



I. COMUNIDAD DE CASTILLA Y LEÓN

A. DISPOSICIONES GENERALES

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

DECRETO 49/2015, de 23 de julio, por el que se establece el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa en la Comunidad de Castilla y León.

El artículo 73.1 del Estatuto de Autonomía de Castilla y León, atribuye a la Comunidad de Castilla y León la competencia de desarrollo legislativo y ejecución de la enseñanza en toda su extensión, niveles y grados, modalidades y especialidades, de acuerdo con lo dispuesto en la normativa estatal.

La Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, establece en el artículo 10.1 que la Administración General del Estado, determinará los títulos y los certificados de profesionalidad, que constituirán las ofertas de formación profesional referidas al Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, determina en su artículo 39.6 que el Gobierno establecerá las titulaciones correspondientes a los estudios de formación profesional, así como los aspectos básicos del currículo de cada una de ellas.

La Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa, incluye un nuevo artículo, el 42 bis, a la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, estableciendo la posibilidad de realizar la oferta de los ciclos formativos en la modalidad de Formación Profesional Dual. A estos efectos, el Real Decreto 1529/2012, de 8 de noviembre, por el que se desarrolla el contrato para la formación y el aprendizaje y se establecen las bases de la Formación Profesional Dual regula determinados aspectos de esta formación, que combinan los procesos de enseñanza y aprendizaje en la empresa y en el centro de formación.

El Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, define en el artículo 9, la estructura de los títulos de formación profesional, tomando como base el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social. El artículo 7 concreta los elementos que definen el perfil profesional de dichos títulos, que incluirá la competencia general, las competencias profesionales, personales y sociales, las cualificaciones profesionales y, en su caso, las unidades de competencia, cuando se refieran al Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en los títulos.

Por otro lado, el artículo 8 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, dispone que las Administraciones educativas establecerán los currículos correspondientes respetando

lo en él dispuesto y en las normas que regulen las diferentes enseñanzas de formación profesional.

El Real Decreto-ley 14/2012, de 20 de abril, de medidas urgentes de racionalización del gasto público en el ámbito educativo dispone en el artículo 5 que los ciclos formativos de grado medio y grado superior cuya implantación estuviera prevista para el curso escolar 2012-2013 se implantarán en el curso escolar 2014-2015.

Por su parte, la disposición adicional sexta del Real Decreto 127/2014, de 28 de febrero, por el que se regulan aspectos específicos de la Formación Profesional Básica de las enseñanzas de formación profesional del sistema educativo, se aprueban catorce títulos profesionales básicos, se fijan sus currículos básicos y se modifica el Real Decreto 1850/2009, de 4 de diciembre, sobre expedición de títulos académicos y profesionales correspondientes a las enseñanzas establecidas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, establece que los ciclos formativos de grado medio y superior cuya implantación estuviera prevista para el curso escolar 2014-2015, se implantarán en el curso escolar 2015-2016.

El Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, establece el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa y se fijan sus enseñanzas mínimas, disponiendo en el artículo 1 que sustituye a la regulación del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal, contenida en el Real Decreto 627/1995, de 21 de abril.

El presente decreto establece el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa en la Comunidad de Castilla y León, teniendo en cuenta los principios generales que han de orientar la actividad educativa, según lo previsto en el artículo 1 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. Pretende dar respuesta a las necesidades generales de cualificación de los recursos humanos para su incorporación a la estructura productiva de la Comunidad de Castilla y León.

En el proceso de elaboración de este decreto se ha recabado dictamen del Consejo Escolar de Castilla y León e informe del Consejo de Formación Profesional de Castilla y León.

En su virtud, la Junta de Castilla y León, a propuesta del Consejero de Educación, y previa deliberación del Consejo de Gobierno en su reunión de 23 de julio de 2015

DISPONE

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.

El presente decreto tiene por objeto establecer el currículo del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa en la Comunidad de Castilla y León.

Artículo 2. Identificación del título.

El título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa queda identificado en la Comunidad de Castilla y León por los elementos determinados en el artículo 2 del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el citado título y se fijan sus enseñanzas mínimas, y por un código, de la forma siguiente:

FAMILIA PROFESIONAL: Imagen Personal.

DENOMINACIÓN: Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

NIVEL: Formación Profesional de Grado Superior.

DURACIÓN: 2.000 horas.

REFERENTE EUROPEO: CINE-5b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

CÓDIGO: IMP03S.

NIVEL DEL MARCO ESPAÑOL DE CUALIFICACIONES PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR: Nivel 1 Técnico Superior.

Artículo 3. Referentes de la formación.

1. Los aspectos relativos al perfil profesional del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa determinado por la competencia general, por las competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título, así como los aspectos referentes al entorno profesional y la prospectiva del título en el sector o sectores, son los que se especifican en los artículos 3 a 8 del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

2. El aspecto relativo al entorno productivo en Castilla y León es el que se especifica en el Anexo I.

Artículo 4. Objetivos generales.

Los objetivos generales del ciclo formativo de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa son los establecidos en el artículo 9 del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

Artículo 5. Principios metodológicos generales.

1. La metodología didáctica de las enseñanzas de formación profesional integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que el alumnado adquiera una visión global de los procesos productivos propios de la actividad profesional correspondiente.

2. Las enseñanzas de formación profesional para personas adultas se organizarán con una metodología flexible y abierta, basada en el autoaprendizaje.

Artículo 6. Módulos profesionales del ciclo formativo.

Los módulos profesionales que componen el ciclo formativo de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa son los establecidos en el artículo 10 del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre:

1181. Asesoría cosmética.

1182. Diseño de imagen integral.

1183. Estilismo en vestuario y complementos.

- 1184. Asesoría de peluquería.
- 1185. Protocolo y organización de eventos.
- 1186. Usos sociales.
- 1187. Asesoría estética.
- 1188. Habilidades comunicativas.
- 1189. Imagen corporativa.
- 1071. Dirección y comercialización.
- 1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa.
- 1191. Formación y orientación laboral.
- 1192. Empresa e iniciativa emprendedora.
- 1193. Formación en centros de trabajo.

Artículo 7. Objetivos, contenidos, duración y orientaciones pedagógicas y metodológicas de cada módulo profesional.

1. Los objetivos de los módulos profesionales relacionados en el artículo 6, expresados en términos de resultados de aprendizaje, y los criterios de evaluación, son los que se establecen en el Anexo I del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

2. Por su parte, los contenidos, la duración y las orientaciones pedagógicas y metodológicas de los módulos profesionales «Asesoría cosmética», «Diseño de imagen integral», «Estilismo en vestuario y complementos», «Asesoría de peluquería», «Protocolo y organización de eventos», «Usos sociales», «Asesoría estética», «Habilidades comunicativas», «Imagen corporativa», «Dirección y comercialización», «Formación y orientación laboral» y «Empresa e iniciativa emprendedora», son los que se establecen en el anexo II. Asimismo, en citado anexo se establece la duración y las orientaciones pedagógicas y metodológicas del módulo profesional «Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa», así como la duración del módulo profesional «Formación en centros de trabajo».

Artículo 8. Módulos profesionales de «Formación en centros de trabajo» y «Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa».

1. El programa formativo del módulo profesional «Formación en centros de trabajo» será individualizado para cada alumno y se elaborará teniendo en cuenta las características del centro de trabajo. Deberá recoger las actividades formativas que permitan ejecutar o completar la competencia profesional correspondiente al título, los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación previstos en el Anexo I del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

2. El módulo profesional de «Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa» se definirá de acuerdo con las características de la actividad laboral del ámbito del ciclo formativo y con aspectos relativos al ejercicio profesional y a la gestión empresarial. Tendrá

por objeto la integración de las diversas capacidades y conocimientos del currículo del ciclo formativo, contemplará las variables tecnológicas y organizativas relacionadas con el título, y deberá ajustarse a los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación previstos en el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

El departamento de la familia profesional de Imagen Personal determinará, en el marco de la programación general anual, los proyectos que se propondrán para su desarrollo por el alumnado. Los proyectos también podrán ser propuestos por el alumnado, en cuyo caso se requerirá la aceptación del departamento.

Con carácter general, el módulo profesional «Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa» se desarrollará simultáneamente al módulo profesional «Formación en centros de trabajo», salvo que concurran otras circunstancias que no lo permitan.

Artículo 9. Organización y distribución horaria.

1. Los módulos profesionales que forman las enseñanzas del ciclo formativo de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, cuando se oferte en régimen presencial, se organizarán en dos cursos académicos. Su distribución en cada uno de ellos y la asignación horaria semanal se recoge en el Anexo III.

2. El período de realización del módulo profesional de «Formación en centros de trabajo» establecido en el anexo III para el tercer trimestre, podrá comenzar en el segundo trimestre si han transcurrido veintidós semanas lectivas a contar desde el inicio del curso escolar.

Artículo 10. Adaptaciones curriculares.

1. Con objeto de ofrecer a todas las personas la oportunidad de adquirir una formación básica, ampliar y renovar sus conocimientos, habilidades y destrezas de modo permanente y facilitar el acceso a las enseñanzas de formación profesional, la consejería competente en materia de educación podrá flexibilizar la oferta del ciclo formativo de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa permitiendo, principalmente a los adultos, la posibilidad de combinar el estudio y la formación con la actividad laboral o con otras actividades, respondiendo así a las necesidades e intereses personales.

2. También se podrá adecuar las enseñanzas de este ciclo formativo a las características de la educación a distancia, así como a las características de los alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo para que se garantice su acceso, permanencia y progresión en el ciclo formativo.

Artículo 11. Accesos y vinculación a otros estudios, y correspondencia de módulos profesionales con las unidades de competencia.

El acceso y vinculación a otros estudios, y la correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia son los que se establecen en el capítulo IV del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

Artículo 12. Enseñanzas impartidas en lenguas extranjeras o en lenguas cooficiales de otras comunidades autónomas.

1. Teniendo en cuenta que la promoción de la enseñanza y el aprendizaje de lenguas y de la diversidad lingüística debe constituir una prioridad de la acción comunitaria en el ámbito de la educación y la formación, la consejería competente en materia de educación podrá autorizar que todos o determinados módulos profesionales del currículo se impartan

en lenguas extranjeras o en lenguas cooficiales de otra comunidad autónoma, sin perjuicio de lo que se establezca en su normativa específica y sin que ello suponga modificación del currículo establecido en el presente decreto.

2. Los centros autorizados deberán incluir en su proyecto educativo los elementos más significativos de su proyecto lingüístico autorizado.

Artículo 13. Formación Profesional Dual.

El ciclo formativo conducente a la obtención del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa podrá ofertarse en la modalidad de Formación Profesional Dual de acuerdo con lo que para su desarrollo establezca la consejería competente en materia de educación.

Artículo 14. Oferta a distancia del título.

1. Los módulos profesionales que forman las enseñanzas del ciclo formativo de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa podrán ofertarse a distancia, siempre que se garantice que el alumnado puede conseguir los resultados de aprendizaje de los mismos, de acuerdo con lo dispuesto en el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, y en este decreto.

2. La consejería competente en materia de educación establecerá los módulos profesionales susceptibles de ser impartidos a distancia y el porcentaje de horas de cada uno de ellos que tienen que impartirse en régimen presencial.

Artículo 15. Requisitos de los centros para impartir estas enseñanzas.

Todos los centros de titularidad pública o privada que ofrezcan enseñanzas conducentes a la obtención del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa se ajustarán a lo establecido en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación y en las normas que lo desarrollen, y en todo caso, deberán cumplir los requisitos que se establecen en el artículo 46 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, en el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, en este decreto y en lo establecido en el desarrollo de su propia normativa.

