones formativas: cursos, ponencias, conferencias, demostraciones profesionales, jornadas, ferias y congresos, entre otros.
 - Planificación operativa: contenidos, actividades y métodos.
 - Planificación logística: formadores, organización, secuenciación, temporalización, presupuesto y recursos.
- Comunicación y convocatoria del plan: contenidos, propuesta de formación e instrumentos de comunicación:
 - Características, modo de realización, ventajas e inconvenientes.
 - Dirección, formadores y participantes.
- Fase de desarrollo y aplicación: características, secuenciación y documentación.
- Fase de seguimiento y evaluación. Instrumentos de evaluación:
 - Valoración de los resultados.
 - Memoria final.

Realización de operaciones de gestión técnica:

- Documentación: tipos de documentación técnica y comercial:
 - La documentación utilizada y generada en los procesos.
 - Formatos para la elaboración de documentos.
 - Métodos de clasificación, codificación, renovación y eliminación.
- Sistemas y métodos de archivo de la documentación:
 - Criterios de selección de los tipos de archivos.
 - El archivo físico: equipos, guías y carpetas.
 - Metodología de archivo: fases del procedimiento de archivo. Organización del archivo.
 - El archivo de los protocolos técnicos y comerciales.
- Aplicaciones informáticas específicas del sector: tipos, características y utilidades.
- Configuración de la aplicación: asistencia técnica.
- Protección de datos: legislación, sistemas de seguridad, protección y confidencialidad de la información.
- Personas usuarias del programa de gestión: criterios de asignación.
- Creación de la base de datos y tratamiento de la información:
 - Gestión de servicios, productos, clientes y empleados.
 - Mantenimiento y copias de seguridad.

Elaboración del plan de comercialización:

- Definición y conceptos básicos de marketing. Tipos de marketing.
- El plan de comercialización de la empresa: concepto y objetivos:
 - Estrategias y acciones.
- El cliente: tipos, necesidades y fidelización.

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

Organización de técnicas de publicidad y *merchandising*:

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

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

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

Módulo Profesional: Formación y orientación laboral.
Código: 1191

Contenidos:

Búsqueda activa de empleo.

- La formación permanente como vía para el empleo. La Formación Profesional.
- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Análisis de los intereses, aptitudes, actitudes y motivaciones personales para la carrera profesional. Especial referencia al ámbito de la asesoría de imagen personal y corporativa.
- El mercado laboral en España y en la Región de Murcia. Tendencias: profesiones con demanda y profesiones en receso.
- Itinerarios formativos: fijación de objetivos y medios para alcanzarlos.
- Identificación de los itinerarios formativos relacionados con el técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Definición y análisis del sector profesional del técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- La búsqueda de empleo:
 - Fuentes de información:
 - Medios de comunicación, bolsas de trabajo, agencias de colocación, empresas de trabajo temporal.
 - Los Servicios Públicos de Empleo. El Servicio Regional de Empleo y Formación de la Comunidad de Murcia (SEF)
 - El trabajo en la Administración Pública. La oferta pública de empleo. El Empleo público en la Unión Europea.
 - Internet como recurso en la búsqueda de empleo.
 - Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo:
 - La Carta de Presentación.
 - El Curriculum vitae.
 - La entrevista de selección de personal.
 - Los test y las pruebas de selección.
- Proceso de búsqueda de empleo en empresas del sector.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa. Herramientas informativas: Europass, Ploteus, entre otros.
- Valoración del autoempleo como alternativa para la inserción profesional. El autoempleo en el sector.
- El proceso de toma de decisiones.

Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

- Equipos de trabajo: concepto y características.
- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.
- Equipos de trabajo en el sector de la asesoría de imagen personal según las funciones que desempeñan.
- La participación en el equipo de trabajo. Análisis de los posibles roles de sus integrantes.
- Definición de conflicto: tipos, características, fuentes y etapas.
- Métodos para la resolución o supresión del conflicto: negociación, mediación, conciliación y arbitraje.
- La motivación en los equipos de trabajo. Importancia y técnicas.

Contrato de trabajo.

