# Ciclo de Grado Superior Oficial

## Asesoría de Imagen Personal y Corporativa

tech formación profesional

tech formación profesional

# Ciclo de Grado Superior Oficial
## Asesoría de Imagen Personal y Corporativa

Familia: **Imagen Personal**
Modalidad: **Online**
Duración: **2.000 horas**
Titulación: **Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa**
Acceso web: **www.tech-fp.com/imagen-personal/grado-superior-fp/grado-superior-oficial-imagen-personal-corporativa**

# Índice


01
Presentación
pág. 4

02
¿Qué aprenderé a hacer?
pág. 6

03
Salidas laborales
pág. 10

04
Plan de formación
pág. 12

05
Fase de Formación en Empresa (FFE)
pág. 40

06
¿Dónde podré realizar la Fase de Formación en Empresa (FFE)?
pág. 42

07
Requisitos de Acceso
pág. 46

08
Convalidaciones
pág. 48

09
Idiomas Gratuitos
pág. 50

10
Metodología
pág. 52

11
Tutorías
pág. 56

12
Evaluación y exámenes
pág. 58

13
Titulación
pág. 60

01

# Presentación

La imagen es sumamente importante en cualquier situación del ámbito laboral. Por eso, cada vez más ejecutivos y negocios demandan de los servicios de empresas y equipos de comunicación y marketing dedicados a asesorarlos acerca de su apariencia personal o corporativa. El crecimiento de ese sector ha impulsado elevadas tasas de inserción laboral en los últimos años, así como una búsqueda más exhaustiva de profesionales con una adecuada preparación. Por eso, al convertirte en Técnicos Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa ampliarás tus opciones de conseguir un puesto de trabajo inmediato y a la medida de tus metas de superación. TECH quiere ayudarte a cumplir tus objetivos poniendo a tu alcance este Ciclo de Grado Superior Oficial donde te especializarás en identificar las necesidades del cliente o su compañía, y elaborar un plan de transformación basado en estrictos requerimientos. Para dominar todas las competencias de esa área, contarás con una innovadora metodología de aprendizaje y los docentes más especializados del mercado educativo.

*Este Grado Superior Oficial te permitirá aprender las claves de la asesoría estética, cosmética y el diseño completo de un estilismo de vestuario para figuras corporativas"*

La preocupación de las sociedades del siglo XXI por el cuidado de la imagen individual es cada vez mayor. A su vez, muchas empresas prestan especial atención a su visualidad y la usan como tarjeta de presentación frente a sus clientes. Al mismo tiempo, a esos componentes estéticos se suma un nuevo interés por el control del lenguaje verbal y los gestos corporales. Así, el sector de la Asesoría de Imagen Personal y Corporativa tiene excelentes perspectivas de crecimiento y empleabilidad para los próximos años.

Insertarte en esa competitiva área profesional puede ser un proceso sencillo si te matrículas en este programa oficial conformado por TECH. Teniendo en cuenta las crecientes necesidades de este mercado, contarás con un innovador temario que abarca materias tan diversas como la asesoría cosmética y estética. La titulación te ayudará a profundizar en los cambios de la moda, adaptando las tendencias del mercado a las expectativas y necesidades de los clientes. Asimismo, podrás entrenarles en habilidades de comunicación, elaborando un plan para la adquisición de nuevas técnicas de expresión corporal y oral.

Por otro lado, desde el punto de vista de la empresa, podrás contribuir a reflejar su identidad, filosofía y valores. También, asesorarás la organización de actos protocolares y eventos, elaborando proyectos y coordinado actividades de diversa índole. Así, el Ciclo Formativo de Grado Superior Oficial en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa te habilitará para conseguir un perfil polivalente y competir en diferentes salidas profesionales dentro de esta área de conocimientos.

Para el estudio de este programa, contarás con rigurosos y exigentes métodos de aprendizaje. Igualmente, te apoyarás en una guía docente especializada. Mediante ella, dominarás módulos temáticos que abarcan las últimas tendencias acerca de las habilidades comunicativas y la imagen corporativa en el sector. De esa forma, conseguirás una capacitación de calidad y, en tan solo dos años, podrás obtener un puesto de trabajo competitivo y exigente.

02

# ¿Qué aprenderé a hacer?

Cursando este Ciclo de Grado Superior Oficial aumentarás tus competencias y habilidades en el sector corporativo. Así, serás capaz de:

01 Dirigir y gestionar las actividades, organizando los recursos materiales, personales y técnicos

02 Analizar los cambios en la moda, adaptando las tendencias del mercado a las expectativas y necesidades de los clientes

03 Gestionar la documentación, utilizando las tecnologías de la información y la comunicación

04 Identificar las necesidades del cliente, analizando sus características y requerimientos

**05** Entrenar al cliente en habilidades de comunicación, elaborando un plan para la adquisición de nuevas técnicas comunicativas

**06** Asesorar en la organización de actos protocolares y eventos, elaborando un proyecto y coordinando las actividades

**07** Asesorar a las empresas para la creación de una imagen corporativa, interpretando sus solicitudes

**08** Elaborar proyectos de cambio de imagen, controlando la calidad y la documentación relacionada

09 Asesorar y entrenar al cliente en maquillaje, peluquería y estética, atendiendo a los requerimientos

10 Comercializar productos y servicios de imagen personal, utilizando técnicas de marketing

11 Realizar cambios de estilos a través del vestuario, asesorando sobre indumentaria y complementos

12 Guiar en la compra de vestuario, complementos y cosméticos, calibrando las necesidades del cliente para cubrir sus expectativas

*Dominarás, gracias a esta titulación de TECH, la realización de proyectos orientados a alcanzar un cambio radical en la imagen de una persona o una institución”*

03

# Salidas laborales

TECH quiere ayudarte a desarrollar las competencias más excelsas en materia de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa. Por eso, ha diseñado un programa de estudios donde adquirirás habilidades teóricas y prácticas de gran valor para organizar cambios estéticos, cosméticos y de peluquería para tus clientes. También, planificarás eventos y definirás protocolos para actividades empresariales. Así, obtendrás todos los conocimientos y técnicas necesarios para expandir tu carrera hasta alcanzar el éxito y ubicarte en plazas laborales de prestigio dentro de equipos de marketing y comunicación o trabajar de manera autónoma.

*Trabaja con empresas de prestigio, dedicadas a la imagen personal y corporativa, a través de las competencias de primer nivel que te brinda esta titulación de TECH"*

Esta titulación te permitirá acceder a numerosas oportunidades laborales realizando labores relacionadas con la elaboración de proyectos de cambio de imagen, en una gran variedad de ámbitos y sectores, por lo que al finalizarla podrás desempeñarte profesionalmente en los siguientes puestos:

- Técnica / técnico de protocolo y ceremonial en instituciones públicas y privadas
- Experta / experto en etiqueta y usos sociales
- Asesor-consultor / asesora-consultora de estilismo en el vestir
- Asistente técnico de imagen política, cultural y artística
- Asesor / asesora en comercios de vestuario y complementos
- Asesor-consultor / asesora-consultora de imagen corporativa
- Técnica / técnico especialista en gabinetes de relaciones públicas
- Técnica / técnico especialista en imagen en departamento de marketing
- Director / directora de gabinete de asesoría de imagen
- Consultor-asesor / consultora-asesora de protocolo y organización de actos y eventos
- Asesor / asesora en la compra de vestuario, complementos, regalos y cosméticos
- Asistente personal en el cuidado de la imagen
- Organizador / organizadora de bodas
- Asesor / asesora de prensa especializada en imagen personal

## Sigue estudiando...

Si al terminar el programa quieres seguir creciendo académica y profesionalmente, el título de técnico superior te dará acceso a poder seguir estudiando:

- Cursos de especialización profesional
- Máster Profesional
- Programas de actualización profesional
- Otro ciclo de Formación Profesional con la posibilidad de establecer convalidaciones de módulos profesionales de acuerdo a la normativa vigente
- Enseñanzas Universitarias con la posibilidad de establecer convalidaciones de acuerdo con la normativa vigente

*Estudia este Ciclo de Grado Superior Oficial en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa y de inmediato podrás acceder un exigente y competitivo mercado laboral, en pleno crecimiento"*

04

# Plan de formación

Este plan de estudios te convertirá de inmediato en un excelente especialista en materia de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa. Su temario dispone de módulos oficiales rigurosos que analizan las particularidades estéticas y cosméticas que definen la apariencia individual de un ejecutivo. Al mismo tiempo, examinarás las habilidades idóneas para un diseño integral de imagen, con énfasis en la visualidad corporativa y sus usos sociales. Todo el programa se apoya en una innovadora metodología de estudios que te ayudarán a dominar las competencias y procedimientos más solicitados por este sector. Además, contarás con la guía docente de grandes expertos en la materia.

*Para el aprendizaje de este programa de Ciclo Formativo de Grado Superior Oficial, TECH pone en tus manos una metodología didáctica de primer nivel académico"*

## Módulo 1. Estilismo en Vestuario y Complementos (195 horas)

1.1. La asesoría en estilismo
- 1.1.1. La asesoría en estilismo
  - 1.1.1.1. Campo de actuación
  - 1.1.1.2. Definición y competencias
  - 1.1.1.3. Figuras profesionales relacionadas
- 1.1.2. Concepto de estilismo
- 1.1.3. La elegancia y el estilo
- 1.1.4. Clasificación general de estilos
- 1.1.5. Las tendencias y la moda. Técnicas asociadas a su difusión

1.2. Alta costura y estilismo creativo
- 1.2.1. El prêt-à-porter y la alta costura
  - 1.2.1.1. Importancia actual
  - 1.2.1.2. Colección: Concepto. Tipos de colecciones
- 1.2.2. Desfiles: terminología asociada y características. Principales pasarelas mundiales
- 1.2.3. Estilismo creativo y estilismo dirigido

1.3. Protocolo y estilismo
- 1.3.1. El protocolo de actuación en estilismo
  - 1.3.1.1. Etapas en el proceso de asesoría en estilismo
  - 1.3.1.2. Elaboración del protocolo: partes, tipos, contenidos y documentos de apoyo
- 1.3.2. Las bases de información del estilismo en el vestir
  - 1.3.2.1. Fuentes documentales
  - 1.3.2.2. Clasificación y archivo
  - 1.3.2.3. Elaboración de muestrarios de referencia

1.4. Características de la moda
- 1.4.1. La función del vestuario: La función mítica, protectora y jerárquica
- 1.4.2. El vestido en la prehistoria
- 1.4.3. El vestuario en el mundo antiguo: desde Egipto a Bizancio
  - 1.4.3.1. Características principales y su repercusión
  - 1.4.3.2. Los complementos y su importancia

1.5. Tendencias de moda a lo largo de la historia
- 1.5.1. La Edad Media y el Renacimiento
  - 1.5.1.1. La influencia de las cortes
  - 1.5.1.2. El vestido y sus variaciones
- 1.5.2. El Barroco y la corte francesa. El Rococó. Los excesos en el vestuario
- 1.5.3. La Revolución Francesa. El Romanticismo. El Dandismo. Los cambios volumétricos en la moda femenina
- 1.5.4. El Modernismo. La Revolución Industrial y su repercusión en el vestuario. El nacimiento de la Alta Costura. Charles Frederick Worth y Paul Poiret
- 1.5.5. Los felices años 20. La androginia. Las nuevas casas de moda
- 1.5.6. Los años 30. La moda y el cine. Nina Ricci, Vionnet, Gres y Chanel. - La moda y el Surrealismo. Elsa Schiaparelli
- 1.5.7. La moda y el Surrealismo. Elsa Schiaparelli
- 1.5.8. El new look y el teatro de la moda
- 1.5.9. Los pantalones vaqueros y el estilo de vida americana. La juventud y sus revoluciones
- 1.5.10. El cine y la televisión
- 1.5.11. La moda americana y la nueva silueta. El fin de la alta costura
- 1.5.12. La moda y la edad. Las modas sociales actuales
- 1.5.13. Jóvenes diseñadores nacionales e internacionales. Características

1.6. El estudio del cliente
- 1.6.1. El estudio del cliente. Métodos y equipos para el estudio y análisis del cliente: entrevistas, cuestionarios, formularios, medidas, fotografías y grabaciones, y demás medios
- 1.6.2. Aplicación de los métodos de observación
- 1.6.3. Los patrones habituales. Tipos de clientes
- 1.6.4. Detección de necesidades y demandas del cliente
- 1.6.5. Identificación del ámbito de aplicación y las cualidades de la imagen a proyectar

1.7. Técnicas de preparación del cliente
- 1.7.1. Técnicas de preparación del cliente. Pautas para la correcta realización del análisis
- 1.7.2. La antropometría de la figura humana masculina y femenina. Proporciones reales e ideales. Percepción de las mismas
- 1.7.3. Características corporales con influencia en la indumentaria y los complementos: proyección y percepción de la imagen a través de las características corporales
- 1.7.4. Las tallas. Determinación de las medidas corporales. Protocolo de toma de medidas
- 1.7.5. La representación gráfica de la figura humana. Determinación de la tipología corporal. Registro de datos
- 1.7.6. Test de color
- 1.7.7. Elementos que definen el estilo en el vestir: color, líneas, formas y volúmenes
- 1.7.8. Análisis de la indumentaria y los complementos

1.8. Correcciones corporales mediante el vestuario
- 1.8.1. Las correcciones corporales mediante el vestuario
  - 1.8.1.1. Proporciones corporales no armónicas (los inestetismos). Las asimetrías
  - 1.8.1.2. Concepto, tipos y características
- 1.8.2. La indumentaria masculina y femenina
  - 1.8.2.1. Tipos de prendas
  - 1.8.2.2. Tipos principales de prendas masculinas
  - 1.8.2.3. Tipos principales de prendas femeninas
  - 1.8.2.4. Criterios de selección
- 1.8.3. Elementos y características de las prendas y su repercusión en la imagen
  - 1.8.3.1. Los escotes, los cuellos, las mangas y otros. Características
  - 1.8.3.2. Correcciones ópticas de las proporciones corporales reales a través de la indumentaria
- 1.8.4. La ropa interior. Concepto, tipos y características
- 1.8.5. Materiales y tejidos utilizados en estilismo

1.9. Etiquetado de prendas y complementos
- 1.9.1. El etiquetado de las prendas
  - 1.9.1.1. Normativa. Simbología
  - 1.9.1.2. Consejos de lavado, planchado y conservación
- 1.9.2. El vestuario y su armonía. Formas de lucir las distintas prendas de vestir. Equivalencia de las prendas en distintos países
- 1.9.3. Los complementos. Relación de los complementos con la creación de estilos
  - 1.9.3.1. Joyería, bisutería y relojería
  - 1.9.3.2. Zapatos, cinturones y bolsos
  - 1.9.3.3. Complementos masculinos. Las corbatas
  - 1.9.3.4. Sombreros, gorros y accesorios capilares
  - 1.9.3.5. Pañuelos, bufandas y guantes
  - 1.9.3.6. Gafas y otros accesorios
- 1.9.4. El vestuario profesional
- 1.9.5. El vestuario de etiqueta
- 1.9.6. El vestuario en celebraciones sociales