Todos los centros de titularidad pública o privada que ofrezcan enseñanzas conducentes a la obtención del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa se ajustarán a lo establecido en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación y en las normas que lo desarrollen, y en todo caso, deberán cumplir los requisitos que se establecen en el artículo 46 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, en el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, en este decreto, y en lo establecido en la normativa que los desarrolle.

Artículo 16. Profesorado.

Los aspectos referentes al profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, relacionados en el artículo 6, son los establecidos en el artículo 12 del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

Artículo 17. Espacios y equipamientos.

Los espacios y equipamientos necesarios para el desarrollo de las enseñanzas del ciclo formativo de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa son los establecidos en el artículo 11 del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

Artículo 18. Autonomía de los centros.

1. Los centros educativos dispondrán de la necesaria autonomía pedagógica, de organización y de gestión económica, para el desarrollo de las enseñanzas y su adaptación a las características concretas del entorno socioeconómico, cultural y profesional. Los centros autorizados para impartir el ciclo formativo concretarán y desarrollarán el currículo mediante las programaciones didácticas de cada uno de los módulos profesionales que componen el ciclo formativo en los términos establecidos en el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, en este decreto, en el marco general del proyecto educativo de centro y en función de las características del alumnado y de su entorno productivo.

2. La consejería competente en materia de educación favorecerá la elaboración de proyectos de innovación, así como de modelos de programación docente y de materiales didácticos que faciliten al profesorado el desarrollo del currículo.

3. De conformidad con el artículo 120.4 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, los centros, en el ejercicio de su autonomía, podrán adoptar experimentaciones, planes de trabajo, formas de organización, normas de convivencia y ampliación del calendario escolar o del horario lectivo de áreas o materias, en los términos que establezca la consejería competente en materia de educación y dentro de las posibilidades que permita la normativa aplicable, incluida la laboral, sin que, en ningún caso, se impongan aportaciones a las familias ni exigencias para la citada consejería.

DISPOSICIONES ADICIONALES

Primera. Calendario de implantación.

1. La implantación del currículo establecido en este decreto tendrá lugar en el curso escolar 2015/2016 para el primer curso del ciclo formativo y en el curso escolar 2016/2017 para el segundo curso del ciclo formativo.

2. El alumnado de primer curso del ciclo formativo de grado superior «Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal» que cursó estas enseñanzas de acuerdo con el currículo establecido en el Real Decreto 197/1996, de 9 de febrero, por el que se establece el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal, y que deba repetir en el curso 2015/2016, se matriculará de acuerdo con el nuevo currículo, teniendo en cuenta su calendario de implantación.

3. En el curso 2015/2016, el alumnado de segundo curso del ciclo formativo de grado superior «Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal» que cursó estas enseñanzas de acuerdo al currículo establecido Real Decreto 197/1996, de 9 de febrero, y tenga módulos profesionales pendientes de primero se matriculará, excepcionalmente, de estos módulos profesionales de acuerdo con el currículo que el alumnado venía cursando. En este caso, se arbitrarán las medidas adecuadas que permitan la recuperación de las enseñanzas correspondientes.

4. En el curso 2016/2017, el alumnado del ciclo formativo de grado superior «Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal» que cursó estas enseñanzas de acuerdo al currículo establecido Real Decreto 197/1996, de 9 de febrero, y tenga módulos profesionales pendientes de segundo curso se podrá matricular, excepcionalmente, de estos módulos profesionales de acuerdo con el currículo que el alumnado venía cursando.

5. A efectos de lo indicado en los apartados 3 y 4, el Departamento de Familia Profesional propondrá a los alumnos un plan de trabajo, con expresión de las capacidades terminales y los criterios de evaluación exigibles y de las actividades recomendadas, y programarán pruebas parciales y finales para evaluar los módulos profesionales pendientes.

Segunda. Titulaciones equivalentes y vinculación con capacitaciones profesionales.

1. Las titulaciones equivalentes y vinculación con capacitaciones profesionales son las que se establecen en la disposición adicional tercera del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

2. La formación establecida en el presente decreto en el módulo profesional de «Formación y orientación laboral», incluye un mínimo de cincuenta horas, que capacita para llevar a cabo responsabilidades profesionales equivalentes a las que precisan las actividades de nivel básico en prevención de riesgos laborales, establecidas en el Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.

Tercera. Certificación académica de superación del nivel básico en prevención de riesgos laborales.

La consejería competente en materia de educación expedirá una certificación académica de la formación de nivel básico en prevención de riesgos laborales, al alumnado que haya superado el bloque B del módulo profesional de «Formación y orientación laboral», de acuerdo con el procedimiento que se establezca al efecto.

Cuarta. Equivalencia a efectos de docencia en los procedimientos selectivos de ingreso en el Cuerpo de Profesores Técnicos de Formación Profesional.

En los procesos selectivos convocados por la consejería competente en materia de educación, el título de Técnico Superior o de Técnico Especialista se declara equivalente a los exigidos para el acceso al Cuerpo de Profesores Técnicos de Formación Profesional, cuando el titulado haya ejercido como profesor interino en centros educativos públicos dependientes de la citada consejería y en la especialidad docente a la que pretenda acceder durante un período mínimo de dos años antes del 31 de agosto de 2007.

Quinta. Accesibilidad universal en las enseñanzas de este título.

La consejería competente en materia de educación adoptará las medidas necesarias para que el alumnado pueda acceder y cursar este ciclo formativo en las condiciones establecidas en la disposición final décima de la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

Sexta. Autorización de los centros educativos.

Todos los centros de titularidad pública o privada que, en la fecha de entrada en vigor de este decreto, tengan autorizadas enseñanzas conducentes a la obtención del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal, regulado en el Real Decreto 627/1995, de 21 de abril, quedarán autorizados para impartir el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa que se establece en el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Derogación normativa.

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en el presente decreto.

DISPOSICIONES FINALES

Primera. Desarrollo normativo.

Se faculta al titular de la consejería competente en materia de educación para dictar cuantas disposiciones sean precisas para la interpretación, aplicación y desarrollo de lo dispuesto en este decreto.

Segunda. Entrada en vigor.

El presente decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial de Castilla y León».

Valladolid, 23 de julio de 2015.

*El Presidente de la Junta
de Castilla y León,*

Fdo.: JUAN VICENTE HERRERA CAMPO

El Consejero de Educación,
Fdo.: FERNANDO REY MARTÍNEZ

ANEXO I**ENTORNO PRODUCTIVO DE CASTILLA Y LEÓN**

La sociedad actual y los diversos estamentos que la componen determinan un amplio abanico en cuanto a las relaciones que se establecen. Los ámbitos de relación son muy diversos y abarcan desde el personal hasta las más altas instituciones, esto obliga a protocolizar todas las situaciones posibles para poder, desde el conocimiento, establecer en todo momento de forma clara las pautas que conduzcan a un buen asesoramiento.

El entorno productivo en Castilla y León no difiere del resto del estado, dado que el buen hacer profesional y personal siempre ha de ser el baluarte que nos lleve a alcanzar las metas más altas. No debemos olvidar que las personas necesitan proyectarse hacia el exterior, tanto en el mundo personal como el empresarial. Lo que obliga en todo momento al conocimiento de las normas que rigen dichas relaciones para poder alcanzar sus objetivos al más alto nivel.

Si nos centramos en el mundo de la empresa, podemos entender que en el momento actual son necesarios el conocimiento de las normas y cánones establecidos, que determinan la relación con las instituciones que gobiernan, tanto a nivel regional, nacional o internacional.

La imagen es la carta de presentación que nos identifica y diferencia. Su importancia no deja de crecer. A nivel personal es innegable que la imagen que proyectamos, debe adaptarse en todo momento a las diferentes situaciones tanto a nivel puramente personal como a las derivadas del ejercicio profesional.

En Castilla y León se observa un aumento de empresas que demandan servicios relacionados con la Asesoría de Imagen.

Todas las empresas independientemente del sector productivo al que pertenezcan, su ubicación, tamaño y ámbito, necesitan los servicios de un asesor de imagen personal o un gabinete de asesoría de imagen corporativa.

Podemos encontrar:

- Empresas e instituciones que desean crear una imagen propia o mejorar la ya existente.
- Empresas e instituciones que necesitan una gestión de su imagen tanto a nivel externo como interno.
- Empresas con necesidades específicas en situaciones especiales: lanzamiento de novedades, eventos, congresos, participación en ferias, en otras.

Además:

- Centros de imagen integral para asesorar al cliente en sus actividades públicas o privadas. En aspectos como el estilo y la combinación de determinadas líneas, formas, volúmenes y colores de la indumentaria; en los usos y habilidades sociales, en el manejo de la comunicación y en las normas de protocolo. Adaptándolo a su entorno personal y sociolaboral.

- Empresas especializadas en organizar todo tipo de eventos, tanto públicos como privados: congresos, exposiciones, recepciones, ferias de muestras, bodas, banquetes etc.
- Profesionales que ofrecen sus servicios a una potencial clientela en su ámbito de trabajo o domiciliario como «Personal Shopper».

Por estas razones, en los últimos años ha aumentado la demanda de Asesores de Imagen competentes, responsables y eficientes que a su vez ofrezcan unos servicios profesionales, versátiles y de calidad, que sólo se pueden adquirir con estudios reglados, como el que nos compete, que proporcionan una base perfecta para la inserción en el mundo laboral. No debemos olvidar la necesidad de estar en la vanguardia del conocimiento y de las tendencias del mercado, a través del reciclaje y la formación permanente.

ANEXO II**CONTENIDOS, DURACIÓN Y ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS
Y METODOLÓGICAS DE LOS MÓDULOS PROFESIONALES****Módulo profesional: Asesoría cosmética.****Equivalencia en créditos ECTS: 8****Código: 1181**

Duración: 160 horas

Contenidos:

1. Elaboración del protocolo de trabajo del asesor de cosméticos y perfumes:
 - Protocolo de actuación: fases de la asesoría de cosméticos.
 - Fase de documentación. Elaboración de la base de información de líneas de cosméticos y casas comerciales, entre otros.
 - Fase de análisis de las características y necesidades de las personas usuarias.
 - Fase de asesoramiento en cosméticos y perfumes.
 - Fase de evaluación y control del proceso.
 - Campo de actuación del asesor de cosméticos y perfumes: concepto, funciones. Conocimientos técnicos y profesionales de los productos.
 - Los productos cosméticos: concepto y composición general: principios activos, excipientes y aditivos.
 - Parte externa del cosmético: elementos que la conforman.
 - Forma cosmética: concepto. Tipos. Características.
 - Actuación de los cosméticos sobre la piel. Penetrabilidad.
2. Realización del estudio estético para la asesoría cosmética:
 - Anatomía y fisiología del órgano cutáneo. Aspecto macroscópico de la superficie cutánea. Funciones de la piel. Manto hidrolipídico.
 - La piel eudérmica: aspecto externo y características principales.
 - La tipología cutánea en la asesoría cosmética. Características. Clasificación de los distintos tipos de piel.
 - Lesiones elementales de la piel.
 - Necesidades cosméticas generales.