- El derecho del trabajo. Concepto, objeto, fuentes.
- Intervención de los poderes públicos y agentes sociales en las relaciones laborales:
 - La Administración Laboral: estatal y autonómica.
 - La Jurisdicción Social
 - Agentes sociales: sindicatos y organizaciones empresariales.
- Análisis de la relación laboral individual. Elementos
- Relaciones laborales de carácter especial y actividades excluidas del Derecho Laboral.
- El contrato de trabajo. Concepto, elementos y eficacia. El período de prueba.
- Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación.
- Derechos y deberes derivados de la relación laboral.
- Condiciones de trabajo:
 - Tiempo de trabajo: jornada, horarios y períodos de descanso.
 - Salario y garantías salariales.
- El recibo de salarios. Concepto. Elementos que lo integran. Cumplimentación. Cálculo de bases y cuotas de cotización.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo. Causas y efectos.
- Representación de los trabajadores.
- La negociación colectiva. Concepto, objetivos e importancia.
- Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Situaciones de conflicto colectivo, huelga y cierre patronal.
- Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad, beneficios sociales, entre otros.
- Internet como fuente de recursos en materia laboral.

Seguridad Social, empleo y desempleo:

- El Sistema de la Seguridad Social. Concepto y finalidad.
- Estructura del Sistema de la Seguridad Social. Régimen general y regímenes especiales.
- Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- La acción protectora de la Seguridad Social. Principales contingencias y prestaciones.
- Concepto y situaciones protegibles por desempleo. Duración y cálculo de prestaciones.
- Internet como fuente de recursos en materia de Seguridad Social.

Evaluación de riesgos profesionales:

- La cultura preventiva en la empresa.
- Trabajo y salud. Valoración de la relación entre trabajo y salud: los riesgos profesionales. Análisis de factores de riesgo:
 - 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. Carga de trabajo, fatiga e insatisfacción laboral.
 - Condiciones de trabajo y riesgos específicos en el sector de la asesoría de imagen personal.
- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.

- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las situaciones de riesgos detectadas.
- Accidentes de trabajo y enfermedades profesionales. Otras patologías derivadas del trabajo.
- La siniestralidad laboral en España y en la Región de Murcia.
- Marco normativo básico en materia de prevención de riesgos laborales. Ley de Prevención de Riesgos Laborales y principales reglamentos de desarrollo.

Planificación de la prevención de riesgos en la empresa:

- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- Gestión de la prevención en la empresa. Modalidades de organización preventiva.
- Documentación de la prevención en la empresa.
 - El Plan de prevención de riesgos laborales.
 - La evaluación de riesgos.
 - Planificación de la prevención en la empresa.
 - Notificación y registro de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales. Principales índices estadísticos de siniestralidad.
 - El control de la salud de los trabajadores.
- La gestión de la prevención en una pyme relacionada con una empresa del sector.
- Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
- Elaboración de un plan de emergencia en una empresa del sector.
- Representación de los trabajadores en materia preventiva.
- Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.

Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:

- Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva. Señalización de seguridad.
- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia. Simulacros
- Primeros auxilios: principios básicos de actuación.

Módulo Profesional: Empresa e iniciativa emprendedora.

Código: 1192

Contenidos:

Iniciativa emprendedora:

- La iniciativa emprendedora como motor de la economía. La cultura emprendedora.
- Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad, formación, capacidad de colaboración y de asumir riesgos, entre otros.
- La actuación de los emprendedores como empleados de una pyme relacionada con la asesoría de imagen personal.
- La actuación de los emprendedores como empresarios en el sector de la asesoría de imagen.
- Innovación y desarrollo económico. Emprendedores e innovación en la Región de Murcia. Programas de apoyo.
- Principales características de la innovación en asesoría de imagen personal (materiales, tecnología, organización de la producción, etc.).
- El empresario. Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial.
- Plan de empresa: la idea de negocio en el ámbito de la asesoría de imagen personal.

La empresa y su entorno:

- Concepto, objetivos y funciones básicas de la empresa.
- La empresa como sistema y organización.
- Cultura y ética empresarial. La imagen corporativa de la empresa.
- La empresa y su entorno: general y específico.
- Análisis del entorno general de una pyme relacionada la asesoría de imagen personal.
- Análisis del entorno específico de una pyme relacionada con la asesoría de imagen personal.
- Relaciones de una pyme de asesoría de imagen con su entorno.
- Relaciones de una pyme de asesoría de imagen con el conjunto de la sociedad.
- La responsabilidad social de la empresa. El balance social. Costes y beneficios sociales derivados de la actividad empresarial.
- Balance social de una empresa dedicada al sector de la asesoría de imagen. Principales costes y beneficios sociales que implican.