1.10. Propuestas personalizadas en asesoría de estilismo
- 1.10.1. La propuesta personalizada para el cambio de imagen a través de la indumentaria
  - 1.10.1.1. Definición
  - 1.10.1.2. Tipos de propuestas
- 1.10.2. Documentación base: el dossier de asesoría en estilismo
  - 1.10.2.1. Organización y estructura: Portada, colores, uso de logotipos, índice, datos, fotos, propuesta técnica y el uso de distintos elementos organizativos
  - 1.10.2.2. Contenidos: · Análisis de estilo. · Análisis de fondo de armario. · Análisis de moda
- 1.10.3. Documentación técnica anexa: tipos y características
- 1.10.4. Documentación económica: El presupuesto
- 1.10.5. Planificación de acciones: el plan de trabajo

1.11. Diseños gráficos y audiovisuales
- 1.11.1. Diseños gráficos y audiovisuales
  - 1.11.1.1. Aplicación de herramientas manuales, gráficas e informáticas
  - 1.11.1.2. Recursos de Internet útiles para sugerencias de estilo

1.12. Guía en la compra de vestuario y complementos
- 1.12.1. Los puntos de venta de vestuario y complementos
  - 1.12.1.1. Conceptos relacionados con la venta y elección de vestuario: Vestiteca, Show room, Outlet y otras modalidades de venta
- 1.12.2. Criterios de selección de vestuario, tejidos y complementos. Identificación de la demanda
  - 1.12.2.1. Pautas para guiar en la compra
  - 1.12.2.2. Tabla de equivalencias del tallaje del vestuario en otros países
- 1.12.3. Criterios de selección de tiendas especializadas, diseñadores y firmas de ropa. Relación calidad-precio

1.13. Pautas para la elección y combinación de prendas y complemento
- 1.13.1. El fondo de armario
  - 1.13.1.1. Concepto. Composición del fondo de armario masculino y femenino
  - 1.13.1.2. Revisión y actualización
- 1.13.2. El equipaje básico en distintas actividades
- 1.13.3. Selección y combinación de colores en prendas, accesorios y complementos
- 1.13.4. Pautas para la elección y combinación de prendas y complementos
- 1.13.5. Pruebas de vestuario. Coordinación y supervisión
- 1.13.6. Técnicas de seguimiento y mantenimiento del proceso de asesoría en el vestir
  - 1.13.6.1. Importancia del seguimiento del cliente
  - 1.13.6.2. Control de calidad en el proceso de asesoría en estilo

## Módulo 2. Asesoría de Peluquería (170 horas)

2.1. Protocolo de trabajo del asesor de peluquería
- 2.1.1. Protocolo de trabajo del asesor de peluquería
  - 2.1.1.1. Contenidos y pautas
  - 2.1.1.2. Documentos
- 2.1.2. Fase de documentación
- 2.1.3. Fase de análisis de las características y necesidades de la persona usuaria
- 2.1.4. Fase de asesoramiento en peluquería y estilismo facial
- 2.1.5. Fase de evaluación y control del proceso

2.2. Campo de actuación del asesor de peluquería
- 2.2.1. Campo de actuación del asesor de peluquería
- 2.2.2. Asesoramiento en imagen y belleza capilar
- 2.2.3. Asesoramiento en estilismos masculinos
- 2.2.4. Asesoramiento en cambios de estilo

2.3. Análisis en el estudio estético
- 2.3.1. Análisis del cuero cabelludo y cabello
  - 2.3.1.1. Aplicación de los métodos y equipos de evaluación del estado del cabello y cuero cabelludo
  - 2.3.1.2. Aspecto del cuero cabelludo
  - 2.3.1.3. Características y condiciones que influyen en el estado del cabello
- 2.3.2. Análisis morfológico de la cabeza
  - 2.3.2.1. Cánones de belleza
  - 2.3.2.2. Identificación de tipos de cráneo, óvalos faciales, perfiles y cuello
- 2.3.3. Estudio y características del pelo facial
- 2.3.4. Estudio de la morfología corporal y su relación con el peinado: análisis de patrones de peinado habituales en el cliente
- 2.3.5. Determinación de las necesidades sociolaborales, artísticas y otras
- 2.3.6. Soportes de documentación técnica

2.4. Maquillaje y vestuario
- 2.4.1. Análisis de patrones de maquillaje
- 2.4.2. Complementos y vestuario del cliente en relación con el peinado

2.5. Cuidados y tratamientos capilares para el asesoramiento
- 2.5.1. Clasificación y descripción de los tratamientos capilares necesarios para la creación de la nueva imagen
- 2.5.2. Asesoramiento en los tratamientos estéticos capilares
  - 2.5.2.1. Tratamiento de higiene y acondicionamiento
  - 2.5.2.2. Tratamientos de mantenimiento: cuidados preventivos
  - 2.5.2.3. Tratamientos para las alteraciones del tallo capilar. Identificación
  - 2.5.2.4. Tratamiento para las alopecias
  - 2.5.2.5. Tratamiento para las alteraciones del cuero cabelludo
- 2.5.3. Identificación de técnicas electro-estéticas para el tratamiento capilar
- 2.5.4. Identificación de técnicas manuales para el tratamiento capilar
- 2.5.5. Asesoramiento en prótesis capilares

2.6. Tratamientos capilares necesarios por los cambios de imagen
- 2.6.1. Identificación de los tratamientos capilares necesarios para los cambios de imagen

2.7. Profesionales colaboradores para el cuidado y los tratamientos capilares
- 2.7.1. Profesionales colaboradores para el cuidado y los tratamientos capilares

2.8. Cambios de imagen
- 2.8.1. Cualidades de la imagen que se va a potenciar, neutralizar y modificar a través de la asesoría de peluquería y barbería
- 2.8.2. Concreción del nuevo estilo y creación de la nueva imagen
- 2.8.3. Determinación de los elementos del peinado que forman la nueva imagen
  - 2.8.3.1. Análisis de las líneas, formas, colores y volúmenes
  - 2.8.3.2. Correcciones ópticas a través del cabello: del óvalo, de las facciones, del cráneo, del perfil, del cuello y de los hombros
  - 2.8.3.3. Del largo, forma, color y estilo del cabello en la nueva imagen

2.9. Procesos técnicos de peluquería
- 2.9.1. Procesos técnicos de peluquería para el cambio de longitud
  - 2.9.1.1. Estilos de corte
  - 2.9.1.2. Pautas
  - 2.9.1.3. Herramientas y útiles empleados
- 2.9.2. Procesos técnicos de peluquería para el cambio de forma
  - 2.9.2.1. Cambio de forma temporal
  - 2.9.2.2. Cambio de forma permanente. Fundamentos de los cambios de forma permanente
- 2.9.3. Procesos técnicos de peluquería para el cambio de color
  - 2.9.3.1. Teoría del color
  - 2.9.3.2. Técnicas: coloraciones parciales y totales. Criterios de selección
  - 2.9.3.3. Productos empleados
- 2.9.4. Recogidos
- 2.9.5. Asesoramiento en aplicación de extensiones
- 2.9.6. Asesoramiento posticería capilar
- 2.9.7. Técnicas de barbería

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

2.11. Propuestas de asesoramiento de imagen en requerimientos escénicos
- 2.11.1. Propuestas para producciones audiovisuales de asesoramiento de imagen a través de la peluquería
  - 2.11.1.1. Requerimientos escénicos
  - 2.11.1.2. Análisis de las características del intérprete o modelo
- 2.11.2. Propuestas para producciones de fotografía y moda

2.12. Asesoramiento en el mantenimiento de la nueva imagen
- 2.12.1. Asesoría de mantenimiento de la nueva imagen
- 2.12.2. Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados capilares
  - 2.12.2.1. Forma de aplicación y frecuencia
  - 2.12.2.2. Técnicas de orientación en la selección de cosméticos de higiene, mantenimiento, protección y cuidados capilares

2.13. Técnicas de manejo necesarias para crear nueva imagen
- 2.13.1. Entrenamiento de técnicas de manejo de secador, útiles, tenacillas, planchas y productos de apoyo y mantenimiento del peinado
  - 2.13.1.1. Protocolo de trabajo para cada técnica
  - 2.13.1.2. Precauciones

## Módulo 3. Protocolo y Organización De Eventos (170 horas)

3.1. Características protocolo oficial
- 3.1.1. Caracterización del protocolo oficial
  - 3.1.1.1. La asesoría en protocolo. Campo de actuación
  - 3.1.1.2. Figuras profesionales relacionadas
  - 3.1.1.3. Origen e historia del protocolo
  - 3.1.1.4. Relevancia social
  - 3.1.1.5. Principios de la práctica del protocolo
- 3.1.2. El protocolo oficial español: la casa real, el poder ejecutivo, legislativo y judicial y las fuerzas armadas. La normativa protocolaria
- 3.1.3. Protocolo en las Comunidades Autónomas. Protocolo en las Administraciones Locales

3.2. Normativa protocolo oficial
- 3.2.1. Legislación vigente aplicada al protocolo
  - 3.2.1.1. Leyes, decretos, ordenanzas y reglamentos que lo regulan
  - 3.2.1.2. Régimen de títulos, tratamientos y honores
- 3.2.2. Bases de información en protocolo. Fuentes y departamentos de consulta de normativa y/o legislación protocolaria
- 3.2.3. Instituciones públicas y privadas: concepto, organigrama, organización y características. Las institucionales nacionales, autonómicas y locales
- 3.2.4. Distinciones protocolarias y su simbología
- 3.2.5. Distinciones protocolarias y su simbología
- 3.2.6. Simbología heráldica y la vexilología
- 3.2.7. Los tratamientos honoríficos y su aplicación. Tipos de tratamiento. Características
- 3.2.8. Las distinciones nobiliarias

3.3. Actos protocolarios oficiales y no oficiales
- 3.3.1. Tipos de actos: actos públicos y privados
- 3.3.2. Los actos públicos. Características y tipos de actos públicos oficiales y no oficiales
- 3.3.3. Los actos privados y/o no oficiales. Características y tipos de actos no protocolarios
- 3.3.4. El protocolo religioso y sus actos. Características de los actos religiosos
- 3.3.5. El protocolo universitario y sus actos. Características, precedencia y organigrama. Tipos de actos universitarios
- 3.3.6. El protocolo militar y sus actos. Organigrama de los cuerpos militares y su precedencia. Tipos de actos militares. Tributación de honores militares
- 3.3.7. Identificación del tipo de acto, las características o cualidades que se pueden proyectar. Elementos que hay que valorar. Normas jurídicas o sociales que se aplican en cada caso

3.4. Ámbito de aplicación del protocolo en los actos oficiales y no oficiales
- 3.4.1. Ámbito de aplicación del protocolo en los actos oficiales y no oficiales
  - 3.4.1.1. La presidencia de los actos
  - 3.4.1.2. Las precedencias
  - 3.4.1.3. Los organigramas y jerarquías. Justificación
  - 3.4.1.4. Los símbolos
  - 3.4.1.5. Las intervenciones
  - 3.4.1.6. El comportamiento social

3.5. Fases en la organización de los actos protocolarios
- 3.5.1. El proyecto organizativo y sus fases
- 3.5.2. Fase previa
  - 3.5.2.1. Objetivos del acto
  - 3.5.2.2. Identificación del acto y su proyecto organizativo
  - 3.5.2.3. Identificación de las necesidades de organización
  - 3.5.2.4. Aplicación de métodos de observación
- 3.5.3. Fase de planificación
  - 3.5.3.1. Elaboración del programa y cronograma
  - 3.5.3.2. Requerimientos del acto: recursos humanos, materiales y espacios físicos del evento. · Colaboradores, personal soporte y proveedores. · Organización de los espacios físicos. planos, recorridos, estacionamientos, salas de prensa y otros
  - 3.5.3.3. Los medios técnicos: material técnico para discursos, servicios de traducción simultánea, requerimientos informáticos, telefónicos y otros
  - 3.5.3.4. Imagen, convocatoria y promoción del acto
  - 3.5.3.5. Organización del transporte y del alojamiento
- 3.5.4. Fase de desarrollo del evento
- 3.5.5. La comunicación en los actos protocolarios. Las relaciones con los medios de comunicación. Las ruedas de prensa
- 3.5.6. Fase de evaluación del acto y/o evento. Seguimiento de la difusión del acto

3.6. Comunicación en los actos protocolarios y control de calidad
- 3.6.1. La comunicación en los actos protocolarios. Las relaciones con los medios de comunicación. Las ruedas de prensa
- 3.6.2. Aplicación del control de calidad del acto
- 3.6.3. Detección de problemas. Registro de incidencias
- 3.6.4. Medidas de corrección de las desviaciones

3.7. Propuesta de organización de actos protocolarios
- 3.7.1. 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
- 3.7.2. Descripción de las características y requerimientos del acto protocolar
- 3.7.3. Relación de la logística y actividades necesarias para el acto protocolario
- 3.7.4. Selección de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el acto protocolario. Proveedores y otros profesionales
- 3.7.5. Planificación de acciones: programa y cronograma. Calendario de actuación. Temporalización y coordinación de tareas
- 3.7.6. Los actos protocolarios y los comunicados de prensa
- 3.7.7. Documentación técnica anexa a la propuesta
- 3.7.8. Documentación económica: elaboración del presupuesto
- 3.7.9. Elaboración de propuestas en soporte manual e informático
- 3.7.10. Presentación de la propuesta personalizada

3.8. Caracterización del protocolo internacional
- 3.8.1. Protocolo internacional: el protocolo extranjero y el protocolo diplomático. Las recepciones diplomáticas: modelos de comportamiento en recepciones diplomáticas
- 3.8.2. El protocolo internacional y su relación con el mundo empresarial. Los grupos dominantes mundiales
- 3.8.3. La UE: concepto, historia, características. Simbología asociada
- 3.8.4. Costumbres, hábitos y cultura social de los principales países constituyentes de la UE
- 3.8.5. Costumbres, hábitos y cultura social de los países del este
- 3.8.6. Canadá. Divisiones idiomáticas y culturales
- 3.8.7. Costumbres, hábitos y cultura social de EE.UU
- 3.8.8. América latina. Hábitos, costumbres y cultura social
- 3.8.9. El mundo árabe. La religión, hábitos, costumbres y cultura social
- 3.8.10. El África subsahariana. Países constituyentes. Costumbres y cultura social común
- 3.8.11. Las culturas orientales. Hábitos, costumbres y cultura social de cada zona
- 3.8.12. Variaciones protocolarias en distintas zonas geográficas y culturales y en las zonas de influencia asociadas

3.9. Las relaciones internacionales y pautas en el protocolo
- 3.9.1. Las relaciones internacionales y su repercusión en el protocolo
- 3.9.2. Pautas de actuación en el protocolo internacional

3.10. Protocolo empresarial
- 3.10.1. Las empresas y su organización
  - 3.10.1.1. Organigrama empresarial
  - 3.10.1.2. Los departamentos con repercusión en protocolo empresarial
- 3.10.2. Los actos empresariales públicos y privados. Ámbitos de aplicación, simbología, patrocinio externo y otras características
- 3.10.3. Las precedencias empresariales
- 3.10.4. Presidencia de los actos
- 3.10.5. Actuaciones empresariales con repercusión en protocolo y sus elementos de soporte
  - 3.10.5.1. Las presentaciones personales
  - 3.10.5.2. La auto-presentación
  - 3.10.5.3. La presentación de la empresa
- 3.10.6. Las visitas y otros actos sociales empresariales. El viaje de negocios. Características y necesidades
- 3.10.7. Las comidas de negocio