- Reacción de la piel ante agentes externos y cosmetológicos.
 - Envejecimiento cutáneo.
 - Valoración del tipo de piel: protocolo de reconocimiento. La observación visual y la palpación. Consejos profesionales.
 - Tipos de cabello. Características.
 - Valoración del estado del cabello y cuero cabelludo. La observación visual y la exploración.
 - Valoración de la morfología corporal: Cánones de belleza clásicos y actuales, Análisis morfológico y medidas antropométricas, Proporciones idealizadas de la figura humana.
 - Nociones básicas de nutrición y dieta equilibrada. Hábitos de vida saludables y su repercusión en la imagen personal. Pirámide alimentaria. Clasificación de los alimentos y nutrientes. Alteraciones y trastornos de la alimentación: Anorexia, bulimia y obesidad.
 - Vocabulario básico de medicina y cirugía estética.
3. Determinación de los cosméticos para la piel:
- Clasificación de los cosméticos.
 - Cosméticos de higiene y complementarios. Cosméticos faciales y corporales: tipos, ingredientes activos principales, forma de presentación, indicaciones. Criterios de selección.
 - Cosméticos de mantenimiento, protección y tratamiento de la piel. Cosméticos faciales y corporales: clasificación, características, sustancias activas, indicaciones y criterios de selección.
 - Cosmética específica para medicina estética: tipos, funciones, composición, formas de presentación. Precauciones. Criterios de elección.
 - Nutricosmética para la piel: concepto, objetivos, clasificación e indicaciones, principales ingredientes y modo de empleo.
 - Cosmética masculina: clasificación, características, ingredientes e indicaciones.
4. Determinación de los cosméticos para los anexos córneos:
- Cosméticos capilares: clasificación.
 - Cosméticos para la higiene y el acondicionamiento capilar: concepto, forma de actuar, ingredientes activos principales, indicaciones. Criterios de elección
 - Cosméticos para cambios de forma y de color del cabello: clasificación, forma de actuar, principales ingredientes, indicaciones y precauciones. Criterios de elección.

- Cosméticos para alteraciones del cabello y cuero cabelludo: clasificación, principales activos, forma de actuar, indicaciones. Criterios de elección.
 - Cosméticos para el mantenimiento y la protección del cabello y cuero cabelludo: hidratantes, protectores solares y otros. Indicaciones, forma de actuar y formas cosméticas.
 - Cosméticos capilares masculinos: clasificación, indicaciones, ingredientes y formas cosméticas.
 - Cosméticos para la eliminación del vello: clasificación. Depilatorios químicos y depilatorios por tracción: forma de actuar, indicaciones y precauciones, criterios de elección Cosméticos pre y post depilación.
 - Cosméticos decolorantes del vello: composición, mecanismo de acción, formas cosméticas, indicaciones y precauciones, criterios de elección.
 - Productos para manicura y pedicura: clasificación, función, principales ingredientes y formas cosméticas. Criterios de elección.
 - Nutricosmética para el cabello y las uñas: indicaciones, ingredientes activos.
 - Cosméticos decorativos: Definición, concepto, componentes, formas de presentación, criterios de selección, y consejos profesionales. Bases correctoras, iluminadores, maquillajes de fondo, polvos faciales y coloretes, sombras de ojos, máscaras de pestañas, cosméticos delineadores y labiales. Definición, concepto, componentes, formas de presentación, criterios de selección, y consejos profesionales.
5. Elaboración de propuestas personalizadas de tratamientos cosméticos:
- Elaboración del protocolo de tratamiento personalizado: preparación e higiene, núcleo del tratamiento, finalización del tratamiento.
 - Técnicas de aplicación de cosméticos de preparación e higiene de la piel. Secuenciación. Consejos de higiene.
 - Técnicas de aplicación de cosméticos de mantenimiento y protección.
 - Técnicas de aplicación de cosméticos de tratamiento, faciales y corporales. Secuenciación.
 - Técnicas de aplicación de productos capilares: champú, acondicionador, cosméticos para las alteraciones y otros.
 - Técnicas de aplicación de cosméticos para manos y pies.
 - Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados cosméticos.
 - Presentación de la propuesta. Dossier de asesoría cosmética: estudios y análisis realizados, selección de cosméticos que se pueden emplear, pautas de aplicación, frecuencia, distribución, horario, plan de mantenimiento.

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

- Perfumes: concepto y composición general (activos y excipientes).
- Estructura de un perfume. Pirámide olfativa.
- Tipos de perfumes: perfumería alcohólica.
- Relación del tipo de perfume con las características y necesidades del cliente (personales, profesionales y sociales).
- Factores que influyen en la elección de un perfume. Criterios para realizar la elección.
- Zonas de aplicación del perfume.
- Cómo y cuándo hay que perfumarse.
- Criterios para realizar la compra del perfume.

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

- Clasificación de establecimientos donde se venden cosméticos: características, tipos de cosméticos de venta, criterios de elección.
- Líneas de cosméticos faciales, capilares y corporales de venta al público y/o profesional.
- Relación calidad precio en la compra de cosméticos.
- Claves para la asesoría de compra de cosméticos faciales, capilares, corporales y decorativos.
- La asesoría de compra de cosmética masculina.
- La comunicación aplicada a la asesoría para la compra de cosméticos.
- El cosmético como artículo de regalo. Presentación externa. Elaboración de lotes y paquetes de regalos. Productos asociados a la venta de cosméticos.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de asesoramiento sobre el empleo y la compra de productos cosméticos.

La función de asesoramiento sobre el empleo y la compra de productos cosméticos incluye aspectos como:

- El reconocimiento de las fases de asesoría de cosméticos.
- La identificación de los ingredientes de un cosmético, su forma de actuar, sus indicaciones y formas de presentación.
- La realización del análisis de la piel y del cabello para determinar las necesidades cosméticas.

- El análisis de los grupos cosméticos existentes en el mercado y las innovaciones cosméticas.
- La realización de la propuesta de asesoría cosmética.
- El asesoramiento sobre la compra de perfumes y cosméticos.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Asesoramiento al cliente en uso y aplicación de cosméticos.
- Asesoramiento en la elección de perfumes para el ámbito personal, público y corporativo.
- Guía en la compra de cosméticos.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales d), n), o), p) y q) del ciclo formativo, y las competencias d), j), l) y m) del título.

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

- La elaboración del protocolo de actuación del asesor de cosméticos y perfumes.
- La realización del estudio estético para la asesoría cosmética.
- La determinación de los cosméticos para la piel.
- La determinación de los cosméticos para los anexos córneos.
- La determinación de los cosméticos decorativos.
- La elaboración de propuestas personalizadas de tratamientos cosméticos.
- La determinación de las pautas de asesoramiento en la elección y compra de perfumes.
- El establecimiento de las pautas para el asesoramiento en la compra de cosméticos.

Módulo profesional: Diseño de imagen integral.

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Código: 1182

Duración: 128 horas

Contenidos:

1. Caracterización de la iconología:

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

- Códigos, signos y símbolos. Definición, características y tipos. Soportes.
 - La percepción iconológica. Fisiología y psicología de la percepción. Tipos de percepción.
 - Los sentidos y la iconología.
 - La objetividad y la relatividad. Diferenciación entre percepción y emociones.
 - Elementos que conforman la imagen. Las líneas. Los colores: la percepción del color y sus sensaciones. Aplicación del color en la asesoría. Teoría del color. Las formas. Los volúmenes. Expresividad corporal y elementos sensoriales.
 - Uso del lenguaje iconológico.
 - Los niveles de percepción y sus condicionantes. Variaciones en función de su intensidad o grado.
2. Elaboración de documentación para la asesoría de imagen:
- Bases de información general. Identificación de las fuentes documentales: escritas, gráficas, audiovisuales y otras.
 - Métodos de obtención de la información: estrategias de búsqueda y selección.
 - Técnicas de clasificación en los diferentes ámbitos.
 - Actualización de la información: control, seguimiento y conservación.
 - Cuestionarios de asesoría: concepto, características, finalidad y objetivos, entre otros. Tipos de cuestionarios: básicos y específicos.
 - Elaboración y diseño de cuestionarios de asesoría: criterios y características. La adaptación de los cuestionarios.
 - Elementos de revisión y mejora de los cuestionarios. Control de calidad aplicado a los cuestionarios.
 - Otros documentos de asesoría: concepto y características. Documentos internos. Tipos de documentos y modelos. Documentos de proyección externa.
3. Diseño de documentos gráficos para la asesoría de imagen:
- Técnicas de expresión gráfica, fotográfica, audiovisual e informática.
 - La elaboración de bocetos: técnicas, elementos y útiles de dibujo.
 - La fotografía analógica y digital. Concepto y principios. Funcionamiento básico. El uso de la cámara. Técnicas básicas utilizadas en fotografía. La iluminación. La composición.
 - El retoque fotográfico y sus elementos.

- Las aplicaciones informáticas como medio de tratamiento de la imagen personal. Iniciación al tratamiento de fotografías digitalmente. Programas informáticos relacionados.
 - Los medios audiovisuales. Tipos. Características. La post-producción.
4. Realización del estudio integral de la imagen:
- Técnicas de análisis y evaluación de las características físicas del cliente.
 - Identificación del estilo, criterios estéticos y necesidades y demandas del cliente.
 - Métodos para detectar los criterios estéticos, las necesidades y demandas. La entrevista. La autovaloración del cliente. La observación: secuenciación y aplicación de pautas de observación.
 - Determinación del tipo de asesoramiento que se va a realizar.
 - Aplicación de la documentación para el análisis del cliente.
 - Determinación de los elementos que se van a analizar: aspecto estético externo, expresión, cultura y marco social, personalidad, conducta y hábitos, entre otros.
 - Valoración del estudio integral. Procesamiento de los datos obtenidos.
 - Registro y control de la información.
5. Elaboración de propuestas personalizadas de asesoría imagen:
- El proyecto de asesoría: concepto, fases y tipos de proyectos. Características.
 - Diseño de propuestas personalizadas de cambios de imagen. Estructura específica de la propuesta.
 - Descripción de las necesidades y demandas.
 - Conclusión del análisis integral de la imagen: características que se deben potenciar y/o modificar.
 - Caracterización del nuevo estilo.
 - Relación de los trabajos técnicos necesarios para el cambio de imagen. Selección de técnicas.
 - Documentación técnica y económica anexa a la propuesta: tipos y características. El presupuesto.
 - Elaboración de diseños gráficos: bocetos para la asesoría de imagen. Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.
 - Relación de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Proveedores y otros profesionales. Criterios de selección de profesionales colaboradores.

- Plan de actuación: calendario de actuación. Temporalización. Coordinación de trabajos.
- Presentación de propuestas. Aplicación de técnicas de comunicación para la presentación de propuestas.
- Conclusión de las propuestas: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.

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

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

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de asesoramiento en relación con los elementos implicados en la imagen y su simbología en cualquiera de sus facetas.

La función de asesoramiento en relación con los elementos implicados en la imagen y su simbología en cualquiera de sus facetas incluye aspectos como:

- Identificación de las fuentes documentales de información.
- Análisis de la imagen actual y futura.
- Diseño y elaboración de los cuestionarios y documentos de la asesoría.
- Reconocimiento de la tipología de cliente y su tratamiento.
- Uso de técnicas de expresión gráfica, fotográficas, audiovisuales e informáticas de dibujo.
- Realización del estudio integral de la imagen.
- Realización de propuestas de asesoría.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Información y asesoramiento en cambios de imagen integral a través del proyecto de asesoría.
- Coordinación de profesionales y colaboradores necesarios para el cambio de imagen.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales b), c), d), j), q) y r) del ciclo formativo, y las competencias b), c), d), h), m) y n) del título.

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

- La organización y planificación de los recursos necesarios para poder realizar una asesoría de imagen.
- La aplicación de métodos de observación para determinar las características que determinan la imagen.
- La determinación de los elementos que se deben modificar o potenciar.
- La propuesta de una nueva imagen.
- La elaboración y presentación de propuestas de asesoramiento de imagen personal o corporativa.
- La aplicación de normativas de calidad en el proceso de asesoramiento.

