

## MINISTERIO EDUCACIÓN Y CIENCIA.

BOE 21 septiembre 1995, núm. 226/1995 [pág. 28240]

**FORMACIÓN PROFESIONAL ESPECÍFICA. Establece el título de Técnico superior en Asesoría de Imagen Personal y las correspondientes enseñanzas mínimas.**

### *Artículo 1.*

Se establece el título de formación profesional de Técnico superior de Asesoría de Imagen Personal, que tendrá carácter oficial y validez en todo el territorio nacional, y se aprueban las correspondientes enseñanzas mínimas que se contienen en el anexo al presente Real Decreto.

### *Artículo 2.*

1. La duración y el nivel del ciclo formativo son los que se establecen en el apartado 1 del anexo.

2. Para acceder a los estudios profesionales regulados en este Real Decreto los alumnos habrán debido cursar las materias del bachillerato que se indican en el apartado 3.6.1 del anexo.

Para cursar con aprovechamiento las enseñanzas del ciclo formativo, los alumnos habrán debido cursar los contenidos de formación de base que se indican en el apartado 3.6.2 del anexo. Las administraciones educativas competentes podrán incluir estos contenidos en la materia o materias que estimen adecuado y organizarlos en la secuencia de impartición que consideren más conveniente para conseguir el efectivo aprovechamiento de las enseñanzas del ciclo formativo.

3. Las especialidades exigidas al profesorado que imparta docencia en los módulos que componen este título, así como los requisitos mínimos que habrán de reunir los centros educativos son los que se expresan, respectivamente, en los apartados 4.1 y 5 del anexo.

4. En relación con lo establecido en la disposición adicional undécima de la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, se declaran equivalentes a efectos de docencia las titulaciones que se expresan en el apartado 4.2 del anexo.

5. Los módulos susceptibles de convalidación con estudios de formación profesional ocupacional o correspondencia con la práctica laboral son los que se especifican, respectivamente, en los apartados 6.1 y 6.2 del anexo.

Sin perjuicio de lo anterior, a propuesta de los Ministerios de Educación y Ciencia y de Trabajo y Seguridad Social, podrán incluirse, en su caso, otros módulos susceptibles de convalidación y correspondencia con la formación profesional ocupacional y la práctica laboral.

Serán efectivamente convalidables los módulos que, cumpliendo las condiciones que reglamentariamente se establezcan se determinen por acuerdo entre el Ministerio de Educación y Ciencia y el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

6. Los estudios universitarios a los que da acceso el presente título, son los indicados en el apartado 6.3, del anexo.

### *Disposición adicional única.*

De conformidad con lo establecido en el Real Decreto 676/1993, de 7 de mayo (RCL 1993\1578), por el que se establecen directrices generales sobre los títulos y las correspondientes enseñanzas mínimas de formación profesional, los elementos que se enuncian bajo el epígrafe «Referencia del sistema productivo» en el número 2 del anexo del presente Real Decreto no constituyen una regulación del ejercicio de profesión titulada alguna y, en todo caso, se entenderán en el contexto del presente Real Decreto con respeto al ámbito del ejercicio profesional vinculado por la legislación vigente a las profesiones tituladas.

### *Disposición final primera.*

El presente Real Decreto, que tiene carácter básico, se dicta en uso de las competencias atribuidas al Estado en el artículo 149.1.30.<sup>a</sup> de la Constitución (RCL 1978\2836 y ApNDL 2875) , así como en la disposición adicional primera, apartado 2 de la Ley Orgánica 8/1985, de 3 de julio (RCL 1985\1604, 2505 y ApNDL 4323), del Derecho a la Educación; y en virtud de la habilitación que confiere al Gobierno el artículo 4.2 de la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre (RCL 1990\2045), de Ordenación General del Sistema Educativo.

*Disposición final segunda.*

Corresponde a las administraciones educativas competentes dictar cuantas disposiciones sean precisas, en el ámbito de sus competencias, para la ejecución y desarrollo de lo dispuesto en el presente Real Decreto.

*Disposición final tercera.*

El presente Real Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

**ANEXO**

INDICE

1. Identificación del título:

1.1. Denominación.

1.2. Nivel.

1.3. Duración del ciclo formativo.

2. Referencia del sistema productivo:

2.1. Perfil profesional:

2.1.1. Competencia general.

2.1.2. Capacidades profesionales.

2.1.3. Unidades de competencia.

2.1.4. Realizaciones y dominios profesionales.

2.2. Evolución de la competencia profesional:

2.2.1. Cambios en los factores tecnológicos, organizativos y económicos.

2.2.2. Cambios en las actividades profesionales.

2.2.3. Cambios en la formación.

2.3. Posición en el proceso productivo:

2.3.1. Entorno profesional y de trabajo.

2.3.2. Entorno funcional y tecnológico.

3. Enseñanzas mínimas:

3.1. Objetivos generales del ciclo formativo.

3.2. Módulos profesionales asociados a una unidad de competencia:

Asesoría de belleza.

Técnicas de embellecimiento personal.

Estilismo en el vestir.

Protocolo y usos sociales.

Imagen personal y comunicación.

Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa.

3.3. Módulos profesionales transversales:

Relaciones en el entorno de trabajo.

3.4. Módulo profesional de formación en centro de trabajo.

3.5. Módulo profesional de formación y orientación laboral.

3.6. Materias del bachillerato y otros contenidos de formación de base.

4. Profesorado:

4.1. Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo.

4.2. Equivalencias de titulaciones a efectos de docencia.

5. Requisitos mínimos de espacios e instalaciones para impartir estas enseñanzas.

6. Convalidaciones, correspondencias y acceso a estudios universitarios:

6.1. Módulos profesionales que pueden ser objeto de convalidación con la formación profesional ocupacional.

6.2. Módulos profesionales que pueden ser objeto de correspondencia con la práctica laboral.

6.3. Acceso a estudios universitarios.

1. Identificación:

1.1. Denominación: Asesoría de Imagen Personal.

1.2. Nivel: formación profesional de grado superior.

1.3. Duración del ciclo formativo: 1.700 horas (a efectos de equivalencia estas horas se considerarán como si se organizaran en tres trimestres de formación en centro educativo, como máximo, más la formación en centro de trabajo correspondiente).

2. Referencia del sistema productivo.

2.1. Perfil profesional.

2.1.1. Competencia general.

Los requerimientos generales de cualificación profesional del sistema productivo para este técnico son:

Potenciar la imagen personal de un individuo y su entorno o de un colectivo, adecuando todos los aspectos de la presencia, el comportamiento y el entorno a las distintas situaciones, conductas y actividades, mediante la aplicación de técnicas de estética, peluquería, protocolo, vestuario y expresión verbal y corporal. Realizar la administración, gestión y comercialización en una empresa dedicada a la asesoría de imagen personal o integrarse en un equipo multidisciplinar, optimizando el desarrollo de la actividad empresarial, bajo la supervisión correspondiente.

2.1.2. Capacidades profesionales.

1.<sup>a</sup> Detectar las necesidades y evaluar los requerimientos del cliente, realizando el diagnóstico de las discrepancias existentes entre su imagen personal y la que se pretende conseguir, respetando la confidencialidad de la información obtenida.

2.<sup>a</sup> Elaborar propuestas técnicas que den respuesta a las necesidades/demandas del cliente, realizando previamente, en su caso, las consultas a los especialistas oportunos para garantizar su viabilidad.

3.<sup>a</sup> Tener una visión global de los procesos necesarios para el cambio de imagen personal, coordinando, supervisando los trabajos del personal a su cargo y realizando la distribución de tareas, funciones y tiempos entre sus colaboradores, atendiendo a criterios de eficacia, competencia y productividad.

4.<sup>a</sup> Administrar, gestionar y comercializar los servicios de un gabinete de asesoría de imagen personal, cumpliendo la normativa legal vigente y planificando las actividades según criterios deontológicos, de eficacia y de imagen empresarial.

5.<sup>a</sup> Conseguir la comunicación con el cliente e informarle de forma concisa, clara y comprensible sobre la naturaleza de los cambios que se le van a realizar resaltando los efectos que producirán en su imagen personal.

6.<sup>a</sup> Obtener e interpretar información técnica y elaborar y transmitir información verbal o escrita a clientes, peluqueros, esteticistas, médicos, modistas, sastres, fotógrafos u operadores de cámara, iluminadores, decoradores, psicólogos, logopedas, ortofonistas y otros profesionales implicados, en los cambios que se han de realizar en la imagen personal del cliente.

7.<sup>a</sup> Informar al cliente con concisión, claridad y precisión sobre las diferentes exigencias estéticas en cuanto a: peinado, maquillaje y exigencias de protocolo en el vestir, asesorarle sobre la adaptación personal de su imagen a las distintas circunstancias que puedan presentarsele.

8.<sup>a</sup> Informar adecuadamente al cliente sobre cuidados integrales y asesorarle sobre pautas de vida saludable con repercusión en su imagen personal.

9.<sup>a</sup> Mantenerse actualizado sobre las técnicas que pueden aplicarse para conseguir cambios en la imagen personal.

10.<sup>a</sup> Informar e instruir adecuadamente al cliente sobre las normas de actuación social y protocolar, en función de su actividad social y profesional.

11.<sup>a</sup> Asesorar e instruir al cliente sobre las técnicas y modos de presentación ante audiencias y públicos modificando el «corpus de hábitos», en función de las necesidades.

12.<sup>a</sup> Mantener relaciones fluidas con los miembros del grupo funcional en el que está integrado, colaborando en la consecución de los objetivos asignados al grupo, respetando el trabajo de los demás, participando activamente en la organización y desarrollo de tareas colectivas y cooperando en la superación de las dificultades que se presenten con una actitud tolerante hacia las ideas de los compañeros y subordinados.

13.<sup>a</sup> Intervenir en los procesos de decisión de forma creativa y positiva, desarrollando un espíritu crítico, constructivo y aportando soluciones alternativas.

14.<sup>a</sup> Resolver problemas y tomar decisiones individuales en el ámbito de su competencia.

Requerimientos de autonomía en las situaciones de trabajo.

A este técnico, en el marco de las funciones y objetivos asignados por técnicos y/o profesionales de nivel superior al suyo, se le requerirán en los campos ocupacionales concernidos, por lo general, las capacidades de autonomía en:

El ejercicio de las funciones y actividades generales derivadas de la prestación del servicio y de la atención permanente al cliente durante su permanencia en el gabinete de asesoría.

La elaboración de propuestas técnicas que den respuesta a las necesidades/demandas del cliente, en función del diagnóstico realizado.

La elaboración de información técnica para ser transmitida a los clientes y otros profesionales.

La elaboración de los ficheros de clientes y profesionales que pueden intervenir en los procesos de asesoramiento sobre imagen personal.

La selección del equipo de colaboradores que intervendrán en un proceso de cambio concreto y el asesoramiento al cliente sobre profesionales y/o establecimientos que pueden intervenir en la continuidad y adaptación a las distintas circunstancias de la imagen personal obtenida.

El asesoramiento al cliente sobre aspectos relativos a peluquería y estética.

El asesoramiento al cliente sobre el estilo y la línea de indumentaria y complementos que debe adoptar según las circunstancias.

El asesoramiento al cliente en las actuaciones de protocolo y en los usos y habilidades sociales que debe desarrollar en su actividad sociolaboral.

El asesoramiento al cliente sobre los aspectos relacionados con la adecuación de la imagen de su entorno a su imagen personal.

### 2.1.3. Unidades de competencia.

1. Asesorar sobre aspectos relativos a embellecimiento personal y supervisar la ejecución técnica de los cambios propuestos.

2. Asesorar al cliente sobre el estilo y la línea de indumentaria y complementos que se deben adoptar.

3. Asesorar al cliente en las actuaciones de protocolo y en los usos y habilidades sociales.

4. Asesorar al cliente sobre los aspectos relacionados con la imagen que ha de ofrecer en su comparecencia ante públicos y audiencias y en la adecuación de la imagen de su entorno a su imagen personal.

5. Realizar la administración, gestión y comercialización en una pequeña empresa.

2.1.4. Realizaciones y dominios profesionales.

**Unidad de competencia 1: asesorar sobre aspectos relativos a embellecimiento personal y supervisar la ejecución técnica de los cambios propuestos**

Realizaciones ..... Criterios de realización

1.1. Obtener, elaborar, procesar y mantener actualizada la documentación que permite establecer los patrones estéticos respecto a peluquería y estética personal aplicables a todos y cada uno de los asesoramientos realizados. .... -Se establece la clasificación de clientes tipo en función de sus características físicas, del perfil psicológico y de las características sociolaborales.

-Las fuentes documentales seleccionadas permiten obtener la información necesaria en el tiempo y costes previstos.

-La información obtenida, completa, aplicable a las distintas fisonomías, proporciona pautas sobre las formas estándar de corregir o resaltar ópticamente las desproporciones o «inestetismos» y está acorde con los cánones de belleza vigentes en la moda actual.

-Se acude a las fuentes documentales que permiten extraer las normas de protocolo en materia de peluquería y belleza, aplicables a distintas situaciones socio-laborales.

-Se obtienen datos sobre las diferencias de percepción del peinado, maquillaje y belleza personales a través de los medios de comunicación visual.

-Se obtiene, se procesa y se organiza la información necesaria para elaborar el fichero de especialistas en peluquería posticaria, estética decorativa y de tratamiento, dermatología, endocrinología, cirugía estética, estomatología, oftalmología, gimnasia de mantenimiento y deportes.

-El archivo de la documentación: cumple los criterios establecidos, es de fácil accesibilidad, optimiza los espacios, utiliza los soportes adecuados para la información.

-Se comprueba que los ficheros se encuentran actualizados y ordenados y, en caso contrario, se ponen en marcha los mecanismos necesarios para asegurar la actualización.

1.2. Realizar el diagnóstico de las necesidades del cliente ajustado a la estética media y a los usos sociales en belleza personal, conjugando adecuadamente sus demandas y los datos objetivos sobre su actividad sociolaboral y su perfil psicosocial estableciendo el nivel de actuación en el proceso de asesoramiento. .... -Las preguntas planteadas al cliente son claras y permiten detectar sus expectativas respecto de la asesoría.

-El cliente es atendido con corrección y amabilidad, creando el clima adecuado para una comunicación fluida.

-Las cuestiones y temas planteados durante la entrevista permiten obtener información sobre el rol que desempeña el cliente en su círculo profesional y/o actuación social, y sobre su personalidad.

-Se obtiene la información precisa sobre la imagen personal actualizada del cliente con la fiabilidad requerida.

-La información sobre el cliente se custodia adecuadamente, respetando en todo momento la confidencialidad de la misma, según exige la deontología profesional.

-Se determinan y valoran las características morfológicas del conjunto corporal del individuo en cuanto a: color, cantidad, calidad y longitud del cabello, estilo de peinado, estilo de maquillaje, peso y talla, proporciones, facciones, aspecto de la piel, aspecto de las manos, cicatrices, barba, bigote.

-En caso necesario, son consultados los informes profesionales correspondientes para evaluar otras características físicas del individuo que pueden afectar a su imagen personal: necesidad de uso de prótesis, lentes correctoras, otros.

-Se determina, según las taxonomías al uso, el tipo morfológico al que pertenece el individuo, en función de las características observadas.

-Las preguntas planteadas y la evaluación de las respuestas a los cuestionarios permiten caracterizar el perfil psicosocial del individuo.