3.11. Actos empresariales
- 3.11.1. Actos de carácter empresarial privado. Las reuniones
  - 3.11.1.1. Tipos de reuniones empresariales y su funcionamiento general
  - 3.11.1.2. Las juntas
  - 3.11.1.3. Los consejos de administración
  - 3.11.1.4. Las reuniones internas y externas
- 3.11.2. La organización de actos de promoción empresarial externos e internos
  - 3.11.2.1. Actos de promoción empresarial: tipos y características
  - 3.11.2.2. Patrocinio empresarial. Objetivos. Características. Criterios de selección
  - 3.11.2.3. Elementos de promoción empresarial. Relaciones con los medios de comunicación

## Módulo 4. Asesoría Estética (170 horas)

4.1. Protocolo de trabajo del asesor de estética
- 4.1.1. Protocolos de trabajo de la asesoría de estética
- 4.1.2. Fases de actuación del asesor de imagen en cuidados estéticos y maquillaje
- 4.1.3. Fases de documentación
  - 4.1.3.1. Elaboración y análisis de la base de información sobre patrones estéticos
  - 4.1.3.2. Análisis y clasificación de los cánones de belleza vigentes
  - 4.1.3.3. Elaboración del dossier de colaboradores profesionales: criterios para la elaboración y actualización de ficheros de especialistas relacionados con los cambios de imagen
- 4.1.4. Fase de análisis de las características, las necesidades y demandas de las personas usuarias y de su entorno
- 4.1.5. Fase de asesoramiento en cuidados estéticos y maquillaje
  - 4.1.5.1. Elaboración de propuestas técnicas
  - 4.1.5.2. Identificación de parámetros sobre tratamientos estéticos faciales y corporales más adecuados a los objetivos del cambio de imagen
  - 4.1.5.3. Identificación de los distintos estilos de maquillaje
- 4.1.6. Fase de evaluación y control de las propuestas de cambio de imagen

4.2. Campo de actuación del asesor de estética
- 4.2.1. Campo de actuación del asesor de imagen
  - 4.2.1.1. Asesoría de cuidados estéticos
  - 4.2.1.2. Asesoramiento en el cambio de imagen a través de diferentes estilos de maquillaje
  - 4.2.1.3. Asesoramiento estético para actos y eventos

4.3. Técnicas de preparación en el ámbito de asesoría estética y aplicación de protocolos de técnicas de análisis facial corporal
- 4.3.1. Técnicas de preparación del profesional y del cliente
  - 4.3.1.1. Higiene
  - 4.3.1.2. Vestuario
  - 4.3.1.3. Posturas ergonómicas
- 4.3.2. Aplicación de protocolos de técnicas de análisis facial y corporal
  - 4.3.2.1. Fases del proceso
  - 4.3.2.2. Métodos para la exploración
- 4.3.3. Identificación del estado de la piel y anexos. Identificación de alteraciones cutáneas faciales con repercusión en la imagen personal
- 4.3.4. Identificación del tipo de piel. Clasificación y características
- 4.3.5. Identificación de alteraciones estéticas corporales
- 4.3.6. Identificación de posibles alteraciones que requieran tratamientos de medicina estética o cirugía estética
- 4.3.7. Interpretación de resultados. Valoración profesional
- 4.3.8. Elaboración de documentación técnica
- 4.3.9. Seguridad e higiene en los procesos de análisis facial y corporal

4.4. Manejo de los equipos para el análisis estético
- 4.4.1. Manejo de equipos para el análisis estético
  - 4.4.1.1. Clasificación
  - 4.4.1.2. Técnicas de aplicación
  - 4.4.1.3. Precauciones
  - 4.4.1.4. Criterios de selección

4.5. Tratamientos faciales y corporales
- 4.5.1. Identificación, selección y clasificación de los tratamientos estéticos faciales y corporales
  - 4.5.1.1. Tratamientos de: hidratación, alteraciones de la secreción sebácea, despigmentantes, preventivos y paliativos del envejecimiento cutáneo. Regeneradores, reductores y reafirmantes, de celulitis, de obesidad, de la circulación periférica y otras alteraciones
  - 4.5.1.2. Tratamientos faciales y corporales innovadores. Indicaciones
  - 4.5.1.3. Criterios de selección

4.5.2. Identificación, selección y clasificación de los tratamientos para la eliminación y decoloración del vello
4.5.2.1. Técnicas de depilación mecánica: indicaciones y contraindicaciones
4.5.2.2. Técnicas de depilación eléctrica: indicaciones y contraindicaciones
4.5.2.3. Fotodepilación: indicaciones y contraindicaciones
4.5.2.4. Técnicas de decoloración del vello facial y corporal en función del tipo y color
4.5.3. Identificación, selección y clasificación de los cuidados de manos y pies
4.5.3.1. Manicura, pedicura
4.5.3.2. Técnicas de uñas artificiales
4.5.3.2.1. Tratamientos de manos y pies. Indicaciones
4.5.4. Identificación de los parámetros sobre tratamientos faciales y corporales asociados a medicina y cirugía estética
4.5.4.1. Técnicas electroestéticas
4.5.4.2. Técnicas manuales
4.5.4.3. Técnicas cosmetológicas
4.5.4.4. Técnicas hidrotermales
4.5.4.5. Técnicas hidrotermales
4.6. Estudio morfológico del rostro para el asesoramiento en estilos de maquillaje
4.6.1. Estudio del rostro: identificación de las distintas zonas
4.6.2. Visajismo
4.6.2.1. Características morfológicas
4.6.3. Análisis y estudio del rostro y sus elementos
4.6.3.1. Procedimiento de identificación de los tipos de cráneo, estructuras óseas relacionadas y musculatura facial
4.6.3.2. Proporciones generales del rostro
4.6.3.3. Teoría de la horizontalidad
4.6.3.4. Teoría de la verticalidad
4.6.4. Geometría del rostro
4.6.4.1. Tipos de óvalos. Clasificación
4.6.4.2. Armonía del rostro
4.6.4.3. Estudio y clasificación de los elementos del rostro: cejas, ojos, boca, pómulos, barbilla, frente, nariz, mentón y cuello
4.6.5. Medidas y técnicas de visajismo
4.7. Técnicas de dibujo para maquillaje y aplicación de herramientas informáticas
4.7.1. Aplicación de técnicas de dibujo para el maquillaje
4.7.2. Iniciación a las técnicas de expresión gráfica
4.7.2.1. Lineal: delinear y relacionar entre sí distintas zonas del rostro
4.7.2.2. Artístico: estudio del volumen a través del sombreado
4.7.3. Aplicación de herramientas informáticas
4.7.3.1. El color en maquillaje
4.7.3.2. Color luz
4.7.3.3. Color pigmento
4.7.3.4. Representación gráfica: el círculo cromático
4.7.3.5. Armonías cromáticas
4.8. Estilos de maquillaje
4.8.1. Tipos de estilos de maquillaje
4.8.2. Características de los diferentes estilos
4.8.2.1. Luz natural: Maquillaje de cara lavada. Maquillaje de día. Maquillaje de tarde
4.8.2.2. Luz artificial: Maquillaje de noche
4.8.2.3. Maquillajes específicos: Maquillajes para mujeres maduras, con gafas, diferentes características morfológicas raciales. Masculino
4.8.2.4. Maquillajes artísticos: Maquillaje de pasarela. Maquillaje de fiesta
4.8.2.5. Maquillajes especiales: Maquillaje de novia. Maquillaje corrector de alteraciones estéticas
4.8.2.6. Maquillajes para medios audiovisuales
4.8.3. Propuestas de maquillaje adecuadas a las características morfológicas y físicas

4.9. Técnicas de automaquillajes
- 4.9.1. Selección de cosméticos decorativos
- 4.9.2. Diferenciación de tipos, formas de presentación, texturas y zonas de aplicación
- 4.9.3. Selección de útiles y materiales
  - 4.9.3.1. Tipos
  - 4.9.3.2. Características
- 4.9.4. Técnicas previas a la aplicación de maquillaje: pautas para el desmaquillado y preparación de la piel, aplicación de cosméticos específicos: hidratantes, tensores
- 4.9.5. Técnicas de corrección y diseño personalizado de las cejas
- 4.9.6. Técnicas de aplicación de productos cosméticos decorativos
- 4.9.7. Parámetros para la aplicación, en función del cosmético y de la zona
- 4.9.8. Técnicas de aplicación de maquillaje correctivo del rostro
  - 4.9.8.1. Correcciones del color de la piel
  - 4.9.8.2. Aplicación de correcciones claras y oscuras
- 4.9.9. Técnicas de realización del maquillaje de ojos y del maquillaje de labios, en función de las características y de la moda
- 4.9.10. Técnicas de realización del maquillaje de mejillas en función de las características del rostro
- 4.9.11. Proceso de realización de los diferentes estilos de maquillaje y su adecuación al modelo, sexo, edad y circunstancia. Fases y secuenciación
- 4.9.12. Aplicación de accesorios en función del tipo de maquillaje
- 4.9.13. Seguridad e higiene en los procesos de maquillaje

4.10. Propuestas personalizadas de cambios de imagen a través de tratamientos estéticos y maquillaje
- 4.10.1. Estructura específica de la propuesta
- 4.10.2. Descripción y análisis de las necesidades y demandas
- 4.10.3. Valoración de los resultados del estudio de la imagen personal: características que se deben potenciar y/o modificar
- 4.10.4. Características del nuevo estilo
- 4.10.5. Informe de los trabajos técnicos necesarios para el cambio de imagen
  - 4.10.5.1. Selección de tratamientos y cuidados estéticos faciales y corporales
  - 4.10.5.2. Selección de tratamientos asociados a técnicas de cirugía y medicina estética
  - 4.10.5.3. Selección de estilos de maquillaje y/o micropigmentación
- 4.10.6. Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características

4.11. Pautas para el mantenimiento de la nueva imagen
- 4.11.1. Plan de actividades para la formación del cliente en cuidados estéticos
- 4.11.2. Entrenamiento para la higiene, preparación y cuidados básicos de la piel
- 4.11.3. Técnicas de orientación en la selección de cosméticos decorativos: color, textura y zona de aplicación
- 4.11.4. Pautas de aplicación, manipulación y conservación
- 4.11.5. El set de maquillaje básico
- 4.11.6. El automaquillaje: pautas de realización según los estilos propuestos
- 4.11.7. Entrenamiento para el manejo de útiles para el automaquillaje
- 4.11.8. Aplicación de automaquillaje
- 4.11.9. Técnicas de finalización del automaquillaje

## Módulo 5. Habilidades Comunicativas (145 horas)

5.1. Caracterización de los tipos de comunicación
- 5.1.1. La comunicación. Aspectos generales
  - 5.1.1.1. El proceso de comunicación
  - 5.1.1.2. Elementos de la comunicación. Dificultades que surgen en la comunicación
- 5.1.2. Comunicación verbal
  - 5.1.2.1. Comunicación oral: herramientas de la expresión oral
  - 5.1.2.2. Comunicación escrita: herramientas de escritura

5.1.3. Comunicación no verbal
5.1.3.1. Comunicación kinésica. Comunicación gestual: la expresión corporal y el lenguaje facial
5.1.3.2. Comunicación proxémica: el espacio interpersonal
5.1.3.3. Comunicación paralingüística: velocidad, dicción, volumen, énfasis, ritmo, tono y otras características
5.1.4. La comunicación interpersonal, social y laboral. Características. Tipos
5.1.5. La comunicación pública

5.2. Técnicas de comunicación
5.2.1. Las técnicas de comunicación en la actualidad
5.2.2. Imagen personal y comunicación. Elementos de la imagen que influyen en la comunicación

5.3. Técnicas de entrenamiento en comunicación
5.3.1. Actividades para desarrollar habilidades comunicativas personales e interpersonales, sociales y profesionales
5.3.1.1. Actividades para un evento concreto
5.3.1.2. Actividades para cambios progresivos
5.3.1.3. Habilidades de comunicación: la escucha activa y la asertividad
5.3.2. Comparecencias ante público y audiencias
5.3.2.1. Técnica vocal, la personalidad y el mensaje
5.3.2.2. Tipos de comparecencias: oficiales y privadas, entre otras
5.3.3. Características de las comparecencias que condicionan la imagen
5.3.4. Hablar en público
5.3.5. Técnicas y estrategias para mejorar el habla en público
5.3.5.1. Técnicas de respiración y relajación
5.3.5.2. Técnicas de gestión del nerviosismo y del estrés: la respiración diafragmática, gestión del pensamiento, gestión de la conducta y otras

5.4. Técnicas de entrenamiento en comunicación II
5.4.1. Actividades para la modificación de la comunicación escrita, oral y/o gestual
5.4.2. Elaboración de documentos escritos: cartas, tarjetas y otros documentos
5.4.3. Elaboración de diferentes tipos de presentaciones orales: análisis de la estructura y del lenguaje empleado
5.4.4. Métodos para potenciar los recursos expresivos
5.4.5. Actividades para la modificación de los elementos de la imagen que influyen en la comunicación
5.4.6. Elaboración de material audiovisual de apoyo
5.4.7. Importancia de la vestimenta, el color, la luz y otros elementos de la imagen
5.4.8. Entrenamiento en herramientas de la comunicación: teléfono, fax, comunicaciones escritas, internet, correo electrónico, utilización de blog y páginas Web
5.4.9. Técnicas de seguimiento del proceso de asesoría en comunicación

5.5. Plan de actuación del asesor en técnicas de comunicación
5.5.1. Plan general de asesoramiento en técnicas de comunicación
5.5.1.1. Estructura y elementos
5.5.1.2. Fases de actuación del asesor de habilidades comunicativas
5.5.2. Fase de documentación
5.5.2.1. Métodos de obtención de la información: · Fuentes de información
5.5.2.2. Estrategias de búsqueda y criterios de selección
5.5.2.3. Análisis y clasificación de la información
5.5.2.4. Dossier de colaboradores profesionales: criterios para la elaboración y actualización de ficheros de especialistas
5.5.3. Campo de actuación del asesor. Definición y competencias

5.6. Métodos para el análisis de las habilidades comunicativas
- 5.6.1. Métodos para el análisis de las habilidades comunicativas
  - 5.6.1.1. Observación directa del cliente
  - 5.6.1.2. Observación a través de medios audiovisuales
  - 5.6.1.3. Otros métodos de investigación (entrevista con colaboradores, personas cercana, etc.)
- 5.6.2. Detección de las necesidades y demandas del cliente: entrevista personal
  - 5.6.2.1. Ficha de cliente
  - 5.6.2.2. Tipos de registros

5.7. Análisis de los elementos que intervienen en la comunicación
- 5.7.1. Análisis de los elementos que intervienen en la comunicación
  - 5.7.1.1. Estudio del cliente a través de grabaciones de vídeo y audio
  - 5.7.1.2. Análisis de la comunicación verbal y no verbal
- 5.7.2. Análisis de los elementos que intervienen en los distintos ámbitos de actuación: personal, social, cultural y profesional
- 5.7.3. Conclusiones resultantes del proceso de análisis
  - 5.7.3.1. Carencias en el área de comunicación
  - 5.7.3.2. Técnicas de comunicación que hay que potenciar, modificar o adquirir

5.8. Propuesta técnica de comunicación
- 5.8.1. Propuesta de asesoría en técnicas de comunicación
  - 5.8.1.1. Estructura, información y secuenciación
  - 5.8.1.2. Factores que condicionan o modifican la propuesta
- 5.8.2. Propuestas personalizadas
- 5.8.3. Tipos de soportes para la elaboración y preparación de documentos: papel, medios informáticos y medios audiovisuales, entre otros
- 5.8.4. Elaboración de la propuesta en diferentes tipos de soportes