Módulo profesional: Estilismo en vestuario y complementos.

Equivalencia en créditos ECTS: 13

Código: 1183

Duración: 192 horas

Contenidos:

1. Elaboración del protocolo de actuación del asesor en estilismo en vestuario:
 - La asesoría en estilismo. Campo de actuación. Definición y competencias.
 - Conceptos de estilismo básicos sobre el estilismo en el vestir.
 - La elegancia y el estilo.
 - Las tendencias y la moda.
 - El prêt-à-porter y la alta costura.
 - Estilos básicos de indumentaria: clasificación de los estilos definidos por sus caracteres estéticos y o filosofía de vida. Tendencias de moda en estilos.
 - Desfiles: terminología asociada y características.
 - Estilismo creativo y estilismo dirigido.
 - El protocolo de actuación en estilismo. Elaboración del protocolo: partes, tipos, contenidos y documentos de apoyo.
 - La bases de información del estilismo en el vestir. Elaboración de muestrarios de referencia.

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

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

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

- El estudio del cliente. Métodos y equipos para el estudio y análisis del cliente.
- Aplicación de los métodos de observación.
- Los patrones habituales.
- Detección de necesidades.
- Identificación del ámbito de aplicación y las cualidades de la imagen a proyectar.
- Técnicas de preparación del cliente.
- La antropometría de la figura humana masculina y femenina.
- Características corporales con influencia en la indumentaria y los complementos.

- Las tallas. Determinación de las medidas corporales.
 - La representación gráfica de la figura humana. Determinación de la tipología corporal. Registro de datos.
 - Colores y efectos sobre el vestir: Teoría del color en la indumentaria, iconología. Test de color. Técnicas para la elección de colores personales.
 - Elementos que definen el estilo en el vestir: color, líneas formas y volúmenes.
 - Determinación del estilo o estilos del cliente.
 - Análisis de los complementos.
4. Determinación de los cambios que se pueden realizar en la figura a través de la indumentaria:
- Las correcciones ópticas de las proporciones corporales mediante el vestuario a través de la indumentaria en la figura femenina y masculina. Los inestetismos. Las asimetrías.
 - La indumentaria masculina y femenina.
 - Tipos de prendas. Criterios de selección.
 - Elementos y características de las prendas.
 - Tipos de costuras, acabados, fruncidos, corte al bias, pliegues, canesús, cinturillas, dobladillos y partes decorativas de las prendas.
 - La repercusión en la imagen de: los escotes, los cuellos, tirantes, las mangas, corpiños y otros.
 - Materiales y tejidos utilizados en estilismo:
 - Guía de tejidos: clasificación de las telas por su origen, textura, color y tamaño del estampado. Sugerencias para escoger, limpiar y planchar las telas elegidas.
 - Criterios para la selección de tejidos en relación con la figura.
 - El etiquetado de las prendas. Normativa. Simbología. Consejos de lavado, planchado y conservación.
 - El vestuario profesional.
 - El vestuario de etiqueta. Normas protocolarias: características de los tejidos y materiales. Complementos permitidos. Otros elementos de uso protocolario y sus características. La etiqueta masculina y femenina.
 - El vestuario en celebraciones sociales no sometidas a normas protocolarias.
 - La ropa interior. Concepto, tipos y características.
 - El vestuario y su armonía. Formas de lucir las distintas prendas de vestir.

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

- La propuesta personalizada para el cambio de imagen a través de la indumentaria.
- Tipos de propuestas.
- Documentación base: el dossier de asesoría en estilismo. Organización y estructura.
- Documentación técnica anexa: tipos y características. Diseños gráficos y audiovisuales. Aplicación de herramientas manuales, gráficas e informáticas.
- Documentación económica.
- Planificación de acciones: el plan de trabajo.
- Adecuación de la propuesta/personalización de la demanda.
- Presentación de la propuesta: aplicación de técnicas de comunicación para la presentación de la propuesta.

6. 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, rentabilidad y coste de las prendas.
- Criterios de selección de tiendas especializadas, diseñadores y firmas de ropa.
- El fondo de armario:
- Composición de prendas básicas y accesorios imprescindibles, para temporada de primavera-verano y otoño-invierno.
- Propuestas de estilismo semanales. Estilismos formales, semiformales e informales.
- Propuestas de vestuarios para ocasiones concretas: trabajo, medios audiovisuales, políticos, entrevista de trabajo, y otros.
- El equipaje básico en distintas actividades:
- Tipos de viaje: trabajo, eventos específicos, placer.
- Destinos: ciudad, campo, playa. Consejos útiles para organizar el contenido de la maleta.

- Selección y combinación de colores en prendas, accesorios y complementos.
- Pautas para la elección y combinación de prendas y complementos.
- Pruebas de vestuario.
- Técnicas de seguimiento y mantenimiento del proceso de asesoría en el vestir.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de asesoramiento en el estilismo de vestir.

El asesoramiento en el estilismo de vestir incluye aspectos como:

- El análisis de la repercusión de la moda y sus tendencias en la imagen final.
- El estudio de la figura corporal y sus correcciones.
- La aplicación del test de color.
- La identificación de los tipos de elementos del vestuario y su estilo asociado.
- El conocimiento de los usos de vestuario según las situaciones personales o profesionales.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Asesoramiento a clientes sobre vestuario y complementos.
- Asesoramiento en la elección de líneas de vestuario en tiendas de ropa, showrooms y pasarelas.
- Guía en la compra de ropa, accesorios y regalos.

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

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

- Organización y planificación de los recursos necesarios para poder realizar un asesoramiento en estilismo.
- Aplicación de métodos de observación para determinar las características que determinan el estilo del cliente.
- Realización de estudios corporales, de color y de estilo, para determinar los elementos que se debe modificar o potenciar.
- Propuesta de correcciones en la figura corporal, tejidos y tipos de vestuario.
- Elaboración y presentación de propuestas personalizadas de asesoramiento.
- Elaboración de pautas de seguimiento en la adquisición de los elementos de la nueva propuesta.

Módulo profesional: Asesoría de Peluquería.**Equivalencia en créditos ECTS: 10****Código: 1184***Duración: 192 horas**Contenidos:***1. Elaboración del protocolo de actuación y trabajo del asesor de peluquería:**

- Protocolos de trabajo del asesor de peluquería.
- Fase de documentación. Elaboración de la base de información de patrones estéticos de peinados. Fuentes documentales.
- Fase de análisis de las características y necesidades de la persona usuaria y su entorno, relacionándolas con sus demandas y adecuándolas a las circunstancias.
- Fase de asesoramiento en peluquería y estilismo facial: femenino y masculino.
- Detección de necesidades, entrevista, propuesta técnica, presupuesto, acuerdos, ejecución, derivación a otros profesionales.
- Fase de evaluación y control del proceso. Control de calidad de los resultados y grado de satisfacción del cliente.
- Campo de actuación del asesor de peluquería. Límites de los mismos.

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

- Análisis del cuero cabelludo y cabello. Diferentes técnicas.
- Análisis morfológico de la cabeza: cráneo, facciones, perfil y cuello.
- Estudio y características del pelo y vello facial.
- 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 de los usuarios, atendiendo a las últimas tendencias.
- Soportes de documentación técnica: fichas de registro. Cuestionarios valorativos iniciales. Realización de las mismas en diferentes soportes técnicos.

3. Determinación de los cuidados y tratamientos capilares para el asesoramiento:
 - Clasificación y descripción de los tratamientos capilares necesarios para la creación de la nueva imagen.
 - Técnicas electroestéticas y manuales para el tratamiento capilar. Asesoramiento en prótesis capilares.
 - Identificación de los tratamientos capilares necesarios para los cambios de imagen.
 - Profesionales colaboradores para el cuidado y los tratamientos capilares. Derivación a los mismos.
4. Determinación de los cambios que se deben realizar en el cabello y en el pelo facial para crear el nuevo estilo:
 - Cualidades de la imagen que se va a potenciar, neutralizar y modificar a través de la asesoría de peluquería y barbería.
 - Concreción del nuevo estilo y creación de la nueva imagen. Realización de bocetos en diferentes soportes técnicos.
 - Determinación de los elementos del peinado que forman la nueva imagen.
 - Nociones básicas de Procesos técnicos de peluquería para el cambio de longitud, forma y color y su influencia en el cambio de imagen.
 - El peinado y la técnica de secado. Recogidos. Posticería capilar: pelucas, prótesis, extensiones, y tocados. Técnicas de barbería.
5. Elaboración de propuestas de cambio de imagen:
 - Diseño de propuestas personalizadas de cambios de imagen a través de tratamientos y técnicas de peluquería y barbería. Presentación de los mismos.
 - Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características.
 - Elaboración de diseños gráficos y fotográficos.
 - Medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Presupuestos.
 - Planificación de acciones.
 - Presentación de la propuesta personalizada.
 - Valoración de los resultados del estudio de la imagen personal: aspectos que se pueden potenciar o modificar, atendiendo al grado de satisfacción del cliente.
 - Elaboración de archivos de propuestas, y cambios de imagen realizados.
 - Propuestas para producciones audiovisuales de asesoramiento de imagen a través de la peluquería.
 - Propuestas para producciones de fotografía y moda.

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

- Asesoría de mantenimiento de la nueva imagen.
- Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados capilares. Forma de aplicación y frecuencia.
- Entrenamiento de técnicas de manejo de secador, útiles, tenacillas, planchas y productos de apoyo y mantenimiento del peinado.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de asesoramiento de imagen en peluquería.

La función de asesoramiento de imagen en peluquería incluye aspectos como:

- La elaboración de documentación técnica.
- La exploración y estudio capilar, facial y corporal.
- La diferenciación de las distintas técnicas para el cuidado capilar.
- El reconocimiento de las aplicaciones de las técnicas electroestéticas.
- La identificación de los tipos de peinado.
- La determinación de las técnicas y procesos de peluquería.
- La organización y actualización de ficheros.
- Las pautas de orientación para la selección y aplicación de cosméticos y cuidados personales.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Protocolos de asesoramiento en cuidados estéticos capilares.
- Protocolos de asesoramiento en el peinado.
- Asesoramiento sobre el cambio de imagen a través del peinado.
- Asesoramiento sobre el proceso y las técnicas de peluquería.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales d), j), k), m), q), r), s), u) y v) del ciclo formativo, y las competencias d), h), i), m), n), o) y p) del título.

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

- La identificación de las necesidades o demandas de la persona usuaria.
- La realización del estudio estético capilar.
- El asesoramiento sobre tratamientos capilares.
- El asesoramiento en el peinado.

- El asesoramiento en el cambio de imagen.
- La selección de la técnica y del proceso de peluquería.
- La elaboración de propuestas personalizadas de asesoría.
- La determinación de pautas para la selección y aplicación de cosméticos y cuidados personales, así como del mantenimiento de la nueva imagen.