-Los condicionantes sociales y profesionales que afectan o pueden afectar a la imagen personal del cliente son identificados y analizados correctamente.

-La comparación analítica entre la estética media del entorno socioprofesional en el que el cliente desarrolla su actividad y la estética del individuo, permite detectar los posibles puntos clave de la asesoría.

1.3. Responder a las demandas/necesidades del cliente, mediante la elaboración y presentación de la propuesta técnica y del plan de intervención. .... -Se seleccionan los cánones estéticos aplicables a la situación del cliente.

-Se realiza el diseño de la imagen física ideal del cliente y se definen los cambios que es necesario realizar.

-En la elaboración de la propuesta se tienen en cuenta las características personales del individuo respecto a: edad, sexo y raza.

-En la elaboración de la propuesta se conjugan adecuadamente los resultados de los estudios sobre la imagen personal actual e ideal del cliente realizados previamente y la duración que el cliente pretende de su nueva imagen.

-En caso necesario, antes de elaborar y presentar la propuesta se realizan las consultas técnicas precisas a otros especialistas.

-En el plan de intervención se reseñan los nombres de los profesionales que participarán, las funciones que han de realizar y los tiempos en que han de ejecutarlas así como los costes previstos.

-Se realiza la propuesta técnica al cliente seleccionando la línea argumental que se ha de utilizar en función del perfil psicológico del individuo.

-Se modifica la línea argumental en la presentación de la propuesta en función de las reacciones observadas en el cliente.

-Se elabora o se transmiten las órdenes para elaborar el material necesario que apoyará la línea de argumentación: documentación, material gráfico, otros.

-Se refuerza la argumentación demostrando, en su caso, los efectos de los cambios sobre el propio individuo.

-Se comprueba que el cliente comprende la naturaleza de los cambios propuestos, los efectos que producirán sobre su imagen personal y que está dispuesto a su realización.

-Cuando el cliente plantea objeciones a la propuesta profesional realizada, se aceptan las críticas razonables de buen grado y se intenta, si es posible para alcanzar los resultados, adaptar la propuesta a las demandas detectadas.

-En la elaboración de la propuesta, se tiene en cuenta la duración pretendida por el cliente de la imagen personal obtenida.

-Todos los datos obtenidos así como las propuestas realizadas son reflejadas fielmente en el dossier del cliente.

1.4. Seleccionar, coordinar y supervisar el equipo de profesionales necesarios para la ejecución técnica en las condiciones establecidas y consiguiendo la coordinación y realización del trabajo según los objetivos del plan de actuación. .... -Se dirigen los informes técnicos precisos a los profesionales competentes que intervendrán en la ejecución técnica de los cambios en la fisonomía del cliente: peluqueros, esteticistas, cirujanos plásticos, endocrinólogos, ópticos, contactólogos, dermatólogos, odontólogos.

-Los informes técnicos proporcionan la información suficiente sobre la naturaleza de los cambios que se han de ejecutar y los efectos pretendidos y se acompañan de la información gráfica oportuna.

-Se realizan las reuniones necesarias para coordinar y supervisar los trabajos del equipo multidisciplinar de profesionales que participan activamente en la realización del proceso y se transmiten las órdenes de trabajo oportunas a los miembros del equipo a su cargo.

-Se comprueba que los receptores de la información han comprendido perfectamente qué trabajo deben realizar y, en caso contrario, se ponen en marcha los mecanismos necesarios para aclarar las dudas surgidas o para ampliar la información suministrada.

1.5. Instruir al cliente o supervisar su instrucción, en aspectos relacionados con el mantenimiento y adaptación de la imagen adquirida a otras circunstancias. .... -Se proporcionan al cliente pautas para seleccionar el tipo de productos cosméticos idóneos en función de sus características personales (estado de piel, pelo, etc.), de sus necesidades sociolaborales y del tiempo disponible para la aplicación.

-Se asesora al cliente sobre la correcta aplicación de productos y sobre el manejo de utensilios para el cuidado personal: higiene, maquillaje, peluquería, manicura y pedicura, rasurado y arreglo de barba y bigote.

-Se asesora al cliente sobre pautas de vida saludable, en función de su actividad sociolaboral, que repercutan positivamente en su imagen personal y bienestar físico.

-Se asesora y entrena al cliente sobre la forma en la que ha de maquillarse y peinarse, y sobre cómo adaptar él mismo su maquillaje y su peinado a las distintas circunstancias y actividades en las que participe.

1.6. Elaborar el plan de continuidad que permita al cliente mantener y potenciar la imagen personal adquirida, en función de los cambios físicos que experimente y de la variación de su actividad sociolaboral. .... -Se resaltan, a ojos del cliente, los logros obtenidos con la ejecución de los cambios propuestos.

-Se evalúan los resultados parciales y globales del proceso de cambios físicos realizados en el cliente y, en caso necesario, se modifica la propuesta técnica inicial en función de las nuevas necesidades que se detectan en el cliente.

-Se elabora el calendario de las nuevas sesiones de asesoría para garantizar el mantenimiento de la imagen personal óptima.

-Se facilita el contacto del cliente con profesionales especialistas que le atiendan adecuadamente, en función de las instrucciones técnicas suministradas por el gabinete de asesoría.

#### DOMINIO PROFESIONAL

a) Medios: ordenador, equipo de fotografía, de filmación y reproducción, programas informáticos de tratamiento de la imagen personal, material de dibujo, soportes de datos: fichas y dossier de cliente, ficheros.

b) Resultados obtenidos: demandas del cliente cubiertas mediante el servicio de asesoramiento sobre peluquería y estética prestado. Estilo de peinado, estilo de maquillaje, imagen física ideal. Documentación y material gráfico de apoyo y presentación.

c) Procesos, métodos y procedimientos: tratamiento de la imagen personal mediante programas de informática; técnicas de expresión gráfica; técnicas de entrevista y de observación; técnicas de comunicación; procesos de enseñanza-aprendizaje; dinámica de grupos.

d) Información utilizada y/o generada: manuales de «visagismo» y de correcciones estéticas decorativas, álbumes de estilos de peinados, informes de expertos, bibliografía especializada, manuales de utilización de los programas informáticos, fichas del cliente, dossier del cliente, informes e instrucciones dirigidos a otros

profesionales y/o al cliente, cuestionarios, propuestas técnicas, información gráfica: fotografías, vídeos.

e) Personal destinatario: clientes y otros profesionales.

## **Unidad de competencia 2: asesorar al cliente sobre el estilo y la línea de indumentaria y complementos que se deben adoptar**

Realizaciones ..... Criterios de realización

2.1. Obtener, elaborar, procesar y mantener actualizada la documentación que permite establecer los patrones estéticos respecto a estilismo en el vestir, aplicables a todos y cada uno de los asesoramientos realizados. .... Se establece la clasificación de clientes tipo en función de sus características físicas, del perfil psicológico y de las características sociolaborales.

Las fuentes documentales permiten obtener la información necesaria en el tiempo y costes previstos.

La información obtenida es completa, aplicable a las distintas tipologías corporales, proporciona pautas sobre las formas estándar de corregir o resaltar ópticamente las desproporciones o «inestetismos» del cuerpo humano y está acorde con los cánones de belleza vigentes y con la moda actual en el vestir.

Se acude a las fuentes documentales que permiten extraer las normas de protocolo en materia de indumentaria y complementos, aplicables a distintas situaciones laborales, en función de las políticas empresariales más frecuentes.

Se elaboran los dossier correspondientes a los estilos de moda en el vestir más significativos: chanel, étnico, country, rocker, grunge, dandy, ejecutivo, punk.

Se obtienen datos sobre la diferente percepción de: los colores, volúmenes, tejidos, dibujos y materiales utilizados en las prendas de vestir y complementos personales a través de los distintos medios de comunicación visual.

Se obtiene, se procesa y se organiza la información necesaria para elaborar el fichero de especialistas en estilismo en el vestir, modistas, sastres, camiseros, sombrereros, joyeros, peleteros, zapateros, floristas, para confección de prendas y accesorios a medida.

El fichero de establecimientos cubre las demandas potenciales, identifica adecuadamente los establecimientos más idóneos y su relación calidad/precio.

El archivo de la documentación: cumple los criterios establecidos, es de fácil accesibilidad, optimiza los espacios, utiliza soportes adecuados para la información.

Toda la documentación y datos obtenidos son archivados en función de los criterios establecidos en la empresa.

Se comprueba que los ficheros se encuentran actualizados y ordenados y, en caso contrario, se ponen en marcha los mecanismos necesarios para asegurar la actualización.

En la medida de lo posible se completan los datos y documentación escrita de los ficheros con documentación gráfica y audiovisual.

2.2. Realizar el diagnóstico de las necesidades del cliente, ajustado a la estética media y a las normas de uso social y de protocolo en el vestir, conjugando adecuadamente sus demandas y los datos objetivos sobre su actividad sociolaboral y su perfil psicosocial. .... Las preguntas verbales o escritas planteadas al cliente permiten obtener información suficiente sobre la razón por la que acude al gabinete: asesoría sobre estilismo en el vestir en general o en particular para un acontecimiento social concreto y la duración que se pretende del resultado del asesoramiento.

Las preguntas o temas planteados al cliente permiten detectar sus preferencias acerca del estilo de vestuario y del tipo de complementos que suele adoptar.

En la medida de lo posible se encuadra el estilo personal del cliente en alguna de las tipologías, según los modelos estéticos de las taxonomías al uso.



Se determinan las características físicas con influencia en la elección del estilo de vestuario: altura, peso, medida.

Se identifican las desproporciones en la figura que deben ser disimuladas o potenciadas con la indumentaria.

Las preguntas planteadas y la evaluación de los cuestionarios respondidos permiten caracterizar los rasgos del perfil psicosocial del individuo con influencia en la elección del estilo de indumentaria y complementos.

La comparación analítica entre la estética media en el vestir del entorno socioprofesional en el que el cliente desarrolla su actividad y el estilo de la indumentaria del individuo, permite detectar los cambios que se deben realizar.

Se identifican las reglas de protocolo social y empresarial en el vestir que han de respetarse en las distintas situaciones sociolaborales que debe afrontar el cliente.

2.3. Responder a las demandas/necesidades del cliente, mediante la elaboración y presentación de la propuesta técnica. .... Se tienen en cuenta los cánones estéticos y, si es necesario, las normas de protocolo en el vestir aplicables al caso.

El estilo propuesto es seleccionado en función de la actividad socio laboral del cliente y de su perfil psicosocial.

La línea de las prendas de vestir es seleccionada en función de las características físicas y de los factores limitantes que éstas determinan.

Los accesorios (bolsos, guantes, sombreros, calcetines, corbatas y lazos, pañuelos, cinturones, zapatos, perfumes) aconsejados en la propuesta son seleccionados en función del estilo definido, de la línea de las prendas, de las características físicas del cliente, del acontecimiento social y de las normas de protocolo en el vestir.

Los colores y tonos recomendados y sus posibles combinaciones son seleccionados en función de las características físicas del cliente: piel, cabello, desproporciones.

Los distintos materiales y los tejidos, así como sus posibles combinaciones, son seleccionados en función de: la estación climatológica, las características del lugar en que se han de lucir, el estilo y el tipo de prenda o de accesorio.

Se asesora al cliente sobre las firmas y marcas de las prendas de vestir y complementos, que proporcionan o potencian la imagen requerida.

En la asesoría de estilismo en el vestir para optimizar la imagen personal en las apariciones en medios de comunicación visual, se tienen en cuenta las características técnicas del medio en la elaboración de la propuesta.

Se realiza la propuesta técnica al cliente seleccionando la línea argumental que se ha de utilizar en función del perfil psicológico del individuo.

Se modifica la línea argumental en la presentación de la propuesta en función de las reacciones observadas en el cliente.

2.4. Instruir al cliente en aspectos relacionados con la selección, elección y correcta utilización, en función de los cánones estéticos al uso, de las prendas de vestir y complementos. .... Se elabora y se transmite al cliente información verbal o escrita sobre la selección de prendas de vestir y complementos para que pueda afrontar positivamente todas las situaciones sociolaborales que se le presenten.

Se asesora al cliente sobre la gama de establecimientos comerciales en los que puede encontrar prendas y complementos que se adaptan al estilo previamente definido.

Se aconseja al cliente sobre los profesionales que confeccionan prendas y complementos de moda a medida.

Se entrena al cliente en la elección y combinación de prendas de vestir y complementos, cuya utilización se adapta a las situaciones tipo planteadas.

Se entrena al cliente, en función del criterio estético propio, en la forma de lucir con elegancia las prendas de vestir y complementos una vez seleccionados.

Se realiza con el cliente un análisis crítico de los modelos estéticos adoptados por personajes relevantes con un estatus similar al suyo, detectando los aspectos positivos y negativos de las indumentarias cuando son lucidas en determinadas circunstancias. Se supervisa la elección del vestuario del cliente para su presencia en medios de comunicación, comprobando que la indumentaria seleccionada no produce efectos discordantes en su percepción a través del medio.

2.5. Elaborar el plan de continuidad que permite al cliente adquirir un criterio estético propio en el vestir, manteniendo y potenciando su nueva imagen personal. .... Se evalúan los resultados parciales y globales del proceso de cambio en el vestuario y forma de lucir prendas y complementos.

Se resaltan a ojos del cliente los logros obtenidos con la ejecución de los cambios propuestos y la mejora que ha supuesto para su imagen personal.

Se elabora el calendario de nuevas sesiones de asistencia para garantizar el mantenimiento y la evolución positiva de la imagen personal obtenida.

#### DOMINIO PROFESIONAL

a) Medios: prendas de vestir y complementos, material de dibujo, material audiovisual, cámara fotográfica, equipo de filmación y reproducción, programas informáticos para tratamiento de la imagen personal, fichas-cuestionarios, instrumentos para realización de antropometrías: báscula, metro, tallímetro.

b) Resultados obtenidos: prestación de asesoramiento en el vestir y cliente instruido en la selección, combinación y lucimiento de las prendas de vestir y complementos.

c) Procesos, métodos y procedimientos: técnicas de observación, técnicas de entrevista, técnicas para realización de antropometrías, dinámica de grupos, procesos de enseñanza-aprendizaje.

d) Información utilizada y/o generada: ficheros de clientes, de profesionales y de establecimientos comerciales, documentación sobre las reglas de protocolo y normas de uso social en el vestir, españolas e internacionales. Información transmitida al cliente, información técnica transmitida a otros profesionales, propuesta técnica, fotografías, imágenes captadas a través de los medios audiovisuales, álbumes de moda, bibliografía técnica especializada.

e) Personal destinatario: clientes y otros profesionales.

#### **Unidad de competencia 3: asesorar al cliente en las actuaciones de protocolo y en los usos y habilidades sociales**

Realizaciones ..... Criterios de realización

3.1. Obtener, elaborar, procesar y mantener actualizada la documentación existente sobre las normas de protocolo social y empresarial que deben observarse en los actos oficiales y protocolares y sobre las normas de uso social, con repercusión en la imagen personal del cliente. .... Se establece la clasificación de clientes tipo en función de sus características físicas, del perfil psicológico y de las características sociolaborales.

Las fuentes documentales seleccionadas permiten obtener la información necesaria en el tiempo y costes previstos.

