



CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y EMPLEO

DECRETO 27/2016, de 8 de marzo, por el que se establece el currículo del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa en la Comunidad Autónoma de Extremadura. (2016040031)

El Estatuto de Autonomía de Extremadura, en redacción dada por Ley Orgánica 1/2011, de 28 de enero, en su artículo 10.1.4 atribuye a la Comunidad Autónoma la competencia de desarrollo normativo y ejecución en materia de educación, en toda su extensión, niveles y grados, modalidades y especialidades. En particular, el régimen, organización y control de los centros educativos, del personal docente, de las materias de interés regional, de las actividades complementarias y de las becas con fondos propios.

Mediante Real Decreto 1801/1999, de 26 de noviembre, se traspasan a la Comunidad Autónoma de Extremadura funciones y servicios en materia de enseñanza no universitaria.

El artículo 6.1 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, en su nueva redacción dada por la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa, en su artículo 6 bis 4, con relación a la Formación Profesional, establece que el Gobierno fijará los objetivos, competencias, contenidos, resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del currículo básico.

La Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, establece en el artículo 10.1 que la Administración General del Estado, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 149.1.30.^a y 7.^a de la Constitución, y previa consulta al Consejo General de la Formación Profesional, determinará los títulos y los certificados de profesionalidad, que constituirán las ofertas de formación profesional referidas al Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.

La Ley 4/2011, de 7 de marzo, de Educación de Extremadura, establece en su artículo 70.2 que el currículo será determinado por la Administración educativa, en el marco de la normativa básica estatal.

El Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, regula en el artículo 9 la estructura de los títulos de la formación profesional, tomando como base el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social.

Asimismo, el artículo 7 del citado real decreto establece que el perfil profesional de los títulos incluirá la competencia general, las competencias profesionales, personales y sociales, las cualificaciones y, en su caso, las unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

El Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, establece el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa y fija sus enseñanzas mínimas. La competencia general que se le atribuye a este título consiste en diseñar y organizar proyectos de asesoramiento en imagen personal, empresarial e institucional, organizar eventos y planificar los



procesos de entrenamiento personal en habilidades de comunicación, protocolo y usos sociales, respetando criterios de calidad, seguridad, respeto al medio ambiente y diseño para todos.

Como estipula el artículo 74.6 de la Ley 4/2011, de 7 de marzo, de Educación de Extremadura, al objeto de impulsar el estudio de idiomas extranjeros en la formación profesional, se incorporan en el Anexo II de este decreto como módulos profesionales propios de la Comunidad Autónoma Inglés I e Inglés II.

En el presente decreto se ha optado por la convención que otorga el lenguaje a los sustantivos masculinos para la representación de ambos sexos, como opción lingüística utilizada con la única finalidad de facilitar la lectura de la norma y lograr una mayor economía de expresión.

En virtud de todo lo cual, previo informe del Consejo Escolar de Extremadura y del Consejo de Formación Profesional de Extremadura, a propuesta de la Consejera de Educación y Empleo, previa deliberación del Consejo de Gobierno en su sesión de 8 de marzo de 2016,

DISPONGO :

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.

El presente decreto tiene por objeto establecer el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa en la Comunidad Autónoma de Extremadura, dentro de la familia profesional de Imagen Personal.

Artículo 2. Marco general de la formación.

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

Artículo 3. Módulos profesionales.

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

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

1181. Asesoría cosmética.

1182. Diseño de imagen integral.

1183. Estilismo en vestuario y complementos.

1184. Asesoría de peluquería.

1185. Protocolo y organización de eventos.



1186. Usos sociales.

1187. Asesoría estética.

1188. Habilidades comunicativas.

1189. Imagen corporativa.

1071. Dirección y comercialización.

1190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa.

1191. Formación y orientación laboral.

1192. Empresa e iniciativa emprendedora.

1193. Formación en centros de trabajo.

b) Los que son propios de la Comunidad Autónoma de Extremadura:

1194-Ex. Inglés I.

1195-Ex. Inglés II.

Artículo 4. Aspectos del currículo.

1. La contribución a la competencia general y a las competencias profesionales, personales y sociales, los objetivos expresados en términos de resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación, y las orientaciones pedagógicas del currículo del ciclo formativo para los módulos profesionales relacionados en el artículo 3.1 de este decreto son los definidos en el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.
2. Los contenidos de los módulos relacionados en el artículo 3.1 de este decreto se incluyen en el Anexo I del presente decreto.
3. Los objetivos expresados en términos de resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación, los contenidos y las orientaciones pedagógicas de los módulos profesionales relacionados en el artículo 3.2, son los relacionados en el Anexo II de este decreto.

Artículo 5. Organización modular y distribución horaria.

La duración de este ciclo formativo es de 2.000 horas, distribuidas en dos cursos académicos.

La distribución de cada uno de los cursos, la duración y asignación horaria semanal de cada uno de los módulos profesionales que conforman estas enseñanzas se concretan en el Anexo III de este decreto.

Artículo 6. Desarrollo curricular.

1. Los centros educativos, en virtud de su autonomía pedagógica, concretarán y desarrollarán las enseñanzas correspondientes al título de formación profesional de Técnico Superior



en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa mediante la elaboración de un proyecto curricular del ciclo formativo que responda a las necesidades del alumnado y a las características concretas del entorno socioeconómico, cultural y profesional, en el marco del proyecto educativo del centro.

2. El equipo docente responsable del desarrollo del ciclo formativo elaborará las programaciones para los distintos módulos profesionales. Estas programaciones didácticas deberán contener, al menos, la adecuación de las competencias profesionales, personales y sociales al contexto socioeconómico y cultural dentro del centro educativo y a las características del alumnado, la distribución y el desarrollo de los contenidos, la metodología de carácter general y los criterios sobre el proceso de evaluación, así como los materiales didácticos.

Artículo 7. Evaluación.

1. El profesorado evaluará los aprendizajes del alumnado, los procesos de enseñanza y su propia práctica docente.
2. La evaluación del alumnado se realizará atendiendo a los resultados de aprendizaje y sus criterios de evaluación establecidos para los diferentes módulos profesionales, así como los objetivos generales del ciclo formativo.
3. Dada la estructura modular de los ciclos formativos la evaluación de los aprendizajes del alumnado se realizará por módulos profesionales.
4. El alumnado que obtenga una evaluación positiva en todos los módulos profesionales correspondientes al ciclo formativo obtendrá el título de formación profesional de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
5. Por otra parte, para la evaluación, promoción y acreditación de la formación establecida en este decreto se atenderá a las normas dictadas al efecto por la Consejería competente en materia de educación.

Artículo 8. Convalidaciones, exenciones y correspondencias.

1. Las convalidaciones de módulos profesionales de los títulos de formación profesional establecidos al amparo de la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo, con los módulos profesionales de los títulos establecidos al amparo de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, son las establecidas en el Anexo IV del citado Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.
2. En los términos del artículo 38.1.a) del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, quienes tengan acreditada oficialmente alguna unidad de competencia que forme parte del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales tendrán convalidados los módulos profesionales correspondientes según se establezca en la norma que regule cada título o cursos de especialización. Además de lo anterior, y de acuerdo con el artículo 38.1.c) del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, quienes hubieran superado el módulo profesional de Formación y Orientación Laboral establecido al amparo de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de



mayo, de Educación, podrá ser objeto de convalidación siempre que se acredite haber superado el módulo profesional de Formación y Orientación Laboral al amparo de la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo, y se acredite la formación establecida para el desempeño de las funciones de nivel básico de la actividad preventiva, expedida de acuerdo con la normativa vigente.

3. De acuerdo con lo establecido en el artículo 39.1 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, podrá determinarse la exención total o parcial del módulo profesional de Formación en Centros de Trabajo por su correspondencia con la experiencia laboral, siempre que se acredite una experiencia correspondiente al trabajo a tiempo completo de un año, relacionada con los estudios profesionales respectivos.
4. La correspondencia de las unidades de competencia acreditadas con los módulos profesionales que conforman las enseñanzas del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa para su convalidación o exención queda determinada en el Anexo V A) del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.
5. La correspondencia de los módulos profesionales que conforman las enseñanzas de este título con las unidades de competencia para su acreditación, queda determinada en el Anexo V B) del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.

Artículo 9. Metodología didáctica.

1. La metodología didáctica debe adaptarse a las peculiaridades colectivas del grupo, así como a las peculiaridades individuales.
2. La tutoría, la orientación profesional y la formación para la inserción laboral, forman parte de la función docente y serán desarrolladas de modo que al finalizar el ciclo formativo el alumnado alcance la madurez académica y profesional. Corresponde a los equipos educativos la programación de actividades encaminadas a conseguir la optimización de los procesos de formación del alumnado.
3. La función docente incorporará dentro del título la formación en prevención de riesgos laborales, tecnologías de la información y la comunicación, fomento de la cultura emprendedora y la creación y gestión de empresas dentro de cada módulo profesional y serán consideradas como áreas prioritarias.

Artículo 10. Especialidades del profesorado.

1. Las especialidades del profesorado de los Cuerpos de Catedráticos de Enseñanza Secundaria, de Profesores de Enseñanza Secundaria y de Profesores Técnicos de Formación Profesional, según proceda, con atribución docente en los módulos profesionales relacionados en el artículo 3.1 son las establecidas en el Anexo III.A) del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre. Las titulaciones requeridas al profesorado de los centros de titularidad privada o de titularidad pública de otras Administraciones distintas de las educativas para impartir dichos módulos son las que se concretan en el Anexo III.C) del referido real decreto.



2. Las especialidades y en su caso, las titulaciones del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales incluidos en el artículo 3.2 de este decreto son las que se determinan en el Anexo IV del presente decreto.

Artículo 11. Espacios y equipamientos.

1. Los espacios y equipamientos necesarios para el desarrollo de las enseñanzas de este ciclo formativo son los que se definen en el artículo 11 del Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre.
2. Los espacios formativos establecidos podrán ser ocupados por diferentes grupos de alumnos que cursen el mismo u otros ciclos formativos, o etapas educativas.
3. Los diversos espacios formativos identificados no deben diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Disposición adicional primera. Calendario de implantación.

El currículo establecido por este decreto se implantará en el curso escolar 2015/2016 para los módulos profesionales de primer curso y en el curso académico 2016/2017 para el resto de los módulos.

Disposición adicional segunda. Oferta en régimen a distancia.

Los módulos profesionales que forman las enseñanzas de este ciclo formativo podrán ofertarse a distancia, siempre que se garantice que el alumnado puede conseguir los resultados de aprendizaje de los mismos.

En el Anexo V se recogen los módulos susceptibles de ser impartidos en régimen a distancia, así como su modalidad.

Disposición adicional tercera. Unidades formativas.

1. Con el fin de promover la formación a lo largo de la vida, la Consejería con competencias en materia de educación podrá configurar mediante orden los módulos profesionales incluidos en este título en unidades formativas de menor duración, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 6.2 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio.
2. Las unidades formativas que conformen cada módulo profesional deben incluir la totalidad de los contenidos de dichos módulos. Cada módulo no podrá dividirse en más de cuatro unidades formativas ni éstas tener una duración inferior a 30 horas.
3. Las unidades formativas superadas podrán ser certificadas con validez en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura. La superación de todas las unidades formativas que componen un módulo profesional dará derecho a la certificación del correspondiente módulo profesional con validez en todo el territorio nacional.