Módulo profesional: Protocolo y organización de eventos.**Equivalencia en créditos ECTS: 8****Código: 1185***Duración: 147 horas**Contenidos:***1. Caracterización del protocolo oficial:**

- Conceptos básicos de protocolo: origen, historia, y definición.
- La asesoría en protocolo. Campo de actuación.
- El protocolo oficial español: la casa real: nuestra actual monarquía, origen de los borbones. Su Majestad Don Felipe VI. Títulos y precedencias. La estructura del Estado Español. Principios Generales de la Constitución y la estructura política. El poder ejecutivo, legislativo y judicial y las fuerzas armadas. La normativa protocolaria.
- Protocolo en las Comunidades Autónomas: El Estado de las Autonomías. Las precedencias y competencias autonómicas. Prelación de las autoridades de una comunidad autónoma en los actos protocolarios. Protocolo en las Administraciones Locales.
- Legislación vigente aplicada al protocolo. Ordenamiento General de precedencias en el Estado y comunidades autónomas y administraciones locales.
- Bases de información en protocolo. Fuentes y departamentos de consulta de normativa y/o legislación protocolaria.
- Instituciones públicas y privadas: concepto, organigrama, organización y características.
- Distinciones protocolarias y su simbología.
- Simbología heráldica y la vexilología. La heráldica oficial. Colocación y disposición de las banderas: precedencias y ubicación. El escudo de España. La heráldica autonómica y local.

- Los tratamientos honoríficos y su aplicación: Tipos de tratamientos en España. Tratamientos reales y nobiliarios. Tratamientos de las principales autoridades del estado.
 - Las distinciones nobiliarias. Títulos nobiliarios: clases de títulos de la nobleza titulada y no titulada. La grandeza de España.
 - Metodología en la asesoría en protocolo.
2. Caracterización de los actos protocolarios oficiales y no oficiales:
- Los actos públicos. Naturaleza e imagen de los actos. Características y tipos de actos públicos oficiales y no oficiales.
 - Los actos privados y/o no oficiales. Características y tipos de actos no protocolarios.
 - El protocolo religioso y sus actos. Características de los actos religiosos. La Iglesia Católica: normas ceremoniales y simbología. Otras religiones.
 - El protocolo universitario y sus actos. Características, cronograma del acto: precedencia y organigrama, organización y desarrollo del mismo. Tipos de actos universitarios.
 - El protocolo militar y sus actos. Organigrama de los cuerpos militares y su precedencia. Tipos de actos militares. Tributación de honores militares.
 - Identificación del tipo de acto, las características o cualidades que se pueden proyectar. Elementos que hay que valorar.
 - Ámbito de aplicación del protocolo en los actos oficiales y no oficiales.
3. Establecimiento de las fases en la organización de los actos protocolarios:
- El proyecto organizativo y sus fases.
 - Fase previa: objetivos del acto. Identificación del acto y su proyecto organizativo. Aplicación de métodos de observación.
 - Fase de planificación y preparación: elaboración del programa y cronograma. Requerimientos del acto: recursos humanos, materiales y espacios físicos del evento.
 - Fase de desarrollo del evento realización o ejecución: logística de la actividad y desarrollo del acto. La inauguración. La clausura del acto. La importancia de la coordinación: protocolo, prensa y seguridad. Funciones del departamento de seguridad.
 - La comunicación en los actos protocolarios. Funciones del departamento de prensa o relaciones informativas. Las relaciones con los medios de comunicación. Las ruedas de prensa.
 - Fase de evaluación del acto y/o evento. Seguimiento de la difusión del acto.
 - Aplicación del control de calidad del acto.

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

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

5. Caracterización del protocolo internacional:

- Protocolo internacional: el protocolo extranjero y el protocolo diplomático. Las recepciones diplomáticas: modelos de comportamiento en recepciones diplomáticas.
- El protocolo internacional y su relación con el mundo empresarial. Los grupos dominantes mundiales.
- La UE: concepto, historia, características. Simbología asociada.
- Costumbres, hábitos y cultura social de los principales países constituyentes de la UE.
- Costumbres, hábitos y cultura social de los países del este.
- Canadá. Divisiones idiomáticas y culturales.
- Costumbres, hábitos y cultura social de EE.UU.
- América latina. Hábitos, costumbres y cultura social.
- El mundo árabe. La religión, hábitos, costumbres y cultura social.

- El África subsahariana. Países constituyentes. Costumbres y cultura social común.
- Las culturas orientales. Hábitos, costumbres y cultura social de cada zona.
- Las relaciones internacionales y su repercusión en el protocolo.
- Pautas de actuación en el protocolo internacional.

6. Establecimiento del protocolo empresarial:

- Las empresas y su organización. Organigrama Empresarial. Los departamentos con repercusión en protocolo empresarial. La imagen corporativa: logotipos, símbolos y arquitectura corporativa.
- Los actos empresariales públicos y privados Preparación, desarrollo, organización y protocolo de los actos.
- Las precedencias empresariales.
- Presidencia de los actos.
- Actuaciones empresariales con repercusión en protocolo: las presentaciones personales, la auto-presentación, la presentación de la empresa. La inteligencia emocional en la empresa.
- Las visitas y otros actos sociales empresariales. El viaje de negocios: preparación, planificación y objetivos. Particularidades de otras culturas.
- Las comidas de negocios. Presidencias, invitados de honor, colocación de los comensales, discursos y brindis.
- Actos de carácter empresarial privado. Las reuniones.
- La organización de actos de promoción empresarial externos e internos.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de asesoramiento en protocolo y su aplicación en los diferentes tipos de actos oficiales existentes.

La función de asesoramiento en protocolo incluye aspectos como:

- La determinación de la normativa protocolaria y su aplicación.
- El establecimiento de la relación entre las distinciones protocolarias y su simbología.
- La interpretación de actos públicos de diferentes ámbitos y su repercusión.
- La identificación y justificación de la presidencia de los actos protocolarios.
- La identificación del proyecto organizativo de un acto.
- La organización y diseño de la documentación necesaria para la organización de un acto protocolario.

- El estudio de las relaciones con los medios de comunicación en el entorno del protocolo.
- La interpretación del protocolo internacional y sus características.
- El análisis del protocolo empresarial y sus actuaciones.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Asesoramiento en protocolo.
- Organización de eventos de diversa índole.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales a), c), d), f), g), h), j), q), s), t), u), w) y x) del ciclo formativo, y las competencias a), c), d), f), h), m), n), ñ), o) y q) del título.

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

- Identificación y utilización de las diferentes normativas existentes en protocolo.
- Aplicación de métodos de análisis para determinar las características de los actos públicos.
- Utilización de fichas, cuestionarios y otros soportes para la obtención de información y síntesis de características de los actos protocolarios.
- Organización y planificación de los recursos materiales y personales necesarios para poder realizar un acto protocolario.
- Elaboración de los documentos de soporte vinculados al acto.
- Aplicación de técnicas de organización de eventos.
- Propuesta de pautas para la realización de actos protocolarios.
- Aplicación de los protocolos de calidad en la organización de los actos protocolarios.

Módulo profesional: Usos sociales

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Código: 1186

Duración: 84 horas

Contenidos:

1. Identificación del campo de actuación del asesor en usos sociales:

- El protocolo social. Los usos sociales: definición, características y conceptos asociados. Educación social, urbanidad, modales y valores sociales.
- Usos del protocolo social. Necesidad de códigos de comunicación y conducta: relatividad u obligatoriedad de los usos sociales. Acciones del protocolo social.
- Estudio de las características personales asociadas al protocolo social.

- Aplicación de la inteligencia emocional en el comportamiento social. La vida social inteligente.
 - Importancia e interpretación de los gestos como medio de comunicación en usos sociales.
 - Estudio del ámbito de aplicación de los usos sociales: comportamiento personal, vida en sociedad y otros.
 - Repercusión de la multiculturalidad en los usos sociales. Características y factores diferenciales. Implicaciones en el comportamiento social. Usos y costumbres sociales en el mundo. Diferencias entre los países occidentales y orientales. Consejos generales sobre comportamientos correctos e incorrectos.
 - La figura del asesor en usos sociales: campo de actuación.
 - Técnicas para detectar las características, necesidades y demandas del cliente en usos sociales.
 - Registro y control de la información.
2. Determinación de usos y normas protocolarias en las relaciones sociales:
- Las relaciones sociales. Relaciones interpersonales y sociabilidad humana: el trato social y la cortesía. Saber estar.
 - Etiqueta social, personal, laboral y otros. Normas de comportamiento en sociedad. Normas de comportamiento: en la vía pública, en los transportes, en establecimientos y lugares públicos, cortesía al volante y protocolo de asientos en los vehículos, en los deportes, en los centros educativos y actos académicos y en los lugares de oración y otros. Aplicación de la etiqueta social en el vestir. La imagen personal, la elegancia, el estilo y saber vestir en la etiqueta femenina, masculina y militar.
 - Técnicas protocolarias en usos sociales elementales. Normas protocolarias en las visitas: oficiales y/o personales. La atención a visitas: horas, duración y concierto. Visitas inesperadas, visitas a enfermos y personas ancianas. Comportamiento social relacionado con los regalos. Tipos de regalos. Criterios de elección: adecuación del regalo a las circunstancias personales, sociales y laborales. Presentación y entrega de regalos. Comportamiento en la recepción de los regalos. El comportamiento en el entorno laboral. El protocolo social en las relaciones laborales.
3. Determinación de los usos sociales ligados a la presentación y comunicación personal:
- Los saludos. Modelos de saludos en distintos ámbitos oficiales o personales.
 - Las invitaciones. Principales tipos y modelos de invitaciones.
 - Las presentaciones. Orden de cortesía. Elementos y fórmulas de presentación. Presentación de familiares. Presentación en sociedad. Presentación en la vida profesional. La auto-presentación. Tratamientos corteses y honoríficos.

- La correspondencia. Aspectos armónicos de los documentos. Normas de cortesía en la correspondencia: el lenguaje en la correspondencia. Fórmulas para diferentes motivos de correspondencia. El protocolo en los documentos escritos en internet. La netiqueta.
- Lenguaje y códigos en usos sociales. El arte de conversar en sociedad.

4. Caracterización de los usos sociales en la mesa:

- Habilidades sociales en la mesa: comportamiento y las buenas maneras en la mesa, normas para comenzar a servir, modo de comer correctamente los alimentos.
- Preparación de la mesa. La decoración de la mesa. Elementos que la integran. El orden de los elementos en la mesa. Comensales. Tipos y características de mesas para diversas reuniones y acontecimientos sociales. Clasificación y categoría con respecto al acto. Criterios de colocación de comensales en la mesa. Tipos de servicio.
- Elección y confección del menú y la hora. Selección de vinos.
- Modelos de comportamiento en establecimientos de restauración.

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

- Diseño de propuestas personalizadas: definición y estructura.
- Descripción de las necesidades y demandas.
- Valoración de las necesidades en usos sociales y características personales del lenguaje corporal, oral y otros.
- Determinación de los cambios necesarios en usos sociales.
- Elaboración y preparación de materiales.
- Relación de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto.
- Documentación técnica y económica: tipos y características.
- Planificación de acciones.
- Elaboración de propuestas en distintos soportes.
- Presentación de una propuesta personalizada.
- Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.

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

- Pautas de organización de reuniones en el domicilio: concepto y tipos. Recepción en casa. Normas básicas de recepción. Deberes del anfitrión y de los invitados.
- Pautas de organización de celebraciones familiares de carácter civil o religioso: nacimientos, bautizos, primera comunión, cumpleaños, puestas de largo, bodas, funerales y entierros. Identificación y reparto de actividades y funciones. Normas de comportamiento de los invitados.
- Necesidades para la organización de aniversarios. Identificación y reparto de actividades y funciones. Deberes del anfitrión y de los invitados.
- Necesidades organizativas en los funerales familiares y de estado. Normas de comportamiento.
- Necesidades organizativas en otros actos protocolarios no oficiales. Normas de comportamiento.