5.9. Técnicas de comunicación
- 5.9.1. Técnicas de comunicación de la propuesta o plan de actuación. Ventajas y desventajas de la comunicación oral y escrita
- 5.9.2. Habilidades de presentación
- 5.9.3. Habilidades para realizar el feed-back
- 5.9.4. Técnicas para la resolución de dudas
- 5.9.5. Cumplimentación de documentación: acuerdos y autorización del proceso

5.10. Aplicación de técnicas de asesoramiento para la comparecencia en medios de comunicación
- 5.10.1. Los medios de comunicación
- 5.10.2. Tipos (masivos e interpersonales) y funciones
  - 5.10.2.1. Principales medios de comunicación
  - 5.10.2.2. Los nuevos medios de comunicación: las redes sociales y otros medios de nueva aparición
- 5.10.3. Características de los medios con influencia en la comunicación
- 5.10.4. La comunicación en los diferentes medios: radio, televisión, cine, publicidad, prensa, videoconferencias e Internet, entre otros
  - 5.10.4.1. Tipos de mensajes
  - 5.10.4.2. Cualidades del orador en los diferentes medios
  - 5.10.4.3. Rueda de prensa, comunicación formal, comunicación informal, reunión, discusión en grupo y otras formas de comunicación pública

5.11. La imagen en la comunicación ante los medios
- 5.11.1. La imagen en la comunicación ante los medios
  - 5.11.1.1. Elementos visuales que influyen en la comunicación
  - 5.11.1.2. Características de los medios que condicionan la imagen
- 5.11.2. Características del lenguaje verbal y no verbal, (oral y gestual) en los diferentes medios de comunicación
- 5.11.3. Adaptación del mensaje y del lenguaje al tipo de público y al medio de comunicación

## Módulo 6. Módulo profesional optativo (50 horas)

## Módulo 7. Itinerario personal para la empleabilidad I (100 horas)

7.1. Evaluación de riesgos laborales
- 7.1.1. La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva
- 7.1.2. Los riesgos generales
- 7.1.3. Los riesgos específicos

7.2. Planificación de la prevención de riesgos en la empresa
- 7.2.1. El Plan de prevención de riesgos laborales
  - 7.2.1.1. Evaluación de riesgos
  - 7.2.1.2. Organización y planificación de la prevención en la empresa
- 7.2.2. Elementos básicos de la gestión de la prevención en la empresa
- 7.2.3. Medidas de prevención y protección

7.3. Primeros auxilios
- 7.3.1. El botiquín de primeros auxilios
  - 7.3.1.1. Situación y elementos básicos
  - 7.3.1.2. Revisión y reposición
- 7.3.2. Tratamiento básico de las lesiones y traumatismos más frecuentes
  - 7.3.2.1. Identificación, clasificación y actuación básica en lesiones: heridas, hemorragias, quemaduras e intoxicaciones
  - 7.3.2.2. Identificación y actuación básica en traumatismos: torácicos, craneoencefálicos, de la columna vertebral, síndrome de aplastamiento, politraumatizados, esguinces, contusiones, luxaciones y fracturas
- 7.3.3. Técnicas de inmovilización y transporte
  - 7.3.3.1. Evaluación de la necesidad de traslado del accidentado o enfermo repentino
  - 7.3.3.2. Aplicación de técnicas de inmovilización y transporte con medios convencionales o inespecíficos
  - 7.3.3.3. Posición lateral de seguridad
  - 7.3.3.4. Posiciones de espera y traslado, según lesión o enfermedad repentina
  - 7.3.3.5. Confección de camillas con medios convencionales o inespecíficos
- 7.3.4. Identificación de las técnicas que no son de su competencia por corresponder a otros profesionales

7.4. Contratos de trabajo
- 7.4.1. Análisis y requisitos de la relación laboral individual
- 7.4.2. Derechos y deberes derivados de la relación laboral
- 7.4.3. El contrato de trabajo y modalidades de contrato de trabajo
- 7.4.4. La nómina. Condiciones económicas establecidas en el convenio colectivo aplicable al sector del título
- 7.4.5. Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo: Causas y efectos
- 7.4.6. Medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida laboral y familiar

7.5. Seguridad social, empleo y desempleo
- 7.5.1. Estructura del Sistema de la Seguridad Social: Modalidades y regímenes de la Seguridad Social
- 7.5.2. Principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: Afiliación, altas, bajas y cotización
- 7.5.3. Acción protectora de la Seguridad Social: Introducción sobre contingencias, prestaciones económicas y servicio

7.6. Orientación profesional y empleo
- 7.6.1. Normativa reguladora del ciclo formativo
- 7.6.2. Importancia de la formación constante y permanente
- 7.6.3. Opciones profesionales: Definición y análisis del sector profesional del título del ciclo formativo
- 7.6.4. Empleadores en el sector
- 7.6.5. Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo y selección de personal
- 7.6.6. Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa

7.7. Habilidades de búsqueda activa de empleo
- 7.7.1. Habilidades de búsqueda activa de empleo
  - 7.7.1.1. Recursos e instrumentos de búsqueda de empleo
  - 7.7.1.2. Canales y vías de búsqueda de empleo
  - 7.7.1.3. El proceso de selección
- 7.7.2. Creación de ambientes positivos en el ámbito laboral

## Módulo 8. Dirección y Comercialización (85 horas)

8.1. Técnicas de organización del establecimiento de imagen personal
- 8.1.1. Modelos organizativos de empresas de imagen personal
  - 8.1.1.1. Las empresas tradicionales de imagen personal
  - 8.1.1.2. Clasificación: según tamaño, propiedad del capital, ámbito y forma jurídica
  - 8.1.1.3. Nuevas tendencias empresariales. Franquicias, tiendas online y otras empresas
- 8.1.2. Instalaciones generales de los establecimientos de imagen personal
  - 8.1.2.1. Normativa y exigencias legales
  - 8.1.2.2. Diseño y distribución
- 8.1.3. Recursos técnicos

8.2. Técnicas de organización y coordinación de los profesionales
- 8.2.1. Los Organigrama del centro
  - 8.2.1.1. Estructura jerárquica y cargos
  - 8.2.1.2. Funciones y competencias
- 8.2.2. Cualificación de los profesionales. Requerimientos académicos y equivalencias profesionales
- 8.2.3. Planificación de la plantilla
  - 8.2.3.1. Proceso de selección del personal
  - 8.2.3.2. Técnicas de selección
  - 8.2.3.3. Entrevistas, test psicológicos, muestras de trabajo y pruebas de actitud
- 8.2.4. Diseño del plan de acogida en la empresa
  - 8.2.4.1. Objetivos: información y formación
  - 8.2.4.2. Etapas
- 8.2.5. Organización y coordinación del horario de trabajo del personal. Planificación de turnos, periodos vacacionales y otros elementos organizativos
- 8.2.6. Organización y coordinación del equipo de trabajo y de los medios materiales

8.3. Atención y comunicación interpersonales
- 8.3.1. La comunicación
  - 8.3.1.1. Comunicación externa e interna en la empresa: tipos
  - 8.3.1.2. Características y diferencias
- 8.3.2. Técnicas de comunicación eficaz
- 8.3.3. Retroalimentación o feedback
- 8.3.4. Comunicación interna en la empresa: comunicación ascendente, descendente y horizontal. Principales características, ventajas e inconvenientes
- 8.3.5. Claves para una comunicación efectiva en un equipo de trabajo. Plan de comunicación interna: diseño, estrategias, implantación y seguimiento
- 8.3.6. Técnicas para la resolución de conflictos
  - 8.3.6.1. Tipos: con mediación y sin mediación
  - 8.3.6.2. Etapas (identificación, determinación, análisis, resolución y seguimiento)
- 8.3.7. El liderazgo
- 8.3.8. Comunicación externa con clientes y proveedores
- 8.3.9. Protocolo de comunicación con el cliente
- 8.3.10. Problemas en la comunicación externa
- 8.3.11. Otros tipos de comunicación

8.4. Planes de formación e información
- 8.4.1. Plan de formación e información
  - 8.4.1.1. Concepto y finalidad
  - 8.4.1.2. Identificación de la política de formación
  - 8.4.1.3. Objetivos del plan de información de la empresa de imagen personal
- 8.4.2. Fase de análisis
  - 8.4.2.1. Detección de necesidades formativas
  - 8.4.2.2. Priorización de necesidades
- 8.4.3. Diseño de actividades formativas
  - 8.4.3.1. Estructura
  - 8.4.3.2. Características
  - 8.4.3.3. Planificación
- 8.4.4. Tipos de acciones formativas: cursos, demostraciones, ponencias, conferencias, ferias y congresos

8.4.5. Comunicación y convocatoria del plan: contenidos, propuesta de formación e instrumentos de comunicación
8.4.6. Fase de desarrollo y aplicación: características, secuenciación y documentación
8.4.7. Fase de seguimiento y evaluación. Instrumentos de evaluación
8.4.8. Operaciones de gestión técnica
8.4.9. Documentación
8.4.10. Sistemas y métodos de archivo de la documentación
8.4.11. Aplicaciones informáticas específicas del sector: tipos, características y utilidades
8.4.12. Configuración de la aplicación: asistencia técnica
8.4.13. Protección de datos: legislación, sistemas de seguridad, protección y confidencialidad de la información

8.5. Elaboración del plan de comercialización
8.5.1. Definición y conceptos básicos del marketing
8.5.2. Plan de comercialización de la empresa
8.5.3. El cliente: Tipos, motivación y fidelización
8.5.4. Los productos y servicios en imagen personal
8.5.4.1. Fabricación y servucción. Diferencias
8.5.4.2. Diseño de ofertas de productos y servicios
8.5.5. Técnicas de venta
8.5.6. Fases
8.5.7. El asesor de ventas
8.5.7.1. Funciones
8.5.7.2. Herramientas: ficha del cliente e informe de gestión

8.6. Organización de técnicas de publicidad y merchandising
8.6.1. Plan de publicidad y merchandising
8.6.1.1. Concepto
8.6.1.2. Objetivos del plan
8.6.2. La publicidad
8.6.2.1. Concepto
8.6.2.2. Objetivos
8.6.3. Elementos que conforman la publicidad como técnica de venta
8.6.4. El mensaje publicitario
8.6.5. La campaña publicitaria
8.6.6. El merchandising en una empresa de imagen personal
8.6.6.1. Concepto
8.6.6.2. Elementos del merchandising
8.6.7. La calidad. Concepto
8.6.8. La figura del consultor-evaluador
8.6.9. Plan de evaluación del proyecto empresarial
8.6.10. Objetivos de la evaluación
8.6.11. Métodos de análisis
8.6.12. Evaluación

## Módulo 9. Asesoría Cosmética (200 horas)

9.1. Protocolo de trabajo en la asesoría cosmética I
9.1.1. Elaboración del protocolo de trabajo del asesor de cosméticos y perfumes
9.1.1.1. Fases de la asesoría de cosméticos
9.1.1.2. Fases de documentación
9.1.1.3. Análisis de las características y necesidades de las personas usuarias
9.1.1.4. Fase de asesoramiento en cosméticos y perfumes
9.1.1.5. Fase de evaluación y control del proceso

9.2. Actuaciones del asesor cosmético
9.2.1. Campo de actuación del asesor de cosméticos y perfumes
9.2.1.1. Concepto
9.2.1.2. Funciones
9.2.2. Conocimientos técnicos y profesionales de los productos
9.2.2.1. Los productos cosméticos: concepto y composición general
9.2.2.2. Principios activos, excipientes y aditivos
9.2.2.3. Parte externa del cosmético: elementos que la conforman. Envase, embalado y etiquetado
9.2.3. Forma cosmética: concepto. Tipos. Características
9.2.4. Actuación de los cosméticos sobre la piel

9.3. Estudio estético para la asesoría cosmética
- 9.3.1. Realización del estudio estético para la asesoría cosmética
  - 9.3.1.1. La piel eudérmica: Características principales
  - 9.3.1.2. Necesidades cosméticas generales
  - 9.3.1.3. Reacción de la piel ante agentes externos
  - 9.3.1.4. Valoración del tipo de piel
  - 9.3.1.5. Tipos de cabellos y características
  - 9.3.1.6. Valoración del estado del cabello y cuero cabelludo
  - 9.3.1.7. Valoración de la morfología corporal

9.4. Cosméticos para la piel
- 9.4.1. Determinación de los cosméticos para la piel
  - 9.4.1.1. Clasificación de los cosméticos Clasificación de los cosméticos
  - 9.4.1.2. Cosméticos de higiene y complementarios
  - 9.4.1.3. Criterios de selección
- 9.4.2. Cosméticos de mantenimiento, protección y tratamiento de la piel
  - 9.4.2.1. Hidratantes, nutritivos o antienvejecimiento y protectores solares
  - 9.4.2.2. Cosméticos faciales y corporales
  - 9.4.2.3. Criterios de selección
- 9.4.3. Cosméticos decorativos
  - 9.4.3.1. Distintas clasificaciones
  - 9.4.3.2. Principales ingredientes activos
  - 9.4.3.3. Indicaciones y criterios de selección
- 9.4.4. Cosméticos para la micropigmentación. Indicaciones
- 9.4.5. Cosmética específica para medicina estética: tipos y funciones
- 9.4.6. Cosmética masculina
- 9.4.7. Novedades cosméticas

9.5. Nutricosmética para la piel
- 9.5.1. Concepto y objetivos
- 9.5.2. Clasificación e indicaciones
- 9.5.3. Principales ingredientes
- 9.5.4. Modo de empleo

9.6. Cosméticos para los anexos córneos
- 9.6.1. Cosméticos capilares
- 9.6.2. Cosméticos para la higiene y el acondicionamiento capilares
- 9.6.3. Cosméticos para alteraciones del cabello y cuero cabelludo
- 9.6.4. Cosméticos para los cambios de color y forma del cabello
- 9.6.5. Cosméticos para el mantenimiento y la protección del cabello y cuero cabelludo
- 9.6.6. Cosméticos para la eliminación del vello
- 9.6.7. Cosméticos decolorantes del vello

9.7. Productos para manicura y pedicura. Nutricoméstica
- 9.7.1. Productos para manicura y pedicura. Clasificación y función
- 9.7.2. Nutricosmética para el cabello y las uñas

9.8. Propuestas personalizadas de tratamientos cosméticos
- 9.8.1. Elaboración del protocolo de tratamiento personalizado
- 9.8.2. Técnicas y protocolo de aplicación de cosméticos de preparación e higiene de la piel
- 9.8.3. Técnicas y protocolo de aplicación de cosméticos de mantenimiento y protección
- 9.8.4. Técnicas y protocolo de aplicación de cosméticos de tratamiento, faciales y corporales
- 9.8.5. Técnicas y protocolo de aplicación de cosméticos de productos capilares
- 9.8.6. Técnicas y protocolo de aplicación de cosméticos para manos y pies
- 9.8.7. Presentación de la propuesta. Dossier de asesoría cosmética

9.9. Perfumes
- 9.9.1. Perfumes: concepto y composición general
- 9.9.2. Estructura de un perfume: Pirámide olfativa
- 9.9.3. Tipos de perfumes
- 9.9.4. Relación del tipo de perfume con las características y necesidades del cliente
- 9.9.5. Factores que influyen en la elección de un perfume
- 9.9.6. Criterios para realizar la compra del perfume