***Disposición adicional cuarta. Otras organizaciones y distribuciones de los módulos profesionales.***

Se autoriza al titular de la Consejería competente en materia de educación para reordenar mediante orden la distribución de los módulos profesionales que constituyen el ciclo formativo regulado mediante el presente decreto, con el fin de poner en práctica iniciativas o proyectos experimentales propiciados por centros autorizados por dicha Administración educativa, manteniendo los contenidos y las horas anuales atribuidas a cada módulo profesional.

Disposición transitoria única. Convocatoria extraordinaria.

1. Durante los cursos 2015/2016 y 2016/2017 se organizarán dos convocatorias extraordinarias anuales de módulos profesionales de primer curso, a las que podrá concurrir, con los límites establecidos en las normas de evaluación, aquel alumnado de enseñanzas presenciales que tenga pendiente módulos profesionales de primer curso del anterior título.
2. Durante los cursos 2016/2017 y 2017/2018 se organizarán dos convocatorias extraordinarias de módulos profesionales de segundo curso, a las que podrá concurrir, con los límites establecidos en las normas de evaluación, el alumnado de enseñanzas presenciales con estos módulos profesionales pendientes.

Disposición final primera. Habilitación normativa.

Se faculta al titular de la Consejería competente en materia de educación para el desarrollo y ejecución del presente decreto.

Disposición final segunda. Entrada en vigor.

El presente decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de Extremadura.

Mérida, 8 de marzo de 2016.

El Presidente de la Junta de Extremadura,
GUILLERMO FERNÁNDEZ VARA

La Consejera de Educación y Empleo,
MARÍA ESTHER GUTIÉRREZ MORÁN



ANEXO I

MÓDULOS PROFESIONALES

Módulo Profesional: Asesoría cosmética

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Código: 1181

Duración: 120 horas.

Contenidos básicos:

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

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

- Forma cosmética:
 - Concepto.
 - Tipos.
 - Características.
 - Clasificación.
 - Relación de la forma de presentación con el recipiente.
 - Actuación de los cosméticos sobre la piel. Penetrabilidad:
 - Vías y grado de penetración.
 - Factores que influyen en la penetración de los cosméticos.
2. Realización del estudio estético para la asesoría cosmética:
- La piel eudérmica: aspecto externo y características principales.
 - La tipología cutánea en la asesoría cosmética. Características.
 - Clasificación: piel seca, grasa, hiperhidratada, sensible, acnéica, envejecida y otras.
 - Características visuales. Elementos que determinan el tipo de piel.
 - Necesidades cosméticas generales.
 - Reacción de la piel ante agentes externos y cosmetológicos.
 - Valoración del tipo de piel: protocolo de reconocimiento. La observación visual y la palpación.
 - Tipos de cabello. Características.
 - Valoración del estado del cabello y cuero cabelludo. La observación visual y la exploración.
 - Valoración de la morfología corporal.
3. Determinación de los cosméticos para la piel:
- Clasificación de los cosméticos.
 - Cosméticos de higiene y complementarios. Cosméticos faciales y corporales: tipos, ingredientes activos principales, forma de presentación e indicaciones. Criterios de selección:
 - Exfoliantes: tipos, características y forma de actuación.
 - Mascarillas: tipos e indicaciones.

- Desodorantes y antitranspirantes.
 - Cosméticos de mantenimiento, protección y tratamiento de la piel. Cosméticos faciales y corporales: clasificación, características, sustancias activas, indicaciones y criterios de selección. Efectos. Formas cosméticas.
 - Cosméticos de maquillaje: concepto, clasificación, ingredientes activos, indicaciones y criterios de selección:
 - Presentación de los diferentes tipos de cosméticos decorativos.
 - Efectos perseguidos.
 - Cosméticos para micropigmentación.
 - Bronceadores exógenos.
 - Cosmética específica para medicina estética: tipos, funciones, composición y formas de presentación. Precauciones. Criterios de elección:
 - Productos para el envejecimiento: materiales de relleno, botox, exfoliantes de uso médico y otros. Características, modo de empleo y precauciones.
 - Productos para mesoterapia: efectos en función del principio activo que incorpore.
 - Cosméticos previos y posteriores a intervenciones de cirugía estética.
 - Nutricosmética para la piel: concepto, objetivos, clasificación, indicaciones, principales ingredientes y modo de empleo.
 - Cosmética masculina: clasificación, características, ingredientes e indicaciones:
 - Diferencias entre cosmética masculina y femenina.
 - Novedades cosméticas: nuevos activos y nuevos vehículos.
4. Determinación de los cosméticos para los anexos córneos:
- Cosméticos capilares: clasificación.
 - Cosméticos para la higiene y el acondicionamiento capilar: concepto, forma de actuar, ingredientes activos principales e indicaciones. Criterios de elección.
 - Cosméticos de higiene y acondicionamiento específicos para alteraciones capilares. Características.
 - Exfoliantes y descamativos del cuero cabelludo: principales componentes, mecanismos de acción, indicaciones y precauciones.
 - Cosméticos para cambios de forma y de color del cabello: clasificación, forma de actuar, principales ingredientes, indicaciones y precauciones. Criterios de elección:

- Modificaciones en la estructura capilar al aplicar técnicas de cambio de color y de forma temporal y permanente en el cabello.
 - Cosméticos para alteraciones del cabello y cuero cabelludo: clasificación, principales activos, forma de actuar e indicaciones. Criterios de elección:
 - Aspecto del cabello después de la aplicación del cosmético.
 - Relación entre las necesidades cutáneas del cuero cabelludo y los principios activos de los cosméticos.
 - Asesoramiento al usuario sobre el empleo domiciliario.
 - Cosméticos para el mantenimiento y la protección del cabello y cuero cabelludo: hidratantes, protectores solares y otros. Indicaciones, forma de actuar y formas cosméticas:
 - Relación entre las necesidades cutáneas del cuero cabelludo y el cabello normal y los cosméticos que se van a aplicar.
 - Protección del cabello y cuero cabelludo de la radiación solar. Factor de protección.
 - Cosméticos capilares masculinos: clasificación, indicaciones, ingredientes y formas cosméticas.
 - Cosméticos para la eliminación del vello: clasificación. Depilatorios químicos y depilatorios por tracción: forma de actuar, indicaciones y precauciones, criterios de elección.
 - Cosméticos pre y post depilación.
 - Ventajas e inconvenientes de los diferentes cosméticos depilatorios.
 - Cosméticos decolorantes del vello: composición, mecanismo de acción, formas cosméticas, indicaciones y precauciones, criterios de elección.
 - Productos para manicura y pedicura: clasificación, función, principales ingredientes y formas cosméticas. Criterios de elección.
 - Cosméticos para uñas artificiales: tipos, características, indicaciones y precauciones.
 - Nutricosmética para el cabello y las uñas: indicaciones, ingredientes activos.
5. Elaboración de propuestas personalizadas de tratamientos cosméticos:
- Elaboración del protocolo de tratamiento personalizado: preparación e higiene, núcleo del tratamiento, finalización del tratamiento.
 - Técnicas de aplicación de cosméticos de preparación e higiene de la piel. Secuenciación. Consejos de higiene.
 - Técnicas de aplicación de cosméticos de mantenimiento y protección.



- Técnicas de aplicación de cosméticos de tratamiento, faciales y corporales. Secuenciación.
- Técnicas de aplicación de productos capilares: champú, acondicionador, cosméticos para alteraciones y otros.
- Técnicas de aplicación de cosméticos para manos y pies.
- Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados cosméticos.
- Presentación de la propuesta. Dossier de asesoría cosmética: estudios y análisis realizados, selección de cosméticos que se pueden emplear, pautas de aplicación, frecuencia, distribución, horario, plan de mantenimiento.

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

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

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

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



Módulo Profesional: Diseño de imagen integral

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Código: 1182

Duración: 160 horas.

Contenidos básicos:

1. Caracterización de la iconología:

- La iconología. Características. Historia de la iconología.
- Los iconos: definición, tipos y características.
- Los valores morales y estéticos asociados a la iconología. Los conceptos filosóficos y su simbología.
- Códigos, signos y símbolos. Definición, características y tipos. Soportes.
- La percepción iconológica. Fisiología y psicología de la percepción. Tipos de percepción.
- Los sentidos y la iconología.
- La objetividad y la relatividad. Diferenciación entre percepción y emociones.
- Elementos que conforman la imagen. Las líneas. Los colores: la percepción del color y sus sensaciones. Aplicación del color en la asesoría. Teoría del color. Las formas. Los volúmenes. Expresividad corporal y elementos sensoriales.
- Uso del lenguaje iconológico.
- Los niveles de percepción y sus condicionantes. Variaciones en función de su intensidad o grado.

2. Elaboración de documentación para la asesoría de imagen:

- Bases de información general. Identificación de las fuentes documentales: escritas, gráficas, audiovisuales y otras.
- Métodos de obtención de la información: estrategias de búsqueda y selección.
- Técnicas de clasificación en los diferentes ámbitos.
- Actualización de la información: control, seguimiento y conservación.
- Cuestionarios de asesoría: concepto, características, finalidad y objetivos, entre otros. Tipos de cuestionarios: básicos y específicos.
- Elaboración y diseño de cuestionarios de asesoría: criterios y características. La adaptación de los cuestionarios.
- Elementos de revisión y mejora de los cuestionarios. Control de calidad aplicado a los cuestionarios.



- Otros documentos de asesoría: concepto y características. Documentos internos. Tipos de documentos y modelos. Documentos de proyección externa.

3. Diseño de documentos gráficos para la asesoría de imagen:

- Técnicas de expresión gráfica, fotográfica, audiovisual e informática.
- La elaboración de bocetos: técnicas, elementos y útiles de dibujo.
- La fotografía analógica y digital. Concepto y principios. Funcionamiento básico. El uso de la cámara. Técnicas básicas utilizadas en fotografía. La iluminación. La composición.
- El retoque fotográfico y sus elementos.
- Las aplicaciones informáticas como medio de tratamiento de la imagen personal. Iniciación al tratamiento de fotografías digitalmente. Programas informáticos relacionados.
- Los medios audiovisuales. Tipos. Características. La post-producción.

4. Realización del estudio integral de la imagen:

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

5. Elaboración de propuestas personalizadas de asesoría imagen:

- El proyecto de asesoría: concepto, fases y tipos de proyectos. Características.
- Diseño de propuestas personalizadas de cambios de imagen. Estructura específica de la propuesta.
- Descripción de las necesidades y demandas.
- Conclusión del análisis integral de la imagen: características que se deben potenciar y/o modificar.
- Caracterización del nuevo estilo.



- Relación de los trabajos técnicos necesarios para el cambio de imagen. Selección de técnicas.
 - Documentación técnica y económica anexa a la propuesta: tipos y características. El presupuesto.
 - Elaboración de diseños gráficos: bocetos para la asesoría de imagen. Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.
 - Relación de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Proveedores y otros profesionales. Criterios de selección de profesionales colaboradores.
 - Plan de actuación: calendario de actuación. Temporalización. Coordinación de trabajos.
 - Presentación de propuestas. Aplicación de técnicas de comunicación para la presentación de propuestas.
 - Conclusión de las propuestas: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.
6. Definición de un plan de control y seguimiento para los servicios de asesoría de imagen:
- Elementos del plan de evaluación del servicio de asesoría. Causas de las deficiencias en los servicios de asesoría.
 - Técnicas para detectar objeciones a las propuestas de asesoría.
 - Técnicas de argumentación ante objeciones a las propuestas.
 - Técnicas para corregir las desviaciones producidas.