7. Organización de eventos singulares:

- Pautas de organización de banquetes. Definición y características. Tipos de banquetes protocolarios. Invitados y precedencia. Protocolización de mesas y colocación de comensales. Elaboración de documentos asociados al banquete y sistemas de indicación del protocolo. El menú y sus características. Diferencias entre las comidas de gala y de trabajo.
- Pautas de organización de bodas. Tipo de ceremonias. Características. Diferencias regionales, religiosas, étnicas y otras. La petición de mano. Organización del lugar. La ceremonia. Criterios para la colocación de los asistentes. Distribución de la mesa nupcial y de las de los invitados. Segundas ceremonias.
- Necesidades organizativas de otros eventos singulares: fiestas, bailes, conciertos, exhibiciones de arte, entre otros.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de asesoramiento en usos y habilidades sociales y de organización de eventos singulares según las demandas del cliente.

Las funciones de asesoramiento en usos y habilidades sociales y de organización de eventos singulares según las demandas del cliente incluyen aspectos como:

- La determinación de los usos sociales.
- La caracterización de las habilidades sociales personales con repercusión en la imagen.
- El estudio de los usos sociales según diferentes situaciones.
- La aplicación de las habilidades sociales en situaciones concretas.

- Identificación de las habilidades sociales y su aplicación en el entorno laboral.
- La organización de eventos ligados a los usos sociales como bodas, banquetes y otros.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Organización y realización de procesos de información y asistencia para el asesoramiento en usos sociales.
- Prestación de servicios en la organización de actos y reuniones sociales.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales d), f), g), h), s) y x) del ciclo formativo, y las competencias d), f), n) y q) del título.

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

- Aplicación de métodos de observación para determinar las habilidades sociales.
- Organización y planificación de los recursos necesarios para poder realizar un asesoramiento en habilidades sociales.
- Elaboración y presentación de propuestas personalizadas de asesoramiento en habilidades sociales.
- Propuesta de modelos de entrenamiento en habilidades sociales.
- Aplicación de técnicas de organización de eventos singulares.

Módulo profesional: Asesoría estética.

Equivalencia en créditos ECTS: 11

Código: 1187

Duración 192 horas

Contenidos:

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

- Protocolos de asesoría de estética. Fases de actuación del asesor de imagen en cuidados estéticos y maquillaje.
- Fase de documentación: Diferentes fuentes documentales.
- 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 evaluación y control: Seguimiento, control y mantenimiento del cambio.

- Grado de satisfacción del cliente.
 - Campo de actuación del asesor de imagen.
 - Elaboración de un manual de estilos: el maquillaje en las décadas del siglo XX, tipos de maquillajes en el siglo XXI: tribus urbanas. El maquillaje en los cambios de roles. Utilización de medios informáticos y audiovisuales, diseños de bocetos.
2. 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, en el hombre y la mujer. Fases del proceso. Métodos para la exploración. La entrevista personal.
 - Manejo de equipos para el análisis estético.
 - Identificación del estado de la piel y anexos.
 - Identificación del tipo de piel.
 - Identificación de alteraciones estéticas corporales. Valoración global.
 - Interpretación de resultados. Valoración profesional.
 - Documentación técnica. Tipos de fichas técnicas.
 - Registro y control de la documentación. Confidencialidad.
3. Determinación de los tratamientos faciales y corporales para el asesoramiento estético:
- Tratamientos estéticos faciales y corporales. Clasificación iteración y sinergia.
 - Tratamientos para la eliminación y decoloración del vello: técnicas epilatorias y depilatorias. Fotodepilación.
 - Cuidados de manos y pies. Técnicas básicas, avanzadas y Spade Manicura y Pedicura. NailArt.
 - Medicina y cirugía estética.
 - Técnicas electroestéticas: clasificación. Indicaciones y contraindicaciones. Efectos. Aplicaciones. Criterios de selección.
 - Técnicas manuales: clasificación, efectos, indicaciones. Criterios de selección.
 - Técnicas cosmetológicas: clasificación. Criterios de selección.
 - Técnicas hidrotermales: Rituales Wellness y Spas.

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

- Estudio del rostro.
- Geometría del rostro: tipos de óvalo.
- Estudio de los elementos del rostro: cejas, ojos, nariz, boca, pómulos, barbilla y frente.
- El color en el maquillaje.
- Influencia de los colores del maquillaje en la imagen personal.
- Técnicas de visajismo: en las diferentes razas. Correcciones del rostro a través del maquillaje. Técnica del claroscuro. Disposición de líneas.
- Tipos de estilos de maquillaje: características de los diferentes estilos. Social: maquillaje de día, noche, fiesta, ceremonia y pasarela. Maquillaje según edad. Maquillaje para personas con gafas. Audiovisuales: maquillaje para Alta definición –HD, para Fotografía Artística, B/N y Color, para TV, para Cine en B/N y Color. Maquillaje artístico: body paint, fantasía y 3D. Maquillaje semipermanente: micropigmentación. Maquillaje de Tatuajes.
- Bocetos de cambios de estilo de maquillaje.
- Aplicación de técnicas de dibujo: iniciación a las técnicas de expresión gráfica.
- Aplicación de herramientas informáticas.
- Programas para el tratamiento digital de la imagen para diseño de manuales de estilos: Photoshop.

5. Aplicación de técnicas de automaquillaje: Para hombre y mujer.

- Elaboración del protocolo y lectura del rostro.
- Selección de cosméticos decorativos.
- Selección de útiles y materiales.
- Técnicas previas a la aplicación de maquillaje: desmaquillado y preparación de la piel.
- Técnicas de corrección y diseño personalizado de las cejas.
- Técnicas de aplicación de productos cosméticos decorativos.
- Técnicas de aplicación de maquillaje correctivo en el rostro: técnica del claroscuro. Técnicas de rejuvenecimiento.
- Maquillaje de ojos.
- Maquillaje de labios.

- Maquillaje de mejillas.
 - Proceso de realización de los diferentes estilos de maquillaje y su adecuación al modelo, sexo, edad y circunstancia. Fases y secuenciación.
 - Seguridad e higiene en los procesos de maquillaje.
6. Elaboración de propuestas personalizadas de cambios de imagen a través de tratamientos estéticos y maquillaje:
- Estructura específica de la propuesta.
 - 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.
 - Planificación de acciones.
 - Presentación de la propuesta personalizada.
 - Realización de supuestos prácticos personalizados encaminados a obtener el éxito del objetivo para el que se ha solicitado el cambio de imagen.
7. Establecimiento de pautas para el mantenimiento de la nueva imagen:
- 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.
 - El automaquillaje.
 - Entrenamiento para el manejo de útiles para el automaquillaje.
 - Aplicación de automaquillaje. Para lucirlo en distintas circunstancias.
 - Técnicas de finalización del automaquillaje.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de asesoramiento en cuidados estéticos y maquillaje.

La función de asesoramiento en cuidados estéticos y maquillaje incluye aspectos como:

- La elaboración de documentación técnica.
- La exploración y estudio facial y corporal.
- La diferenciación de las distintas técnicas estéticas para el cuidado facial y corporal.
- El reconocimiento de las aplicaciones de las técnicas electroestéticas.

- La identificación de los tipos de maquillaje.
- La determinación de las técnicas de automaquillaje.
- La organización y actualización de ficheros.
- Las pautas de orientación para la selección y aplicación de cosméticos y cuidados personales.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Protocolos de asesoramiento en cuidados estéticos.
- Protocolos de asesoramiento en maquillaje.
- Procesos de automaquillaje.

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

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

- La identificación de las necesidades o demandas de la persona usuaria.
- La realización del estudio estético.
- El asesoramiento sobre tratamientos estéticos, faciales y corporales.
- El asesoramiento en maquillaje.
- El asesoramiento en cambios de imagen.
- La selección y aplicación de cosméticos para el automaquillaje.
- La elaboración de propuestas personalizadas de asesoría.
- La determinación de pautas para la selección y aplicación de cosméticos y cuidados personales.

Módulo profesional: Habilidades comunicativas.

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Código: 1188

Duración: 126 horas

Contenidos:

1. Caracterización de los tipos de comunicación:

- La comunicación. Aspectos generales. Elementos de la comunicación.
- Comunicación escrita: herramientas de escritura. Estructura y vocabulario.
- Las nuevas técnicas de comunicación escrita: los e-mails, la netiqueta y otros.

- Comunicación oral: herramientas de la expresión oral, informacional, interaccional y relacional.
 - Comunicación no verbal.
 - 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. Couching, tapping y otros.
 - Imagen personal y comunicación. Elementos de la imagen que influyen en la comunicación. Concepto y teoría de la imagen. Percepción. Teoría Gestalt.
2. 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.
 - Fase de evaluación y control: pautas para realizar el seguimiento del plan y evitar desviaciones.
 - Campo de actuación del asesor.
3. 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.

- Análisis de los elementos que intervienen en la comunicación. Elaboración de grabaciones de video 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.
 - Simulación de supuestos prácticos reales, role playing.
4. 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.
 - Técnicas para la resolución de dudas.
 - Cumplimentación de documentación: acuerdos y autorización del proceso.
5. Aplicación de técnicas de entrenamiento en comunicación:
- Actividades para desarrollar habilidades comunicativas personales e interpersonales, sociales y profesionales.
 - Comparecencias ante público y audiencias: técnica vocal, la personalidad y el mensaje. Autocontrol: preparación y recuperación del estado emocional óptimo. Tipos de comparecencias: oficiales y privadas, entre otras.
 - Características de las comparecencias que condicionan la imagen.
 - Hablar en público. Técnicas y estrategias para mejorar el habla en público.
 - Actividades para la modificación de la comunicación escrita, oral y/o gestual. Elaboración de documentos escritos. Elaboración de exposiciones orales. Métodos para potenciar los recursos expresivos.

- Actividades para la modificación de los elementos de la imagen que influyen en la comunicación. Elaboración de videos en diversos soportes CD, DVD, entre 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.

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

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

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de asesoramiento sobre habilidades de comunicación.

La función de asesoramiento sobre habilidades de comunicación incluye aspectos como:

- La caracterización de los diferentes tipos de comunicación.
- La aplicación de procedimientos de análisis para detectar las necesidades del cliente en técnicas de comunicación.
- La organización del plan de actuación.
- La presentación de la propuesta de asesoría.
- La aplicación de técnicas de entrenamiento en las diferentes técnicas de comunicación.
- El asesoramiento para comparecer en distintos medios de comunicación.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Organización y realización de procesos de información y asistencia para el asesoramiento en habilidades comunicativas.
- Prestación de servicios de asesoramiento en comparecencias públicas, privadas y en medios de comunicación.

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

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

- La caracterización de los distintos tipos de comunicación.
- La aplicación de procedimientos de análisis.
- La organización del asesoramiento.
- La presentación de la propuesta de asesoramiento.
- La aplicación de técnicas de entrenamiento en comunicación.
- La aplicación de técnicas de asesoramiento para la comparecencia en medios de comunicación.

Módulo profesional: Imagen corporativa

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Código: 1189

Duración 105 horas

Contenidos:

1. 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 habitat 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. La cultura corporativa.
- Transmisión de la cultura corporativa: habilidades sociales, habilidades de interrelación profesional y corporativa.
- La ideología o filosofía corporativa de la organización: ideología de los fundadores: adscripciones y niveles de compromiso, ideología del equipo directivo e ideología de los recursos humanos.