Se acude a las fuentes documentales que permiten obtener información, sobre las reglas de protocolo en actos oficiales en los distintos países y normas de protocolo empresarial, aplicables a las distintas situaciones laborales, en función del tipo de cultura de cada país y de las políticas empresariales más representativas en cada sector socioeconómico.

Se obtiene, se procesa y se organiza la información necesaria para elaborar el fichero de especialistas en «protocolo» empresarial y social en los distintos países.

Toda la documentación y datos obtenidos son archivados en función de los criterios establecidos en la empresa.

Se comprueba que los ficheros se encuentran actualizados y ordenados y, en caso contrario, se ponen en marcha los mecanismos necesarios para asegurar la actualización.

La información manejada permite detectar cuáles son las habilidades sociales que resulta necesario adquirir o potenciar para desarrollar con éxito la actividad sociolaboral.

3.2. Realizar el diagnóstico de las necesidades del cliente, ajustado a las normas de protocolo y a los usos y habilidades sociales, conjugando adecuadamente sus demandas y los datos objetivos sobre su actividad sociolaboral y sobre el «corpus de hábitos» externos que condicionan su comportamiento social. .... Los datos obtenidos en el estudio del cliente permiten identificar y detectar el rol y el rango del cliente en su actividad sociolaboral.

Los formularios utilizados permiten conocer las actuaciones sociales y empresariales del cliente que requieren el uso de protocolo o de normas de actuación concretas.

Se detectan las características relevantes y diferenciales de los públicos o audiencias ante los que el cliente debe presentarse.

Se realizan las operaciones oportunas para generar el material audiovisual de apoyo en la detección de las necesidades del cliente.

Se identifican las normas de comportamiento básicas aceptadas o aceptables socialmente en el medio sociolaboral del cliente.

Se realiza el estudio de las normas sociales o de protocolo de obligado cumplimiento o de libre aplicación, tanto de la situación sociolaboral actual del cliente como de la situación a la que se pretende adaptar, acudiendo a la información previamente generada.

La entrevista y la observación (directa o a través de medios audiovisuales) del cliente permite detectar aspectos negativos en su comunicación no verbal: compostura, ademanes, coordinación de movimientos, otros; que deben ser anulados para obtener la imagen personal deseada y aquellos positivos que deben ser resaltados.

La entrevista y la observación (directa o a través de medios audiovisuales) del cliente permite detectar los aspectos negativos en su comunicación verbal que deben ser anulados y los aspectos positivos que deben ser potenciados para obtener la imagen personal pretendida.

La observación del cliente en su actividad sociolaboral cotidiana, permite detectar qué habilidades sociales debe adquirir y en qué grado deben potenciarse las que ya posee para obtener su imagen personal óptima.

La observación del cliente en actos protocolares oficiales, sociales y empresariales, permite detectar en el cliente la ignorancia de las reglas de protocolo establecidas al uso y el error en la utilización de las que ya conoce.

3.3. Responder a las demandas/necesidades del cliente, mediante la elaboración y presentación de la propuesta técnica y del plan de intervención para realizar los cambios previstos en las actuaciones de protocolo y en las habilidades sociales, proponiendo al cliente su realización. .... Se realizan las consultas técnicas oportunas a otros profesionales (sociólogos, psicólogos, expertos en relaciones públicas y en comunicación), y se obtiene la información precisa para evaluar las posibilidades de éxito en el plan de intervención.

El plan de intervención define adecuadamente: los objetivos que se pretende alcanzar en cada sesión, la temporalización de las sesiones y las estrategias que se han de utilizar en la instrucción del cliente y la identificación de los profesionales que han de intervenir en el desarrollo.

La propuesta técnica incluye las demandas del cliente, criterios de actuación claros para las actuaciones sociolaborales más frecuentes y se adecua a la actividad laboral, rango y rol que desarrolla más frecuentemente el cliente.

Se realiza la propuesta técnica al cliente seleccionando la línea argumental que se ha de utilizar, en función de su perfil psicológico y utilizando el material de apoyo necesario.

Se comprueba que el cliente comprende la naturaleza de los cambios propuestos, los efectos que producirán sobre su imagen personal y está dispuesto a su realización.

Se refuerza o modifica la línea argumental utilizada en la presentación de la propuesta, en función de las reacciones observadas en el cliente, sirviéndose de la documentación audiovisual necesaria para resaltar los efectos positivos que tendrán los cambios propuestos en la imagen personal.

Si el cliente plantea objeciones a la propuesta técnica realizada, se aceptan, de buen grado, las críticas razonables y se acepta, en la medida de lo posible, adaptar la propuesta a las demandas detectadas.

3.4. Instruir al cliente sobre pautas de comportamiento o normas de protocolo que deben ser aplicadas en cada situación. .... Se elabora y se transmite al cliente la información necesaria para abordar la ejecución de los cambios pretendidos.

Se comprueba que el cliente comprende perfectamente la información transmitida.

Se realiza el seguimiento de la evolución del «corpus de hábitos» del cliente mediante la utilización de técnicas de observación y con el apoyo de material audiovisual.

Se utiliza el material audiovisual necesario para resaltar a los ojos del cliente, con ejemplos concretos, la importancia de las distintas actitudes y ademanes (comunicación verbal y no verbal) en las relaciones humanas, en situaciones sociolaborales concretas.

En el entrenamiento del cliente, se tiene en cuenta el tiempo disponible en función de que el asesoramiento se realice teniendo como objetivo un acto bien concreto o que se pretenda extender a un gran período de tiempo.

Se entrena al cliente en la resolución de situaciones reales mediante la utilización de las reglas de protocolo y las normas de uso social aplicables al caso.

Se entrena al cliente en la ejecución práctica de determinadas acciones protocolares y usos sociales: presentaciones y saludos, invitaciones, protocolo en la mesa, visitas, protocolo al teléfono, otros.

Se corrige al cliente en aquellas actuaciones que no se adapten a los criterios establecidos, resaltando la repercusión positiva en sus actuaciones de los nuevos hábitos sociales y protocolares adquiridos.

Se asesora al cliente sobre las actitudes que debe o no debe adoptar en las relaciones humanas, en función del tipo de imagen personal que pretende dar.

3.5. Generar información técnica verbal o escrita para uso propio o de otros profesionales, en función de la propuesta técnica realizada. .... Todos los aspectos relevantes del estudio del «corpus de hábitos» del cliente, del estudio de su actividad sociolaboral, de las normas de uso social o de protocolo que el cliente debe utilizar así como el dictamen emitido y el programa de intervenciones propuesto quedan debidamente reseñados en el dossier del cliente.

Los datos sobre el seguimiento de la evolución y potenciación de la imagen personal del cliente, a partir de la intervención en sus actuaciones sociales y protocolares queda reseñada en la ficha técnica.

En caso necesario, se transmite la información técnica/instrucciones necesarias para que otros profesionales realicen los cambios propuestos.

En caso de colaboración con otros profesionales, se remiten los informes precisos sobre la evolución del cliente.

## DOMINIO PROFESIONAL

a) Medios: equipo de filmación y reproducción, enseres, máquinas y aparatos necesarios para reproducir situaciones reales en el entrenamiento del cliente en acciones protocolares y usos sociales, soporte para comunicaciones breves: tarjetas, tarjetones, otros.

b) Resultados obtenidos: cliente asesorado e instruido en actuaciones protocolares sociales y empresariales, en comunicación verbal y no verbal y en habilidades y usos sociales.

c) Procesos, métodos y procedimientos: procesos de enseñanza/aprendizaje. Dinámica de grupos.

d) Información utilizada y/o generada: material audiovisual, dossier del cliente, ficheros de clientes y profesionales, reglas de protocolo nacionales e internacionales, reglas de protocolo empresarial en función de las políticas empresariales más relevantes en la actividad sociolaboral concreta, bibliografía técnica especializada.

e) Personal destinatario: clientes y otros profesionales.

### **Unidad de competencia 4: asesorar al cliente sobre todos los aspectos relacionados con la imagen que ha de ofrecer en su comparecencia ante públicos y audiencias y en la adecuación de la imagen de su entorno a su imagen personal**

Realizaciones ..... Criterios de realización

4.1. Obtener, elaborar, procesar y mantener actualizada la información y establecer los criterios para organizar el fichero de expertos y empresas que pueden intervenir en la adecuación del entorno del cliente a su imagen personal. .... Se establece la clasificación de clientes tipo en función de sus características sociolaborales, de sus preferencias y de su poder adquisitivo.

Se identifica y se acude a las fuentes documentales que permiten obtener información sobre la estética media aceptada o aceptable en función de situaciones sociolaborales tipo.

Se organiza el fichero de empresas y expertos que pueden colaborar en la adaptación de la imagen del entorno del cliente a su imagen personal (decoradores, arquitectos, jardineros y floristas, concesionarios de automóviles, agentes inmobiliarios, relaciones públicas, otros), en función de las distintas especialidades que ejercen y de la cuantía de los honorarios que perciben.

Se organiza toda la información de actualidad: revistas, diarios, folletos, otros; en función de las distintas facetas de la asesoría sobre adecuación de la imagen del entorno a la imagen personal del cliente, aplicando los criterios de archivo establecidos en la empresa.

Se comprueba periódicamente que los ficheros se encuentran ordenados y actualizados añadiendo y modificando los datos precisos para asegurar su actualización.

La información contenida en los ficheros permite detectar cuáles son los requerimientos estéticos mínimos en el entorno de un cliente, en función de su situación sociolaboral y de las políticas empresariales más frecuentes en cada sector productivo.

4.2. Identificar/definir los aspectos que han de ser modificados en el entorno físico inicial del cliente, realizando un estudio comparativo con la situación ideal tipo previamente definida. .... Se precisa la imagen ideal del entorno del cliente, en función de su imagen personal y de los datos obtenidos a partir de la consulta de la documentación previamente generada.

En caso necesario, se realizan las consultas técnicas oportunas a otros profesionales para completar los datos del estudio de las necesidades básicas que debe cubrir el entorno de una persona en función del estatus del cliente.

El estudio de campo, en el entorno físico en el que desarrolla su actividad sociolaboral el cliente, obtiene los datos precisos sobre: vivienda, lugares de ocio y esparcimiento, vehículos y lugar de trabajo.

El estudio de los lugares de ocio y esparcimiento que frecuenta el cliente, identifica y caracteriza adecuadamente los servicios que prestan y el tipo de personas que los frecuentan (edad media, profesiones más frecuentes, poder adquisitivo).

El estudio de la imagen del vehículo del cliente identifica y caracteriza adecuadamente: la marca, el modelo, la cilindrada, el color, los accesorios, estado de conservación y si se trata de vehículo de dos o de cuatro ruedas.

El estudio externo de la vivienda actual del cliente identifica y caracteriza su localización, el vecindario, el estado de los servicios comunes y la conservación externa del edificio.

El estudio externo del lugar de trabajo actual del cliente identifica y caracteriza su localización, el estado de los servicios comunes y la conservación externa del edificio.

El estudio del interior de la vivienda del cliente identifica y caracteriza el estado de conservación, decoración, iluminación, animales domésticos, limpieza y orden.

Se realiza el estudio de los colaboradores más cercanos al cliente, que prestan servicio de cara al público, tanto en su vivienda como en su lugar de trabajo teniendo en cuenta: el aspecto físico y su comunicación verbal y no verbal.

Se analizan las necesidades tipo para una persona con el estatus del cliente, teniendo en cuenta, además de sus roles y actuaciones sociolaborales, sus circunstancias personales: edad, sexo, condiciones físicas, aficiones, nivel cultural, estado civil u otros estados personales que le condicionen, otros.

Todos los datos relevantes obtenidos en el estudio del entorno físico del cliente son registrados en el dossier al uso y archivados en función de los criterios establecidos.

4.3. Responder a las demandas/necesidades del cliente mediante la elaboración y presentación de la propuesta técnica y del plan de intervención para adecuar el entorno físico del cliente al entorno ideal requerido, definiendo la naturaleza de los cambios que se han de realizar. .... En la elaboración de la propuesta se tienen en cuenta los datos obtenidos en el estudio comparativo previamente realizado.

Para proponer los cambios se tienen en cuenta, además de los roles y actuaciones del cliente, sus circunstancias personales: edad, sexo, estado civil, condiciones físicas, aficiones, nivel cultural, poder adquisitivo, otros.

En el plan de intervención quedan reflejados los objetivos que se pretende alcanzar y el orden de prioridades en su consecución las fases y tiempos en las que está previsto llevar a cabo el proceso de cambio y los puntos clave sobre los que se incidirá.

Se determinan las estrategias que se han de utilizar para alcanzar los objetivos propuestos en el tiempo previsto en función de la personalidad del cliente y de los medios materiales disponibles.

En caso necesario se remite al cliente a los servicios de otros especialistas realizando la coordinación de las distintas actuaciones.

Se comunica al cliente, en función de su personalidad, la naturaleza de los cambios que se pretenden realizar, utilizando el material de apoyo necesario.

Se resaltan a ojos del cliente la repercusión positiva que tendrá la realización de los cambios propuestos sobre su imagen personal, seleccionando la línea argumental en función de su personalidad.

Se comprueba que el cliente comprende la información que le ha sido transmitida, acepta la propuesta realizada y está dispuesto, en lo que a él respecta, a llevarla a la práctica.

En caso de no aceptación de la propuesta por parte del cliente, se aceptan las críticas de éste y, en la medida de lo posible, se adapta la propuesta a las demandas manifestadas.

4.4. Elaborar el plan de continuidad que permite educar el gusto estético del cliente para mantener la imagen personal óptima conseguida, adaptándola a las distintas circunstancias que puedan presentarse. .... Se comprueba que el cliente se encuentra satisfecho del servicio prestado y de la evolución del proceso y, en caso contrario, se ponen en marcha los mecanismos necesarios para adecuar los resultados a las demandas/necesidades del cliente, resaltando a sus ojos los logros obtenidos en las anteriores fases del proceso de cambio.

Se evalúan los resultados parciales y globales del proceso de cambio y, en caso necesario, se realizan los cambios oportunos en el plan de intervención o en las estrategias utilizadas.

Se establecen los criterios para proporcionar la línea de actualización de la imagen del entorno a la evolución de la imagen personal del cliente, en función de las circunstancias sociolaborales y personales del momento.

4.5. Seleccionar las apariciones públicas y los medios de comunicación que debe utilizar el cliente, en función de la imagen personal que se pretende transmitir y del público al que se pretende llegar. .... El estudio de las publicaciones más relevantes en función de las necesidades del cliente identifica y caracteriza adecuadamente: el grupo social al que está dirigida la publicación, el tipo de publicidad que presenta y empresas anunciantes, número aproximado de ejemplares vendidos, espacio que cubre la red de distribución, director, articulistas y redactores, línea editorial y, en caso de tratarse de una publicación profesional especializada, el grupo de profesionales al que está dirigida.

El estudio de las cadenas de televisión identifica y caracteriza adecuadamente: cobertura, audiencia, línea de programación, tipo de público y si se trata de cadenas públicas o privadas.

La selección de los programas valora las características diferenciales del programa con otros similares y tiene en cuenta: hora de emisión, lengua en la que se emite, tipo de emisión (en directo o en diferido), equipo profesional al frente del programa, escenario en el que se ha de desarrollar la comparecencia.

Los medios de difusión seleccionados se ajustan a las necesidades del cliente y al coste previsto.