Módulo Profesional: Estilismo en vestuario y complementos

Equivalencia en créditos ECTS: 13

Código: 1183

Duración: 200 horas.

Contenidos básicos:

1. Elaboración del protocolo de actuación del asesor en estilismo en vestuario:
 - La asesoría en estilismo. Campo de actuación. Definición y competencias.
 - Concepto de estilismo.
 - La elegancia y el estilo.
 - Las tendencias y la moda.
 - El prêt-à-porter y la alta costura.



- Desfiles: terminología asociada y características.
- Estilismo creativo y estilismo dirigido.
- El protocolo de actuación en estilismo. Elaboración del protocolo: partes, tipos, contenidos y documentos de apoyo.
- Las bases de información del estilismo en el vestir. Elaboración de muestrarios de referencia.

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

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

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

- El estudio del cliente. Métodos y equipos para el estudio y análisis del cliente.
- Aplicación de los métodos de observación.
- Los patrones habituales.



- Detección de necesidades.
 - Identificación del ámbito de aplicación y las cualidades de la imagen a proyectar.
 - Técnicas de preparación del cliente.
 - La antropometría de la figura humana masculina y femenina.
 - Características corporales con influencia en la indumentaria y los complementos.
 - Las tallas. Determinación de las medidas corporales.
 - La representación gráfica de la figura humana. Determinación de la tipología corporal. Registro de datos.
 - Test de color. Técnicas para la elección de colores personales.
 - Elementos que definen el estilo en el vestir: color, líneas formas y volúmenes.
 - Determinación del estilo del cliente.
 - Análisis de los complementos.
4. Determinación de los cambios que se pueden realizar en la figura a través de la indumentaria:
- Las correcciones corporales mediante el vestuario. Los inestetismos. Las asimetrías.
 - La indumentaria masculina y femenina.
 - Tipos de prendas. Criterios de selección.
 - Elementos y características de las prendas y su repercusión en la imagen: los escotes, los cuellos, las mangas y otros.
 - Materiales y tejidos utilizados en estilismo.
 - El etiquetado de las prendas. Normativa. Simbología. Consejos de lavado, planchado y conservación.
 - El vestuario profesional.
 - El vestuario de etiqueta. Características de los tejidos y materiales. Complementos permitidos. Otros elementos de uso protocolario y sus características. La etiqueta masculina y femenina.
 - El vestuario en celebraciones sociales.
 - La ropa interior. Concepto, tipos y características.
 - El vestuario y su armonía. Formas de lucir las distintas prendas de vestir.



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

6. Establecimiento de pautas para guiar en la compra de vestuario y complementos:
 - Los puntos de venta de vestuario y complementos.
 - Criterios de selección de vestuario, tejidos y complementos: identificación de la demanda.
 - Criterios de selección de tiendas especializadas, diseñadores y firmas de ropa.
 - El fondo de armario.
 - El equipaje básico en distintas actividades.
 - Selección y combinación de colores en prendas, accesorios y complementos.
 - Pautas para la elección y combinación de prendas y complementos.
 - Pruebas de vestuario.
 - Técnicas de seguimiento y mantenimiento del proceso de asesoría en el vestir.

Módulo Profesional: Asesoría de peluquería

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Código: 1184

Duración: 160 horas.

Contenidos básicos:

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

- Fase de documentación. Elaboración de la base de información de patrones estéticos de peinados.
- Fase de análisis de las características y necesidades de la persona usuaria y su entorno.
- Fase de asesoramiento en peluquería y estilismo facial masculino.
- Fase de evaluación y control del proceso.
- Campo de actuación del asesor de peluquería.

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

- Análisis del cuero cabelludo y cabello.
- Análisis morfológico de la cabeza.
- Estudio y características del pelo facial.
- Estudio de la morfología corporal y su relación con el peinado.
- Análisis de patrones de peinado habituales en el cliente.
- Análisis de patrones de maquillaje, complementos y vestuario del cliente.
- Determinación de las necesidades sociolaborales, artísticas y otras.
- Soportes de documentación técnica: ficha de registro. Cuestionarios valorativos iniciales.

3. Determinación de los cuidados y tratamientos capilares para el asesoramiento:

- Clasificación y descripción de los tratamientos capilares necesarios para la creación de la nueva imagen.
- Técnicas electroestéticas y manuales para el tratamiento capilar. Asesoramiento en prótesis capilares.
- Identificación de los tratamientos capilares necesarios para los cambios de imagen.
- Profesionales colaboradores para el cuidado y los tratamientos capilares.

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

- Cualidades de la imagen que se va a potenciar, neutralizar y modificar a través de la asesoría de peluquería y barbería.
- Concreción del nuevo estilo y creación de la nueva imagen.
- Determinación de los elementos del peinado que forman la nueva imagen.



- Procesos técnicos de peluquería para el cambio de longitud, forma y color.
- El peinado y la técnica de secado. Recogidos. Posticería capilar. Técnicas de barbería.

5. Elaboración de propuestas de cambio de imagen:

- Diseño de propuestas personalizadas de cambios de imagen a través de tratamientos y técnicas de peluquería y barbería.
- Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características.
- Elaboración de diseños gráficos y fotográficos.
- Medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto.
- Planificación de acciones.
- Presentación de la propuesta personalizada.
- Propuestas para producciones audiovisuales de asesoramiento de imagen a través de la peluquería.
- Propuestas para producciones de fotografía y moda.

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

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

Módulo Profesional: Protocolo y organización de eventos

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Código: 1185

Duración: 130 horas.

Contenidos básicos:

1. Caracterización del protocolo oficial:

- La asesoría en protocolo. Campo de actuación.
- El protocolo oficial español: la casa real, el poder ejecutivo, legislativo y judicial y las fuerzas armadas. La normativa protocolaria.
- Protocolo en las Comunidades Autónomas. Protocolo en las Administraciones Locales.



- Legislación vigente aplicada al protocolo.
- Bases de información en protocolo. Fuentes y departamentos de consulta de normativa y/o legislación protocolaria.
- Instituciones públicas y privadas: concepto, organigrama, organización y características.
- Distinciones protocolarias y su simbología.
- Simbología heráldica y la vexilología.
- Los tratamientos honoríficos y su aplicación.
- Las distinciones nobiliarias.
- Metodología en la asesoría en protocolo.

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

- Los actos públicos. Características y tipos de actos públicos oficiales y no oficiales.
- Los actos privados y/o no oficiales. Características y tipos de actos no protocolarios.
- El protocolo religioso y sus actos. Características de los actos religiosos.
- El protocolo universitario y sus actos. Características, precedencia y organigrama. Tipos de actos universitarios.
- El protocolo militar y sus actos. Organigrama de los cuerpos militares y su precedencia. Tipos de actos militares. Tributación de honores militares.
- Identificación del tipo de acto, las características o cualidades que se pueden proyectar. Elementos que hay que valorar.
- Ámbito de aplicación del protocolo en los actos oficiales y no oficiales.

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

- El proyecto organizativo y sus fases.
- Fase previa: objetivos del acto. Identificación del acto y su proyecto organizativo. Aplicación de métodos de observación.
- Fase de planificación: elaboración del programa y cronograma. Requerimientos del acto: recursos humanos, materiales y espacios físicos del evento.
- Fase de desarrollo del evento: logística de la actividad. La inauguración. La clausura del acto.
- La comunicación en los actos protocolarios. Las relaciones con los medios de comunicación. Las ruedas de prensa.



- Fase de evaluación del acto y/o evento. Seguimiento de la difusión del acto.
- Aplicación del control de calidad del acto.

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

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

5. Caracterización del protocolo internacional:

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



- Las culturas orientales. Hábitos, costumbres y cultura social de cada zona.
- Las relaciones internacionales y su repercusión en el protocolo.
- Pautas de actuación en el protocolo internacional.

6. Establecimiento del protocolo empresarial:

- Las empresas y su organización. Los departamentos con repercusión en protocolo empresarial.
- Los actos empresariales públicos y privados.
- Las precedencias empresariales.
- Presidencia de los actos.
- Actuaciones empresariales con repercusión en protocolo: las presentaciones personales, la auto-presentación, la presentación de la empresa.
- Las visitas y otros actos sociales empresariales. El viaje de negocios.
- Las comidas de negocios.
- Actos de carácter empresarial privado. Las reuniones.
- La organización de actos de promoción empresarial externos e internos.

Módulo Profesional: Usos Sociales

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Código: 1186

Duración: 80 horas.

Contenidos básicos:

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

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

- Los nuevos manuales de urbanidad.
 - Estudio de las características personales asociadas al protocolo social:
 - Rasgos personales positivos. Cualidades esenciales en el hombre/mujer. Valores éticos y morales que se deben potenciar o modificar.
 - Aplicación de la inteligencia emocional en el comportamiento social. Empatía y autovaloración.
 - Análisis del lenguaje corporal. Importancia e interpretación de los gestos como medio de comunicación en usos sociales.
 - Estudio del ámbito de aplicación de los usos sociales:
 - Comportamiento personal.
 - La vida en sociedad. Clasificación de los actos y reuniones sociales.
 - Repercusión de la multiculturalidad en los usos sociales.
 - Características y factores diferenciales. Implicaciones en el comportamiento social.
 - La figura del asesor en usos sociales: campo de actuación.
 - Técnicas para detectar las características, necesidades y demandas del cliente en usos sociales.
 - Registro y control de la información.
2. Determinación de usos y normas protocolarias en las relaciones sociales:
- Las relaciones sociales. Tipos.
 - Etiqueta social: personal, social, laboral y otras:
 - Normas de comportamiento en sociedad. Valoración de aspectos positivos o negativos de hábitos o modelos de comportamientos en público.
 - Normas de comportamiento en la vía pública. Valoración de aspectos positivos o negativos de hábitos o modelos de comportamientos en la calle. Normas de comportamiento en la calle (caminar, ceder el paso y otras). Normas de comportamiento en los transportes públicos. Normas de comportamiento en los establecimientos públicos (usos sociales en la entrada y salida del establecimiento, propinas y otras).
 - Aplicación de la etiqueta social en el vestir. Elegancia. Aspecto práctico y estético del vestuario. Extravagancia. Etiqueta social en la aplicación de perfume y maquillaje.
 - Técnicas protocolarias en usos sociales elementales:
 - Normas protocolarias en las visitas. Visitas personales. Visitas concertadas. La atención a visitas. Criterios de selección del momento y duración de la visita.