9.10. Pautas para el asesoramiento en la compra de cosméticos
- 9.10.1. Clasificación de establecimientos donde se venden cosméticos: características, tipos de cosméticos de venta, criterios de elección
- 9.10.2. Líneas de cosméticos faciales, capilares y corporales de venta al público y/o profesional
- 9.10.3. Relación calidad precio en la compra de cosméticos
- 9.10.4. Claves para la asesoría de compra de cosméticos faciales, capilares, corporales y decorativos
- 9.10.5. La asesoría de compra de cosmética masculina
- 9.10.6. La comunicación aplicada a la asesoría para la compra de cosméticos
- 9.10.7. El cosmético como artículo de regalo

## Módulo 10. Diseño de Imagen Integral (170 horas)

10.1. La iconología I
- 10.1.1. La iconología
  - 10.1.1.1. Características
  - 10.1.1.2. Historia de la iconología
  - 10.1.1.3. Variaciones universales iconológicas
- 10.1.2. Los iconos
  - 10.1.2.1. Definición
  - 10.1.2.2. Tipos y características
- 10.1.3. Los valores morales y estéticos asociados a la iconología. Los conceptos filosóficos y su simbología
- 10.1.4. Códigos, signos y símbolos. Definición, características y tipos
- 10.1.5. Soportes
  - 10.1.5.1. Códigos estándares y no estándares
  - 10.1.5.2. Códigos particulares, sectoriales, geográficos, culturales, religiosos y otros
- 10.1.6. La percepción iconológica
  - 10.1.6.1. Fisiología y psicología de la percepción
  - 10.1.6.2. Tipos de percepción
- 10.1.7. Los sentidos y la iconología
  - 10.1.7.1. La vista. La luz y sus características
  - 10.1.7.2. El oído. El sonido. Umbral de percepción
  - 10.1.7.3. El tacto. Valoraciones individuales
  - 10.1.7.4. El gusto. Tipos de sabores
  - 10.1.7.5. La objetividad y la relatividad

10.2. La iconología II
- 10.2.1. Diferenciación entre percepción y emociones. - Elementos que conforman la imagen
  - 10.2.1.1. Las líneas. Tipos, percepción, características y aplicación en los diferentes ámbitos de la asesoría
  - 10.2.1.2. Los colores: la percepción del color y sus sensaciones. Aplicación del color en la asesoría. Teoría del color. El círculo cromático. Las gamas térmicas
  - 10.2.1.3. Las formas. Percepción y análisis. Cualidades asociadas. Aplicación en asesoría
- 10.2.2. Expresividad corporal y elementos sensoriales
- 10.2.3. Uso del lenguaje iconológico
- 10.2.4. Los niveles de percepción y sus condicionantes

10.3. Documentación para la asesoría de imagen
- 10.3.1. Bases de información general
  - 10.3.1.1. Identificación de las fuentes documentales: escritas, gráficas, audiovisuales y otras
  - 10.3.1.2. Fichero de especialistas y colaboradores
- 10.3.2. Métodos de obtención de la información
  - 10.3.2.1. Estrategias de búsqueda y selección
  - 10.3.2.2. Rigor de las fuentes
- 10.3.3. Técnicas de clasificación en los diferentes ámbitos
- 10.3.4. Actualización de la información: control, seguimiento y conservación

10.4. Cuestionarios para la asesoría de imagen
- 10.4.1. Cuestionarios de asesoría
  - 10.4.1.1. Concepto y características
  - 10.4.1.2. Finalidad y objetivos
  - 10.4.1.3. Tipos de cuestionarios: básicos y específicos
- 10.4.2. Elaboración y diseño de cuestionarios de asesoría: criterios y características
- 10.4.3. La adaptación de los cuestionarios
  - 10.4.3.1. Elementos de revisión y mejora de los cuestionarios
  - 10.4.3.2. Control de calidad aplicado a los cuestionarios
- 10.4.4. Otros documentos de asesoría

10.5. Diseño de documentos gráficos para la asesoría de imagen
- 10.5.1. Técnicas de expresión gráfica, fotográfica, audiovisual e informática
- 10.5.2. La elaboración de bocetos
  - 10.5.2.1. Técnicas
  - 10.5.2.2. Elementos y útiles de dibujo
  - 10.5.2.3. Morfología y tipología del cuerpo humano
  - 10.5.2.4. Proporciones ideales
- 10.5.3. La fotografía analógica y digital
  - 10.5.3.1. Concepto y principios
  - 10.5.3.2. Funcionamiento básico
- 10.5.4. Las aplicaciones informáticas como medio de tratamiento de la imagen personal
  - 10.5.4.1. Iniciación al tratamiento de fotografías digitalmente
  - 10.5.4.2. Programas informáticos relacionados
- 10.5.5. Los medios audiovisuales
  - 10.5.5.1. Tipos
  - 10.5.5.2. Características
  - 10.5.5.3. La post-producción
- 10.5.6. La televisión
- 10.5.7. El cine
- 10.5.8. La prensa

10.6. Estudio integral de la imagen
- 10.6.1. Técnicas de análisis y evaluación de las características físicas del cliente
- 10.6.2. Identificación del estilo, criterios estéticos y necesidades y demandas del cliente
- 10.6.3. Métodos para detectar los criterios estéticos, las necesidades y demandas
  - 10.6.3.1. La entrevista
  - 10.6.3.2. La autoevaluación del cliente
  - 10.6.3.3. La observación, secuenciación y aplicación de pautas de observación
- 10.6.4. Determinación del tipo de asesoramiento que se va a realizar. Asesoría de imagen parcial, integral, de belleza, profesional, corporativa y otros asesoramientos
- 10.6.5. Aplicación de la documentación para el análisis del cliente
- 10.6.6. Determinación de los elementos que se van a analizar: aspecto estético externo, expresión, cultura y marco social, personalidad, conducta y hábitos, entre otros. Adaptación de los cuestionarios

10.7. Valoración del estudio integral
- 10.7.1. Valoración del estudio integral
- 10.7.2. Procesamiento de los datos obtenidos
- 10.7.3. Registro y control de la información

10.8. Propuestas personalizadas de asesoría de imagen
- 10.8.1. El proyecto de asesoría
  - 10.8.1.1. Concepto
  - 10.8.1.2. Fases
  - 10.8.1.3. Tipos de proyectos
  - 10.8.1.4. Características
- 10.8.2. Diseño de propuestas personalizadas de cambios de imagen
  - 10.8.2.1. Estructura específica de la propuesta
  - 10.8.2.2. Forma
  - 10.8.2.3. Contenido
  - 10.8.2.4. Desvío a otros profesionales
  - 10.8.2.5. Informes
- 10.8.3. Descripción de las necesidades y demandas
- 10.8.4. Conclusión del análisis integral de la imagen

10.8.5. Caracterización del nuevo estilo
10.8.6. Relación de los trabajos técnicos necesarios para el cambio de imagen
10.8.7. Documentación técnica y económica anexa a la propuesta: tipos y características. El presupuesto
10.8.8. Elaboración de diseños gráficos: bocetos para la asesoría de imagen. Elaboración de propuestas en soporte manual e informático
10.8.9. Relación de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto
10.8.10. Plan de actuación: calendario de actuación
10.8.11. Aplicación de técnicas de comunicación para la presentación de propuestas
10.8.12. Conclusión de las propuestas: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso

10.9. Plan de control y seguimiento para los servicios de asesoría de imagen
10.9.1. Elementos del plan de evaluación del servicio de asesoría
10.9.1.1. Causas de las deficiencias en los servicios de asesoría
10.9.1.2. Normas o estándares de calidad
10.9.2. Técnicas para detectar objeciones a las propuestas de asesoría
10.9.3. Técnicas de argumentación ante objeciones a las propuestas
10.9.4. Técnicas para corregir las desviaciones producidas

## Módulo 11. Usos Sociales (85 horas)

11.1. Campo de actuación asesor de usos sociales
11.1.1. El protocolo social
11.1.1.1. Los usos sociales: definición, características y conceptos asociados
11.1.1.2. Historia del protocolo social
11.1.2. Usos del protocolo social
11.1.2.1. Necesidad de códigos de comunicación y conducta: relatividad u obligatoriedad de los usos sociales
11.1.2.2. Conceptos asociados: urbanidad, buenas maneras, habilidades sociales, cortesía, modales y otros términos relacionados con los usos sociales
11.1.2.3. Acciones del protocolo social. Normas, hábitos y costumbres. Acciones que deben evitarse
11.1.2.4. La etiqueta. Los nuevos manuales de urbanidad
11.1.3. Estudio de las características personales asociadas al protocolo social: cualidades que se deben potenciar o modificar
11.1.4. Aplicación de la inteligencia emocional en el comportamiento social
11.1.5. La comunicación verbal y no verbal en el protocolo social: importancia e interpretación de los gestos como medio de comunicación en usos sociales
11.1.6. Estudio del ámbito de aplicación de los usos sociales
11.1.6.1. Comportamiento personal
11.1.6.2. Vida en sociedad y otros
11.1.6.3. Clasificación de los actos y reuniones sociales
11.1.7. La figura del asesor en usos sociales: campo de actuación
11.1.8. Técnicas para detectar las características, necesidades y demandas del cliente en usos sociales

11.2. Determinación de usos y normas protocolarias en las relaciones sociales
11.2.1. Las relaciones sociales
11.2.1.1. Normas de comportamiento en sociedad: aspectos positivos o negativos de hábitos o modelos de comportamientos en público
11.2.1.2. Normas de comportamiento en la vía pública: comportamiento en la calle, en los transportes públicos, en los establecimientos públicos y al volante
11.2.1.3. Aplicación de la etiqueta social en el vestir
11.2.1.3.1. Aspectos prácticos y estéticos del vestuario
11.2.1.3.2. Elegancia y extravagancia
11.2.1.3.3. Etiqueta
11.2.2. Técnicas protocolarias en usos sociales elementales. Normas protocolarias en las visitas
11.2.2.1. Visitas personales
11.2.2.2. Visitas concertadas
11.2.2.3. La atención a visitas
11.2.2.4. Criterios de selección del momento y duración de la visita
11.2.2.5. Normas de actuación en visitas singulares: inesperadas, a enfermos, de pésame y otros tipos de visitas

11.3. Usos sociales ligados a la presentación y comunicación personal
- 11.3.1. Los saludos
  - 11.3.1.1. Modelos de saludos en distintos ámbitos
  - 11.3.1.2. La proxemia en distintos contextos y culturas
  - 11.3.1.3. Saludos a distintas personalidades y autoridades
- 11.3.2. Las invitaciones
  - 11.3.2.1. Principales tipos de invitaciones
  - 11.3.2.2. Respuesta a las invitaciones
- 11.3.3. Las presentaciones
  - 11.3.3.1. Elementos de presentación
  - 11.3.3.2. Presentación de familiares
  - 11.3.3.3. Presentación en sociedad
  - 11.3.3.4. Presentación en la vida profesional. Tarjetas de presentación
  - 11.3.3.5. La auto-presentación
- 11.3.4. Lenguaje y códigos en usos sociales. El arte de conversar en sociedad
  - 11.3.4.1. Lenguaje coloquial. Aspectos negativos y expresiones que se deben evitar
  - 11.3.4.2. Conversaciones en la mesa
  - 11.3.4.3. Conversaciones telefónicas y por videoconferencia

11.4. Caracterización de los usos sociales en la mesa
- 11.4.1. Habilidades sociales en la mesa: comportamiento en la mesa
  - 11.4.1.1. El uso de servilletas, cubiertos y cristalería
  - 11.4.1.2. Formas de servir y tomar los alimentos
- 11.4.2. Preparación de la mesa
  - 11.4.2.1. La decoración de la mesa
  - 11.4.2.2. Elementos que la integran
- 11.4.3. El orden de los elementos en la mesa
  - 11.4.3.1. Colocación de los cubiertos, cristalería, vajilla y elementos auxiliares
  - 11.4.3.2. La lencería: colocación de manteles y servilletas
- 11.4.4. Comensales
  - 11.4.4.1. Tipos y características
  - 11.4.4.2. Clasificación y categoría con respecto al acto
  - 11.4.4.3. Criterios de colocación de comensales en la mesa
  - 11.4.4.4. La mesa y los niños
  - 11.4.4.5. Elección del menú y la hora
  - 11.4.4.6. Tipos de comidas: aperitivo, almuerzo, cena, cóctel, brunch, lunch y buffet
  - 11.4.4.7. Criterios de selección del menú: tipo de comida, características de los comensales, las costumbres, las religiones y otros
  - 11.4.4.8. Selección de vino
- 11.4.5. Modelos de comportamiento en establecimientos de restauración
- 11.4.6. Plan de entrenamiento en habilidades sociales en la mesa

11.5. Propuestas de asesoramiento en usos sociales y Pautas de organización de actos y reuniones sociales
- 11.5.1. Diseño de propuestas personalizadas: definición y estructura
- 11.5.2. Descripción de las necesidades y demandas: análisis de las variables personales, sociales y laborales
- 11.5.3. Valoración de las necesidades en usos sociales y características personales del lenguaje corporal, oral y otros
- 11.5.4. Determinación de los cambios necesarios en usos sociales
- 11.5.5. Elaboración y preparación de materiales
- 11.5.6. Relación de medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Criterios de selección de profesionales colaboradores
- 11.5.7. Documentación técnica y económica: tipos y características. El presupuesto
- 11.5.8. Planificación de acciones. Calendario de actuación, temporalización y coordinación de trabajos
- 11.5.9. Elaboración de propuestas en distintos soportes
- 11.5.10. Presentación de una propuesta personalizada
- 11.5.11. Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso
- 11.5.12. Plan de entrenamiento en los nuevos usos sociales

11.5.13. Pautas de organización de reuniones a domicilio
11.5.14. Recepción en casa
11.5.14.1. Normas básicas de recepción
11.5.14.2. Deberes del anfitrión y de los invitados
11.5.15. Pautas de organización de celebraciones familiares de carácter civil o religioso
11.5.15.1. Características y normas de comportamiento
11.5.15.2. Comunicación del acto e invitaciones
11.5.15.3. Recomendaciones de vestuario
11.5.15.4. Identificación y reparto de actividades y funciones
11.5.15.5. Normas de comportamiento de los invitados
11.6. Organización de eventos singulares
11.6.1. Pautas de organización de banquetes
11.6.1.1. Definición y características
11.6.1.2. Tipos de banquetes protocolarios
11.6.1.3. Invitados y precedencia. Colocación de comensales
11.6.1.4. Elaboración de documentos asociados al banquete: invitaciones, minutas y tarjetas de comensal
11.6.1.5. El menú y sus características
11.6.2. Pautas de organización de bodas
11.6.2.1. Tipo de ceremonias
11.6.2.2. Características. Diferencias regionales, religiosas, étnicas y otras
11.6.2.3. Actos sociales asociados: la petición de mano, las despedidas de solteros y otros actos asociados con las bodas
11.6.2.4. Organización del lugar. Criterios de elección del lugar de celebración
11.6.2.5. La ceremonia: Criterios para la colocación de los asistentes y vestuario aconsejado para los invitados
11.6.2.6. La celebración del festejo: Distribución de la mesa nupcial y de las de los invitados, sistemas de ordenación y la elección del menú
11.6.2.7. Los recordatorios. Los regalos. Las listas de regalos de boda
11.6.3. Necesidades organizativas de otros eventos singulares: fiestas, bailes, exhibiciones de arte, entre otros