Creación y puesta en marcha de una empresa.

- La empresa y el empresario. Tipos de empresa.
- Plan de empresa: concepto y contenido.
- La idea de negocio como origen de la actividad empresarial.
- Plan de producción
- Plan de personal: los recursos humanos en la empresa.
- Estudio de viabilidad económica y financiera. Ingresos y costes.
- Fuentes de financiación: propias y ajenas. Ayudas para la creación de empresas. Previsiones de tesorería, cuenta de resultados y balance.
- Viabilidad económica y viabilidad financiera de una pyme relacionada la asesoría de imagen personal.
- Elección de la forma jurídica. Modalidades. Criterios de elección. El empresario individual. Las sociedades. Comunidades de Bienes. Las franquicias como opción empresarial.
- Trámites administrativos para la constitución de una empresa. La ventanilla única empresarial. Gestión de ayudas y subvenciones.
- Fuentes de información y asesoramiento para la puesta en marcha de una pyme.
- La fiscalidad en las empresas. Obligaciones fiscales de las empresas. Impuestos que afectan a las empresas: IRPF, Impuesto de Sociedades, IVA y otros. Nociones básicas y calendario fiscal. Obligaciones fiscales de una empresa relacionada con el sector de la asesoría de imagen.
- Plan de empresa: elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económica y financiera, trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones. El Plan de empresa de una pyme relacionada con el sector.

Función administrativa:

- Concepto de contabilidad y nociones básicas. Operaciones contables: registro de la información económica de una empresa.
- Análisis de la información contable.
- Documentos de la gestión administrativa de una empresa: pedido, albarán, factura, letra de cambio, cheque y pagaré, entre otros.
- Obligaciones fiscales de las empresas.
- Gestión administrativa de una empresa de asesoría de imagen personal.

**Módulo Profesional: Formación en centros de trabajo.
Código: 1193**

Contenidos:

Identificación de la estructura y organización empresarial:

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

Aplicación de hábitos éticos y laborales:

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

Realización de operaciones de preparación de la actividad laboral:

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

Identificación de las necesidades del cliente:

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

Propuestas de estilos de peinados, maquillaje y cuidados estéticos:

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

Asesoramiento en cambios de imagen a través de la indumentaria:

- Análisis de las características y preferencias del cliente para la elección del vestuario.
- Determinación de los cambios en la indumentaria según el tipo de asesoramiento (personal, público o corporativo).
- Selección de prendas, textiles y colores.
- Relación entre indumentaria, maquillaje y peinado.
- Asesoramiento en la compra de ropa y complementos. Combinación de piezas de vestir y complementos. Establecimientos, marcas y firmas de ropa.
- La etiqueta en el vestir.
- El comportamiento profesional del asesor.

Colaboración en la organización de actos protocolarios y eventos:

- Requerimientos de los actos y eventos en materia de protocolo, usos sociales, etiqueta y materiales.
- Normativa protocolaria: las precedencias oficiales.
- Planificación de la puesta en marcha de los actos y eventos. Distribución de los asistentes. Secuenciación de las intervenciones orales, entre otras.
- Plan de entrenamiento al cliente en usos sociales.
- Plan de entrenamiento al cliente en habilidades comunicativas.
- El asesoramiento en imagen personal para los actos protocolarios.
- Actos empresariales.

Presentación de la propuesta técnica de cambio de imagen:

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

ANEXO II

ESTRUCTURA DEL MÓDULO PROFESIONAL DE INGLÉS TÉCNICO PARA ASESORÍA DE IMAGEN PERSONAL Y CORPORATIVA, INCORPORADO POR LA REGIÓN DE MURCIA

**Módulo Profesional: Inglés técnico para Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
Código: M078**

INTRODUCCIÓN

Los retos que se derivan de la pertenencia a la Unión Europea y de la globalización del mundo laboral requieren el dominio de una lengua extranjera para asegurar el acceso al mercado de trabajo de los estudiantes de la Región de Murcia en las mejores condiciones posibles. Las relaciones profesionales dentro de esta esfera precisan el dominio de una lengua extranjera como vehículo de comunicación, lo que aconseja la implantación de esta disciplina dentro de los planes de estudio de los ciclos formativos de grado medio y superior.