- Normas de actuación en visitas singulares: inesperadas, a enfermos, de pésame y otras.
 - Comportamiento social relacionado con los regalos. Tipos de regalos (regalos de empresa, regalos en metálico, regalos indiscretos, de agradecimiento, de compromiso, regalos colectivos, regalos gastronómicos y otros). Criterios de elección: adecuación del regalo a las circunstancias personales, sociales y laborales. Presentación y entrega de regalos. Comportamiento en la recepción de los regalos.
- El comportamiento en el entorno laboral:
- El protocolo social en las relaciones laborales. La jerarquía en el trabajo. Diferencias jerárquicas. La convivencia laboral.
- Técnicas de evaluación del proceso de asesoría en usos sociales.
3. Determinación de los usos sociales ligados a la presentación y comunicación personal:
- Los saludos. Modelos de saludos en distintos ámbitos. Valoración de las distancias físicas en distintos contextos y culturas. Saludos a distintas personalidades y autoridades.
- Las invitaciones. Principales tipos de invitaciones (invitaciones por teléfono, invitaciones impresas e invitaciones escritas a mano). Tipos de respuesta ante una invitación.
- Las presentaciones. Elementos de presentación:
- Presentación de familiares.
 - Presentación en sociedad. Quién debe hacer las presentaciones. Actuación en la presentación en distintas situaciones. Presentación en la vida profesional. Tarjetas de presentación.
 - La autopresentación.
- La correspondencia. Normas de cortesía en la correspondencia: el lenguaje en la correspondencia.
- Elementos soportes de la correspondencia: el papel de las cartas, el papel timbrado y los sobres.
 - Tipos de correspondencia: cartas personales, correspondencia comercial, cartas postales, felicitaciones escritas y otros documentos: informes y memorándum.
 - El protocolo en los documentos escritos en Internet. La netiqueta.
 - La firma. Abreviaturas utilizadas en la correspondencia.
- Plan de entrenamiento al usuario en usos sociales ligados a la presentación y comunicación personal.
- Lenguaje y códigos en usos sociales:



- El arte de conversar en sociedad. Dirigir la palabra. Lenguaje coloquial. Conversaciones. Iniciar y mantener una conversación. Conversaciones en la mesa. Conversaciones telefónicas. Proyección y tono de la voz.
- Aspectos negativos: expresiones vulgares.

4. Caracterización de los usos sociales en la mesa:

— Habilidades sociales en la mesa:

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

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

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

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

— Preparación de la mesa:

- La decoración de la mesa.
- Elementos que la integran. El orden de los elementos en la mesa. Colocación de los cubiertos, cristalería, vajilla y elementos auxiliares. La lencería: colocación de manteles y servilletas.
- Comensales. Tipos y características. Clasificación y categoría con respecto al acto. Criterios de colocación de comensales en la mesa.
- La mesa y los niños.

— Elección del menú y la hora. Adecuación al aperitivo, almuerzo, cena, cóctel, brunch, lunch, buffet y otros.

- Alimentos y bebidas. Cantidades aproximadas por comensal.
- Selección de vinos.

— El ceremonial del té.

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

— Plan de entrenamiento en habilidades sociales en la mesa.

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

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

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

- Pautas de organización de reuniones en el domicilio: concepto y tipos:
 - Recepción en casa. Normas básicas de recepción. Identificación y reparto de actividades y funciones. Deberes del anfitrión y de los invitados.
- Pautas de organización de celebraciones familiares de carácter civil o religioso. Los bautizos, la primera comunión y otros. Características, normas de comportamiento y recomendaciones de vestuario. Identificación y reparto de actividades y funciones. Normas de comportamiento de los invitados.
- Necesidades para la organización de aniversarios. Identificación y reparto de actividades y funciones. Deberes del anfitrión y de los invitados. Tipificación de los aniversarios y efemérides.

- Necesidades organizativas en los funerales. Formas de difusión de la información o comunicación del suceso. El vestuario de luto. Normas de comportamiento.
- Normas de comportamiento en actos con autoridades civiles, religiosas y militares.
- Necesidades organizativas en otros actos protocolarios no oficiales: presentación en sociedad. La puesta de largo. Los conciertos. Otros. Normas de comportamiento.

7. Organización de eventos singulares:

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



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

Módulo Profesional: Asesoría Estética

Equivalencia en créditos ECTS: 11

Código: 1187

Duración: 170 horas.

Contenidos básicos:

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

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

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

- Técnicas de preparación del profesional y del cliente.

- Aplicación de protocolos de técnicas de análisis facial y corporal. Fases del proceso. Métodos para la exploración.
 - Manejo de equipos para el análisis estético: clasificación. Técnicas de aplicación. Precauciones. Criterios de selección. Normas de mantenimiento.
 - Identificación del estado de la piel y anexos. Identificación de alteraciones cutáneas faciales con repercusión en la imagen personal.
 - Identificación del tipo de piel. Clasificación y características de los tipos de piel.
 - Identificación de alteraciones estéticas corporales: celulitis, obesidad, estrías, flacidez, vello y otros.
 - Interpretación de resultados. Valoración profesional.
 - Criterios para la derivación a otros profesionales: cirujano estético, odontólogo, dietista y dermatólogo, entre otros.
 - Documentación técnica:
 - Historial estético.
 - Ficha para el análisis de la piel.
 - Ficha para la exploración corporal.
 - Ficha con pautas de aplicación de cosméticos recomendados.
 - Informes para derivación a otros profesionales.
 - Consentimiento informado.
 - Seguridad e higiene en los procesos de análisis facial y corporal.
 - Registro y control de la documentación. Confidencialidad.
3. Determinación de los tratamientos faciales y corporales para el asesoramiento estético:
- Tratamientos estéticos faciales y corporales:
 - Clasificación de tratamientos faciales y corporales: hidratantes, seborreguladores, despigmentantes, preventivos y paliativos del envejecimiento cutáneo, reductores, reafirmantes, de la circulación periférica y otros. Indicaciones.
 - Criterios de selección.
 - Tratamientos para la eliminación y decoloración del vello:
 - Técnicas de depilación mecánica: indicaciones y contraindicaciones. Criterios de selección.

- Técnica de depilación eléctrica: indicaciones y contraindicaciones. Criterios de selección.
 - Fotodepilación: indicaciones y contraindicaciones. Criterios de selección.
 - Cuidados de manos y pies:
 - Manicura, pedicura, uñas artificiales. Indicaciones.
 - Tratamientos de manos y pies. Indicaciones.
 - Criterios de selección.
 - Medicina y cirugía estética:
 - Clasificación de tratamientos médico-estéticos y cirugía estética. Indicaciones.
 - Criterios de asesoramiento y derivación a profesionales especialistas.
 - Técnicas electroestáticas: clasificación. Indicaciones y contraindicaciones. Efectos. Aplicaciones. Criterios de selección.
 - Técnicas manuales: clasificación, efectos e indicaciones. Criterios de selección.
 - Técnicas cosmetológicas: clasificación de cosméticos asociados a los tratamientos. Criterios de selección.
 - Técnicas hidrotermales: clasificación. Efectos. Indicaciones. Criterios de selección.
4. Realización del estudio morfológico del rostro para el asesoramiento en estilos de maquillaje:
- El canon de la cabeza humana: proporciones y localización de las facciones del rostro. Representación gráfica.
 - Estudio del rostro sobre el plano horizontal: proporciones.
 - Estudio del rostro sobre el plano vertical: asimetrías.
 - Geometría del rostro: tipos de óvalo.
 - Estudio de los elementos del rostro: cejas, ojos, nariz, boca, pómulos, barbilla y frente.
 - Armonía del color de la piel, ojos, pelo y cejas para la selección de cosméticos de maquillaje.
 - Ficha de visajismo.
 - El color en el maquillaje:
 - Aplicación de los colores primarios, secundarios y complementarios del círculo cromático en el maquillaje.

- Colores cálidos y fríos.
 - Armonía y contraste de colores.
 - Aspectos del color: matiz, saturación, tono y brillo.
 - Influencia de los colores del maquillaje en la imagen personal.
 - Aspectos relacionados con el maquillaje: edad y personalidad, momento y circunstancia, indumentaria y otros.
 - Técnicas de visajismo: correcciones del rostro a través del maquillaje:
 - Técnica del claroscuro.
 - Disposición de líneas.
 - Tipos de estilos de maquillaje: características de los diferentes estilos.
 - Clasificación: maquillaje de día, tarde, noche, fiesta, novia, pasarela, masculino y maquillajes especiales (gafas, manchas y otras alteraciones estéticas).
 - Características y su relación con los actos sociales.
 - Bocetos de cambios de estilo de maquillaje.
 - Aplicación de técnicas de dibujo: iniciación a las técnicas de expresión gráfica.
 - Aplicación de herramientas informáticas:
 - Manejo de programas de dibujo actuales.
 - Manejo de programas de diseño facial con cambios de maquillaje. Opciones de aplicación de belleza: colorete, sombras, delineador de ojos y labios, lápiz de cejas y labios.
5. Aplicación de técnicas de automaquillaje:
- Selección de cosméticos decorativos. Clasificación, tipos y formas de presentación. Tonos y texturas.
 - Selección de útiles y materiales. Tipos y características.
 - Técnicas previas a la aplicación de maquillaje: desmaquillado y preparación de la piel.
 - Técnicas de corrección y diseño personalizado de las cejas.
 - Técnicas de aplicación de productos cosméticos decorativos:
 - El maquillaje de fondo: la técnica del batido, arrastre y difuminado.
 - Parámetros que se deben tener en cuenta para la aplicación de bases de maquillaje, polvos, colorete, correctores, sombras, delineadores, cosméticos labiales: zonas de aplicación, dirección, material de aplicación, color y maniobras, entre otros.



- Técnicas de aplicación de maquillaje correctivo en el rostro:
 - Correcciones de la coloración de la piel.
 - Aplicación de correcciones claras y oscuras.
 - Maquillaje de ojos: técnica de lápiz y sombras:
 - Técnicas de diferentes sombreados (bananas, cuencas abiertas, cuencas cerradas y ahumados).
 - Técnica de delineado.
 - Maquillaje de labios: correcciones, perfilado, relleno y volumen.
 - Maquillaje de mejillas: correcciones, colores y forma según el rostro.
 - Proceso de realización de los diferentes estilos de maquillaje y su adecuación al modelo, sexo, edad y circunstancia. Fases y secuenciación:
 - Técnica de realización del maquillaje personalizado de día.
 - Técnica de realización del maquillaje personalizado de tarde y noche: transformación de maquillaje de tarde en noche.
 - Técnica de realización del maquillaje personalizado de fiesta. Aplicación de pedrería e iluminadores del rostro.
 - Aplicación de pestañas postizas.
 - Seguridad e higiene en los procesos de maquillaje.
6. Elaboración de propuestas personalizadas de cambios de imagen a través de tratamientos estéticos y maquillaje:
- Estructura específica de la propuesta.
 - Descripción de las necesidades y demandas:
 - Variables personales y socio laborales: estilo de vida, personalidad, características estéticas, acontecimientos, ámbito laboral y otros.
 - Interpretación de informes profesionales.
 - Valoración de los resultados del estudio de la imagen personal: características que se deben potenciar y/o modificar.
 - Caracterización del nuevo estilo.
 - Relación de los trabajos técnicos de estética y maquillaje necesarios para el cambio de imagen:
 - Selección de tratamientos y cuidados estéticos faciales.