Se verifica por los medios precisos que la imagen del cliente será presentada en óptimas condiciones en cuanto a: decoración, postura anatómica, colores del decorado, iluminación y otras condiciones que, según las características propias del medio, repercuten en la imagen personal que se transmite del cliente.

Se supervisa la sesión de maquillaje y peluquería comprobando que no se desvirtúa la imagen que se pretende ofrecer del cliente.

En caso de que el cliente deba aparecer con una indumentaria especial, se comprueba que ésta sigue la línea estética definida para el cliente y no genera discordancias con su imagen personal.

Antes de la comparecencia, se comprueba que la imagen real del cliente no ofrece discrepancias con la imagen personal que se pretende transmitir a través del medio.

Se realizan las consultas técnicas necesarias a otros especialistas para completar el estudio necesario de los medios de comunicación visual.

En la asesoría sobre la aparición del cliente en fotografías se tienen en cuenta las características técnicas de la fotografía: plano, color, iluminación, otros y la finalidad del material fotográfico resultante.

Se realizan las operaciones técnicas necesarias para favorecer la aparición del cliente en los medios de comunicación visual seleccionados: entrevistas, mailing, dossier de prensa, perfiles.

En caso necesario se remite al cliente a un asesor legal que asegure la protección del derecho a la propia imagen.

#### DOMINIO PROFESIONAL

a) Medios: cámara fotográfica o fotografías, equipo de filmación y de reproducción o material audiovisual, fichero de expertos, fichero de empresas.

b) Resultados obtenidos: imagen del entorno del cliente adecuada a su imagen personal (vivienda, vehículo, animales domésticos).

c) Procesos, métodos y procedimientos: técnicas básicas de fotografía y de filmación, técnicas de entrevista y de observación, dinámica de grupos, procesos de enseñanza/aprendizaje.

d) Información utilizada y/o generada: ficheros de clientes, de profesionales y de empresas, periódicos y revistas de actualidad, bibliografía técnica especializada.

e) Personal destinatario: clientes y otros profesionales.

#### **Unidad de competencia 5: realizar la administración, gestión y comercialización en una pequeña empresa o taller**

Realizaciones ..... Criterios de realización

5.1. Evaluar la posibilidad de implantación de una pequeña empresa o taller en función de su actividad, volumen de negocio y objetivos. .... Se selecciona la forma jurídica de empresa más adecuada a los recursos disponibles, a los objetivos y a las características de la actividad.

Se realiza el análisis previo a la implantación, valorando:

La estructura organizativa adecuada a los objetivos.

La ubicación física y ámbito de actuación (distancia clientes/proveedores, canales de distribución, precios del sector inmobiliario de zona, elementos de prospectiva).

La previsión de recursos humanos.

La demanda potencial, previsión de gastos e ingresos. La estructura y composición del inmovilizado.

La necesidad de financiación y forma más rentable de la misma.

La rentabilidad del proyecto.

La posibilidad de subvenciones y/o ayudas a la empresa o a la actividad, ofrecidas por las diferentes Administraciones públicas.

Se determina adecuadamente la composición de los recursos humanos necesarios, según las funciones y procesos propios de la actividad de la empresa y de los objetivos establecidos, atendiendo a formación, experiencia y condiciones actitudinales, si proceden.

5.2. Determinar las formas de contratación más idóneas en función del tamaño, actividad y objetivos de una pequeña empresa. .... Se identifican las formas de contratación vigentes, determinando sus ventajas e inconvenientes y estableciendo los más habituales en el sector.

Se seleccionan las formas de contrato óptimas, según los objetivos y las características de la actividad de la empresa.

5.3. Elaborar, gestionar y organizar la documentación necesaria para la constitución de una pequeña empresa y la generada por el desarrollo de su actividad económica. ....

Se establece un sistema de organización de la información adecuado que proporcione información actualizada sobre la situación económico-financiera de la empresa.

Se realiza la tramitación oportuna ante los organismos públicos para la iniciación de la actividad de acuerdo con los registros legales.



Los documentos generados: facturas, albaranes, notas de pedido, letras de cambio, cheques y recibos, se elaboran en el formato establecido por la empresa con los datos necesarios en cada caso y de acuerdo con la legislación vigente.

Se identifica la documentación necesaria para la constitución de la empresa (escritura, registros, impuesto de actividades económicas y otras).

5.4. Promover la venta de productos o servicios mediante los medios o relaciones adecuadas, en función de la actividad comercial requerida. .... En el plan de promoción, se tiene en cuenta la capacidad productiva de la empresa y el tipo de clientela potencial de sus productos y servicios.

Se selecciona el tipo de promoción que hace óptima la relación entre el incremento de las ventas y el coste de la promoción.

La participación en ferias y exposiciones permite establecer los cauces de distribución de los diversos productos o servicios.

5.5. Negociar con proveedores y clientes, buscando las condiciones más ventajosas en las operaciones comerciales. .... Se tienen en cuenta, en la negociación con los proveedores:

Precios del mercado.

Plazos de entrega.

Calidades.

Condiciones de pago.

Transportes, si procede.

Descuentos.

Volumen de pedido.

Liquidez actual de la empresa.

Servicio post-venta del proveedor.

En las condiciones de venta propuestas a los clientes se tienen en cuenta:

Márgenes de beneficios.

Precio de coste.

Tipos de clientes.

Volumen de venta.

Condiciones de cobro.

Descuentos.

Plazos de entrega.

Transporte si procede.

Garantía.

Atención post-venta.

5.6. Crear, desarrollar y mantener buenas relaciones con clientes reales o potenciales.

.... Se transmite en todo momento la imagen deseada de la empresa.

Los clientes son atendidos con un trato diligente y cortés, y en el margen de tiempo previsto.

Se responde satisfactoriamente a sus demandas, resolviendo sus reclamaciones con diligencia y prontitud y promoviendo las futuras relaciones.

Se comunica a los clientes cualquier modificación o innovación de la empresa, que pueda interesarles.

5.7. Identificar, en tiempo y forma, las acciones derivadas de las obligaciones legales de una empresa. .... Se identifica la documentación exigida por la normativa vigente.

Se identifica el calendario fiscal correspondiente a la actividad económica desarrollada.

Se identifican en tiempo y forma las obligaciones legales laborales: altas y bajas laborales, nóminas, seguros sociales.

DOMINIO PROFESIONAL

a) Información que maneja: documentación administrativa: facturas, albaranes, notas de pedido, letras de cambio, cheques.

b) Documentación con los distintos organismos oficiales: permisos de apertura del local, permiso de obras, etc., nóminas TC1, TC2, alta en IAE. Libros contables oficiales y libros auxiliares. Archivos de clientes y proveedores.

c) Tratamiento de la información: tendrá que conocer los trámites administrativos y las obligaciones con los distintos organismos oficiales, ya sea para realizarlos el propio interesado o para contratar su realización a personas o empresas especializadas. El soporte de la información puede estar informatizado utilizando paquetes de gestión muy básicos existentes en el mercado.

d) Personas con las que se relaciona: proveedores y clientes. Al ser una pequeña empresa o taller, en general, tratará con clientes cuyos pedidos o servicios darán lugar a pequeñas o medianas operaciones comerciales. Gestorías.

## 2.2. Evolución de la competencia profesional.

### 2.2.1. Cambios en los factores tecnológicos, organizativos y económicos.

Los cambios previsibles en la evolución de la competencia de este profesional son:

En el aspecto tecnológico, el profesional de asesoría de imagen personal debe adaptarse a los cambios tecnológicos dictados por las tendencias de la moda y por las nuevas demandas, cada vez más específicas, de los clientes. En este sentido, se prevé un incremento de la demanda de estos servicios realizados en colaboración con otros profesionales en general del ámbito de la comunicación, así como con distintos profesionales de la imagen personal (peluqueros, esteticistas y otros) del ámbito sanitario, etcétera.

Asimismo, se prevé un incremento en el desarrollo de programas informativos dirigidos al tratamiento de la imagen personal integral por ordenador y, por consiguiente, en un futuro próximo el profesional deberá ser competente para utilizar los medios informáticos con ese fin.

En cuanto a los aspectos organizativo y económico, se prevé que la pequeña empresa siga jugando un importante papel en esta actividad pero será necesario un proceso de concentración de profesionales en empresas de mayor tamaño en las que los profesionales puedan responder a una demanda cada vez más especializada, manteniendo la polivalencia para conseguir nuevos niveles de productividad y rentabilidad, a través de la creación de equipos multidisciplinarios que permitan cubrir todas las posibles demandas al estar integrados por profesionales muy diversos.

Además, parece necesario potenciar la calidad de los servicios prestados, promoviendo el buen hacer profesional, como mecanismo para mejorar la posición competitiva ante las compañías extranjeras.

Por tanto, se prevé una remodelación de las actividades para adaptarse a un mercado mucho más competitivo. Por lo que son previsibles procesos de concentración de las actividades para conseguir estructuras empresariales que faciliten la modernización de las empresas y la adaptación a unas demandas cada vez más exigentes.

### 2.2.2. Cambios en las actividades profesionales.

Se producirán cambios específicos en la actividad de este profesional, derivados fundamentalmente de la implantación de nuevos modelos estéticos, nuevas tecnologías, nuevos medios de producción y utilización de medios informáticos, así como de la aparición de nuevas demandas por parte de los clientes. Se prevé, por tanto, un incremento en todas las actividades de asesoramiento sobre imagen personal y especialmente en las siguientes actividades:

a) Tratamiento de la imagen personal integral por medios informáticos.

b) Colaboración con otros profesionales del ámbito de la imagen personal (peluqueros, esteticistas, modistas) y de la comunicación.

### 2.2.3. Cambios en la formación.

Las necesidades de formación se deducen de los cambios previsibles en las actividades profesionales, detectándose necesidades en:

- a) La constante actualización para poder adaptarse a las nuevas técnicas y modelos estéticos vigentes.
- b) La utilización de los medios informáticos como instrumento para el tratamiento y como medios auxiliares en labores administrativas derivadas de la actividad empresarial.
- c) La formación para coordinar actividades complementarias a las relacionadas con la imagen personal.
- d) La formación en relaciones humanas.

### 2.3. Posición en el proceso productivo.

#### 2.3.1. Entorno profesional y de trabajo.

Esta figura ejerce su actividad profesional dentro del subsector de «Servicios Personales» y más concretamente en la actividad de Asesoría de imagen personal, desarrollando los procesos de asesoramiento y atención permanente al cliente en: Equipos multidisciplinares de asesoramiento sobre imagen personal y comunicación. Departamentos de selección y formación de personal. Departamentos de peluquería y de estética en empresas dedicadas al tratamiento de la imagen personal integral.

Publicidad y medios de comunicación visual.

Salones de peluquería e institutos de belleza.

Clínicas de medicina estética.

#### 2.3.2. Entorno funcional y tecnológico.

Este profesional se ubica en el área de asesoría de imagen personal y en las funciones de organización de la prestación del servicio, prestación del servicio, así como en la administración y organización de la empresa.

Sus conocimientos científicos y tecnológicos abarcan los cambios de:

Atención permanente al cliente.

Elaboración e interpretación de documentación técnica.

Asesoramiento a clientes.

Coordinación del equipo profesional.

Utilización de los equipos técnicos necesarios para la prestación de los servicios.

Planificación comercial.

Colaboración con otros profesionales.

Control de la calidad en el proceso de prestación del servicio y en los resultados obtenidos.

Ocupaciones, puestos de trabajo tipo más relevantes:

Director artístico de salones de peluquería.

Asesor de imagen.

Estilista en publicaciones de moda y en publicidad.

Seleccionador de personal.

Formador de personal.

### 3. Enseñanzas mínimas.

#### 3.1. Objetivos generales del ciclo formativo.

Analizar las demandas y necesidades de las personas respecto a su imagen personal, relacionándolas con los efectos que producen los procesos de imagen personal, elaborando modelos estéticos, para determinar las transformaciones que han de ser realizadas.

Localizar e interpretar información técnica asociada a los procesos de imagen personal.

Elaborar propuestas técnicas de cambios en la imagen de las personas para adecuar todos los aspectos de su presencia y comportamiento a las distintas circunstancias. Analizar las comparecencias de las personas ante públicos y audiencias para adecuar todos los aspectos de su imagen personal a los requerimientos del momento.

Analizar los procesos de imagen personal, identificando los requerimientos técnicos en cuanto a medios humanos y materiales, con el fin de optimizar el aprovechamiento de recursos y la actividad empresarial.

Comprender el marco legal, económico y organizativo que regula y condiciona la actividad de asesoría de imagen personal, identificando los derechos y obligaciones que derivan de las relaciones laborales, adquiriendo la capacidad de seguir los procedimientos establecidos y de actuar con eficacia en las anomalías que pueden presentarse en los mismos.

Buscar, seleccionar y utilizar cauces de información y formación relacionada con el ejercicio de la profesión, que le permitan el conocimiento y la inserción en el sector de la asesoría de imagen personal, la peluquería, la estética personal, así como la evolución y adaptación de su capacidad profesional a los cambios tecnológicos y organizativos del sector.

Dominar estrategias que le permitan participar en procesos de comunicación con el cliente y con otros profesionales.

Generar documentación técnica imprescindible para el buen funcionamiento de la empresa así como para la formación del personal a su cargo.

3.2. Módulos profesionales asociados a una unidad de competencia.

### **Módulo profesional 1: asesoría de belleza**

Asociado a la unidad de competencia 1: asesorar sobre aspectos relativos a embellecimiento personal y supervisar la ejecución técnica de los cambios propuestos  
Capacidades terminales ..... Criterios de evaluación

1.1. Analizar los distintos cánones de belleza actuales relacionándolos con las características físicas de las personas para determinar las desproporciones y otras alteraciones en el cuerpo humano que tengan repercusión en la imagen personal. ....

En casos prácticos de selección y elaboración de documentación sobre cánones de belleza actuales:

Identificar las fuentes documentales de información a las que se puede acudir.

Definir los criterios de elaboración de documentación técnica.

Determinar qué información técnica es necesaria para resolver el caso propuesto y qué datos han de obtenerse de ella.

Esquematizar y nombrar los distintos tipos de óvalos faciales y de facciones explicando sobre cada dibujo las correcciones que deben realizarse con el peinado y el maquillaje para corregir ópticamente las desproporciones del rostro.

Explicar qué medidas relativas han de tomarse como parámetros para determinar qué desproporciones y discordancias estéticas existen en un rostro.

Determinar cuáles son las características morfológicas de las personas que condicionan la selección de los estilos de peinados y maquillaje.

Describir las tendencias de la moda actual en cuanto a cortes de cabello, coloraciones, peinados y maquillajes.

Identificar las condiciones sociolaborales que influyen en la selección de los diferentes estilos de peinados y maquillajes.

Explicar qué características físicas y psicológicas condicionan la imagen personal.

1.2. Elaborar propuestas técnicas y estrategias para la adopción de nuevos modelos estéticos de embellecimiento personal, planificando las fases necesarias para su implantación y justificando las decisiones adoptadas. .... Explicar cuál debe ser el contenido de una propuesta técnica tipo.

Describir las distintas líneas de argumentación que puedan seguirse en la presentación de propuesta de cambios en la imagen personal y relacionar cada línea argumental con el tipo de cliente al que va dirigida.