El módulo profesional Inglés técnico para Asesoría de Imagen Personal y Corporativa tiene como referencia las directrices marcadas en el "Marco común europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza y evaluación".

La intención del módulo profesional es permitir a los alumnos utilizar el idioma de manera adecuada tanto en la vertiente oral como en la escrita, en situaciones cotidianas relacionadas con sus necesidades profesionales, en interacción con otros hablantes o en la producción y comprensión de textos, ya sean de interés general o relacionados con su Familia Profesional.

Contribución a las competencias generales y profesionales, personales y sociales del título, y a los objetivos generales del ciclo formativo.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias c), e), m), y o) del título y los objetivos generales e), q), t) y u) del ciclo formativo.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

1. Utilizar la lengua oral para interactuar en situaciones habituales de comunicación y en situaciones propias del sector profesional.

Criterios de evaluación:

- Participar espontáneamente en conversaciones relacionadas con situaciones habituales o de interés así como con situaciones propias de su ámbito profesional.
- Utilizar las estrategias necesarias para resolver las dificultades durante la interacción.
- Identificar elementos de referencia y conectores e interpretar la cohesión y coherencia de los mismos.
- Expresar con fluidez descripciones, narraciones, explicaciones, opiniones, argumentos, planes, deseos y peticiones en cualquier contexto cotidiano.
- Comprender información general e identifica detalles relevantes en mensajes emitidos cara a cara o material emitido por los medios de comunicación sobre temas habituales o de interés personal así como sobre temas propios de su familia profesional siempre que la articulación de la lengua sea clara y relativamente lenta.
- Utilizar los conocimientos adquiridos sobre el sistema lingüístico estudiado tanto en la pronunciación de sus mensajes como en la comprensión de los ajenos.

2. Comprender textos escritos de interés general o relacionados con la profesión.

Criterios de evaluación:

- Encontrar información específica en textos claros y en lengua estándar de un área conocida.
- Comprender la información general y específica e identificar el propósito comunicativo de textos de diversos géneros.
- Identificar la estructura de la información en los textos técnicos relacionados con su área de trabajo.
- Utilizar el contexto para localizar una información determinada.
- Utilizar fuentes diferentes con el fin de recabar una información necesaria para la realización de una tarea.
- Utilizar los conocimientos adquiridos sobre el sistema lingüístico estudiado para la comprensión de los textos.

3. Escribir textos con fines diversos y sobre temas conocidos y temas relacionados con la profesión respetando los elementos de cohesión y coherencia.

Criterios de evaluación:

- Producir textos continuados y marcar la relación entre ideas con elementos de cohesión y coherencia.
- Utilizar las estructuras y el léxico adecuado en los escritos profesionales: cartas, correos electrónicos, folletos, documentos oficiales, memorandos, respuestas comerciales y cualquier otro escrito habitual en su ámbito laboral.
- Expresar descripciones, narraciones, explicaciones, opiniones, argumentos, planes, deseos y peticiones en contextos conocidos.
- Tomar notas, resumir y hacer esquemas de información leída o escuchada.
- Respetar las normas de ortografía y puntuación.
- Presentar sus escritos de forma clara y ordenada.
- Utilizar los conocimientos adquiridos sobre el sistema lingüístico estudiado para la elaboración de los textos.

4. Valorar la importancia del inglés como instrumento para acceder a la información y como medio de desarrollo personal y profesional.

Criterios de evaluación:

- Identificar y mostrar interés por algunos elementos culturales o geográficos propios de los países y culturas donde se habla la lengua extranjera que se presenten de forma explícita en los textos con los que se trabaja.
- Valorar la lengua extranjera como instrumento de comunicación en los contextos profesionales más habituales.
- Mostrar interés e iniciativa en el aprendizaje de la lengua para su enriquecimiento personal.
- Utilizar las fórmulas lingüísticas adecuadas asociadas a situaciones concretas de comunicación: cortesía, acuerdo, desacuerdo...