## Módulo 12. Imagen Corporativa (140 horas)

12.1. Estudio de la identidad corporativa
12.1.1. La imagen e identidad corporativas
12.1.1.1. Concepto. Diferencias entre identidad e imagen corporativa
12.1.1.2. Elementos que determinan la identidad corporativa
12.1.1.3. Elementos que manifiestan la imagen corporativa
12.1.1.4. Identidad corporativa e institucional: identificación de la imagen corporativa
12.1.2. Personalidad corporativa de la organización. Concepto
12.1.3. La cultura corporativa: Concepto, factores que la determinan, tipos y funciones. Transmisión de la cultura corporativa: habilidades sociales, habilidades de interrelación profesional y corporativa
12.1.4. La ideología o filosofía corporativa de la organización: ideología de los fundadores, adscripciones y niveles de compromiso; ideología del equipo directivo e ideología de los recursos humanos. Repercusión en la identidad e imagen corporativas
12.1.5. Métodos y técnicas para realizar la concreción de la identidad corporativa. El argumento corporativo
12.1.6. Métodos y técnicas para realizar la concreción de la identidad corporativa. El argumento corporativo
12.1.7. Estudio de imágenes corporativas públicas y privadas de ámbito nacional e internacional. Análisis del tratamiento de la imagen corporativa en otros países
12.1.8. Relación entre imagen corporativa y tipos de empresa y/o entidad
12.1.9. Campo de actuación del asesor de imagen corporativa
12.2. Elementos que definen la imagen corporativa de las entidades
12.2.1. La identidad visual corporativa y su repercusión en la imagen corporativa. Elementos básicos
12.2.2. Los signos visuales que determinan la imagen corporativa: el nombre o razón social, la marca, logotipos, imagotipos, rotulación, tipografía, colores corporativos y firma corporativa
12.2.2.1. El posicionamiento de la marca y del logotipo en el consumidor, en los distribuidores, en la competencia y en los medios de comunicación
12.2.2.2. Función comunicativa de la identidad visual: diferenciadora, simbólica, designativa, asociativa y memorística, entre otras funciones

12.2.3. Soportes donde se aplican los elementos gráficos corporativos. Papelería. Uniformes. Envases, etiquetas y embalajes. Artículos promocionales. Transportes. Aplicaciones digitales, editoriales y otros soportes
12.2.4. Líneas de diseño elementales para la creación de la identidad gráfica
12.2.4.1. El manual de identidad visual corporativa
12.2.4.2. Normas referidas a la aplicación del diseño y a la identidad gráfica
12.2.5. Los espacios interiores y exteriores: la arquitectura corporativa. Estilos y materiales. La decoración. Los escaparates
12.2.6. Condicionantes y principios perceptivos de la imagen iconográfica: la vinculación sensorial
12.2.7. El método iconológico aplicado a la asesoría de imagen corporativa
12.2.8. La relación entre los elementos identificadores y la filosofía corporativa. Elementos que se van a potenciar, neutralizar o eliminar
12.2.9. El simbolismo de los elementos distintivos y su diseño. Diferenciación con la competencia. La evolución de los elementos de identificación

12.3. Determinación de la imagen de los colectivos profesionales
12.3.1. La imagen corporativa a través de los colectivos profesionales. Aspectos de la identidad corporativa que se desean transmitir
12.3.2. Análisis del equipo de profesionales. Imagen. Expresión. Estilos. Habilidades de interrelación
12.3.3. Determinación de los elementos, características y símbolos para crear la imagen colectiva
12.3.4. Propuesta de asesoría de imagen colectiva. Manual de procedimiento de imagen colectiva. Profesionales colaboradores
12.3.4.1. Asesoramiento en imagen externa: peinado, automaquillaje y otros aspectos de la imagen
12.3.4.2. Asesoramiento en comunicación verbal y no verbal
12.3.4.3. Asesoramiento en habilidades de comunicación: interrelación personal, social, profesional y corporativa
12.3.5. Implementación de la imagen colectiva. La imagen profesional: imagen externa, uniformes corporativos y nuevas formas de expresión personal

12.4. Proyectos de asesoría de imagen corporativa
12.4.1. Asesoría de imagen corporativa: protocolo de imagen o de estilo
12.4.1.1. Fase de investigación y validación de la identidad corporativa
12.4.1.2. Análisis de los perfiles de mercado, hábitos y costumbres del público y de los competidores
12.4.1.3. Análisis de la personalidad corporativa y de la cultura corporativa
12.4.2. Fase de implementación de la imagen corporativa en los distintos ámbitos y campos de aplicación
12.4.3. Fase de mantenimiento y control de la imagen corporativa: establecimiento de los indicadores de calidad
12.4.4. Documentación técnica anexa a la propuesta: tipos y características
12.4.5. Herramientas y técnicas para la elaboración de los proyectos de imagen corporativa
12.4.6. Elaboración de propuestas en soporte manual e informático
12.4.7. Planificación de acciones. Documentación económica: elaboración del presupuesto
12.4.8. Presentación de la propuesta personalizada
12.4.9. Conclusión de la propuesta: resolución de dudas, acuerdos y autorización del proceso

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

12.6. Estrategias de comunicación
- 12.6.1. Plan de comunicación empresarial: definición de objetivos, definición de estrategias y mensajes, calendario de actuación, evaluación de costes y seguimiento del plan. Instrumentos del plan de comunicación: las relaciones públicas, las campañas de comunicación y otros instrumentos
- 12.6.2. Análisis y aplicación del plan de comunicación empresarial
  - 12.6.2.1. Selección de los medios y ejecución del plan
  - 12.6.2.2. Pautas para la comunicación verbal y no verbal
  - 12.6.2.3. Estrategias de prensa
  - 12.6.2.4. La tecnología y la comunicación en la imagen corporativo
- 12.6.3. Las relaciones externas con repercusión en la imagen empresarial/institucional
- 12.6.4. Relaciones con los medios y las agencias de comunicación
- 12.6.5. La promoción institucional y/o corporativa. Definición y características. Elementos de promoción corporativa
- 12.6.6. Las acciones de patrocinio/mecenazgo. Concepto
- 12.6.7. Responsabilidad social corporativa. Concepto. Características. Repercusión social

## Módulo 13. Inglés profesional para Grado Superior (50 horas)

13.1. *The human body*
- 13.1.1. *In this lesson we will learn*
- 13.1.2. *Parts of the body*
- 13.1.3. *Anatomy*
- 13.1.4. *Verbs related to parts of the body*

13.2. *Physical appearance*
- 13.2.1. *Physical characteristics*
- 13.2.2. *Different skin types*
- 13.2.3. *Have a good/ bad figure/ fashion sense*

13.3. *I´m going to start the gym tomorrow*
- 13.3.1. *New vocabulary: Gym and sports activities*
- 13.3.2. *Verbs and adjectives related to fitness*

13.4. *Prevention. Exercise and nutrition*
- 13.4.1. *In this lesson we will learn*
- 13.4.2. *Vocabulary, verbs and expressions related to nutrition*

## Módulo 14. Itinerario personal para la empleabilidad II (70 horas)

14.1. Optimizando la Empleabilidad
- 14.1.1. Las habilidades sociolaborales
- 14.1.2. Habilidades de autonomía personal para la inserción sociolaboral
- 14.1.3. Conocimiento del entorno social y la comunidad
- 14.1.4. Gestión y organización del tiempo
- 14.1.5. Autogobierno
- 14.1.6. Habilidades sociales para la inserción sociolaboral
- 14.1.7. Habilidades básicas de interacción social
- 14.1.8. Habilidades de conversación
- 14.1.9. Habilidades de cordialidad y cooperación
- 14.1.10. Habilidades de autoafirmación / asertividad
- 14.1.11. Habilidades emocionales / inteligencia emocional
- 14.1.12. Habilidades laborales
- 14.1.13. Habilidades profesionales específicas de cada empleo
- 14.1.14. Normas de comportamiento en el puesto de trabajo
- 14.1.15. Habilidades relacionadas con el trabajo / competencias transversales

14.2. La iniciativa emprendedora y la empresa
- 14.2.1. El espíritu emprendedor
- 14.2.2. El empresario
- 14.2.3. Evolución histórica de la figura del empresario
- 14.2.4. Visión actual del empresario
- 14.2.5. La empresa: su papel en la economía
- 14.2.6. La empresa como sistema

14.3. Creación y puesta en marcha de una empresa
- 14.3.1. Las personas jurídicas y sus formas
- 14.3.2. Las sociedades
  - 14.3.2.1. Sociedad no mercantil
  - 14.3.2.2. Sociedad mercantil
  - 14.3.2.3. Cooperativa
  - 14.3.2.4. Franquicia
- 14.3.3. Trámites para crear una empresa
- 14.3.4. Trámites previos
  - 14.3.4.1. Certificación negativa de nombre
  - 14.3.4.2. Ingreso del capital en cuenta corriente
  - 14.3.4.3. Elaboración de estatutos y otorgamiento de escrituras al notario
  - 14.3.4.4. Solicitud del número de identificación fiscal (NIF)
  - 14.3.4.5. Pago de impuestos de Transmisiones Patrimoniales y Actos jurídicos documentados
  - 14.3.4.6. Inscripción en el registro mercantil
- 14.3.5. Trámites para el funcionamiento
  - 14.3.5.1. Trámites ante la Agencia Tributaria
  - 14.3.5.2. Trámites ante el Ayuntamiento
  - 14.3.5.3. Trámites ante la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS)
  - 14.3.5.4. Trámites ante la Dirección Provincial de Trabajo
  - 14.3.5.5. Trámites ante el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE)
  - 14.3.5.6. Trámites ante otros registros
- 14.3.6. Crear una empresa por internet

14.4. Emprendimiento Corporativo
- 14.4.1. Dimensiones del emprendimiento corporativo
  - 14.4.1.1. Propiedad organizacional
- 14.4.2. Fases del emprendimiento corporativo
  - 14.4.2.1. Recopilar y validar ideas de las partes interesadas corporativas
  - 14.4.2.2. Establecer metas y objetivos de innovación empresarial claros
  - 14.4.2.3. Construir equipos de emprendimiento e innovación corporativos
  - 14.4.2.4. Ejecutar la estrategia de innovación corporativa
  - 14.4.2.5. Unirse a un programa de innovación corporativa
- 14.4.3. Tipos de emprendimiento corporativo
- 14.4.4. Corporate venturing
  - 14.4.4.1. Renovación organizacional
  - 14.4.4.2. Innovación (orientación empresarial)
- 14.4.5. Modelos (ejemplos) de emprendimiento corporativo
  - 14.4.5.1. El facilitador (Google)
  - 14.4.5.2. El productor (Cargill)
  - 14.4.5.3. El oportunista (Zimmer)
  - 14.4.5.4. El defensor (DuPont)

14.5. Innovación Estratégica
- 14.5.1. Dimensiones de la estrategia corporativa
  - 14.5.1.1. Proceso de innovación gestionado
  - 14.5.1.2. Alineación estratégica
  - 14.5.1.3. Previsión en la industria Visión cliente consumidor
  - 14.5.1.4. Tecnologías y competencias básicas
  - 14.5.1.5. Preparación organizacional
  - 14.5.1.6. Implementación disciplinada
- 14.5.2. Tipos de innovación estratégica (ejemplos)
  - 14.5.2.1. Proactiva
  - 14.5.2.2. Activa
  - 14.5.2.3. Reactiva
  - 14.5.2.4. Pasiva
  - 14.5.2.5. Innovación estratégica disruptiva

14.5.3. Diferencias entre estrategia tradicional e innovación estratégica
14.5.4. Pasos para desarrollar una innovación estratégica
14.5.4.1. Determine objetivos y enfoque estratégico de la innovación
14.5.4.2. Conozca su mercado: clientes y competidores
14.5.4.3. Defina su propuesta de valor
14.5.4.4. Evalúe y desarrolle sus capacidades básicas
14.5.4.5. Establezca sus técnicas y sistemas de innovación
14.5.5. Strategic innovation framework (SIF)
14.5.5.1. Definición y conceptos fundamentales
14.5.5.2. Modelo del ciclo de vida (Abraham y Knight)
14.5.6. Importancia de la innovación estratégica

## Módulo 15. Digitalización aplicada a los sectores productivos (30 horas)

15.1. Transformación Digital y Empresarial
15.1.1. Digitalización vs. transformación digital
15.1.2. Social business: plataformas, procesos y personas
15.1.2.1. ¿Cómo se construye el social business?
15.1.3. Modelos organizativos
15.2. Diferentes tecnologías habilitadoras digitales (THD)
15.2.1. Definición de proyecto 4.0
15.2.2. Ejemplos de habilitadores digitales en la industria
15.2.2.1. Big Data
15.2.2.2. *Machine learning*
15.2.2.3. Implantación de robótica colaborativa (cobots)
15.2.2.4. Impresión aditiva 3D
15.2.2.5. IoT
15.3. Sistemas basados en cloud/nube
15.3.1. Desarrollo
15.3.1.1. Características
15.3.1.2. ¿Qué es el Cloud Computing?
15.3.1.3. ¿Cuáles son las ventajas del Cloud Computing?
15.3.2. Modelos de implementación
15.3.3. Niveles o capas
15.3.4. Otros modelos de servicios para la nube
15.4. Inteligencia Artificial (IA)
15.4.1. Concepto de inteligencia artificial
15.4.2. Tipos de inteligencia artificial
15.4.3. Inteligencia artificial vs. Machine learning
15.4.4. Depp learning
15.5. Big Data
15.5.1. Concepto de Big data y Smalldata
15.5.1.1. ¿Qué es el Big Data
15.5.1.2. ¿Cuál es el objetivo del Big Data?
15.5.1.3. ¿Qué es el Small Data
15.5.2. Las 4 V del Big Data
15.5.3. Analítica predictiva
15.6. Proyectos de transformación digital. Aplicaciones de uso
15.6.1. Camino de la transformación digital
15.6.1.1. Etapa 1. Negocio tradicional
15.6.1.2. Etapa 2: Presente y activos
15.6.1.3. Etapa 3. Emprendimiento interno
15.6.1.4. Etapa 4: estrategias
15.6.1.5. Etapa 5: Convergencia
15.6.2. Proyectando la transformación digital
15.6.2.1. Etapa 6: Innovadoras y adaptativas
15.6.3. Cómo triunfar en la transformación digita

## Módulo 16. Sostenibilidad aplicada al sistema productivo (30 horas)

16.1. Desarrollo sostenible: Empresa y medio ambiente
- 16.1.1. Desarrollo sostenible: empresa y medio ambiente
  - 16.1.1.1. Desarrollo sostenible: objetivos y metas
  - 16.1.1.2. La actividad económica y su impacto en el medio ambiente
  - 16.1.1.3. La responsabilidad social de las empresas

16.2. Agenda 2030 y Objetivos de desarrollo sostenible
- 16.2.1. Agenda 2030 y objetivos de desarrollo sostenible
  - 16.2.1.1. La Agenda 2030: antecedentes, proceso de aprobación y contenido
  - 16.2.1.2. Los 15 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) Guía SGD Compass

16.3. Economía circular
- 16.3.1. Economía circular
  - 16.3.1.1. La economía circular
  - 16.3.1.2. Legislación y estrategias de apoyo a la economía circular
  - 16.3.1.3. Diagramas del sistema de la economía circular

16.4. Planes directores de eficiencia energética
- 16.4.1. Planes directores de eficiencia energética
  - 16.4.1.1. Metodología de elaboración de un plan director
  - 16.4.1.2. Modelos de gestión
  - 16.4.1.3. Eficiencia energética dentro de un plan director

## Módulo 17. Módulo profesional optativo II (90 horas)

## Módulo 18. Proyecto intermodular de asesoría de imagen personal y corporativa (50 horas)

*A lo largo de este itinerario educativo podrás acceder a los contenidos más novedosos en esta área, a partir de la metodología Relearning, que te permitirá aprender de forma progresiva y eficaz"*

05

# Fase de Formación en Empresa (FFE)

En la recta final de este programa, tendrás la oportunidad de adquirir experiencias prácticas mediante una estancia presencial en centros y equipos profesionales dedicados a la imagen corporativa de prestigio. TECH FP, a partir de su amplia red de convenios y colaboraciones, ha pactado la realización de este periodo de formación en centros de trabajo con instituciones del mundo de la imagen personal y corporativa. Todas ellas destacan por sus equipos profesionales de gran renombre y por disponer de las tecnologías más avanzadas de este panorama.