- Selección de tratamientos y cuidados estéticos corporales.
 - Selección de tratamientos asociados a técnicas de cirugía y medicina estética.
 - Selección de estilos de maquillaje.
 - Selección del tipo de maquillaje permanente.
 - Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características.
 - Elaboración de diseños gráficos y fotográficos: los bocetos sobre estilos de maquillaje.
 - Medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Criterios de selección de profesionales colaboradores.
 - Planificación de acciones: calendario de actuación. Temporalización. — Coordinación de trabajos.
 - Documentación económica: elaboración del presupuesto.
 - Presentación de la propuesta personalizada:
 - Selección del formato de presentación.
 - Selección del material visual: fotos, esquemas, bocetos y programas informáticos.
 - Argumentación de la propuesta personalizada.
 - Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso. Cumplimentación de la autorización de puesta en marcha del proceso.
7. Establecimiento de pautas para el mantenimiento de la nueva imagen:
- Técnicas de entrenamiento para la higiene y preparación de la piel.
 - Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados estéticos.
 - Técnicas de orientación en la selección de cosméticos decorativos: color, textura y zona de aplicación. Pautas de aplicación, manipulación y conservación. El set de maquillaje básico: componentes. Estudio de los cosméticos personales del usuario. Actualización del set.
 - El automaquillaje: estudio y valoración del propio rostro, del estilo, de la personalidad, del momento y de la circunstancia. Preparación y cuidados básicos de la piel.
 - Entrenamiento para el manejo de útiles para el automaquillaje.
 - Aplicación de automaquillaje.
 - Técnicas de finalización del automaquillaje.
 - Pautas de cuidados posteriores a los tratamientos estéticos de cambio de imagen.



Módulo Profesional: Habilidades Comunicativas

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Código: 1188

Duración: 110 horas.

Contenidos básicos:

1. Caracterización de los tipos de comunicación:

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

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

- Plan general de asesoramiento en técnicas de comunicación: estructura y elementos. Fases de actuación del asesor de habilidades comunicativas.
- Fase de documentación. Métodos de obtención de la información: estrategias de búsqueda. Criterios de selección. Métodos de organización e integración de los resultados de la

búsqueda. Análisis y clasificación de la información. Dossier de colaboradores profesionales: criterios para la elaboración y actualización de ficheros de especialistas.

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

3. Aplicación de técnicas de análisis de las habilidades comunicativas:

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

4. Presentación de la propuesta técnica de comunicación:

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



- Tipos de soportes para la elaboración y preparación de documentos: papel, medios informáticos y medios audiovisuales, entre otros:
 - Programas para realizar presentaciones.
- Elaboración de la propuesta en diferentes tipos de soportes.
- Técnicas de comunicación de la propuesta o plan de actuación. Ventajas y desventajas de la comunicación oral y escrita.
- Habilidades de presentación.
- Técnicas para la resolución de dudas.
- Cumplimentación de documentación: acuerdos y autorización del proceso.

5. Aplicación de técnicas de entrenamiento en comunicación:

- Actividades para desarrollar habilidades comunicativas personales e interpersonales, sociales y profesionales.
- Comparecencias ante público y audiencias: técnica vocal, la personalidad y el mensaje. Autocontrol: preparación y recuperación del estado emocional óptimo. Tipos de comparecencias: oficiales y privadas, entre otras.
- Características de las comparecencias que condicionan la imagen.
- Hablar en público. Técnicas y estrategias para mejorar el habla en público.
- Actividades para la modificación de la comunicación escrita, oral y/o gestual.
 - Elaboración de documentos escritos: cartas, tarjetas y otros.
 - Elaboración de exposiciones orales: presentaciones, conferencias entrevistas y otros. Análisis de la estructura y del lenguaje empleado.
 - Métodos para potenciar los recursos expresivos.
- Actividades para la modificación de los elementos de la imagen que influyen en la comunicación. Elaboración de vídeos, CD, DVD y otros.
- Entrenamiento en herramientas de la comunicación: teléfono, fax, comunicaciones escritas, Internet, correo electrónico, utilización de blog y páginas web entre otras). Tipos de lenguaje y técnicas que se deben emplear.
- Técnicas de seguimiento del proceso de asesoría en comunicación. Evaluación del proceso.

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

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



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

Módulo Profesional: Imagen Corporativa

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Código: 1189

Duración: 90 horas.

Contenidos básicos:

1. Realización del estudio de la identidad corporativa:

- Campo de actuación del asesor de imagen corporativa:
 - Asesoramiento en imagen de los espacios: ubicación espacial de la sede social, imagen arquitectónica, paisaje urbano, logística, señalización, aparcamientos, imagen del hábitat y otros.
 - Asesoramiento en imagen de las personas.
 - Asesoramiento en imagen iconográfica y cultura corporativa.
 - Asesoramiento en imagen de la gestión.
- Personalidad corporativa de la organización: temperamento y carácter. La cultura corporativa: manifestaciones y acciones.
- Transmisión de la cultura corporativa: habilidades sociales, habilidades de interrelación profesional y corporativa.
- La ideología o filosofía corporativa de la organización:
 - Ideología de los fundadores: adscripciones y niveles de compromiso.
 - Ideología del equipo directivo.
 - Ideología de los recursos humanos.

- Relación entre la filosofía corporativa y el producto, su público objetivo y su público potencial. Repercusión.
- Identidad corporativa e institucional: identificación de la imagen corporativa.
- Métodos y técnicas para realizar la concreción de la identidad corporativa. El argumento corporativo. Parrilla técnica. Metodología de investigación mixta (PIT). Técnica DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades).
- Estudio de imágenes corporativas públicas y privadas de ámbito nacional e internacional. Análisis del tratamiento de la imagen corporativa en otros países.
- Relación entre imagen corporativa y tipos de empresa y/o entidad. Características.
- La percepción social de los valores e imagen corporativos. Sistemas de valoración de la percepción social. Análisis de la percepción.

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

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

- La relación entre los elementos identificadores y la filosofía corporativa. Elementos que se van a potenciar, neutralizar o eliminar.
- El simbolismo de los elementos distintivos y su diseño. Diferenciación con la competencia.
- La evolución de los elementos de identificación. Otros cambios evolutivos con repercusión en la imagen.

3. Determinación de la imagen de los colectivos profesionales:

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

4. Elaboración de proyectos de asesoría de imagen corporativa:

- Asesoría de imagen corporativa: protocolo de imagen o de estilo.
- Fase de investigación y validación de la identidad corporativa:
 - Estudio externo: perfiles de mercado, hábitos y costumbres del público, competidores y otros.
 - Investigación y concreción de la personalidad corporativa.
 - Auditoría de imagen.
 - Concreción de la identidad corporativa futura.
 - Concreción de la cultura corporativa.
 - Elaboración del protocolo de imagen o de estilo: manual de procedimiento.

- Fase de implementación de la imagen corporativa en los distintos ámbitos y campos de aplicación:
 - Áreas funcionales, grupos y departamentos. Arquitectura, iconografía, colectivos humanos y otros. Los productos y servicios.
- Fase de mantenimiento y control de la imagen corporativa: establecimiento de los indicadores de calidad.
- Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características.
- Herramientas y técnicas para la elaboración de los proyectos de imagen corporativa.
- Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.
- Planificación de acciones. Calendario de actuación. Temporalización. Coordinación de trabajos.
- Documentación económica: elaboración del presupuesto.
- Presentación de la propuesta personalizada:
 - Selección del formato de presentación.
 - Selección del material visual: fotos, esquemas, bocetos, programas informáticos y otros.
 - Argumentación de la propuesta personalizada.
- Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso.

5. Elaboración del manual de imagen corporativa:

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

- Evaluación de la evolución del manual de imagen.
- Análisis de la repercusión económica de las acciones en imagen corporativa. Valor comercial potencial de la imagen corporativa.

6. Implementación de estrategias de comunicación:

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



- Los patrocinios locales. Tipos.
- Responsabilidad social corporativa: creación de marcas asociadas a valores que recuerdan los compromisos de la empresa. Características. Repercusión social.

Módulo Profesional: Dirección y Comercialización

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Código: 1071

Duración: 90 horas.

Contenidos básicos:

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

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

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

- Organigrama del centro. Estructura jerárquica:
 - Cargos, funciones y competencias.
 - Necesidades de personal según la estructura del establecimiento.
- Cualificación de los profesionales:
 - Requerimientos mínimos.
 - Relación con el plan de formación empresarial.
- Planificación de la plantilla: proceso de selección de personal. Técnicas de selección:
 - Entrevista, test y otras formas de selección.



- El reclutamiento. Concepto y características. Sistemas de reclutamiento: interno y externo. Fuentes para reclutar. La preselección.
 - Concepto de motivación y desmotivación. Tedio, fatiga y absentismo. Factores motivadores y desmotivadores.
 - Diseño del plan de acogida en la empresa.
 - Organización y coordinación del horario de trabajo del personal:
 - Planificación de turnos, períodos vacacionales, ausencias laborales y otros.
 - Previsión para cubrir vacantes y ausencias. Bolsa de trabajo.
 - Organización y coordinación del equipo de trabajo y de los medios materiales: distribución del trabajo a lo largo de la jornada laboral:
 - Instrucciones al personal, medios materiales necesarios y otros.
3. Diseño de normas de atención y comunicación interpersonales:
- La comunicación. Comunicación externa e interna en la empresa: tipos, características y diferencias.
 - Técnicas de comunicación eficaz:
 - Escucha activa: elementos que facilitan la escucha y elementos que se deben evitar.
 - Feedback, claridad, concreción, asertividad, empatía y otros.
 - Claves para una comunicación efectiva en un equipo de trabajo.
 - Comunicación externa con clientes y proveedores: normas de atención al cliente. Protocolo de comunicación con el cliente:
 - Información de productos y servicios.
 - Técnicas de presentación de propuestas.
 - Problemas en la comunicación externa: tipos y técnicas para resolver situaciones de crisis.
 - Comunicación interna en la empresa: comunicación ascendente, descendente y horizontal:
 - Protocolos de comunicación interna.
 - Técnicas para transmitir información a los equipos de trabajo.
 - Técnicas de motivación.
 - Técnicas de resolución de conflictos.

- Deontología profesional:
 - Normas deontológicas aplicadas a imagen personal.
 - Secreto profesional.
- El liderazgo. Leyes básicas de la dirección de equipos: leyes físicas, de Pareto y leyes humanas.
- Estilos de liderazgo:
 - El líder autócrata, participativo, liberal y otros.
- Otros tipos de comunicación o comunicación mixta: las reuniones de trabajo. Tipos y fases de una reunión:
 - Cómo organizar una reunión.
 - Elementos necesarios, toma de decisiones y otros aspectos.

4. Diseño de planes de formación e información:

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

- Fase de desarrollo y aplicación: características, secuenciación y documentación.
- Fase de seguimiento y evaluación. Instrumentos de evaluación:
 - Valoración de los resultados.
 - Memoria final.

5. Realización de operaciones de gestión técnica:

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

6. Elaboración del plan de comercialización:

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



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

7. Organización de la aplicación de técnicas de publicidad y merchandising:

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



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

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

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

Módulo Profesional: Formación y orientación laboral.

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Código: 1191

Duración: 90 horas.

Contenidos:

1. Búsqueda activa de empleo

- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.



- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.
- Identificación de itinerarios formativos relacionados con el Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa: acceso, convalidaciones y exenciones.
- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional. Adaptación a la evolución de las exigencias del mercado de trabajo.
- Definición y análisis del sector profesional del título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.
- Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo. Preparación para la entrevista de trabajo.
- Nuevos yacimientos de empleo.
- El proceso de toma de decisiones: definición y fases.

2. Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

- La comunicación eficaz como instrumento fundamental en la relación con los miembros del equipo. Barreras en la comunicación. Comunicación asertiva. Comunicación no verbal. Escucha activa e interactiva.
- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.
- La inteligencia emocional.
- Equipos en la industria del sector profesional en el que se ubica el título según las funciones que desempeñan.
- La participación en el equipo de trabajo. Diversidad de roles. Tipología de los miembros de un equipo. Técnicas para dinamizar la participación en el equipo. Herramientas para trabajar en equipo.
- Conflicto: características, fuentes y etapas.
- Métodos para la resolución o supresión del conflicto: conciliación, mediación, negociación y arbitraje.
- Negociación: concepto, elementos, proceso y cualidades del negociador.

3. Contrato de trabajo y relaciones laborales:

- El derecho del trabajo. Concepto, fuentes, jerarquía normativa.



- Análisis de la relación laboral individual.
- Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación. Medidas establecidas para la conciliación de la vida laboral y familiar. Normativa autonómica. El fraude de ley en la contratación laboral.
- Derechos y deberes derivados de la relación laboral.
- El tiempo de trabajo y su retribución:
 - Jornada laboral. Análisis de la jornada determinada en convenios colectivos del sector profesional en el que se ubica el título.
 - El período de prueba y el tiempo de trabajo
 - El salario: elementos que lo integran.
 - Nómina: análisis de nóminas de acuerdo con las percepciones salariales determinadas en convenio colectivo que les sean de aplicación.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo. Consecuencias económicas derivadas: el finiquito y la indemnización.
- Representación de los trabajadores. Participación de los trabajadores en la empresa: Unitaria y Sindical.
- Negociación colectiva como medio para la conciliación de los intereses de trabajadores y empresarios.
- Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad, beneficios sociales entre otros.

4. Seguridad Social, Empleo y Desempleo:

- Estructura del Sistema de la Seguridad Social. Acción protectora y regímenes. El Servicio Extremeño de Salud.
- Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- La cotización a la Seguridad Social: bases de cotización y cuotas, empresarial y del trabajador, resultantes según el tipo de contrato.
- Acción protectora de la Seguridad Social: Introducción sobre contingencias, prestaciones económicas y servicios.
- La protección por desempleo: situación legal de desempleo, prestación y subsidio por desempleo.



5. Conceptos básicos sobre seguridad y salud en el trabajo y Evaluación de riesgos profesionales:
 - Valoración de la relación entre trabajo y salud. Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad. Sensibilización de la necesidad de hábitos y actuaciones seguras a través de las estadísticas de siniestralidad laboral nacional y extremeña.
 - Marco normativo básico de la prevención: derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
 - Responsabilidades y sanciones.
 - Condiciones de trabajo y salud. Riesgos y daños sobre la salud: accidente laboral y enfermedad profesional.
 - Análisis de factores de riesgo y sus efectos.
 - La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva. Riesgos específicos en el sector profesional en el que se ubica el título: técnicas de evaluación de riesgos y aplicación en el entorno de trabajo.
 - Análisis de riesgos ligados a condiciones de: seguridad, ambientales, ergonómicas.
 - Análisis de riesgos ligados a la organización del trabajo: carga de trabajo y factores psico-sociales.
 - Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.
6. Planificación de la prevención de riesgos en la empresa:
 - Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva para los diferentes tipos de riesgos. Señalización de seguridad.
 - Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
 - Gestión de la prevención en la empresa, documentación. Planificación de la prevención en la empresa.
 - Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
 - Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
 - Elaboración de un plan de emergencia en una pyme relacionada con el sector en el que se ubica el título.
7. Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:
 - Aplicación de las medidas de prevención.
 - Medidas de protección colectiva: la señalización de seguridad.
 - Medidas de protección individual. Los equipos de protección individual.



- Especial protección a colectivos específicos: maternidad, lactancia, trabajadores de una empresa de trabajo temporal, trabajadores temporales.

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

- Organización y planificación de la prevención en la empresa.
 - El control de la salud de los trabajadores. Representación de los trabajadores en materia preventiva.
 - La gestión de la prevención en la empresa: definición conceptual. Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
 - Vigilancia de la salud de los trabajadores.
 - El Plan de autoprotección: Plan de emergencias y de evacuación en entornos de trabajo.
 - Elaboración de un plan de emergencias en una pyme.
- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia. Clasificación de emergencias y diferentes situaciones que las pueden provocar. Equipos de emergencia.

9. Primeros auxilios:

- Primeros auxilios: aplicación de técnicas de primeros auxiliares. Composición y uso del botiquín. Clasificación de heridas según su gravedad.
- Aplicación de las técnicas de primeros auxilios según el tipo de lesión del accidentado.

Módulo Profesional: Empresa e iniciativa emprendedora

Equivalencia en créditos ECTS: 4

Código: 1192

Duración: 60 horas.

Contenidos:

1. Iniciativa emprendedora:

- Innovación y desarrollo económico. Principales características de la innovación en el sector profesional en el que se ubica el título (materiales, tecnología, organización de la producción, etc.). Procesos de innovación sectorial en marcha en Extremadura.
- Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad, formación y colaboración.
- Desarrollo del espíritu emprendedor a través del fomento de las actitudes de creatividad, iniciativa, autonomía y responsabilidad.
- La actuación de los emprendedores como empleados en una Pyme del sector profesional en el que se enmarca el título. Concepto de intraemprendedor.

- La actuación de los emprendedores como empresarios en una Pyme del sector en el que se ubica el título.
- El riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora.
- La empresa como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- El empresario. Requisitos y actitudes para el ejercicio de la actividad empresarial.
- La estrategia empresarial como medio para conseguir los objetivos de la empresa.
- Búsqueda de ideas de negocio. Análisis y viabilidad de las oportunidades de negocio en el sector profesional en el que se enmarca el título.
- Plan de empresa: la idea de negocio en el ámbito profesional en el que se enmarca el título.
- Definición de una determinada idea de negocio.

2. La empresa y su entorno:

- La Empresa. Concepto.
- Funciones básicas de la empresa.
- La empresa como sistema. La estructura organizativa de la empresa.
- Análisis del entorno general de una pyme del sector profesional en el que se ubica el título. Entorno económico, social, demográfico y cultural.
- Análisis del entorno específico de una pyme del sector profesional en el que se enmarca el título: los clientes, los proveedores y la competencia. Variables del marketing mix: precio, producto, comunicación y distribución.
- Relaciones de una pyme del sector profesional en el que se enmarca el título, con su entorno y con el conjunto de la sociedad.
- Responsabilidad social de la empresa. Elaboración del balance social de la empresa: descripción de los principales costes y beneficios sociales que produce. Viabilidad medioambiental.
- La cultura empresarial y la imagen corporativa como instrumentos para alcanzar los objetivos empresariales.
- La ética empresarial. Identificación de prácticas que incorporan valores éticos y sociales. Aplicación a empresas del sector en el que se enmarca el título en Extremadura.
- Estudio y análisis de la viabilidad económica y financiera de una "pyme" del sector profesional en el que se ubica el título.

3. Creación y puesta en marcha de una empresa:

- Tipos de empresa. Empresario individual y empresario social. La franquicia.



- Ventajas e inconvenientes de los distintos tipos de empresa. La responsabilidad de los propietarios de la empresa en función de la forma jurídica.
- La fiscalidad en las empresas. Impuesto de Sociedades e Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.
- Elección de la forma jurídica.
- Trámites administrativos para la constitución de una empresa. Oficinas virtuales: Seguridad Social, Servicio Público de Empleo, etc.
- Asesoramiento y gestión administrativa externos. La ventanilla única.
- Viabilidad económica y viabilidad financiera de una pyme del sector profesional en el que se ubica el título.
- Plan de empresa: elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económica y financiera, trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones.

4. Función Económica, administrativa y comercial:

- Concepto de contabilidad y nociones básicas. El registro de la información contable. Los libros contables.
- Análisis de la información contable. Cálculo e interpretación de las ratios de solvencia, liquidez y rentabilidad. Umbral de rentabilidad.
- Obligaciones fiscales de las empresas. Tipos de impuestos. Calendario fiscal.
- Principales instrumentos de financiación bancaria.
- Gestión administrativa de una empresa del sector profesional en el que se ubica el título: cumplimentación de la documentación básica de carácter comercial y contable (facturas, albaranes, notas de pedido, letras de cambio, cheques y otros). Descripción de los circuitos que dicha documentación recorre en la empresa.
- Plan de empresa: documentación básica de las operaciones realizadas.
- Concepto de Mercado. Oferta. Demanda.
- Análisis del Mercado en el sector en que se enmarca el título.
- Marketing mix: precio, producto, promoción y distribución.

5. Proyecto de simulación empresarial en el aula:

- Constitución y puesta en marcha de una empresa u organización simulada.
- Desarrollo del plan de producción de la empresa u organización simulada.
- Definición de la política comercial de la empresa u organización simulada.
- Organización, planificación y reparto de funciones y tareas en el ámbito de la empresa u organización simulada.

ANEXO II**MÓDULOS PROFESIONALES PROPIOS DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA**

Módulo Profesional: 1194-Ex Inglés I

Equivalencia en créditos ECTS: 4

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

1. Reconoce información profesional y cotidiana contenida en todo tipo de discursos orales emitidos por cualquier medio de comunicación en lengua estándar, interpretando con precisión el contenido del mensaje.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha situado el mensaje en su contexto.
- b) Se ha identificado la idea principal del mensaje.
- c) Se ha reconocido la finalidad del mensaje, ya sea directo, telefónico o por cualquier otro medio auditivo.
- d) Se ha extraído información específica en mensajes relacionados con la vida cotidiana y profesional.
- e) Se han secuenciado los elementos constituyentes del mensaje.
- f) Se ha identificado la idea principal y las ideas secundarias de discursos y mensajes sobre temas concretos, académicos y profesionales articulados con claridad.
- g) Se han reconocido las instrucciones orales y se han seguido las indicaciones.
- h) Se ha tomado conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje sin entender todos y cada uno de los elementos del mismo.

2. Interpreta información profesional y cotidiana contenida en textos escritos sencillos, analizando de forma comprensiva su contenido.

Criterios de evaluación:

- a) Se han leído con un alto grado de independencia distintos tipos de textos, adaptando el estilo y la velocidad de la lectura a cada uno de ellos.
- b) Se ha interpretado el contenido global del mensaje.
- c) Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector al que se refiere.
- d) Se ha identificado la terminología utilizada.
- e) Se ha identificado con cierta rapidez el contenido de artículos e informes sobre temas profesionales.