Establecer criterios para seleccionar la línea de argumentación de la presentación de la propuesta de cambios sobre aspectos relativos a peluquería y estética.

En casos prácticos de diseño y planificación de estrategias para adopción de nuevos modelos:

Determinar si la asesoría debe ser para un acontecimiento puntual o han de producirse cambios progresivos.

Determinar qué aspectos han de ser modificados en el cabello, rostro y cuerpo del sujeto.

Determinar qué estilos de peinados y de maquillajes cuya utilización ha de ser descartada por el sujeto, en función de sus características y condiciones y de su actividad sociolaboral.

Identificar las reglas de protocolo y usos sociales que afectan al peinado y al maquillaje en función del acontecimiento o actividad sociolaboral que determina la asesoría.

Elaborar una propuesta técnica para cambiar la imagen personal del sujeto en función de sus características y condiciones, conjugando las demandas y las necesidades detectadas con su disponibilidad económica.

Definir las fases del proceso y los objetivos que han de alcanzarse en cada una de ellas en función de los aspectos que han de ser modificados.

Temporalizar el proceso indicando la secuenciación de sus fases y la duración de cada una de ellas.

Indicar los profesionales que han de intervenir en cada una de las fases.

En los casos prácticos anteriores, justificar mediante los argumentos adecuados la estrategia planteada:

Seleccionar y utilizar el material de apoyo en función de la línea de argumentación utilizada.

Argumentar la propuesta técnica utilizando la línea argumental y el lenguaje adecuados, en función de las características del sujeto y resaltando los efectos positivos que su puesta en práctica tendrá sobre su imagen personal.

Explicar los efectos que producen los distintos estilos de cortes de cabello, cambios permanentes y temporales de forma, cambios totales o parciales de color, peinados, acabados, recogidos y maquillajes, sobre las distintas características físicas del rostro y de la figura.

Utilizar diestramente los medios técnicos necesarios para la presentación y argumentación de la propuesta.

Resolver las dudas planteadas por el sujeto utilizando la terminología adaptada a las características psicológicas y culturales del sujeto.

1.3. Analizar las distintas actividades que pueden realizar las personas para determinar la influencia en la imagen personal. .... En casos prácticos de elaboración de información sobre distintas actividades sociolaborales en relación con la imagen personal:

Identificar las fuentes documentales de información a las que se puede acudir.

Determinar los requerimientos de la imagen personal del sujeto en función de los criterios establecidos por la política empresarial.

Determinar qué información técnica es necesaria para resolver el caso propuesto y qué datos han de obtenerse de ella.

Explicar qué actividades empresariales más frecuentes requieren una imagen personal concreta relacionando cada una de ellas con la imagen física más adecuada en función de las mismas.

## CONTENIDOS BASICOS (duración 75 horas)

a) La morfología del cuerpo humano y su relación con el peinado:

Morfología del rostro y sus facciones: representaciones gráficas.

Morfología del cráneo y cuello.

Correcciones que pueden efectuarse con el peinado en casos de desproporciones u otras discordancias estéticas en el rostro o en la silueta. Representaciones gráficas.

Tipología de las personas según su morfología.

Silueta masculina y femenina y su relación con el peinado.

La armonía entre el peinado y la morfología del cuerpo humano.

b) El estudio del rostro humano: «visagismo»:

Correcciones de las discordancias estéticas de los distintos tipos de rostros y facciones.

c) La información técnica sobre asesoría de belleza:

Elaboración y valoración de cuestionarios.

Elaboración de documentación técnica.

Elaboración de propuestas técnicas.

d) Las actividades y su relación con la imagen personal:

Actividades empresariales más frecuentes con requerimientos de imagen personal.

Requerimientos de la imagen personal en función de las actividades.

e) La informática como medio de tratamiento de la imagen personal.

### **Módulo profesional 2: técnicas de embellecimiento personal**

Asociado a la unidad de competencia 1: asesorar sobre aspectos relativos a

embellecimiento personal y supervisar la ejecución técnica de los cambios propuestos

Capacidades terminales ..... Criterios de evaluación

2.1. Analizar la imagen física de las personas relacionándola con sus posibles demandas y con las tendencias de la moda para elaborar propuestas técnicas de cambios sobre aspectos relativos a peluquería y estética personal. .... En casos prácticos de análisis de las características y condiciones del cabello, rostro y figura de personas de distinta edad y sexo para asesorarles, en función de sus demandas, sobre cambios en su imagen personal:

Identificar y esquematizar el tipo de óvalo facial del sujeto señalando las desproporciones y discordancias estéticas que existen en su rostro en cuanto a medidas relativas y ubicación concreta de los distintos elementos anatómicos del rostro.

Explicar las correcciones que deben realizarse en el óvalo facial del sujeto para corregir ópticamente las desproporciones.

Identificar la forma de cráneo del sujeto y las desproporciones de la figura.

Valorar la calidad, cantidad y las condiciones del cabello.

Identificar las alteraciones en la nitidez de los contornos tanto del rostro como en el dibujo de las facciones.

Identificar las alteraciones en la topografía y en la coloración del rostro.

Determinar la armonía entre los colores de los cosméticos para el embellecimiento personal y los distintos tonos de piel, cabello, ojos e indumentaria del sujeto.

Enunciar preguntas que conduzcan a obtener información de las demandas y expectativas del sujeto sobre aspectos de peluquería y estética, así como sobre sus hábitos en cuanto a utilización de productos cosméticos y servicios de peluquería y estética sobre las circunstancias socioeconómicas y laborales del individuo.

Clasificar al sujeto en uno de los prototipos básicos existentes e identificar su estilo personal mediante la observación directa de su imagen integral con el fin de detectar las discordancias estéticas existentes entre las características físicas del rostro y de la

figura del sujeto y entre el estilo de corte de cabello, peinado, color y maquillaje que luce.

2.2. Analizar los procesos de embellecimiento personal relacionando cada una de sus fases con las técnicas que han de aplicarse y con los productos y utensilios necesarios para obtener los efectos pretendidos. .... Describir las fases de los procesos de arreglo del cabello y maquillaje indicando las operaciones técnicas que han de realizarse. Describir los estilos básicos de peinados, acabados y recogidos y hacer un dibujo representativo de los mismos.

Clasificar los tipos de maquillaje en función de la zona de aplicación y de las condiciones y circunstancias en las que ha de ser lucido.

Relacionar los distintos útiles de maquillaje y de cambios de forma en el cabello con la función que cumple cada uno de ellos, estableciendo pautas para su correcta utilización.

Relacionar las distintas formas cosméticas de los productos para el embellecimiento personal estableciendo criterios para seleccionarlos.

2.3. Efectuar operaciones técnicas de cambios de forma temporales en el cabello y de maquillaje, operando los medios técnicos en función de los requerimientos del proceso. .... En casos prácticos de peinados acabados y recogidos en el cabello en los que se especifican las condiciones en las que serán lucidos:

Obtener información del usuario sobre indumentaria y maquillaje con los que debe armonizar el peinado.

Seleccionar y preparar los productos, utensilios y accesorios necesarios para realizar el peinado, acabado o recogido.

Realizar las operaciones técnicas de higiene del cabello para la realización de cambios de forma en el mismo.

Aplicar los productos acondicionadores y fijadores con arreglo a las instrucciones de uso.

Realizar las «particiones» de la cabellera en función del caso práctico concreto.

Colocar los moldes obteniendo el efecto pretendido.

Realizar el crepado en la base del tallo capilar obteniendo la duración y el efecto pretendido.

Distribuir los volúmenes obtenidos con el crepado en función de las características morfológicas del sujeto y del tipo de peinado acabado o recogido que se ha de realizar.

Ordenar la cabellera ocultando totalmente el crepado obteniendo el efecto pretendido.

Fijar firmemente el recogido dejando ocultos todos los utensilios y accesorios utilizados.

Adaptar y sujetar perfectamente los adornos de cabeza al recogido.

Aplicar los productos cosméticos fijadores y proporcionadores de brillo en función del tipo de peinado acabado y recogido del caso práctico y del tipo de cabello del sujeto.

Operar diestramente los medios técnicos: productos, utensilios, aparatos y accesorios que han de utilizarse.

En casos prácticos de realización de maquillajes en los que se especifican las condiciones en las que será lucido:

Obtener información del usuario sobre la indumentaria y peinado con los que debe armonizar el maquillaje.

Realizar las operaciones técnicas previas de preparación de la piel del sujeto para la realización del maquillaje.

Seleccionar los productos cosméticos que han de utilizarse en el maquillaje así como sus formas cosméticas, texturas y colorido.

Preparar los productos cosméticos realizando las operaciones fisicoquímicas necesarias para obtener las mezclas de productos y los colores deseados.

Aplicar los productos cosméticos de maquillaje mediante técnicas de «batido», arrastre, deslizamiento, delineado y difuminado, manejando diestramente los utensilios al uso: espátulas, esponjas, pinceles, brochas, cepillos, borlas.

Efectuar las correcciones produciendo el efecto óptico pretendido: iluminar, sombrear, resaltar o camuflar.

Aplicar prótesis de pestañas, bisutería y otros accesorios obteniendo el efecto pretendido.

Explicar a través del espejo, los efectos que produce el maquillaje sobre la imagen personal del sujeto.

Explicar al sujeto la forma de conservar el maquillaje en óptimas condiciones durante el mayor tiempo posible, ofreciendo pautas para realizar los retoques oportunos.

2.4. Planificar el desarrollo de la fase de entrenamiento de las personas para favorecer la adopción de nuevos modelos estéticos en el estilo de peinado y maquillaje. .... En un caso práctico debidamente caracterizado de enseñanza/aprendizaje para adopción de nuevos modelos estéticos en el estilo de peinado y maquillaje.

Proporcionar pautas y entrenamiento al sujeto sobre:

Selección de productos cosméticos idóneos en función de sus características personales, necesidades sociolaborales, tiempo disponible para la aplicación.

Correcta aplicación de productos cosméticos.

Manejo de utensilios para el cuidado personal.

Pautas de vida saludable.

Asesorar y entrenar al sujeto sobre la forma en la que ha de maquillarse y peinarse en las distintas circunstancias y actividades en las que participe.

2.5. Evaluar el proceso de cambios de forma temporales en el cabello y de maquillajes, y los resultados obtenidos proponiendo las modificaciones que permitan optimizar los resultados cuando no son los previstos. .... Identificar los aspectos que han de ser evaluados por ser determinantes en la calidad del servicio prestado mediante análisis de los procesos de cambio de forma temporales en el cabello y de maquillajes.

Enunciar preguntas tipo que permitan detectar el grado de satisfacción del usuario, tanto por el resultado final obtenido como por la atención personal recibida.

Determinar y explicar los criterios que permiten evaluar la calidad tanto del proceso de prestación del servicio como de los resultados finales obtenidos.

Enumerar las causas de tipo técnico y de atención al cliente que pueden dar lugar a deficiencias en el servicio prestado.

Analizar las desviaciones producidas en el servicio prestado respecto de los resultados esperados, detectando sus causas.

En un caso práctico de evaluación del servicio prestado:

Identificar los indicadores de calidad en los procesos de cambios de forma temporales y maquillajes.

Detectar las desviaciones producidas respecto de los resultados previstos, razonando sus causas tanto de tipo técnico como de atención al cliente.

Esquematizar el proceso de prestación del servicio asociando las anomalías detectadas con la fase en la que se han producido.

Proponer medidas que permitan adecuar los resultados obtenidos a los esperados.

CONTENIDOS BASICOS (duración 115 horas)

a) Cambios de forma temporales en el cabello y sus fundamentos:

Fundamentos y efectos de los cambios de forma temporales.

b) Los cambios de forma en el cabello y su ejecución técnica:

Estilos de peinados, acabados y recogidos básicos e innovaciones.

Técnicas para los cambios de forma temporal.

Correcciones de las discordancias del rostro y de la figura mediante el cabello.



c) El maquillaje y su realización:

Tipos de maquillaje: sus características diferenciales. Representación gráfica.

Técnicas para maquillar y corregir las distintas zonas del rostro.

Técnicas de aplicación de productos cosméticos de maquillaje.

d) Cosmética específica para cambios de forma temporales en el cabello y para maquillajes:

Criterios de selección.

Pautas para su correcta preparación, manipulación, aplicación y conservación.

e) La atención permanente al cliente y la evaluación de la prestación del servicio:

Tipos de clientes.

Fases de atención al cliente.

Parámetros para medir la calidad del servicio prestado.

f) Seguridad e higiene en los procesos de cambios de forma temporal en el cabello y de maquillaje:

Medidas de protección personal del profesional y del cliente y otras medidas que minimizan el riesgo de aparición de fenómenos no deseados.

g) Control de calidad en los procesos de ejecución de técnica de cambios de forma temporal en el cabello y de técnicas de maquillaje.

### **Módulo profesional 3: estilismo en el vestir**

Asociado a la unidad de competencia 2: asesorar sobre el estilo y la línea de indumentaria y complementos que se deben adoptar

Capacidades terminales ..... Criterios de evaluación

3.1. Analizar la repercusión de la indumentaria y la utilización de determinados complementos en el vestir, en la imagen personal para identificar los factores determinantes e influyentes en la selección, combinación y utilización de las prendas de vestir y complementos. .... Explicar qué características físicas y psicológicas condicionan la imagen personal.

Establecer criterios para clasificar a los clientes según su tipología.

Identificar las características sociolaborales que condicionan la imagen personal del sujeto y relacionarlas con su presencia pública.

Identificar y describir los modelos estéticos más frecuentes en cuanto a la indumentaria de las personas y complementos en el vestir.

Identificar y explicar las normas de protocolo y de uso social, en cuanto a la indumentaria, aplicables al caso.

Esquematizar el contenido de las normas protocolares y de uso social referidas a la indumentaria y complementos que han de utilizarse en los actos sociolaborales y oficiales más relevantes y frecuentes: banquetes, bodas, entierros, imposición de condecoraciones, audiencias, recepciones oficiales, firma de documentos, reuniones de trabajo, visitas y viajes, invitaciones en el propio domicilio, comparecencias ante públicos y audiencias.

Identificar las prendas de vestir y complementos.

En un listado de complementos personales: relacionar cada complemento con la función que cumple y los actos sociales en los que son de uso obligado, en los que pueden ser utilizados y en los que no deben o no pueden utilizarse.

Clasificar los distintos actos públicos en función de las normas o usos sociales en el vestir.

Explicar y describir la evolución histórica de los cánones estéticos en el vestir.

Enunciar preguntas tipo para detectar las normas corporativas, aplicables al caso concreto, respecto a la indumentaria en el vestir.

En casos prácticos de análisis de la indumentaria que presentan unos sujetos, en imágenes fijas o en movimiento, para determinadas circunstancias:

Identificar y describir el tipo de modelo.

Citar otros actos en los que puede lucirse.

Nombrar cada prenda y complemento explicando cómo deben ser utilizados.

Detectar y explicar errores en la composición del modelo.

Detectar y explicar errores en la utilización de la indumentaria y complementos.

Proponer prendas y complementos que puedan o deban sustituir a las inadecuadas.

Proponer la indumentaria y complementos del posible acompañante.

En un supuesto práctico de acto social, debidamente caracterizado:

Proponer las prendas de vestir idóneas, masculinas y femeninas para las edades que aparecen en el supuesto.