- Identidad corporativa e institucional: identificación de la imagen corporativa.
 - Métodos y técnicas para realizar la concreción de la identidad corporativa. El argumento corporativo. 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 de la imagen corporativa en otros países.
 - Relación entre imagen corporativa y tipos de empresa y/o entidad.
 - La percepción social de los valores e imagen corporativos. Análisis de la percepción.
2. 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.
 - Soportes donde se aplican los elementos gráficos corporativos. Papelería, uniformes, envases, etiquetas, embalajes, transportes, aplicaciones digitales, aplicaciones editoriales, artículos promocionales.
 - Líneas de diseño elementales para la creación de la identidad gráfica.
 - Los espacios interiores y exteriores: la arquitectura corporativa. La decoración. Los escaparates.
 - Condicionantes y principios perceptivos de la imagen iconográfica: la vinculación sensorial.
 - El método iconológico aplicado a la asesoría de imagen corporativa.
 - La relación entre los elementos identificadores y la filosofía corporativa. Elementos que se van a potenciar, neutralizar o eliminar.
 - El simbolismo de los elementos distintivos y su diseño. Diferenciación con la competencia.
 - La evolución de los elementos de identificación.
3. Determinación de la imagen de los colectivos profesionales:
- La imagen corporativa a través de los colectivos profesionales.
 - Análisis del equipo de profesionales. Imagen. Expresión. Estilos. Habilidades de interrelación.
 - Determinación de los elementos, características y símbolos para crear la imagen colectiva.

- Propuesta de asesoría de imagen colectiva. Manual de procedimiento de imagen colectiva. Profesionales colaboradores: asesoramiento en imagen externa: peinado, automaquillaje y otros. Asesoramiento en expresión: oral, gestual y corporal. Asesoramiento en habilidades de interrelación personal, social, profesional y corporativa.
 - Implementación de la imagen colectiva. La imagen profesional: imagen externa, uniformes corporativos y nuevas formas de expresión personal.
4. Elaboración de proyectos de asesoría de imagen corporativa:
- Asesoría de imagen corporativa: protocolo de imagen o de estilo.
 - Fase de investigación y validación de la identidad corporativa.
 - Fase de implementación de la imagen corporativa en los distintos ámbitos y campos de aplicación.
 - Fase de mantenimiento y control de la imagen corporativa: establecimiento de los indicadores de calidad.
 - Documentación técnica anexa a la propuesta.
 - Herramientas y técnicas para la elaboración de los proyectos de imagen corporativa.
 - Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.
 - Planificación de acciones.
 - Documentación económica: elaboración del presupuesto.
 - Presentación de la propuesta personalizada.
 - Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.
5. Elaboración del manual de imagen corporativa:
- El manual de estilo o manual de imagen corporativa. Estructura y objetivos.
 - Los libros de estilo.
 - Manuales corporativos de interés en asesoría de imagen corporativa: los partidos políticos y los medios de comunicación. Diferencias entre las distintas opciones.
 - La gestión de la imagen corporativa en la comunicación visual.
 - Evaluación de la evolución del manual de imagen.
6. Implementación de estrategias de comunicación:
- Políticas de imagen y comunicación empresarial/institucional.
 - Plan de comunicación empresarial: definición de objetivos, definición de estrategias y mensajes, calendario de actuación, evaluación de costes y seguimiento del plan.

- Análisis y aplicación del plan de comunicación empresarial.
- Las relaciones externas con repercusión en la imagen empresarial/institucional.
- Relaciones con los medios y las agencias de comunicación: selección de la información de la empresa y análisis de la información producida por los medios de comunicación.
- La promoción institucional y/o corporativa.
- Elementos de promoción corporativa.
- Las acciones de patrocinio/mecenazgo: patrocinio deportivo, patrocinio artístico y cultural, las becas, los proyectos de investigación, los premios académicos. Los patrocinios locales. Responsabilidad social corporativa: creación de marcas asociadas a valores que recuerdan los compromisos de la empresa. Repercusión social.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para identificar los elementos responsables de la imagen corporativa así como su simbolismo. Todos ellos contribuyen a definir las características en imagen de una entidad así como sus estrategias en comunicación con el público y la promoción de sus productos o servicios.

Las funciones de asesoría en imagen corporativa incluyen aspectos como:

- Análisis de la imagen corporativa, sus elementos identificadores, su significado y su percepción social.
- Identificación de la filosofía corporativa.
- Estudio de imágenes corporativas de gran repercusión social.
- Aplicación de los elementos de imagen corporativa en la arquitectura y los espacios.
- Identificación de los elementos con repercusión en la imagen empresarial y la relación con la libertad de expresión.
- Elaboración del proyecto en asesoría de imagen corporativa y el manual de imagen corporativa.
- Establecimiento de la relación entre las distinciones protocolarias y su simbología.
- Determinación de las estrategias de comunicación y de promoción empresarial.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Asesoramiento a clientes sobre la identidad visual de la imagen corporativa.
- Asesoramiento en la elección de vestuario para los colectivos profesionales.
- Asesoramiento sobre las políticas de comunicación empresarial.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales c), d), i), j), q), r) y s) del ciclo formativo, y las competencias c), d), g), h), m) y n) del título.

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

- La identificación de los elementos identificativos de la imagen corporativa, mediante el análisis de imágenes corporativas conocida.
- La utilización de fichas, cuestionarios y otros soportes para la obtención de información y síntesis de características de los elementos de la imagen corporativa.
- La elaboración de propuestas para la realización de asesorías de imagen corporativa.
- La organización del material en el manual de imagen corporativa.
- La aplicación de estrategias de comunicación y promoción corporativas.

Módulo profesional: Dirección y comercialización.

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Código: 1071

Duración: 105 horas

Contenidos:

1. Aplicación de técnicas de organización del establecimiento de imagen personal:
 - Modelos organizativos de empresas de imagen personal. Las empresas tradicionales de imagen personal. Nuevas tendencias empresariales.
 - Instalaciones generales de los establecimientos de imagen personal. Diseño y distribución.
 - Recursos técnicos. Organización de equipos, herramientas, cosméticos y útiles.
 - Imagen empresarial. Elementos que la conforman.
2. Aplicación de técnicas de organización y coordinación de los profesionales:
 - Organigrama del centro. Estructura jerárquica.
 - Cualificación de los profesionales.
 - Planificación de la plantilla: proceso de selección de personal. Técnicas de selección.
 - Diseño del plan de acogida en la empresa.
 - Organización y coordinación del horario de trabajo del personal.
 - Organización y coordinación del equipo de trabajo y de los medios materiales: distribución del trabajo a lo largo de la jornada laboral.

3. Diseño de normas de atención y comunicación interpersonales:

- La comunicación. Comunicación externa e interna en la empresa: tipos, características y diferencias.
- Técnicas de comunicación eficaz: escucha activa, feedback, claridad, 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.
- Problemas en la comunicación externa: tipos y técnicas para resolver situaciones de crisis.
- Comunicación interna en la empresa: comunicación ascendente, descendente y horizontal: técnicas para transmitir información a los equipos de trabajo, técnicas de motivación.
- Técnicas de resolución de conflictos.
- Deontología profesional.
- El liderazgo. Leyes básicas de la dirección de equipos.
- Otros tipos de comunicación o comunicación mixta: las reuniones de trabajo. Tipos y fases de una reunión.

4. Diseño de planes de formación e información:

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

5. Realización de operaciones de gestión técnica:

- Documentación: tipos de documentación técnica y comercial.
- Sistemas y métodos de archivo de la documentación.
- Aplicaciones informáticas específicas del sector: tipos, características y utilidades.

- Configuración de la aplicación: asistencia técnica.
 - Protección de datos: legislación, sistemas de seguridad, protección y confidencialidad de la información.
 - Personas usuarias del programa de gestión: criterios de asignación.
 - Creación de la base de datos y tratamiento de la información.
6. Elaboración del plan de comercialización:
- Definición y conceptos básicos de marketing.
 - El plan de comercialización de la empresa.
 - El cliente.
 - Los productos y servicios en imagen personal. Diseño de ofertas de productos y servicios.
 - Técnicas de venta.
 - El asesor de ventas.
 - Tratamiento y resolución de quejas y reclamaciones.
 - Las promociones: concepto y clasificación.
 - Campaña promocional.
7. Organización de técnicas de publicidad y merchandising:
- Plan de publicidad y merchandising: concepto y objetivos del plan.
 - La publicidad: concepto. Objetivos.
 - Elementos que conforman la publicidad como técnica de venta.
 - El 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).
8. Establecimiento de los criterios de calidad de los procesos de imagen personal:
- La calidad. Indicadores de la calidad.
 - La figura del consultor-evaluador.
 - Plan de evaluación del proyecto empresarial.
 - Objetivos de la evaluación.
 - Métodos de análisis.

- Evaluación de recursos técnicos, humanos e instalaciones.
- Evaluación de la gestión técnica y comercial.
- Evaluación de la imagen corporativa.
- Evaluación de la comercialización de productos y servicios.
- Evaluación de la comunicación integral de la empresa.
- Evaluación de los procesos técnicos y de los protocolos de trabajo.
- Evaluación del entorno de la empresa.
- Plan de intervención para la corrección de las desviaciones.
- Valoración de las expectativas del cliente y grado de satisfacción.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de dirección de empresas de imagen personal y comercialización de los productos y servicios asociados.

La definición de estas funciones incluye aspectos como:

- Organización de las instalaciones y los recursos técnicos.
- Coordinación y organización del equipo profesional.
- Aplicación de técnicas de comunicación.
- Elaboración de propuestas de formación para los trabajadores de la empresa.
- Utilización de aplicaciones informáticas para realizar la gestión de la empresa.
- Elaboración del plan de comercialización y organización de la publicidad y el merchandising.
- Establecimiento de los criterios de calidad de los servicios de peluquería.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Establecimiento de estructuras organizativas.
- Definición de los procesos y servicios de la empresa.
- Control y evaluación de la dinámica global de todos los procesos y servicios.
- Gestión técnica y comercial.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales a), c), n), q), s), t), u), w) y x) del ciclo formativo, y las competencias a), c), j), m), n), ñ), o) y q) del título.

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

- Organización de las instalaciones y de los recursos técnicos y profesionales.
- Diseño de protocolos de atención y comunicación con el cliente y el personal de la empresa.
- Elaboración de propuestas de formación e información para los colaboradores de la entidad.
- Utilización de medios informáticos para poder llevar a cabo la gestión del establecimiento.

Módulo profesional: Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa.

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Código: 1190

Duración: 30 horas

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional complementa la formación establecida para el resto de los módulos profesionales que integran el título en las funciones de análisis del contexto, diseño del proyecto y organización de la ejecución.

La función de análisis del contexto incluye las subfunciones de recopilación de información, identificación de necesidades y estudio de viabilidad.

La función de diseño del proyecto tiene como objetivo establecer las líneas generales para dar respuesta a las necesidades planteadas, concretando los aspectos relevantes para su realización. Incluye las subfunciones de definición del proyecto, planificación de la intervención y elaboración de la documentación.

La función de organización de la ejecución incluye las subfunciones de programación de actividades, gestión de recursos y supervisión de la intervención.

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se desarrollan en el sector de la asesoría de imagen personal y corporativa.

La formación del módulo profesional se relaciona con la totalidad de los objetivos generales del ciclo y las competencias profesionales, personales y sociales del título.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo profesional están relacionadas con:

- La responsabilidad y la autoevaluación del trabajo realizado.
- La autonomía y la iniciativa personal.
- El uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.

El proyecto será realizado por el alumnado, de forma individual, preferentemente durante el tercer trimestre del segundo curso. El alumnado será tutorizado por un profesor, que imparta docencia en segundo curso del ciclo formativo, de la especialidad de «Peluquería», «Estética» o «Asesoría y Procesos de Imagen Personal», de acuerdo con lo establecido en el Anexo III A) del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre. No obstante, dado que los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación de este módulo profesional complementan los del resto de los módulos profesionales del ciclo y tiene un carácter integrador de los mismos, sería conveniente la colaboración de todos los profesores con atribución docente en el ciclo formativo.