- f) Se han interpretado mensajes recibidos a través de soportes telemáticos: correo electrónico, fax, etc.
 - g) Se han realizado traducciones de textos relacionados con temas profesionales utilizando materiales de apoyo en caso necesario.
 - h) Se han interpretado instrucciones sobre procesos propios de su especialidad.
3. Emite mensajes orales claros y bien estructurados, analizando el contenido de la situación y adaptándose al registro lingüístico del interlocutor.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los registros utilizados para la emisión del mensaje.
 - b) Se ha expresado con fluidez sobre temas generales y profesionales marcando la relación entre las ideas.
 - c) Se ha comunicado espontáneamente utilizando fórmulas, nexos de unión y estrategias de interacción.
 - d) Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones formales e informales.
 - e) Se han expresado y defendido puntos de vista con claridad, proporcionando argumentos y explicaciones adecuadas.
 - f) Se ha argumentado con todo detalle la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo elegido.
 - g) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.
 - h) Se ha solicitado la reformulación del discurso o parte del mismo cuando se ha considerado necesario.
4. Elabora textos sencillos relacionados con la vida cotidiana y documentos e informes propios del sector, relacionando los recursos lingüísticos con el propósito de los mismos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han redactado textos breves y claros sobre aspectos de la vida cotidiana y temas relacionados con su especialidad.
- b) Se ha organizado la información con corrección, precisión, coherencia y cohesión.
- c) Se han realizado resúmenes de textos relacionados con aspectos cotidianos, artículos, manuales de instrucciones y otros documentos escritos, utilizando un vocabulario amplio para evitar la repetición frecuente.
- d) Se ha cumplimentado documentación específica de su campo profesional.
- e) Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.



f) Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento elaborado.

5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

Criterios de evaluación:

a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.

b) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país.

c) Se han identificado las creencias y valores propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.

d) Se han identificado los aspectos socioprofesionales propios del sector en cualquier tipo de texto.

e) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.

f) Se han reconocido los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.

Duración: 60 horas.

Contenidos básicos:

1. Análisis de mensajes orales:

— Reconocimiento y comprensión de mensajes cotidianos y profesionales relacionados con el sector profesional.

— Recursos lingüísticos habituales y palabras clave utilizadas en la comunicación general y específica.

— Fórmulas de cortesía y formalidad adecuadas al contexto y al interlocutor.

— Fórmulas de saludo, acogida y despedida.

— Fórmulas de petición de clarificación, repetición y confirmación para la comprensión de un mensaje.

— Fórmulas habituales para atender, mantener y finalizar conversaciones en diferentes entornos (llamadas telefónicas, presentaciones, reuniones, entrevistas laborales, etc.).

— Idea principal e ideas secundarias en presentaciones y debates.

— Resolución de los problemas de comprensión en las presentaciones orales mediante la deducción por el contexto.

— Terminología específica del sector profesional.



- Recursos gramaticales: tiempos verbales, adverbios, preposiciones, expresión de la condición y duda, oraciones de relativo, uso de la voz pasiva, estilo indirecto y verbos modales.
- Otros recursos lingüísticos: gustos y preferencias, argumentaciones, sugerencias, acuerdos y desacuerdos, opiniones y consejos, obligación, persuasión, advertencia y reclamaciones.
- Instrucciones sobre operaciones y tareas propias del puesto de trabajo y del entorno profesional.
- Discursos y mensajes generales y/o profesionales del sector profesional.
- Diferentes acentos de la lengua oral.

2. Interpretación de mensajes escritos:

- Comprensión de mensajes, textos y/o artículos básicos cotidianos y profesionales.
- Organización de la información en textos técnicos: índices, títulos, encabezamientos, tablas, etc.
- Características de los tipos de documentos propios del sector profesional: libros de instrucciones, manuales de uso, folletos, croquis de piezas, información técnica de equipos, especificaciones y prescripciones reglamentarias, normas de seguridad, etc.
- Técnicas de localización y selección de la información relevante: lectura rápida para identificar el tema principal y lectura orientada a encontrar una información específica.
- Fórmulas de cortesía y formalidad.
- Interpretación de la terminología específica del sector profesional.
- Comprensión de recursos lingüísticos habituales y palabras clave utilizadas en la comunicación general y específica.
- Comprensión detallada de correspondencia, mensajería electrónica, fax, burofax, etc.
- Comprensión de la información y el léxico propio de requisitos técnicos de montaje y mantenimiento, informes técnicos de características de materiales, diagnósticos de disfunciones o averías, programas de control, programas informáticos y normativa entre otros.
- Comprensión detallada de instrucciones y explicaciones contenidas en manuales (de instrucciones, de funcionamiento, tutoriales, especificaciones del fabricante, etc.) para evaluar el rendimiento de los dispositivos e identificar posibilidades de mejora.
- Comprensión global y detallada de mensajes, textos, artículos profesionales del sector y cotidianos.



- Recursos gramaticales: tiempos verbales, adverbios y preposiciones, verbos seguidos de infinitivo o formas en "-ing", oraciones condicionales, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, causa, finalidad, resultado, condición, comparación.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

3. Producción de mensajes orales:

Mensajes orales:

- Normas de convivencia y protocolo.
- Fórmulas de cortesía y formalidad adecuadas al contexto y al interlocutor.
- Fórmulas habituales para iniciar, mantener y finalizar conversaciones en diferentes entornos (llamadas telefónicas, presentaciones, reuniones, entrevistas laborales, etc.).
- Estrategias de clarificación.
- Recursos lingüísticos habituales y palabras clave utilizadas en la comunicación general y específica.
- Producción de mensajes que impliquen la solicitud de información para la resolución de problemas, tales como el ajuste de equipos o sistemas, verificar la compatibilidad de componentes o ejecutar los procesos de mantenimiento entre otros.
- Comunicación de instrucciones de trabajo, planes, intenciones y opiniones.
- Tratamiento de quejas y reclamaciones.
- Elaboración de mensajes directos, telefónicos y grabados con el registro apropiado y la terminología específica del sector profesional.
- Instrucciones sobre operaciones y tareas propias del puesto de trabajo y del entorno profesional.
- Fonética. Sonidos y fonemas vocálicos y consonánticos. Combinaciones y agrupaciones.
- Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.

Mantenimiento y seguimiento del discurso oral:

- Intercambio de información de interés personal. Opiniones personales.
- Conversaciones informales improvisadas sobre temas cotidianos y profesionales.
- Elementos paratextuales, resumir, preguntar o repetir con otras palabras para confirmar la comprensión mutua.



- Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.
- Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, etc.
- Entonación como recurso de cohesión del texto oral.

4. Emisión de textos escritos:

- Elaboración de textos sencillos cotidianos y profesionales del sector.
- Redacción de textos breves relacionados con aspectos cotidianos y profesionales.
- Organización de la información de forma coherente y cohesionada.
- Técnicas para la elaboración de resúmenes de textos y esquemas relacionados con su entorno profesional.
- Fórmulas establecidas y vocabulario específico en la cumplimentación de documentos cotidianos y profesionales del sector.
- Redacción de escritos relacionados con el proceso de inserción laboral: currículum vitae, carta de presentación, respuesta a una oferta de trabajo y soportes telemáticos: fax, email, burofax...
- Terminología específica del sector profesional.
- Producción de mensajes que impliquen la solicitud de información para la resolución de problemas, tales como el ajuste de equipos o sistemas, verificar la compatibilidad de componentes o ejecutar los procesos de mantenimiento entre otros.
- Comunicación de instrucciones de trabajo, planes, intenciones y opiniones.
- Tratamiento de quejas y reclamaciones.
- Recursos gramaticales: tiempos verbales, adverbios y preposiciones, oraciones condicionales, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales. Nexos: "although", "in spite of", etc.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, causa, finalidad, resultado, condición, comparación.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
- Coherencia textual.
- Adecuación del texto al contexto comunicativo.
- Tipo y formato de texto.
- Variedad de lengua. Registro.
- Selección léxica de estructuras sintácticas y de contenido relevante.



- Inicio del discurso e introducción del tema, desarrollo y expansión, ejemplificación y conclusión.
 - Uso de los signos de puntuación.
5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.
- Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países de lengua inglesa.
 - Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
 - Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con las actividades del sector.

La gestión en el sector incluye el desarrollo de los procesos relacionados y el cumplimiento de procesos y protocolos de calidad en lengua inglesa.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales del ciclo formativo y las competencias generales del título.

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

- La descripción, análisis y aplicación de los procesos de comunicación utilizando el inglés.
- La caracterización de los procesos del sector en inglés.
- Los procesos de calidad en la empresa, su evaluación y la identificación y formalización de documentos asociados a la gestión en el sector profesional en inglés.
- La identificación, análisis y procedimientos de actuación ante situaciones imprevistas en inglés.

Módulo Profesional: 1195-Ex Inglés II

Equivalencia en créditos ECTS: 3

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

1. Reconoce información profesional y cotidiana contenida en todo tipo de discursos orales emitidos por cualquier medio de comunicación en lengua estándar, interpretando con precisión el contenido del mensaje.

Criterios de evaluación:



- a) Se ha situado el mensaje en su contexto.
 - b) Se ha identificado la idea principal del mensaje.
 - c) Se ha reconocido la finalidad del mensaje, ya sea directo, telefónico o por cualquier otro medio auditivo.
 - d) Se ha extraído información específica en mensajes relacionados e) con la vida cotidiana y profesional.
 - e) Se han secuenciado los elementos constituyentes del mensaje.
 - f) Se han identificado las ideas principales de discursos y mensajes sobre temas concretos, emitidos en lengua estándar y articulados con claridad.
 - g) Se han extraído las ideas principales de discursos sobre temas académicos y profesionales.
 - h) Se han reconocido las instrucciones orales y se han seguido las indicaciones.
 - i) Se ha tomado conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje sin entender todos y cada uno de los elementos del mismo.
2. Produce mensajes orales bien estructurados en situaciones habituales del ámbito social y profesional de la empresa, reconociendo y aplicando las normas propias de la lengua inglesa.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado mensajes de saludos, presentación y despedida con el protocolo y las pautas de cortesía asociadas.
 - b) Se han utilizado con fluidez mensajes propuestos en la gestión de citas.
 - c) Se han transmitido mensajes relativos a justificación de retrasos, ausencias o cualquier otra eventualidad.
 - d) Se han empleado con fluidez las expresiones habituales para el requerimiento de la identificación de los interlocutores.
 - e) Se ha expresado con fluidez sobre temas generales, profesionales o de ocio, marcando con claridad la relación entre las ideas.
 - f) Se ha comunicado espontáneamente utilizando correctamente nexos de unión, estrategias de interacción y adoptando un nivel de formalidad adecuado a las circunstancias.
3. Mantiene conversaciones en lengua inglesa del ámbito del sector interpretando la información de partida.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha utilizado un vocabulario técnico adecuado al contexto de la situación.



- b) Se han utilizado los mensajes adecuados de saludos, presentación, identificación y otros con las pautas de cortesía asociadas dentro del contexto de la conversación.
- c) Se han atendido consultas telefónicas con supuestos fabricantes y proveedores.
- d) Se ha identificado la información facilitada y requerimientos realizados por el interlocutor.
- e) Se han formulado las preguntas necesarias para favorecer y confirmar la percepción correcta del mensaje.
- f) Se han proporcionado las respuestas correctas a los requerimientos e instrucciones recibidas.
- g) Se han realizado las anotaciones oportunas en inglés en caso de ser necesario.
- h) Se han utilizado las fórmulas comunicativas más usuales utilizadas en el sector.
- i) Se han comprendido sin dificultad los puntos principales de la información.
- j) Se ha utilizado un acento adecuado en las conversaciones en inglés.