Describir los materiales, tejidos, colores de las distintas prendas de vestir y complementos que pueden y/o deben utilizar los asistentes o participantes.

Relacionar los factores que inciden en la selección de los distintos materiales, colores y acabados de las prendas de vestir y accesorios, con las circunstancias, actos sociales y medios de comunicación audiovisual para obtener la imagen personal deseada.

En casos prácticos de detección de demandas y preferencias del sujeto, en cuanto a estilos del vestuario:

Describir el estilo y la vestimenta del sujeto.

Clasificar al sujeto según las taxonomías al uso.

Detectar y explicar las discordancias estéticas existentes entre las características físicas del sujeto y su indumentaria.

Detectar y, en su caso, explicar las discordancias estéticas existentes entre las distintas prendas y complementos que componen su indumentaria.

Detectar y explicar errores por incorrecta utilización de las prendas y complementos que viste.

En supuestos prácticos de elaboración de cuestionarios para obtención de información de otros profesionales o de demandas/necesidades de clientes:

Determinar el número de preguntas y bloques que debe componer el cuestionario.

Definir criterios para la selección de preguntas y formas de respuesta, en función de los objetivos planteados para el cuestionario.

Definir criterios para el tratamiento correcto de la información obtenida.

Identificar parámetros que permitan comparar analíticamente la estética real de un individuo, en cuanto a su indumentaria y el modelo estético ideal que ha de adoptar.

3.2. Elaborar propuestas técnicas y estrategias para la presentación de la propuesta y para la adopción de nuevos modelos estéticos por parte del sujeto en cuanto a indumentaria y complementos, planificando las fases necesarias para su implantación y justificando las decisiones adoptadas. .... Describir los elementos que han de componer la propuesta técnica.

Describir las distintas líneas de argumentación que pueden seguirse en la presentación de una propuesta de cambio y relacionar cada línea argumental con el tipo de cliente al que debe ir dirigida.

Definir criterios para seleccionar o elaborar la documentación de apoyo de la propuesta, en función de la línea argumental que ha de utilizarse.

En casos prácticos de diseño y planificación de estrategias para adopción de nuevos modelos estéticos de estetismo en el vestir:

Determinar si la asesoría debe ser para un acontecimiento puntual o han de producirse cambios progresivos.

Determinar qué aspectos han de ser modificados en la indumentaria y complementos en el vestir del sujeto.

Determinar las líneas de indumentaria, prendas de vestir y complementos cuya utilización ha de ser descartada por el sujeto, en función de sus características y condiciones y de su actividad sociolaboral.

Identificar las reglas de protocolo y usos sociales que afectan a la indumentaria del sujeto, en función del acontecimiento o actividad sociolaboral que determina la asesoría.

Elaborar una propuesta técnica para cambiar la imagen personal del sujeto en cuanto a indumentaria y complementos en el vestir, en función de sus características y condiciones, conjugando las demandas y las necesidades detectadas en él con los costes previstos.

Definir las fases del proceso y los objetivos que han de alcanzarse en cada una de ellas, en función de los elementos que han de ser modificados, suprimidos o incorporados.

Temporalizar el proceso indicando la secuenciación de sus fases y la duración de cada una de ellas.

Indicar los profesionales que han de intervenir en cada una de las fases.

En los casos prácticos anteriores, justificar mediante los argumentos adecuados la estrategia planteada:

Identificar el tipo de sujeto al que se dirige la propuesta.

Seleccionar y aplicar la línea de argumentación y el lenguaje adecuados.

Seleccionar y utilizar el material de apoyo necesario o auxiliar.

Utilizar diestramente los medios técnicos necesarios para la presentación de la propuesta.

Explicar al sujeto las repercusiones positivas que tendrá sobre su imagen personal la materialización de los cambios propuestos.

Resolver las dudas planteadas por el sujeto utilizando la terminología adaptada a él.

Establecer criterios para seleccionar la línea de argumentación en la presentación de propuestas técnicas.

Explicar qué factores son determinantes o influyen en la selección de la línea argumental para presentación de propuestas técnicas.

En supuestos prácticos debidamente caracterizados de argumentación de propuestas técnicas sobre cambios en la indumentaria y complementos personales:

Identificar los factores que determinan, en el supuesto problema, la selección de la línea argumental idónea.

Explicar qué medios técnicos han de ser utilizados para apoyar la argumentación de la propuesta, en función de las características del sujeto del supuesto-problema.

En casos prácticos de presentación de propuestas técnicas para cambiar la imagen personal a través de cambios en la indumentaria y complementos:

Argumentar la propuesta técnica, utilizando la línea argumental y el lenguaje adecuados, en función de las características del sujeto y resaltando los efectos positivos que su puesta en práctica tendrá sobre su imagen personal.

En caso de que se produzcan, resolver conflictos ocasionados por las objeciones del sujeto ante la propuesta presentada.

Operar y utilizar diestramente los medios técnicos necesarios para la presentación y argumentación de la propuesta.

Resolver las dudas planteadas por el sujeto utilizando la terminología adaptada a las características psicológicas y culturales del sujeto.

En un caso práctico de elaboración y presentación de propuestas técnicas para asesorar a un sujeto sobre aspectos relacionados con la indumentaria:

Realizar la propuesta, seleccionando y aplicando la línea de argumentación, en función del tipo de sujeto.

Seleccionar y utilizar el material de apoyo necesario, en función de la línea de argumentación que se sigue.

Comunicar al sujeto, con terminología clara y comprensible, cuáles pueden ser sus expectativas respecto de los cambios propuestos.

Explicar los objetivos de la asesoría.

Comunicar el diagnóstico.

Comunicar al sujeto la duración.

3.3. Definir los métodos de entrenamiento de personas para lograr la adopción de nuevos modelos estéticos en el vestir. .... Esquematizar el contenido de las normas protocolares y de uso social referidas a la indumentaria y complementos que han de utilizarse en los actos sociolaborales y oficiales más relevantes y frecuentes:

banquetes, bodas, entierros, imposición de condecoraciones, audiencias, recepciones oficiales, firma de documentos, reuniones de trabajo, visitas y viajes, invitaciones en el propio domicilio, comparecencias ante públicos y audiencias.

Elaborar supuestos debidamente caracterizados de situaciones en actos sociolaborales y protocolares que han de ser resueltas por el sujeto mediante la aplicación de usos sociales y normas protocolares.

En supuestos prácticos para demostrar al sujeto la correcta utilización de normas de uso social y protocolares.

Evaluar la actuación del sujeto en los supuestos prácticos planteados, explicando, mediante la utilización de los recursos y la línea de argumentación adecuados, los errores cometidos en la aplicación de las normas de uso social y protocolares.

Establecer y explicar las pautas que han de tenerse en cuenta en la corrección de la incorrecta aplicación de las normas sociales y protocolares por parte del sujeto.

CONTENIDOS BASICOS (duración 100 horas)

a) Historia de la indumentaria desde la óptica de la imagen personal:

Evolución de la indumentaria a través de la historia y su influencia en la imagen personal.

Personajes históricos relevantes en la evolución de la indumentaria.

b) La indumentaria y su repercusión en la imagen personal:

La figura humana: sus proporciones reales e idealizadas.

Correcciones ópticas de las proporciones reales de la imagen personal a través de la indumentaria.

c) Conceptos básicos sobre el estilismo en el vestir:

Moda en el vestir.

Elegancia.

Alta costura.

Pret-à-porter.

Complementos.

«Fondo de armario» o vestuario básico.

Líneas y estilos básicos en la indumentaria.

Tendencias de moda en la indumentaria.

d) La indumentaria en la vida cotidiana y en los actos sociales:

Armonía entre las distintas prendas de vestir.

Composición del «fondo de armario» masculino y femenino.

Características fundamentales de la indumentaria según la estación del año, la hora del día y el acto en el que se van a lucir, atendiendo a la imagen personal.

La etiqueta en el vestir en los actos sociales.

Formas de lucir las distintas prendas de vestir.

e) Materiales y tejidos:

Descripción de los distintos tejidos y materiales de uso más frecuente en la indumentaria.

Criterios para su selección y pautas para su conservación en óptimas condiciones.

Interpretación de la simbología en el etiquetado, composición y conservación.

f) Complementos:

Los complementos en el vestir y la imagen personal.

Armonía entre los complementos y el vestido.

Pautas para la correcta utilización de los complementos.

g) Control de calidad de los procesos de asesoramiento sobre estilismo en el vestir:

Factores de calidad de los procesos de asesoramiento sobre estilismo en el vestir.

#### **Módulo profesional 4: protocolo y usos sociales**

Asociado a la unidad de competencia 3: asesorar al cliente en las actuaciones de protocolo y en los usos y habilidades sociales

Capacidades terminales ..... Criterios de evaluación

4.1. Analizar las normas de protocolo y usos sociales, en relación con los actos sociales y protocolares, para determinar cuándo y cómo han de aplicarse. .... Definir los conceptos de protocolo y acto protocolar.

Explicar las semejanzas y diferencias entre actos protocolares y actos sociales públicos o privados no protocolares.

Identificar la normativa legal vigente sobre actos protocolares.

Localizar e identificar las normas sobre usos sociales en los actos socio-laborales públicos o privados y determinar pautas para su correcta utilización.

Explicar las reglas de protocolo y los usos sociales que deben regir en la ubicación de los comensales según su rango y en su comportamiento en la mesa durante las comidas.

Explicar la correcta ubicación, según las normas de uso social, de los asistentes/participantes en una reunión de trabajo, según las normas de «protocolo empresarial».

Explicar las normas de protocolo y de usos sociales que deben aplicarse a los saludos, correspondencia y citas.

En un supuesto práctico de actuación en un acto social o protocolar en el que se conocen las características del acto y el rol del sujeto:

Localizar e identificar la información que permita determinar las normas aplicables al supuesto.

Explicar al sujeto qué normas ha de aplicar y cómo aplicarlas.

4.2. Elaborar propuestas técnicas y estrategias para la adopción de nuevos modelos estéticos de comportamiento por parte de las personas, integrando en la propuesta las modificaciones que es necesario realizar en su imagen personal, en cuanto a las actuaciones en actos sociales o protocolares. .... Describir los elementos que han de componer la propuesta técnica.

Definir criterios para seleccionar o elaborar la documentación de apoyo de la propuesta, en función de la línea argumental que ha de utilizarse.

En casos prácticos de diseño y planificación de estrategias para adopción de nuevos modelos de comportamiento en actos sociales o protocolares:

Determinar si la asesoría debe ser para un acontecimiento puntual o han de producirse cambios progresivos.

Determinar qué aspectos han de ser potenciados, anulados o modificados en el comportamiento del sujeto.

Elaborar una propuesta técnica para definir el comportamiento en actos sociales y protocolares, en función de sus características y condiciones, conjugando las demandas y las necesidades detectadas con los costes previstos.

Definir las fases del proceso y los objetivos que han de alcanzarse en cada una de ellas, en función de los elementos que han de ser modificados, suprimidos o incorporados.

Temporalizar el proceso indicando la secuenciación de sus fases y la duración de cada una de ellas.

Indicar los profesionales que han de intervenir en cada una de las fases.

En los casos prácticos anteriores, justificar mediante los argumentos adecuados la estrategia planteada:

Identificar el tipo de sujeto al que se dirige la propuesta.

Seleccionar y aplicar la línea de argumentación y el lenguaje adecuado.

Seleccionar y utilizar el material de apoyo necesario o auxiliar.

Utilizar diestramente los medios técnicos necesarios para la presentación de la propuesta.

Explicar al sujeto las repercusiones positivas que tendrá sobre su imagen personal la materialización de los cambios propuestos.

Resolver las dudas planteadas por el sujeto utilizando la terminología adaptada a él.

4.3. Aplicar correctamente las normas de protocolo y los usos sociales en situaciones simuladas o reales. .... En casos prácticos de aplicación de normas de protocolo y usos sociales a situaciones reales o simuladas de presentaciones, saludos, comidas, reuniones, envío de correspondencia y conversaciones telefónicas; en los que se conocen los rangos de los participantes y las características de los actos propuestos: Presentarse correctamente a sí mismo.

Presentar correctamente a un supuesto acompañante, explicando qué normas de protocolo y usos sociales han de aplicarse.

Realizar presentaciones en un grupo de personas explicando las normas que sirven de base.

Saludar a personas que representen roles de mayor y menor rango al suyo, explicando las normas que sirven de base para saludar correctamente.

Esquematizar la correcta ubicación del servicio de mesa así como de los comensales en mesas redondas, rectangulares y en forma de «u», explicando los criterios utilizados.

Utilizar diestramente el servicio de mesa de uso más frecuente en los países occidentales, explicando las normas para su correcta utilización.

Esquematizar la ubicación de los participantes/asistentes a una reunión de trabajo en función de su rango y roles.

Identificar los distintos modelos/formatos de invitaciones, explicando el significado de las siglas AM, PM, SRC, RSVP y determinar, en caso necesario, la forma idónea de contestación.

Responder y realizar a una llamada telefónica simulada o real explicando las normas de uso social que han de aplicarse.

En casos prácticos de análisis de situaciones debidamente caracterizadas en las que se han aplicado normas de protocolo y/o de uso social:

Identificar el uso incorrecto de las normas aplicadas explicando en qué consiste el error, qué normas deberían haberse aplicado y cómo han de aplicarse.

4.4. Definir los métodos de entrenamiento y entrenar a las personas para lograr la adopción de nuevos comportamientos en cuanto a usos sociales, habilidades sociales y protocolo. .... Esquematizar el contenido de las normas protocolares y de uso social referidas a los actos sociolaborales y oficiales más frecuentes: banquetes, bodas, entierros, imposición de condecoraciones, audiencias, recepciones oficiales, firma de documentos, reuniones de trabajo, visitas y viajes, invitaciones en el propio domicilio.

Diseñar y preparar supuestos teóricos y supuestos prácticos de situaciones en actos sociolaborales y protocolares que han de ser resueltas por el sujeto mediante la aplicación de usos sociales y normas protocolares.

Aplicar técnicas de simulación para demostrar al sujeto, en supuestos prácticos, la correcta utilización de normas de uso social y protocolares aplicables a la resolución del supuesto propuesto.

Evaluar la actuación del sujeto en los supuestos prácticos planteados, explicándole, mediante la utilización de los recursos y la línea de argumentación adecuados, los errores que ha cometido en la aplicación de las normas de uso social y protocolares. Establecer y explicar las pautas que han de tenerse en cuenta en la corrección de la incorrecta aplicación de las normas sociales y protocolares por parte del sujeto.

CONTENIDOS BASICOS (duración 75 horas)

a) Conceptos básicos de protocolo, usos y habilidades sociales:

Protocolo.

Usos sociales.

Habilidades sociales.

Etiqueta.

Acto social.

Acto protocolar o protocolario.

b) Normas de protocolo:

Tipos de actos protocolares.

Legislación vigente sobre actos protocolares: precedencias en actos oficiales.

El protocolo en el vestir.

c) Usos y habilidades sociales:

Situaciones y actuaciones sociales. Normas oficiales.

Ceremonias públicas o privadas no sujetas a normas de protocolo. Normas de uso social.

«Protocolo empresarial».

Situaciones especiales.

Los usos sociales que condicionan la indumentaria en los actos socio-laborales.

d) Aplicación de las normas de protocolo y usos sociales en las distintas situaciones:

Saludos y presentaciones.