Contenidos:

Uso de la lengua oral:

- Participación en conversaciones que traten sobre su área de trabajo o sobre asuntos cotidianos.
- Fórmulas habituales para iniciar, mantener y terminar situaciones comunicativas propias de su familia profesional: presentaciones, reuniones, entrevistas, llamadas telefónicas...
- Identificación de elementos de referencia y conectores e interpretación de la cohesión y coherencia de los mismos.

- Uso adecuado de fórmulas establecidas asociadas a situaciones de comunicación oral habituales o de interés para el alumno.
- Escucha y comprensión de información general y específica de mensajes emitidos cara a cara o por los medios audiovisuales sobre temas conocidos.
- Producción oral de descripciones, narraciones, explicaciones, argumentos, opiniones, deseos, planes y peticiones expresados de manera correcta y coherente.
- Resolución de los problemas de comprensión en las presentaciones orales mediante el uso de estrategias: ayuda del contexto, identificación de la palabra clave, y de la intención del hablante.
- Producción de presentaciones preparadas previamente sobre temas de su Familia Profesional, expresadas con una adecuada corrección gramatical, pronunciación, ritmo y entonación.

Uso de la lengua escrita:

- Comprensión de información general y específica en textos de diferentes géneros sobre asuntos cotidianos y concretos y sobre temas relacionados con su campo profesional.
- 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.
- Uso de elementos lingüísticos y no lingüísticos para la inferencia de expresiones desconocidas.
- Uso y transferencia de la información obtenida a partir de distintas fuentes, en soporte papel o digital, para la realización de tareas específicas.
- Composición de textos de cierta complejidad sobre temas cotidianos y de temas relacionados con su Familia Profesional utilizando el léxico adecuado, los conectores más habituales y las estrategias básicas para la composición escrita: planificación, textualización y revisión.
- Uso de las estructuras y normas de los escritos propios del campo profesional: cartas, informes, folletos, correos electrónicos, pedidos y respuestas comerciales, memorandos, currículum y otros.
- Uso correcto de la ortografía y de los diferentes signos de puntuación.
- Interés por la presentación cuidada de los textos escritos, en soporte papel o digital.

Aspectos socioprofesionales:

- Valoración del aprendizaje de la lengua como medio para aumentar la motivación al enfrentarse con situaciones reales de su vida profesional.
- Interés e iniciativa en la comunicación en lengua extranjera en situaciones reales o simuladas.
- Reconocimiento del valor de la lengua para progresar en la comprensión de la organización empresarial.
- Identificación y respeto hacia las costumbres y rasgos culturales de los países donde se habla la lengua extranjera.
- Uso apropiado de fórmulas lingüísticas asociadas a situaciones concretas de comunicación: cortesía, acuerdo, discrepancia...

Medios lingüísticos utilizados:

- Uso adecuado de expresiones comunes y del léxico propio de la Familia Profesional.
- Uso adecuado de expresiones comunes y del léxico propio asociado a situaciones habituales de comunicación: describir (personas, rutinas, intereses, objetos y lugares), expresar gustos y preferencias, comparar, contrastar y diferenciar entre datos y opiniones, describir experiencias, costumbres y hábitos en el pasado, expresar procesos y cambios, expresar planes, predecir acontecimientos, expresar

- obligación y ausencia de obligación, necesidad, capacidad, posibilidad, deducciones a acciones presentes y pasadas, expresar causa, consecuencia y resultado.
- Uso adecuado de elementos gramaticales: revisión y ampliación del uso de los tiempos verbales, usos del infinitivo y el gerundio después de ciertos verbos, preposiciones y como sujeto, *phrasal verbs*, conectores y marcadores del discurso, oraciones temporales y condicionales, revisión del comparativo y superlativo, estilo indirecto, voz pasiva, oraciones de relativo y verbos modales.
 - Pronunciación de fonemas de especial dificultad.
 - Reconocimiento y producción autónoma de diferentes patrones de ritmo, entonación y acentuación de palabras y frases.

ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para responder a las necesidades comunicativas en lengua extranjera propias del título.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo deberán considerar las necesidades comunicativas del título al que pertenece este módulo. De modo que el diseño y desarrollo del programa y, en su caso, de los materiales estarán orientados a la finalidad esencial de que los alumnos alcancen los objetivos curriculares previstos en este módulo.

ANEXO III

ORGANIZACIÓN ACADÉMICA Y DISTRIBUCIÓN HORARIA SEMANAL

CLAVE/MÓDULO PROFESIONAL	HORAS CURRÍCULO	HORAS SEMANALES		ECTS (***)
		PRIMER CURSO	SEGUNDO CURSO	
1181. Asesoría cosmética.	100	3		8
1182. Diseño de imagen integral.	160	5		10
1183. Estilismo en vestuario y complementos.	200	6		13
1184. Asesoría de peluquería.	160	5		10
1187. Asesoría estética.	160	5		11
1191. Formación y orientación laboral.	90	3		5
M078. Inglés técnico para asesoría de imagen personal y corporativa	90	3		
1185. Protocolo y organización de eventos.	125		6	8
1186. Usos sociales.	80		4	5
1188. Habilidades comunicativas.	125		6	7
1189. Imagen corporativa.	120		6	6
1071. Dirección y comercialización (**)	100		5	6
1192. Empresa e iniciativa emprendedora.	60		3	4
1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa. (*)	30			5
1193. Formación en centros de trabajo. (*)	400			22
Total horas currículum y Total ECTS	2000			120
Total horas semanales por curso		30 (1º, 2º y 3º trimestres)	30 (1º y 2º trimestres)	

(*) Este módulo profesional se desarrolla en el segundo curso del ciclo formativo, en su tercer trimestre.

(**) Módulo profesional transversal a otros títulos de Formación Profesional.

(***) ECTS: Sistema Europeo de Transferencia de Créditos por el que se establece el reconocimiento de créditos entre los títulos de técnico superior y las enseñanzas conducentes a títulos universitarios y viceversa. En los ciclos formativos de grado superior se establecerá la equivalencia de cada módulo profesional con créditos europeos, ECTS, tal y como se definen en el Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional.

ANEXO IV

**ESPECIALIDADES Y TITULACIONES DEL PROFESORADO CON
ATRIBUCIÓN DOCENTE EN LOS MÓDULOS PROFESIONALES
INCORPORADOS AL CICLO FORMATIVO POR LA REGIÓN DE MURCIA**

MÓDULO PROFESIONAL	ESPECIALIDAD DEL PROFESORADO	CUERPO	REQUISITOS
Inglés técnico para asesoría de imagen personal y corporativa	<ul style="list-style-type: none">Asesoría y Procesos de Imagen Personal	<ul style="list-style-type: none">Catedrático / Profesor de Enseñanza Secundaria	Los establecidos para el nivel B2 en el Decreto 43/2015 de 27 de marzo, por el que se establece un sistema de reconocimiento de la competencia en lenguas extranjeras en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y se crea la comisión de reconocimiento de niveles de competencia en lenguas extranjeras. Nivel B2
	<ul style="list-style-type: none">Inglés (*)	<ul style="list-style-type: none">Catedrático / Profesor de Enseñanza Secundaria	

(*) Este profesorado tendrá preferencia a la hora de impartir este módulo.

**TITULACIONES REQUERIDAS PARA IMPARTIR LOS MÓDULOS
PROFESIONALES INCORPORADOS AL CICLO FORMATIVO POR LA
REGIÓN DE MURCIA EN LOS CENTROS DE TITULARIDAD PRIVADA**

MÓDULO PROFESIONAL	TITULACIONES	REQUISITOS
Inglés técnico para asesoría de imagen personal y corporativa	<ul style="list-style-type: none">Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes a efectos de docencia	Los establecidos para el nivel B2 en el Decreto 43/2015 de 27 de marzo, por el que se establece un sistema de reconocimiento de la competencia en lenguas extranjeras en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y se crea la comisión de reconocimiento de niveles de competencia en lenguas extranjeras. Nivel B2
	<ul style="list-style-type: none">Licenciado en Traducción e Interpretación de la Lengua InglesaLicenciado en Filología Inglesa	

ANEXO V**ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS****Espacios:**

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

Equipamientos:

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