Módulo profesional: Formación y orientación laboral.**Equivalencia en créditos ECTS: 5****Código: 1191***Duración: 96 horas**Contenidos:**BLOQUE A: Formación, Legislación y Relaciones Laborales.**Duración: 46 horas***1. Búsqueda activa de empleo:**

- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.
- Identificación de los itinerarios formativos relacionados con el Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Definición y análisis del sector profesional del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa. Yacimientos de empleo.
- Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa. Programas europeos.
- Valoración de la empleabilidad y adaptación como factores clave para responder a las exigencias del mercado laboral.
- Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo. Fuentes de información. El proceso de selección.
- Oportunidades de autoempleo.
- El proceso de toma de decisiones.
- La igualdad de oportunidades en el acceso al empleo.

2. Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo en equipo para la eficacia de la organización.
- Concepto y tipos de equipos de trabajo. Formación y funcionamiento de equipos eficaces.
- Equipos en el sector de la asesoría de imagen personal, según las funciones que desempeñan.
- La participación en el equipo de trabajo. Los roles grupales. Barreras a la participación en el equipo.
- Técnicas de participación y dinámicas de grupo.
- Conflicto: características, fuentes y etapas.
- Métodos para la resolución o supresión del conflicto: mediación, conciliación y arbitraje. Consecuencias de los conflictos.
- La comunicación en la empresa. El lenguaje asertivo. La toma de decisiones y la negociación como habilidades sociales para el trabajo en equipo.
- El mobbing. Detección, métodos para su prevención y su erradicación.

3. Contrato de trabajo:

- La organización política del Estado Español. Organismos laborales existentes en España.
- El derecho del trabajo. Normas fundamentales.
- Órganos de la administración y jurisdicción laboral.
- Análisis de la relación laboral individual.
- Modalidades del contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación.
- Derechos y deberes derivados de la relación laboral. El tiempo de trabajo. Análisis del recibo de salarios. Liquidación de haberes.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
- Valoración de las medidas para la conciliación familiar y profesional.
- Representación de los trabajadores en la empresa.
- Negociación colectiva como medio para la conciliación de los intereses de trabajadores y empresarios.
- Medidas de conflicto colectivo. Procedimientos de solución.

- Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad, y beneficios sociales, entre otros.

4. Seguridad Social, empleo y desempleo:

- La Seguridad Social como pilar del Estado Social de Derecho.
- Estructura del Sistema de la Seguridad Social. Regímenes.
- Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización. Cálculo de bases de cotización a la Seguridad Social y determinación de cuotas en un supuesto sencillo.
- Prestaciones de la Seguridad Social. Situaciones protegibles por desempleo. Cálculo de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico.

BLOQUE B: Prevención de Riesgos Laborales.

Duración: 50 horas

5. Evaluación de riesgos profesionales:

- Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad. Sensibilización, a través de las estadísticas de siniestralidad nacional y en Castilla y León, de la necesidad de hábitos y actuaciones seguras.
- Valoración de la relación entre trabajo y salud.
- El riesgo profesional. Mapa de riesgos. Análisis de factores de riesgo.
- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico en la actividad preventiva.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales. Agentes físicos, químicos y biológicos.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psico-sociales.
- Riesgos específicos en el sector de la asesoría de imagen personal.
- Técnicas de evaluación de riesgos.
- Condiciones de seguridad y salud en los lugares de trabajo.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.
- Los accidentes de trabajo, las enfermedades profesionales y otras patologías.

6. Planificación de la prevención de riesgos en la empresa. Prevención integrada:
- Marco jurídico en materia de prevención de riesgos laborales.
 - Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales. Responsabilidades legales.
 - Gestión de la prevención en la empresa. Documentación.
 - Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
 - Planificación de la prevención en la empresa. Secuenciación de actuaciones.
 - Definición del contenido del Plan de Prevención de un centro de trabajo relacionado con el sector profesional.
 - Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
 - Elaboración de un plan de emergencia en una empresa del sector.
7. Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:
- Técnicas de lucha contra los daños profesionales. Seguridad en el trabajo. Higiene industrial y otras.
 - Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.
 - Señalización de seguridad y salud.
 - Protocolo de actuación ante una situación de emergencias.
 - Primeros auxilios. Conceptos básicos. Aplicación de técnicas de primeros auxilios.
 - Vigilancia de la salud de los trabajadores.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

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

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

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

- El manejo de las fuentes de información sobre el sistema educativo y laboral, en especial en lo referente a las empresas de imagen personal.
- La realización de pruebas de orientación y dinámicas sobre la propia personalidad y el desarrollo de las habilidades sociales.

- La preparación y realización de modelos de currículum vitae (CV) y entrevistas de trabajo.
- Identificación de la normativa laboral que afecta a los trabajadores del sector, manejo de los contratos más comúnmente utilizados, y lectura comprensiva de los convenios colectivos de aplicación.
- La resolución de supuestos prácticos sencillos sobre materias de índole laboral y de Seguridad Social.
- La cumplimentación de recibos de salario de diferentes características y otros documentos relacionados.
- El análisis de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales que le permita la evaluación de los riesgos derivados de las actividades desarrolladas en su sector productivo y que le permita colaborar en la definición de un plan de prevención para una pequeña empresa, así como en la elaboración de las medidas necesarias para su puesta en funcionamiento.
- En este módulo, especialmente en el Bloque B, Prevención de Riesgos Laborales, se tratan contenidos que están relacionados con otros módulos profesionales, por lo que sería recomendable la realización coordinada de las programaciones didácticas en dichas materias. Es aconsejable que el profesor que imparte el módulo profesional de «Formación y orientación laboral» se centre en los aspectos puramente legales, mientras que los profesores de la Familia Profesional enfoquen desde un punto de vista técnico los riesgos específicos del sector de la estética y belleza y las medidas de prevención y protección de los mismos, de cara a la elaboración de planes de prevención de riesgos laborales.

Módulo profesional: Empresa e iniciativa emprendedora.**Equivalencia en créditos ECTS: 4****Código: 1192***Duración: 63 horas**Contenidos:***1. Iniciativa emprendedora:**

- Innovación y desarrollo económico. Principales características de la innovación en asesoría de imagen personal (materiales, tecnología, y organización de la producción, entre otros).
- El trabajo por cuenta propia como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- La cultura emprendedora. El emprendedor. Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación.
- Desarrollo del espíritu emprendedor a través del fomento de las actitudes de creatividad, iniciativa, autonomía y responsabilidad.

- 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.
- Análisis de las oportunidades de negocio en el sector de la imagen personal.
- El empresario. Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial. Aptitudes y actitudes.
- Plan de empresa: la idea de negocio en el ámbito de la asesoría de imagen personal.
- Búsqueda de ideas de negocio. Análisis y viabilidad de las mismas.

2. La empresa y su entorno:

- Concepto de empresa.
- Estructura organizativa de la empresa. Organigrama.
- Funciones básicas de la empresa: comercial, técnica, social financiera y administrativa.
- La empresa como sistema.
- Análisis del entorno general y específico de una pyme relacionada con la asesoría de la imagen personal.
- Relaciones con proveedores, competidores y cliente y proveedores.
- Análisis DAFO.
- Relaciones de una pyme de asesoría de imagen personal con su entorno.
- Cultura empresarial e Imagen corporativa.
- Relaciones de una pyme de asesoría de imagen personal con el conjunto de la sociedad. La responsabilidad social de la empresa, planes de igualdad, acciones de igualdad y mejora continua. La ética empresarial.
- El estudio de mercado. Variables del marketing mix: precio, producto, comunicación y distribución.
- El balance social: Los costes y los beneficios sociales.
- Cultura empresarial e Imagen corporativa.

3. Creación y puesta en marcha de una empresa:

- Tipos de empresa.
- Elección de la forma jurídica. Ventajas e inconvenientes de las distintas formas jurídicas con especial atención a la responsabilidad legal.
- La franquicia como forma de empresa.

- La fiscalidad en las empresas.
- Trámites administrativos para la constitución y puesta en marcha de una empresa. Relación con organismos oficiales.
- Vías externas de asesoramiento y gestión. La ventanilla única empresarial.
- Plan de inversiones y gastos.
- Fuentes de financiación. El plan financiero.
- Subvenciones y ayudas destinadas a la creación de empresas del sector.
- Viabilidad económica y viabilidad financiera de una pyme relacionada con la asesoría de imagen personal.
- Plan de empresa. Elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económico y financiera, trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones.

4. Función administrativa:

- Concepto de contabilidad y nociones básicas.
- Cuentas anuales obligatorias.
- Análisis de la información contable.
- Ratios. Cálculo de coste, beneficio y umbral de rentabilidad.
- Obligaciones fiscales de las empresas. Principales impuestos aplicables a las empresas del sector.
- Gestión administrativa de una empresa de asesoría e imagen personal. Documentos básicos utilizados en la actividad económica de la empresa: nota de pedido, albarán, factura, letra de cambio, cheques y otros.
- Gestión de aprovisionamiento. Valoración de existencias. Volumen óptimo de pedido.
- Elaboración de un plan de empresa.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desarrollar la propia iniciativa en el ámbito empresarial, tanto hacia el autoempleo como hacia la asunción de responsabilidades y funciones en el empleo por cuenta ajena.

La formación del módulo profesional permite alcanzar los objetivos generales r), s) e y) del ciclo formativo y las competencias n) y r) del título.

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

- El manejo de las fuentes de información sobre el sector de la asesoría de imagen personal, incluyendo el análisis de los procesos de innovación sectorial en marcha.
- La realización de casos y dinámicas de grupo que permitan comprender y valorar las actitudes de los emprendedores y ajustar la necesidad de los mismos al sector de los servicios relacionados con los procesos de asesoría de imagen personal.
- La utilización de programas de gestión administrativa para pymes del sector.
- La realización de un proyecto de plan de empresa relacionada con asesoría de imagen personal y que incluya todas las facetas de puesta en marcha de un negocio: viabilidad, organización de la producción y los recursos humanos, acción comercial, control administrativo y financiero, así como la justificación de su responsabilidad social.
- El empleo de la herramienta «Aprende a Emprender».

Módulo profesional: Formación en centros de trabajo.

Equivalencia en créditos ECTS: 22

Código: 1193

Duración: 380 horas

Este módulo profesional contribuye a completar las competencias propias de este título, y los objetivos generales del ciclo, tanto aquellos que se han alcanzado en el centro educativo como los que son difíciles de conseguir en el mismo.

ANEXO III**ORGANIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN HORARIA**

Módulos profesionales	Duración del currículo (horas)	Centro Educativo		Centro de Trabajo
		Curso 1.º horas/semanales	Curso 2.º	
			1.º y 2.º trimestres horas/semanales	3.º trimestre horas
1181. Asesoría cosmética.	160	5		
1182. Diseño de imagen integral.	128	4		
1183. Estilismo en vestuario y complementos.	192	6		
1184. Asesoría de peluquería.	192	6		
1185. Protocolo y organización de eventos.	147		7	
1186. Usos sociales.	84		4	
1187. Asesoría estética.	192	6		
1188. Habilidades comunicativas.	126		6	
1189. Imagen corporativa.	105		5	
1071. Dirección y comercialización.	105		5	
1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa.	30			30
1191. Formación y orientación laboral.	96	3		
1192. Empresa e iniciativa emprendedora.	63		3	
1193. Formación en centros de trabajo.	380			380
TOTAL	2.000	30	30	410