Correspondencia: invitaciones y sus respuestas, tarjetas de visita.

Etiqueta y usos sociales en la mesa durante las comidas.

Visitas: cómo hacerlas y recibirlas.

Viajes de placer y de trabajo.

Regalos: cómo hacerlos y recibirlos.

e) Control de calidad en los procesos de asesoramiento sobre la utilización de las habilidades sociales, usos sociales y normas de protocolo:

Factores de calidad de los procesos de asesoramiento sobre la utilización de habilidades sociales, usos sociales y normas de protocolo.

### **Módulo profesional 5: imagen personal y comunicación**

Asociado a la unidad de competencia 4: asesorar al cliente sobre los aspectos relacionados con la imagen que ha de ofrecer en su comparecencia ante públicos y audiencias y en la adecuación de la imagen de su entorno a su imagen personal

Capacidades terminales ..... Criterios de evaluación

5.1. Analizar las comparecencias ante públicos y audiencias, en vivo y/o a través de medios de comunicación, para adecuar todos los aspectos de la presencia del sujeto que afectan a su imagen personal a las características de los mismos. .... Clasificar los distintos tipos de comparecencias que pueden tener lugar en función del tipo de mensaje que se quiere transmitir, del medio utilizado y del lugar de celebración.

Clasificar los espacios en función de la hora de emisión, lengua en la que se emiten, tipo de emisión, equipo profesional al frente del programa y escenario o decorado en el que se ha desarrollado.

Determinar qué características del entorno condicionan la imagen personal.

En casos prácticos de análisis de una comparecencia en el que se conoce el medio de comunicación a través del que tendrá lugar:

Localizar e identificar las fuentes de información a las que se ha de recurrir para estudiar todos los aspectos de la comparecencia que afectan a la imagen personal.

Realizar las consultas necesarias sobre los asistentes o participantes en el programa.

Clasificar los medios de comunicación en función de su línea de programación, de su audiencia y de su cobertura.

Clasificar las publicaciones en función de su línea editorial, grupo social al que está dirigida y número aproximado de ejemplares vendidos.

Clasificar las fotografías en función de sus planos, color, iluminación y finalidad.

5.2. Elaborar propuestas técnicas que permitan adecuar todos los aspectos de las personas en las comparecencias ante públicos y audiencias, a la imagen personal que se pretende transmitir. .... Definir criterios para seleccionar o elaborar la documentación de apoyo de la estrategia propuesta, en función de la línea argumental que ha de utilizarse.

En casos prácticos de diseño y planificación de estrategias para adopción de nuevos modelos estéticos de comportamiento e imagen física para comparecencias ante públicos y a través de medios de comunicación:

Determinar si la asesoría debe ser para un acontecimiento puntual o han de producirse cambios progresivos.

Determinar qué aspectos han de ser potenciados, anulados o modificados en el comportamiento del sujeto.

Elaborar una propuesta técnica para cambiar la imagen personal del sujeto en las comparecencias.

Definir las fases del proceso y los objetivos que han de alcanzarse en cada una de ellas, en función de los elementos que han de ser modificados, suprimidos o incorporados.

Temporalizar el proceso indicando la secuenciación de sus fases y la duración de cada una de ellas.

Indicar los profesionales que han de intervenir en cada una de las fases.

En los casos prácticos anteriores, justificar mediante los argumentos adecuados las estrategias planteadas:

Identificar el tipo de sujeto al que se dirige la estrategia.

Seleccionar y aplicar la línea de argumentación y el lenguaje adecuado.

Seleccionar y utilizar el material de apoyo necesario o auxiliar para plantear la estrategia.

Utilizar diestramente los medios técnicos necesarios para la presentación de la propuesta.

Explicar al sujeto las repercusiones positivas que tendrá sobre su imagen personal la materialización de los cambios propuestos.

Resolver las dudas planteadas por el sujeto utilizando la terminología adaptada a él.

5.3. Definir los métodos de entrenamiento y entrenar a las personas para adecuar todos los aspectos de su presencia a las distintas comparecencias ante públicos y audiencias. .... Diseñar y preparar supuestos teóricos y supuestos prácticos de comparecencias ante públicos o a través de medios de comunicación que han de ser resueltos por el sujeto mediante la aplicación de usos sociales y normas protocolares.



Aplicar técnicas de simulación para demostrar al sujeto, en supuestos prácticos, la correcta utilización de normas de actuación ante públicos y en comparecencias en medios de comunicación.

Evaluar la actuación del sujeto en los supuestos prácticos planteados, explicándole, mediante la utilización de los recursos y la línea de argumentación adecuados, los errores que ha cometido en la aplicación de las estrategias planteadas.

Establecer y explicar las pautas que han de tenerse en cuenta en la corrección de la incorrecta aplicación de las estrategias planteadas.

CONTENIDOS BASICOS (duración 50 horas)

a) La comunicación: conceptos generales:

Emisor.

Receptor.

Mensaje.

Canales de comunicación.

b) La imagen personal en los medios de comunicación audiovisuales:

Televisión. Fotografía

.

Cine.

Características de los medios que condicionan la imagen personal.

c) La imagen personal en la comparecencia ante públicos y audiencias:

Tipos de público.

Tipos de comparecencias.

Características de las comparecencias que condicionan la imagen personal.

d) La imagen personal en la publicidad:

El mensaje publicitario.

Condiciones del medio de transmisión.

Características del medio de transmisión y del mensaje que condicionan la imagen personal.

### **Módulo profesional 6: administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa**

Asociado a la unidad de competencia 5: realizar la administración, gestión y comercialización en una pequeña empresa o taller

Capacidades terminales ..... Criterios de evaluación

6.1. Analizar las diferentes formas jurídicas vigentes de empresa, señalando la más adecuada en función de la actividad económica y los recursos disponibles. ....

Especificar el grado de responsabilidad legal de los propietarios, según las diferentes formas jurídicas de empresa.

Identificar los requisitos legales mínimos exigidos para la constitución de la empresa, según su forma jurídica.

Especificar las funciones de los órganos de gobierno establecidas legalmente para los distintos tipos de sociedades mercantiles.

Distinguir el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de empresa.

Esquematizar, en un cuadro comparativo, las características legales básicas identificadas para cada tipo jurídico de empresa.

A partir de unos datos supuestos sobre capital disponible, riesgos que se van a asumir, tamaño de la empresa y número de socios, en su caso, seleccionar la forma jurídica más adecuada explicando ventajas e inconvenientes.

6.2. Evaluar las características que definen los diferentes contratos laborales vigentes más habituales en el sector. .... Comparar las características básicas de los distintos

tipos de contratos laborales, estableciendo sus diferencias respecto a la duración del contrato, tipo de jornada, subvenciones y exenciones, en su caso.

A partir de un supuesto simulado de la realidad del sector:

Determinar los contratos laborales más adecuados a las características y situación de la empresa supuesta.

Cumplimentar una modalidad de contrato.

6.3. Analizar los documentos necesarios para el desarrollo de la actividad económica de una pequeña empresa, su organización, su tramitación y su constitución. ....

Explicar la finalidad de los documentos básicos utilizados en la actividad económica normal de la empresa.

A partir de unos datos supuestos,

Cumplimentar los siguientes documentos:

Factura.

Albarán.

Nota de pedido.

Letra de cambio.

Cheque.

Recibo.

Explicar los trámites y circuitos que recorren en la empresa cada uno de los documentos.

Enumerar los trámites exigidos por la legislación vigente para la constitución de una empresa, nombrando el organismo donde se tramita cada documento, el tiempo y forma requeridos.

6.4. Definir las obligaciones mercantiles, fiscales y laborales que una empresa tiene para desarrollar su actividad económica legalmente. .... Identificar los impuestos indirectos que afectan al tráfico de la empresa y los directos sobre beneficios.

Describir el calendario fiscal correspondiente a una empresa individual o colectiva en función de una actividad productiva, comercial o de servicios determinada.

A partir de unos datos supuestos cumplimentar: alta y baja laboral, nómina, liquidación de la Seguridad Social.

Enumerar los libros y documentos que tiene que tener cumplimentados la empresa con carácter obligatorio según la normativa vigente.

6.5. Aplicar las técnicas de relación con los clientes y proveedores, que permitan resolver situaciones comerciales tipo. .... Explicar los principios básicos de técnicas de negociación con clientes y proveedores, y de atención al cliente.

A partir de diferentes ofertas de productos o servicios existentes en el mercado:

Determinar cuál de ellas es la más ventajosa en función de los siguientes parámetros:

Precios del mercado.

Plazos de entrega.

Calidades.

Transportes.

Descuentos.

Volumen de pedido.

Condiciones de pago.

Garantía.

Atención post-venta.

6.6. Analizar las formas más usuales en el sector de promoción de ventas de productos o servicios. .... Describir los medios más habituales de promoción de ventas en función del tipo de producto y/o servicio.

Explicar los principios básicos del «merchandising».

6.7. Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios. .... El proyecto deberá incluir:  
Los objetivos de la empresa y su estructura organizativa.

Justificación de la localización de la empresa.

Análisis de la normativa legal aplicable.

Plan de inversiones.

Plan de financiación.

Plan de comercialización.

Rentabilidad del proyecto.

CONTENIDOS BASICOS (duración 50 horas)

a) La empresa y su entorno:

Concepto jurídico-económico de empresa.

Definición de la actividad.

Localización de la empresa.

b) Formas jurídicas de las empresas:

El empresario individual.

Análisis comparativo de los distintos tipos de sociedades mercantiles.

c) Gestión de constitución de una empresa:

Trámites de constitución.

Fuentes de financiación.

d) Gestión de personal:

Convenio del sector.

Diferentes tipos de contratos laborales.

Cumplimentación de nóminas y Seguros Sociales.

e) Gestión administrativa:

Documentación administrativa.

Técnicas contables.

Inventario y métodos de valoración de existencias.

Cálculo del coste, beneficio y precio de venta.

f) Gestión comercial:

Elementos básicos de la comercialización.

Técnicas de venta y negociación.

Técnicas de atención al cliente.

g) Obligaciones fiscales:

Calendario fiscal.

Impuestos que afectan a la actividad de la empresa.

Cálculo y cumplimentación de documentos para la liquidación de impuestos indirectos: IVA e IGIC y de impuestos directos: EOS e IRPF.

h) Proyecto empresarial.

3.3. Módulos profesionales transversales.

### **Módulo profesional transversal 7: relaciones en el entorno de trabajo**

Capacidades terminales ..... Criterios de evaluación

7.1. Utilizar eficazmente las técnicas de comunicación en su medio laboral para recibir y emitir instrucciones e información, intercambiar ideas u opiniones, asignar tareas y coordinar proyectos. .... Identificar el tipo de comunicación utilizado en un mensaje y las distintas estrategias utilizadas para conseguir una buena comunicación.

Clasificar y caracterizar las distintas etapas de un proceso comunicativo.

Distinguir una buena comunicación que contenga un mensaje nítido de otra con caminos divergentes que desfiguren o enturbien el objetivo principal de la transmisión.

Deducir las alteraciones producidas en la comunicación de un mensaje en el que existe disparidad entre lo emitido y lo percibido.

Analizar y valorar las interferencias que dificultan la comprensión de un mensaje.

7.2. Afrontar los conflictos que se originen en el entorno de su trabajo, mediante la negociación y la consecución de la participación de todos los miembros del grupo en la detección del origen del problema, evitando juicios de valor y resolviendo el conflicto, centrándose en aquellos aspectos que se puedan modificar. .... Definir el concepto y los elementos de la negociación.

Identificar los tipos y la eficacia de los comportamientos posibles en una situación de negociación.

Identificar estrategias de negociación relacionándolas con las situaciones más habituales de aparición de conflictos en la empresa.

Identificar el método para preparar una negociación teniendo en cuenta las fases de recogida de información, evaluación de la relación de fuerzas y previsión de posibles acuerdos.

7.3. Tomar decisiones, contemplando las circunstancias que obligan a tomar esa decisión y teniendo en cuenta las opiniones de los demás respecto a las vías de solución posibles. .... Identificar y clasificar los posibles tipos de decisiones que se pueden utilizar ante una situación concreta.

Analizar las circunstancias en las que es necesario tomar una decisión y elegir la más adecuada.

Aplicar el método de búsqueda de una solución o respuesta.

Respetar y tener en cuenta las opiniones de los demás, aunque sean contrarias a las propias.

7.4. Ejercer el liderazgo de una manera efectiva en el marco de sus competencias profesionales adoptando el estilo más apropiado en cada situación. .... Identificar los estilos de mando y los comportamientos que caracterizan cada uno de ellos.

Relacionar los estilos de liderazgo con diferentes situaciones ante las que puede encontrarse el líder.

Estimar el papel, competencias y limitaciones del mando intermedio en la organización.

7.5. Conducir, moderar y/o participar en reuniones, colaborando activamente o consiguiendo la colaboración de los participantes. .... Enumerar las ventajas de los equipos de trabajo frente al trabajo individual.

Describir la función y el método de la planificación de reuniones, definiendo, a través de casos simulados, objetivos, documentación, orden del día, asistentes y convocatoria de una reunión.

Definir los diferentes tipos y funciones de las reuniones.

Describir los diferentes tipos y funciones de las reuniones.

Identificar la tipología de participantes.

Describir las etapas del desarrollo de una reunión.

Enumerar los objetivos más relevantes que se persiguen en las reuniones de grupo.

Identificar las diferentes técnicas de dinamización y funcionamiento de grupos.

Descubrir las características de las técnicas más relevantes.

7.6. Impulsar el proceso de motivación en su entorno laboral, facilitando la mejora en el ambiente de trabajo y el compromiso de las personas con los objetivos de la empresa.

.... Definir la motivación en el entorno laboral.

Explicar las grandes teorías de la motivación.

Identificar las técnicas de motivación aplicables en el entorno laboral.

En casos simulados seleccionar y aplicar técnicas de motivación adecuadas a cada situación.

CONTENIDOS BASICOS (duración 30 horas)

a) La comunicación en la empresa:

Producción de documentos en los cuales se contengan las tareas asignadas a los miembros de un equipo.

Comunicación oral de instrucciones para la consecución de unos objetivos.

Tipos de comunicación.

Etapas de un proceso de comunicación.

Redes de comunicación, canales y medios.

Dificultades/barreras en la comunicación.

Recursos para manipular los datos de la percepción.

La comunicación generadora de comportamientos.

El control de la información. La información como función de dirección.

b) Negociación:

Concepto y elementos.

Estrategias de negociación.

Estilos de influencia.

c) Solución de problemas y toma de decisiones:

Resolución de situaciones conflictivas originadas como consecuencia de las relaciones en el entorno de trabajo.

Proceso para la resolución de problemas.

Factores que influyen en una decisión.

Métodos más usuales para la toma de decisiones en grupo.

Fases en la toma de decisiones.

d) Estilos de mando:

Dirección y/o liderazgo.

Estilos de dirección.

Teorías, enfoques del liderazgo.

e) Conducción/dirección de equipos de trabajo:

Aplicación de las técnicas de dinamización y dirección de grupos.

Etapas de una reunión.

Tipos de reuniones.

Técnicas de dinámica y dirección de grupos.

Tipología de los participantes.

f) La motivación en el entorno laboral:

Definición de la motivación.

Principales teorías de motivación.