Estas prácticas serán la oportunidad idónea para que puedas desarrollar todas las actividades relacionadas con los módulos de estudio de este Grado Superior Oficial, aplicando las últimas tendencias de imagen personal. De ese modo, la estancia presencial te proporcionará un dominio global de todas las técnicas de trabajo en este ámbito y, al completar el programa, contarás con un perfil profesional amplio, acorde con las demandas más recientes de esta área. Gracias a ello, no solo multiplicarás tus posibilidades de inserción laboral, sino que también aprenderás a partir de la experiencia de los mejores profesionales del sector.

Además, este proceso formativo servirá para validar por completo tu capacitación como Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, según las pautas oficiales aprobadas por la Consejería de Educación autonómica correspondiente.

Características de la FFE: Tu primer paso hacia el éxito profesional

La Fase de Formación en Empresas u Organismo Equiparado (FFE) tendrá una duración de 500 horas, que están perfectamente integradas dentro de los módulos profesionales, asegurando una experiencia formativa completa y de calidad

Se lleva a cabo en un único periodo durante el segundo curso, lo que te permite concentrarte en aprovechar al máximo esta oportunidad práctica

Podrás realizar tus prácticas en un centro de trabajo de tu Comunidad Autónoma o provincia, garantizando comodidad y cercanía para que te enfoques en lo que realmente importa: aprender de los mejores

En TECH contamos con convenios exclusivos con las empresas líderes del sector, lo que te asegura un entorno de trabajo dinámico y a la vanguardia del mercado laboral

*A través de estas prácticas, adquirirás una significativa experiencia que te permitirá impulsar tu carrera profesional y maximizar tus oportunidades laborales en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa"*

06

# ¿Dónde podré realizar la Fase de Formación en Empresa (FFE)?

En TECH nos adelantamos a tus necesidades. Gracias a nuestro equipo especializado en desarrollo de negocio, ya hemos firmado cientos de convenios con empresas de prestigio en toda España, ofreciéndote la oportunidad de realizar tu Fase de Formación en Empresas (FFE) en el sector que te apasiona.

Tú eliges la provincia donde quieres llevar a cabo tu FFE, ¡sin limitaciones! Y si en el momento de tu matrícula aún no tenemos un convenio en la zona que prefieres, no te preocupes. Nuestro equipo se pondrá manos a la obra para asegurarse de que, cuando llegue el momento, dispongas de una empresa en la provincia que elijas o en aquella que mejor se adapte a ti.

Con TECH, tu formación siempre va de la mano de las mejores oportunidades.

> *TECH te permitirá realizar la Fase de Formación en Empresas desde la provincia en que resides o en aquella que tú elijas gracias a su amplia red de convenios de colaboración y prácticas"*

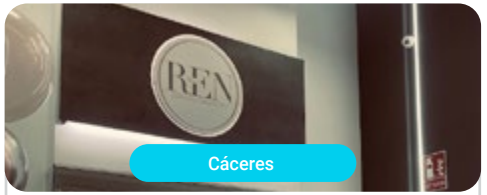
Para esta Fase de Formación en Empresa (FFE), están disponibles las siguientes instituciones:

### Oxigénate Peluquería y Estética

País: España
Ciudad: Alicante

Dirección: Avenida Condomina 46, 03540

Centro de belleza para realizar diferentes tratamientos estéticos

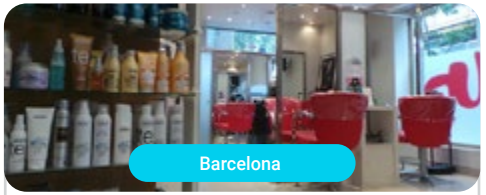



### REN CLINIC

País: España
Ciudad: Cáceres

Dirección: CC Ruta de la Plata, Londres, 1, local Z1A, Centro, 10005 Cáceres

La clínica ofrece una amplia gama de tratamientos estéticos, desde rellenos de ácido hialurónico hasta tratamientos de rejuvenecimiento facial

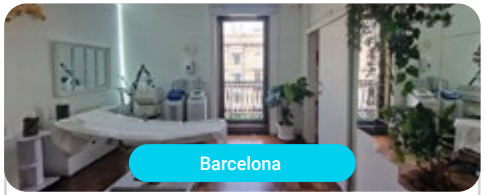



### María Barcelona Peluquerías

País: España
Ciudad: Barcelona

Dirección: Paseo Bonanova, 12, Sarrià-Sant Gervasi, 08022, Barcelona

Centro de estética profesional en todo lo relacionado con la imagen personal




### Centro Estética Barcelona CEB

País: España
Ciudad: Barcelona

Dirección: Ronda de la Univ., 20, 4º,3ª, Eixample, 08007

Servicios de medicina estética mínimamente invasiva, medicina deportiva, masoterapia, rejuvenecimiento y asesoría nutricional

### Centros Único Gran Plaza 2

País
España

Ciudad
Madrid

Dirección: Calle de los Químicos, 28222 Majadahonda, Madrid

Su misión es poner al alcance lo mejor de la tecnología, de la estética y de la medicina estética, sin barreras, sin misterios y sin tabúes

### Centros Único Centro Oeste

País
España

Ciudad
Madrid

Dirección: Calle Las Moreras, 2 (El Carralero C.C. Centro Oeste Local 25-41, 28220 Majadahonda, Madrid

Centros Único Centro Oeste garantiza el bienestar y salud de todos sus pacientes

*Con las prácticas que TECH te ofrece podrás conseguir un puesto laboral acorde a tus expectativas de crecimiento profesional y personal”*

07

# Requisitos de Acceso

Serán aptos para matricularse en el Ciclo Formativo de Grado Superior Oficial en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa los alumnos que cumplan con el requisito de edad y alguno de los supuesto académicos.

**Edad**

- Tener 18 años o cumplirlos en el año natural de la formalización de la matrícula
- Los mayores de 16 años, o que cumplan dicha edad en el año natural, al realizar la matrícula deben encontrarse en alguna de las siguientes situaciones:
  - Estar dado de alta como trabajador por cuenta propia o ajena
  - Tener la condición de deportista de alto nivel o alto rendimiento
  - Encontrarse en situación extraordinaria de enfermedad, dificultad física o sensorial, o en situación de dependencia o con personas a su cargo que le impida cursar estas enseñanzas en régimen presencial

*"Este es el mejor momento para iniciar tu formación, no esperes más y realiza tu solicitud"*

**Académicos***

- Estar en posesión del Título de Bachiller, o de un certificado acreditativo de haber superado todas las materias del Bachillerato
- Haber superado el segundo curso de cualquier modalidad de Bachillerato experimental
- Estar en posesión de un Título de Técnico (Formación Profesional de Grado Medio)
- Estar en posesión de un Título de Técnico Superior, Técnico Especialista o equivalente a efectos académicos
- Haber superado el Curso de Orientación Universitaria (COU)
- Estar en posesión de cualquier Titulación Universitaria o equivalente
- Haber superado la prueba de acceso a ciclos formativos de grado superior (se requiere tener al menos 19 años en el año que se realiza la prueba o 18 para quienes poseen el título de Técnico)
- Haber superado la prueba de acceso a la Universidad para mayores de 25 años (la superación de las pruebas de acceso a la Universidad para mayores de 40 y 45 años no es un requisito válido para acceder a FP)

*Los estudiantes con titulación no española que deseen matricularse en este Ciclo Formativo podrán hacerlo presentando el documento de solicitud de homologación ante las autoridades educativas competentes

## Lorena Malariaga

**Asesora-consultora de estilismo en el vestir**

*"Con este Ciclo de Grado Superior Oficial, TECH me abrió las puestas de un campo profesional acorde con mis intereses y preferencias. Siempre estuve interesada por la imagen y la moda, pero nunca pensé dedicarme a ella de manera profesional hasta que tuve en mis manos esta titulación"*

## Julio Osorio

**Asistente personal en el cuidado de la imagen**

*"Estudiar con TECH fue una experiencia increíble para mí, gracias a su metodología 100% online. En todo momento estuve buscando un programa académico que me diera libertad para acceder a los contenidos, según mis horarios personales, y sin duda encontré esas facilidades en esta titulación"*

08

# Convalidaciones

Si has cursado estudios en España y deseas convalidar módulos profesionales de Formación Profesional, el proceso es sencillo. Solo necesitas estar matriculado en el ciclo formativo y los módulos específicos que quieras convalidar.

Una vez lo solicites, nosotros nos encargamos de todo. Realizamos todos los trámites para que puedas enfocarte en lo que realmente importa: seguir avanzando en tu formación sin complicaciones.

Si has iniciado un ciclo formativo de FP en otro centro de cualquier punto de España y quieres venir con nosotros a terminarlo, nosotros nos encargamos de realizar el traslado de expediente, tu solo tendrás que centrarte en tu aprendizaje.

Si ya terminaste un ciclo de Formación Profesional y ahora quieres estudiar otro con nosotros, debes saber que puedes convalidar algunos módulos profesionales y evidentemente, nosotros nos encargamos del proceso.

¿Qué puedo aportar?

> *¿Cuentas con estudios previos y quieres saber si puedes convalidar temas de este Ciclo Formativo a través de ellos? Envía a nuestro equipo académico la información la evaluaremos de inmediato”*

01 Títulos de Formación Profesional y Módulos Experimentales de Nivel II o Nivel III, regulados al amparo de la Ley 14/1970, de 4 de agosto General de Educación y Financiamiento de la Reforma Educativa

02 Certificados de Profesionalidad o Certificados Profesionales

03 Unidades de competencia oficialmente acreditadas

04 Estudios Universitarios oficiales, solo en Grado Superior

05 Si la matrícula es en Grado Medio: en ningún caso se puede aportar estudios universitarios oficiales de diplomado, licenciado o grado puesto que los ciclos de grado medio no pertenecen al espacio de la educación superior

06 Solicitud de Convalidaciones de Módulos Profesionales de títulos de Formación Profesional

# 09

# Idiomas Gratuitos

TECH Formación Profesional ofrece los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER). Los 48 Cursos de Preparación de Nivel Idiomático que tiene la Escuela de Idiomas de TECH están desarrollados en base a las últimas tendencias metodológicas de aprendizaje en línea. Asimismo, su enfoque orientado a la acción y la adquisición de competencia lingüística posibilita una preparación más flexible y acelerada de cara a los exámenes oficiales de certificación de nivel.

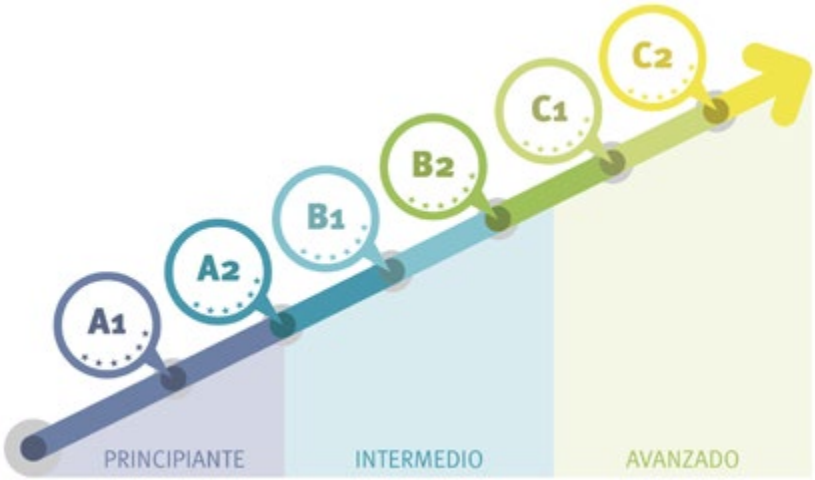
Por medio de este sistema, el estudiante aprenderá mediante actividades en contextos reales, la resolución de situaciones cotidianas de comunicación en entornos simulados de aprendizaje y se enfrentará a simulacros de examen para la preparación de la prueba de certificación de nivel.

El Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas es el máximo sistema oficial de reconocimiento y acreditación del nivel del alumno. Aunque existen otros sistemas de validación, estos proceden de instituciones privadas y, por tanto, no tienen validez oficial. El MCER establece un criterio único para determinar los distintos niveles de dificultad de los cursos y otorga los títulos reconocidos sobre el nivel de idioma que se posee. Por eso, ya son muchos los colegios, las universidades y las empresas que solo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un título oficial en base al MCER.

TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- Podrá elegir los Cursos de Preparación de Nivel de los idiomas y nivel que desee, de entre los disponibles en la Escuela de Idiomas de TECH, mientras estudie el Ciclo, para poder prepararse el examen de certificación de nivel
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCER, desde el nivel A1 hasta el nivel C2
- Cada año podrá presentarse a un examen telepresencial de certificación de nivel, con un profesor nativo experto. Al terminar el examen, TECH le expedirá un certificado de nivel de idioma
- Los cursos serán gratuitos. Estudiar idiomas NO aumentará el coste del programa.
- El estudio ilimitado y la certificación anual de cualquier idioma están incluidas en la titulación

*"48 Cursos de Preparación de Nivel para la certificación oficial de 8 idiomas en los niveles MCER A1, A2, B1, B2, C1 y C2"*



# 10
# Metodología

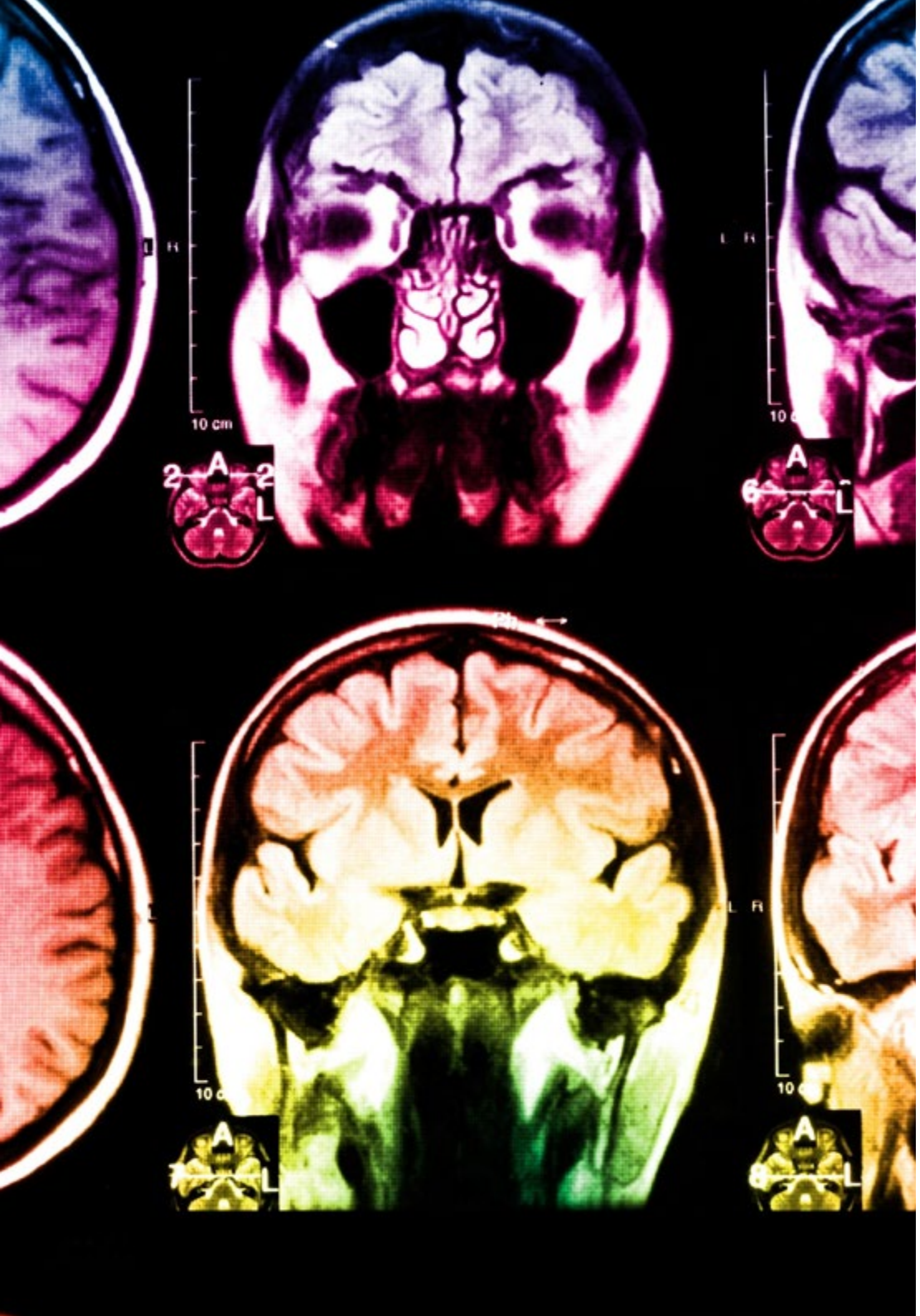
Nuestra institución es la primera en el mundo que combina la metodología de los *case studies* con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos los case studies con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

> *TECH pone a tu disposición un método de aprendizaje que ha revolucionado la Formación Profesional y con el que mejorarás tus perspectivas de futuro de forma inmediata.*

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los profesionales del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina *Relearning*.

Nuestra institución es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019 conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos…) con respecto a los indicadores del mejor centro educativo online en español.



Esta titulación de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer tu crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso en TECH utilizarás los *case studies*, la metodología de enseñanza más avanzada y eficaz del mercado educativo.

> *Nuestro programa te proporciona las mejores habilidades profesionales, preparándote para afrontar todos los retos actuales y futuros en esta área"*

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomasen decisiones y emitiesen juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

Ante una determinada situación, ¿qué harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.

**En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:**

### Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.

### Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

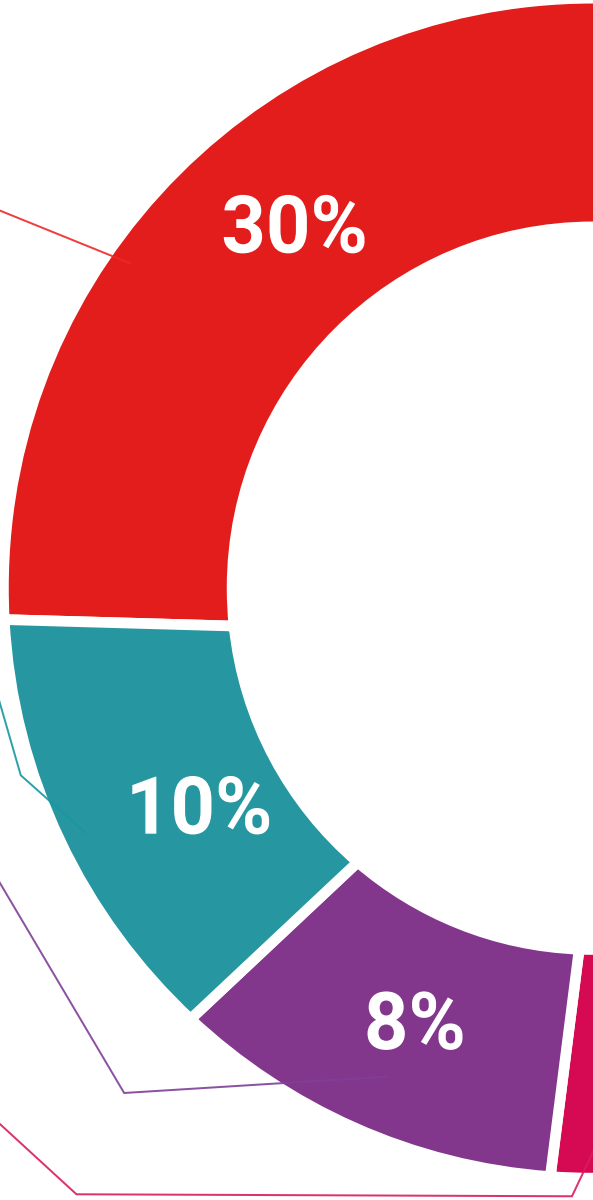
El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

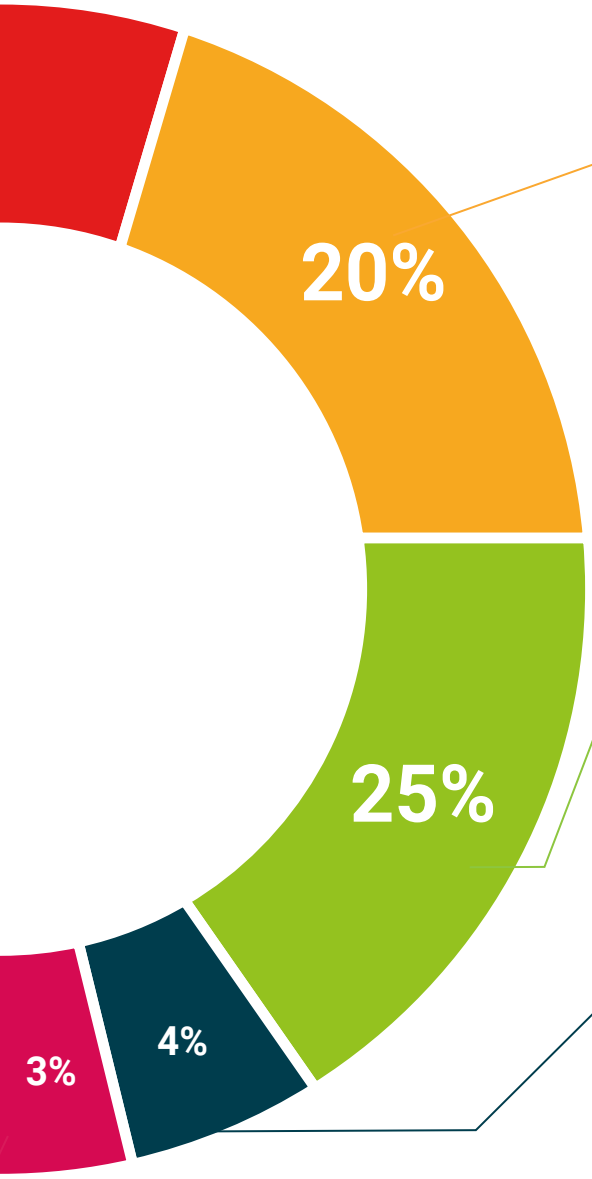
### Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.

### Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.






### *Case Studies*

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

### Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".

### *Testing & Retesting*

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.

# 11
# Tutorías

A lo largo de este Ciclo de Grado Superior recibirás un acompañamiento constante por parte del profesorado. Así, disfrutarás de tutorías semanales de todos los módulos con clases magistrales, resolución de dudas y correcciones individuales y colectivas, obteniendo una orientación regular para alcanzar todos tus objetivos formativos.

Por tanto, a la innovadora metodología de aprendizaje online con la que se desarrolla este programa oficial se le une la gran oportunidad de contar con un apoyo personalizado a lo largo del todo el plan de estudios.

Todo ello, con la máxima garantía y excelencia asegurándonos de ofrecerte una tutorización predominantemente individualizada y ajustada a tus necesidades académicas.

> *Tendrás acceso a diversas tutorías en las que recibirás un acompañamiento personalizado y adaptado a tus necesidades formativas”*

Las tutorías podrán ser de carácter presencial o de carácter no presencial, individuales o colectivas y siempre serán de asistencia voluntaria.

## Acompañamiento personalizado

Disfrutarás de un acompañamiento continuo y personalizado por parte del profesorado de este programa académico, quienes tendrán en cuenta tus circunstancias personales para adaptarse a tus necesidades formativas y laborales mediante las diferentes tutorías ofrecidas a lo largo del curso.

## Tutoría Inicial

Coincidiendo con la fecha de inicio de cada módulo el tutor realizará la Tutoría Inicial donde presentará los contenidos, las actividades y los criterios de evaluación y calificación del módulo. Si no puedes asistir por cualquier motivo, podrás solicitar una tutoría individual para obtener la información de la tutoría inicial.

## Tutorías Individuales

Constituyen el mayor peso dentro de nuestra propuesta, ya que consideramos que, mediante un seguimiento personalizado, el docente-tutor conocerá el momento de aprendizaje exacto de cada alumno.

## Tutorías colectivas

Las tutorías colectivas servirán para poner en común aspectos generales, teóricos y prácticos del Ciclo de Grado Superior. En caso de que no puedas estar presente en las tutorías colectivas, tendrás acceso a ellas a posteriori en la plataforma virtual para que las consultes cuando y cuantas veces lo necesites.

## Tutorías presenciales

Si lo deseas, tienes la oportunidad de realizar tutorías colectivas y presenciales donde podrás asistir voluntariamente al centro y realizar actividades prácticas relacionadas con los resultados de aprendizaje, disponiendo del profesor tutor, uso de material o el equipamiento de las instalaciones del centro.

*Disfruta de la oportunidad de asistir voluntariamente a tutorías presenciales en un centro con los mejores recursos prácticos y de aprendizaje”*

12

# Evaluación y exámenes

Las evaluaciones ordinarias se llevarán a cabo de forma online y de manera habitual durante todo el curso. Estas se desarrollarán en el campus virtual donde se albergan el resto de los contenidos de cada uno de los módulos.

Así mismo, y al tratarse de un Ciclo de Grado Superior Oficial, la realización de exámenes finales presenciales será obligatoria. La superación de estos exámenes conduce a la obtención de un título oficial de Formación Profesional. Las pruebas presenciales garantizaran que has alcanzados los aprendizajes necesarios para desarrollar tu profesión de Técnico Superior.  A lo largo del curso en TECH FP podrás realizar simulacros online de examen diseñados con la última tecnología educativa.

Además, los contenidos y el método de aprendizaje con los que se desarrolla este programa están especialmente pensados para que alcances los objetivos académicos, por lo que cuentas con la garantía de recibir un aprendizaje óptimo que te guiará hacia la obtención del título oficial.

*TECH te garantiza un aprendizaje global: contarás con los mejores contenidos y simulacros de evaluación para que puedas superar los exámenes. Así obtendrás tu título oficial”*

## Exámenes Presenciales

Tras la inscripción, tu tutor personal te informará de la fecha exacta en la que se realizarán las diferentes convocatorias de examen

Además, en el campus tendrás una Guía donde encontraras toda la información del desarrollo de tu curso y las fechas de los exámenes presenciales obligatorios

Estos exámenes presenciales se llevarán a cabo en el centro en el que te hayas inscrito

Cada año tendrás dos convocatorias:

- Una ordinaria que tendrá lugar la segunda quincena de mayo
- Otra extraordinaria que se realiza normalmente en junio y a la que solo asistirán aquellos alumnos que no consigan superar la primera convocatoria

En cada convocatoria se efectuará un examen por cada uno de los módulos del Ciclo de Grado Superior Oficial

Los exámenes se realizarán en 2 jornadas. Normalmente, en sábado y domingo

13

# Titulación

El Ciclo de Grado Superior Oficial en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, un título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

Tras la consecución del programa completo y superación de las evaluaciones, podrás solicitar tu título, expedido por la Administración Pública competente. Durante la tramitación del título obtendrás, además, un certificado de titulación.

Gracias a la alta calidad académica del programa, la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid concedió la autorización oficial de estudios el día 22/05/2023 a través de la Orden 1234567890.

Este título tiene carácter de validez oficial en todo el territorio español y faculta al egresado para ejercer los derechos que a este título otorgan la legislación y disposiciones oficiales vigentes.

Si tiene cualquier duda puede dirigirse a su asesor académico o directamente al departamento de atención al alumno, a través de este correo electrónico: informacion@tech-fp.com

Título: **Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa**

Modalidad: **Online**

Nº Orden: **1234567890**

Fecha de la Orden: **22/05/2023**

Nº Horas Lectivas: **2.000**

Duración: **2 años**

España
*Felipe VI, Rey de España*
Comunidad de Madrid
*y en su nombre*
*El Consejero de Educación, Universidades, Ciencia y Portavocía de la Comunidad de Madrid*
*Considera que, conforme a las disposiciones y circunstancias prevenidas por la legislación vigente,*
*Don Nombre Apellido Apellido*
*nacido el día dd de mes de aaaa en CIUDAD, de nacionalidad NACIONALIDAD, con DNI 99999999,*
*ha superado los estudios regulados en el Real Decreto 1691/2007, de 14 de diciembre y en el Decreto 34/2009, de 2 de abril,*
*en el Centro Privado de Formación Profesional específica "Tech Formación Profesional" código 28999999 en junio de 2021*
*con la calificación de 8,44, expide a su favor el presente*
*Título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa*
*con carácter oficial y validez en todo el territorio español, que le faculta para ejercer*
*los derechos que a este título otorgan las disposiciones vigentes.*
*Madrid, a 99 de mes de aaaa*
*El interesado,*
*Consejero de Educación, Universidades, Ciencia y Portavocía,*
*El Secretario General Técnico,*
*D. Enrique Matías Ossorio Crespo*
*Dña. Mar Pérez Merino*
CM-X-000000
Registro Autonómico de Títulos: 000000000000
Registro Central de Títulos: 000000000000

**Institución Oficial Certificada**

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN
**Comunidad de Madrid**

tech formación profesional

# Ciclo de Grado Superior Oficial
## Asesoría de Imagen Personal y Corporativa

Familia: **Imagen Personal**

Modalidad: **Online**

Duración: **2.000 horas**

Titulación: **Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa**

# Ciclo de Grado Superior Oficial
## Asesoría de Imagen Personal y Corporativa

tech formación profesional