4. Interpreta información profesional contenida en textos escritos recibidos por cualquier vía y relacionados con la cultura general de negocio y empresa, utilizando las herramientas de apoyo más adecuadas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han leído con un alto grado de independencia distintos tipos de textos, adaptando el estilo y la velocidad de la lectura a cada uno de ellos.
 - b) Se han identificado las herramientas de apoyo más adecuadas para la interpretación y traducción en inglés.
 - c) Se ha interpretado la información sobre la empresa, el producto y el servicio.
 - d) Se ha identificado con cierta rapidez el contenido de artículos, noticias e informes sobre temas profesionales.
 - e) Se han interpretado mensajes recibidos a través de soportes telemáticos: correo electrónico, fax, etc.
 - f) Se han interpretado estadísticas y gráficos en inglés sobre el ámbito profesional.
 - g) Se ha valorado la dimensión de la lengua inglesa como medio de comunicación base en la relación empresarial.
5. Elabora y cumplimenta documentos de carácter técnico o laboral reconociendo y aplicando las normas propias de la lengua inglesa.

Criterios de evaluación:

- a) Se han redactado textos complejos sobre aspectos de la vida cotidiana y temas relacionados con su especialidad.



- b) Se ha organizado la información con corrección, precisión, coherencia y cohesión.
- c) Se han resumido artículos, manuales de instrucciones y otros documentos escritos, utilizando un vocabulario amplio para evitar la repetición frecuente.
- d) Se ha identificado un vocabulario de uso general en la documentación propia del ámbito laboral.
- e) Se ha cumplimentado documentación específica de su campo profesional.
- f) Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.
- g) Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento elaborado.

Duración: 40 horas.

Contenidos básicos:

1. Comprensión y producción oral precisa:

- Mensajes cotidianos y profesionales relacionados con el sector profesional.
- Normas de convivencia y protocolo. Pautas de cortesía y adecuación al lenguaje no verbal
- Terminología específica del sector.
- Recursos, estructuras lingüísticas, léxico y aspectos fonológicos sobre: presentación de personas, saludos y despedidas, tratamientos de cortesía y formalidad, identificación de los interlocutores, justificación de retrasos o ausencias, alojamientos, medios de transportes, horarios, actos culturales y análogos.
- Recepción y transmisión de mensajes de forma presencial, telefónica o telemática.
- Solicitudes y peticiones de información.
- Estilos comunicativos formales y no formales: la recepción y relación con el cliente.
- Recursos, estructuras lingüísticas, léxico y aspectos fonológicos relacionados con la contratación, la atención al cliente, quejas y reclamaciones. Formulación de disculpas en situaciones delicadas, etc.
- Planificación de agendas: concierto, aplazamiento y anulación de citas.
- Presentación de productos/servicios y valores añadidos, condiciones de pago, etc.
- Producción de mensajes que impliquen la solicitud de información para la resolución de problemas, tales como el ajuste de equipos o sistemas, verificar la compatibilidad de componentes o ejecutar los procesos de mantenimiento entre otros.
- Comunicación de instrucciones de trabajo, planes, intenciones y opiniones.



- Realización de consultas, dirigiéndose a la persona adecuada.
- Aplicación de estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y las características de los receptores para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.
- Desarrollo de técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
- Recursos gramaticales: tiempos verbales, adverbios, preposiciones, expresión de la condición y duda, oraciones de relativo, uso de la voz pasiva, estilo indirecto y verbos modales.
- Otros recursos lingüísticos: gustos y preferencias, argumentaciones, sugerencias, acuerdos y desacuerdos, opiniones y consejos, obligación, persuasión y advertencia.
- Instrucciones sobre operaciones y tareas propias del puesto de trabajo y del entorno profesional.
- Diferentes acentos de la lengua oral.

2. Mantenimientos y seguimiento del discurso oral:

- Intercambio de información de interés personal. Opiniones personales.
- Conversaciones informales improvisadas sobre temas cotidianos y profesionales.
- Elementos paratextuales, resumir, preguntar o repetir con otras palabras para confirmar la comprensión mutua.
- Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.
- Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, etc.
- Entonación como recurso de cohesión del texto oral.

3. Interpretación de textos con herramientas de apoyo:

- Comprensión de mensajes y textos complejos relacionados con temas cotidianos y profesionales.
- Organización de la información en los textos técnicos: índices, títulos, encabezamientos, tablas, esquemas y gráficos.
- Características de los tipos de documentos propios del sector profesional: libros de instrucciones, manuales de uso, folletos, croquis de piezas, información técnica de equipos, especificaciones y prescripciones reglamentarias, normas de seguridad, etc.
- Comprensión detallada de correspondencia, correo electrónico, fax, burofax, etc.
- Interpretación de la terminología específica del sector profesional.



- Fórmulas de cortesía y formalidad.
 - Comprensión de recursos lingüísticos habituales y palabras clave utilizadas en la comunicación general y específica.
 - Comprensión detallada de la información contenida en informes, formularios, folletos y prensa especializada del sector para mantener el espíritu de innovación y actualización así como para adaptarse a los cambios tecnológicos y organizativos de su entorno profesional.
 - Análisis y utilización de recursos lingüísticos y palabras clave relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación.
 - Comprensión de la información y el léxico propio de requisitos técnicos de montaje y mantenimiento, informes técnicos de características de materiales, diagnósticos de disfunciones o averías, programas de control, programas informáticos y normativa entre otros.
 - Comprensión detallada de instrucciones y explicaciones contenidas en manuales (de instrucciones, de funcionamiento, tutoriales, especificaciones del fabricante, etc.) para evaluar el rendimiento de los dispositivos e identificar posibilidades de mejora.
 - Idea principal e ideas secundarias.
 - Uso de diccionarios temáticos, correctores ortográficos, programas de traducción automáticos aplicados a textos relacionados con:
 - La cultura de la empresa y sus objetivos.
 - Descripción y comparación de gráficos y estadística. Comprensión de los indicadores económicos más habituales.
 - Agenda. Documentación para la organización de citas y reuniones. Organización de las tareas diarias.
 - Recursos gramaticales: tiempos verbales, adverbios y preposiciones, oraciones condicionales, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales.
 - Relaciones lógicas: oposición, concesión, causa, finalidad, resultado, condición, comparación.
 - Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
4. Emisión de textos escritos y cumplimentación de documentación administrativa y comercial en inglés:
- Elaboración de textos relacionados con aspectos cotidianos y profesionales.
 - Organización de la información de forma coherente y cohesionada.
 - Realización de resúmenes de textos relacionados con su entorno profesional.



- Terminología específica del sector.
- Idea principal e ideas secundarias.
- Uso de los registros adecuados según el contexto de la comunicación, el interlocutor y la intención de los interlocutores.
- Se han recibido y remitido correos electrónicos, fax, etc., en inglés con las expresiones correctas de saludo y despedida entre otras.
- Complimentación de documentación comercial básica.
- Complimentación de documentación técnica y administrativa de acuerdo con la legislación vigente y con los requerimientos del cliente.
- Recursos, estructuras lingüísticas y léxico básico relacionado con los objetivos de la empresa, normas de calidad y normativa sobre procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales.
- Complimentación de documentación comercial básica: propuestas de pedido, albaranes, facturas proforma, facturas, documentos de pago u otros.
- Recursos, estructuras lingüísticas y léxico básico relacionados con la gestión de pedidos, contratación, preferencias de compra, devoluciones y descuentos.
- Selección y contratación del personal: contratos de trabajo y cartas de citación. Admisión y rechazo en procesos de selección.
- Organización de la empresa: puestos de trabajo y funciones.
- Recursos, estructuras lingüísticas y léxico básico relacionados con el ámbito laboral: currículum vitae, redacción de cartas de presentación e identificación de ofertas y bolsas de empleo.
- Descripción de habilidades personales más adecuadas a la solicitud de una oferta de empleo.
- Análisis del contenido y finalidad de distintos documentos tipo de otros países en inglés.
- Redacción de cartas de agradecimiento a proveedores.
- Complimentación de documentos de incidencias y reclamaciones.
- Recursos gramaticales: tiempos verbales, adverbios y preposiciones, oraciones condicionales, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, causa, finalidad, resultado, condición, comparación.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
- Coherencia textual.



- Adecuación del texto al contexto comunicativo.
 - Tipo y formato de texto.
 - Variedad de lengua. Registro.
 - Selección léxica de estructuras sintácticas y de contenido relevante.
 - Inicio del discurso e introducción del tema, desarrollo y expansión, ejemplificación y conclusión.
 - Uso de los signos de puntuación.
5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.
- Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
 - Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.
 - Reconocimiento de la lengua extranjera para profundizar en conocimientos que resulten de interés a lo largo de la vida personal y profesional.

Orientaciones pedagógicas:

Este módulo contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con el sector. La gestión en el sector incluye el desarrollo de los procesos relacionados y el cumplimiento de procesos y protocolos de calidad, todo ello en lengua inglesa.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales del ciclo formativo y las competencias generales del título.

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

- Descripción, análisis y aplicación de los procesos de comunicación utilizando el inglés.
- La caracterización de los procesos del sector en inglés.
- Los procesos de calidad en la empresa, su evaluación y la identificación y formalización de documentos asociados a la gestión de alojamiento en inglés.
- La identificación, análisis y procedimientos de actuación ante situaciones imprevistas (quejas, reclamaciones...) en inglés.

**ANEXO III****Organización modular y distribución horaria por curso escolar.**

Módulo Profesional	Primer curso		Segundo curso	
	Horas totales	Horas semanales	Horas totales	Horas semanales
I181. Asesoría Cosmética	120	4		
I182. Diseño de Imagen Integral	160	5		
I183. Estilismo en vestuario y complementos	200	6		
I184. Asesoría de Peluquería	160	5		
I187. Asesoría Estética	170	5		
I191. Formación y Orientación Laboral	90	3		
I194 – Ex Inglés I	60	2		
I185. Protocolo y organización de eventos			130	6
I186. Usos Sociales.			80	4
I188. Habilidades Comunicativas			110	5
I189. Imagen Corporativa.			90	5
I071. Dirección y Comercialización			90	5
I190. Proyecto de asesoría de imagen personal y corporativa			40	
I192. Empresa e Iniciativa Emprendedora			60	3
I193. Formación en centros de trabajo			400	
I195 – Ex Inglés II.			40	2
TOTALES	960	30	1040	30

**ANEXO IV**

Especialidades y titulaciones del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales incorporados al ciclo formativo por la Comunidad de Extremadura.

Módulo Profesional	CUERPO DOCENTE Y ESPECIALIDAD		Titulaciones (*)
	Cuerpo	Especialidad	
Inglés	- Catedrático de Enseñanza Secundaria. - Profesor de Enseñanza Secundaria	Inglés	- Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes a efectos de docencia.

(*) Titulaciones requeridas para impartir los módulos profesionales que conforman el título en los centros de titularidad privada, de otras Administraciones distintas a la educativa y orientaciones para la Administración educativa

ANEXO V**Módulos susceptibles de ser impartidos en régimen a distancia**

Módulos que pueden ser impartidos en modalidad teleformación on line
1191. Formación y orientación laboral. 1192. Empresa e iniciativa emprendedora. 1194-Ex Inglés I. 1195-Ex Inglés II.

• • •