Diagnóstico de factores motivacionales.

3.4. Módulo profesional de Formación en centros de trabajo.

Capacidades terminales ..... Criterios de evaluación

Participar en las actividades de recepción, atención general al cliente y control de agenda, de acuerdo con los procedimientos establecidos en la empresa. .... Atender debidamente a los clientes, demostrando una actitud correcta y segura.

Realizar reservas de servicios en el establecimiento, personal y telefónicamente, confeccionando la agenda de servicios en función de la planificación del establecimiento y de las demandas del cliente.

Determinar el tipo de cliente de que se trata en función de las tipologías establecidas.

Registrar en el soporte al uso (ficha técnica o dossier del cliente) la información técnica necesaria para la prestación del servicio.

Participar en las operaciones relacionadas con el asesoramiento a clientes sobre cambios en su imagen física. .... Elaborar propuestas para responder a las demandas planteadas por el cliente.

Intervenir, con la actitud adecuada, en la proposición de cambios en su imagen personal.

Elaborar bocetos e información que reflejen los cambios propuestos al cliente.  
Localizar y utilizar adecuadamente el material de apoyo en la propuesta de cambio planteada al cliente.

Proponer los recursos humanos y materiales que son necesarios para efectuar los cambios propuestos.

Realizar una propuesta de distribución de tareas, funciones y tiempos entre miembros del equipo.

Elaborar documentación escrita ofreciendo pautas al cliente para el automaquillaje y autopeinado.

Participar en el asesoramiento al cliente sobre aspectos relacionados con su indumentaria. .... Identificar, si existen, las normas o usos sociales que determinan o condicionan la indumentaria que debe lucir el cliente en los distintos actos sociales.

Elaborar una propuesta de línea de indumentaria de acuerdo con el estilo del cliente.

Intervenir en demostraciones sobre la forma de lucir las prendas de vestir y de lucir y utilizar los complementos.

Proponer un modelo de mañana, otro de tarde y otro de noche que puedan ser lucidos por el cliente y que revaloricen su imagen personal.

Realizar bocetos de diferentes prendas de vestir.

Participar en el asesoramiento al cliente sobre aspectos relacionados con la adecuación de su comportamiento a las exigencias/necesidades de los diferentes actos sociolaborales: oficiales, públicos o privados. .... Elaborar propuestas de modelos de comportamiento del cliente, que respondan a sus demandas/necesidades.

Intervenir en demostraciones prácticas sobre la forma de ejercitar las normas de protocolo y los usos sociales.

Justificar qué comportamientos habituales del cliente han de ser modificados y cuáles destacados para potenciar su imagen personal.

Proponer estrategias para adiestrar al cliente en la correcta aplicación de normas de protocolo y de uso social.

Utilizar adecuadamente la documentación y el material de apoyo necesario.

Aplicar, bajo la supervisión correspondiente, técnicas de maquillaje y técnicas para cambiar de manera temporal la forma del cabello, peinarlo y recogerlo. .... Preparar los medios necesarios para la aplicación de las técnicas de maquillaje facial y de cambio temporal en la forma del cabello, peinado y recogido, comprobando que cumplen las condiciones de seguridad e higiene exigidas.

Aplicar las medidas de protección personal y del cliente en la ejecución de las técnicas.

Colocar al cliente y adoptar las posiciones ergonómicas que optimizan el rendimiento en el trabajo y el resultado obtenido.

Mostrar los resultados al cliente y resaltar, utilizando el espejo de mano y el del tocador, los efectos que producen en su imagen personal los cambios realizados.

Efectuar con arreglo a las indicaciones recibidas, maquillajes de mañana, tarde, noche, fiesta y novia adaptados a la fisonomía del cliente.

Realizar montajes con moldes para distintos tipos de peinado.

Realizar secado/peinado, retoques y acabados con secador de mano, tenacillas, plancha y cepillo eléctrico.

Seleccionar y aplicar los productos cosméticos necesarios.

Participar en el asesoramiento al cliente sobre la adecuación de la imagen de su entorno a su imagen personal. .... Tomar información en el trabajo de campo y procesarla para su posterior utilización, sobre todas las discordancias existentes entre la imagen del entorno del cliente y su imagen personal.

Elaborar propuestas sobre la imagen del entorno que se adecua a la imagen personal del cliente.

Utilizar adecuadamente la documentación y material de apoyo necesario.  
Elaborar la relación de empresas profesionales que podrían intervenir en los cambios propuestos.

Participar en el asesoramiento al cliente sobre aspectos relacionados con la imagen personal que ha de ofrecer en su comparecencia ante públicos o audiencias. ....

Elaborar propuestas de comportamiento del cliente adaptados al público o audiencia ante el que ha de comparecer.

Participar en demostraciones prácticas sobre la forma en que el cliente ha de comportarse ante el público o audiencia.

Justificar qué comportamientos habituales del cliente han de ser modificados y cuáles destacados ante los medios de comunicación.

Proponer estrategias para adiestrar al cliente en la correcta actuación ante públicos o audiencias.

Utilizar adecuadamente la documentación y el material de apoyo necesarios.

Participar en la evaluación de la nueva imagen personal del cliente. .... Proponer criterios para evaluar la nueva imagen del cliente.

Utilizar adecuadamente el material de apoyo necesario.

Proponer situaciones tipo que permitan evaluar los progresos del cliente.

Actuar de forma responsable en el centro de trabajo e integrarse en el sistema de relaciones técnico-sociales de la empresa. .... Interpretar y ejecutar con diligencia las instrucciones que recibe y responsabilizarse del trabajo que desarrolla, comunicándose eficazmente con la persona adecuada en cada momento.

Mostrar en todo momento una actitud de respeto hacia los procedimientos y normas establecidos.

Analizar las repercusiones de su actividad en el sistema productivo del sector y del centro de trabajo.

Organizar el propio trabajo de acuerdo con las instrucciones y procedimientos establecidos, cumpliendo las tareas en orden de prioridad y actuando bajo criterios de seguridad y calidad en las intervenciones.

Coordinar su actividad con el resto del personal, informando de cualquier cambio, necesidad relevante o contingencia no prevista.

Incorporarse puntualmente al puesto de trabajo, disfrutando de los descansos instituidos y no abandonando el centro de trabajo antes de lo establecido sin motivos debidamente justificados.

Cumplir las normas establecidas por la política empresarial en cuanto a imagen personal de los profesionales que integran el equipo de trabajo y medidas de higiene y protección del personal durante la prestación de los servicios.

Duración 405 horas

3.5. Módulo profesional de Formación y orientación laboral.

Capacidades terminales ..... Criterios de evaluación

Determinar actuaciones preventivas y/o de protección minimizando los factores de riesgo y las consecuencias para la salud y el medio ambiente que producen. ....

Identificar las situaciones de riesgo más habituales en su ámbito de trabajo, asociando las técnicas generales de actuación en función de las mismas.

Clasificar los daños a la salud y al medio ambiente en función de las consecuencias y de los factores de riesgo más habituales que los generan.

Proponer actuaciones preventivas y/o de protección correspondientes a los riesgos más habituales, que permitan disminuir sus consecuencias.

Aplicar las medidas sanitarias básicas inmediatas en el lugar del accidente en situaciones simuladas. .... Identificar la prioridad de intervención en el supuesto de

varios lesionados o de múltiples lesionados, conforme al criterio de mayor riesgo vital intrínseco de lesiones.

Identificar la secuencia de medidas que deben ser aplicadas en función de las lesiones existentes en el supuesto anterior.

Realizar la ejecución de técnicas sanitarias (RCP, inmovilización, traslado), aplicando los protocolos establecidos.

Diferenciar las modalidades de contratación y aplicar procedimientos de inserción en la realidad laboral como trabajador por cuenta ajena o por cuenta propia. .... Identificar las distintas modalidades de contratación laboral existentes en su sector productivo que permite la legislación vigente.

En una situación dada, elegir y utilizar adecuadamente las principales técnicas de búsqueda de empleo en su campo profesional.

Identificar y cumplimentar correctamente los documentos necesarios y localizar los recursos precisos, para constituirse en trabajador por cuenta propia.

Orientarse en el mercado de trabajo, identificando sus propias capacidades e intereses y el itinerario profesional más idóneo. .... Identificar y evaluar las capacidades, actitudes y conocimientos propios con valor profesionalizador.

Definir los intereses individuales y sus motivaciones, evitando, en su caso, los condicionamientos por razón de sexo o de otra índole.

Identificar la oferta formativa y la demanda laboral referida a sus intereses.

Interpretar el marco legal del trabajo y distinguir los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales. .... Emplear las fuentes básicas de información del derecho laboral (Constitución, Estatuto de los Trabajadores, Directivas de la Unión Europea, convenio colectivo) distinguiendo los derechos y las obligaciones que le incumben.

Interpretar los diversos conceptos que intervienen en una «liquidación de haberes».

En un supuesto de negociación colectiva tipo:

Describir el proceso de negociación.

Identificar las variables (salariales, seguridad e higiene, productividad tecnológica) objeto de negociación.

Describir las posibles consecuencias y medidas, resultado de la negociación.

Identificar las prestaciones y obligaciones relativas a la Seguridad Social.

Interpretar los datos de la estructura socioeconómica española, identificando las diferentes variables implicadas y las consecuencias de sus posibles variaciones. .... A partir de informaciones económicas de carácter general: identificar las principales magnitudes macro-económicas y analizar las relaciones existentes entre ellas.

Analizar la organización y la situación económica de una empresa del sector, interpretando los parámetros económicos que la determinan. .... Explicar las áreas funcionales de una empresa tipo del sector, indicando las relaciones existentes entre ellas.

A partir de la memoria económica de una empresa:

Identificar e interpretar las variables económicas más relevantes que intervienen en la misma.

Calcular e interpretar los ratios básicos (autonomía financiera, solvencia, garantía y financiación del inmovilizado) que determinan la situación financiera de la empresa.

Indicar las posibles líneas de financiación de la empresa.

CONTENIDOS BASICOS (Duración 35 horas)

a) Salud laboral:

Condiciones de trabajo y seguridad.

Factores de riesgo: medidas de prevención y protección.

Organización segura del trabajo: técnicas generales de prevención y protección.



Primeros auxilios.

b) Legislación y relaciones laborales:

Derecho laboral: nacional y comunitario.

Seguridad Social y otras prestaciones.

Negociación colectiva.

c) Orientación e inserción socio-laboral:

El proceso de búsqueda de empleo.

Iniciativas para el trabajo por cuenta propia.

Análisis y evaluación del propio potencial profesional y de los intereses personales.

Itinerarios formativos/profesionalizadores.

Hábitos sociales no discriminatorios.

d) Principios de economía:

Variables macroeconómicas e indicadores socioeconómicos.

Relaciones socioeconómicas internacionales.

e) Economía y organización de la empresa:

La empresa: áreas funcionales y organigramas.

Funcionamiento económico de la empresa.

3.6. Materias del bachillerato y otros contenidos de formación de base.

3.6.1. Materias de modalidad.

Historia del Mundo Contemporáneo.

3.6.2. Otros contenidos de formación de base.

La conducta.

La percepción.

La resolución de problemas.

El pensamiento como respuesta, como estructura y como proceso activo y reglado.

El lenguaje y la conducta lingüística.

La motivación.

La emoción.

Estudio de la personalidad.

#### **4. Profesorado**

4.1. Especialidades del Profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de Asesoría de Imagen Personal.

Módulo profesional ..... Especialidad del profesorado ..... Cuerpo

1. Asesoría de belleza. .... Asesoría y Procesos de Imagen Personal. .... Profesor de Enseñanza Secundaria.

2. Técnicas de embellecimiento personal. .... Peluquería. .... Profesor Técnico de FP.

3. Estilismo en el vestir. .... Asesoría y Procesos de Imagen Personal. .... Profesor de Enseñanza Secundaria.

4. Protocolo y usos sociales. .... Asesoría y Procesos de Imagen Personal. .... Profesor de Enseñanza Secundaria.

5. Imagen personal y comunicación. .... (1). .... -

6. Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa. .... Formación y Orientación Laboral. .... Profesor de Enseñanza Secundaria.

7. Relaciones en el entorno de trabajo. .... Formación y Orientación Laboral. .... Profesor de Enseñanza Secundaria.

8. Formación y orientación laboral. .... Formación y Orientación Laboral. .... Profesor de Enseñanza Secundaria.

(1) Para la impartición de este módulo profesional es necesario un profesor especialista de los previstos en el artículo 33.2 de la LOGSE.

4.2. Equivalencias de titulaciones a efectos de docencia.

4.2.1. Para la impartición de los módulos profesionales correspondientes a la especialidad de Formación y orientación laboral, se establece la equivalencia, a efectos de docencia, del/de los título/s de:

-Diplomado en Ciencias Empresariales.

-Diplomado en Relaciones Laborales.

-Diplomado en Trabajo Social.

-Diplomado en Educación Social, con los de Doctor, Ingeniero, Arquitecto o Licenciado.

4.2.2. Para la impartición de los módulos profesionales correspondientes a la especialidad de: Peluquería, se establece la equivalencia, a efectos de docencia, del título de: Técnico Especialista en Peluquería, con los de Arquitecto Técnico, Diplomado o Ingeniero Técnico.

## **5. Requisitos mínimos de espacios e instalaciones para impartir estas enseñanzas**

De conformidad con el artículo 39 del Real Decreto 1004/1991, de 14 de junio (RCL 1991\1797 y 1607), el Ciclo formativo de formación profesional de grado superior:

Asesoría de Imagen Personal, requiere, para la impartición de las enseñanzas definidas en el presente Real Decreto, los siguientes espacios mínimos que incluyen los establecidos en el artículo 32.1.a del citado Real Decreto 1004/1991, de 14 de junio. Espacio formativo ..... Superficie (m<sup>2</sup>) ..... Grado de utilización (Porcentaje)

Aula taller para asesoría de imagen ..... 120 ..... 15

Aula polivalente ..... 60 ..... 85

El «grado de utilización» expresa en tanto por ciento la ocupación en horas del espacio prevista para la impartición de las enseñanzas mínimas, por un grupo de alumnos, respecto de la duración total de estas enseñanzas y por tanto, tiene sentido orientativo para el que definan las administraciones educativas al establecer el currículo.

En el margen permitido por el «grado de utilización», los espacios formativos establecidos pueden ser ocupados por otros grupos de alumnos que cursen el mismo u otros ciclos formativos, u otras etapas educativas.

En todo caso, las actividades de aprendizaje asociadas a los espacios formativos (con la ocupación expresada por el grado de utilización) podrán realizarse en superficies utilizadas también para otras actividades formativas afines.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

## **6. Convalidaciones, correspondencias y acceso a estudios universitarios**

6.1. Módulos profesionales que pueden ser objeto de convalidación con la formación profesional ocupacional.

Técnicas de embellecimiento personal.

Estilismo en el vestir.

Protocolo y usos sociales.

Imagen personal y comunicación.

Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa.

6.2. Módulos profesionales que pueden ser objeto de correspondencia con la práctica laboral.

Técnicas de embellecimiento personal.

Estilismo en el vestir.

Protocolo y usos sociales.

Imagen personal y comunicación.

Formación en centro de trabajo.

Formación y orientación laboral.

6.3. Acceso a estudios universitarios.

Diplomado en Educación Social.

Diplomado en Ciencias Empresariales.