Ciclo de Grado Superior (Pruebas Libres)

Asesoría de Imagen Personal y Corporativa

tech formación profesional

tech formación profesional

Ciclo de Grado Superior (Pruebas Libres)

Asesoría de Imagen Personal y Corporativa

Modalidad: **Online**

Titulación: **TECH Formación Profesional**

Duración: **2 años**

Horas: **2.000**

Acceso web: **www.techtitute.com/imagen-personal/pruebas-libres-grado-superior/asesoria-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
Formación en Centros de Trabajo (FCT)
pág. 40

06
¿Dónde podré realizar la Formación en Centros de Trabajo?
pág. 42

07
Requisitos de Acceso
pág. 44

08
Realización de las pruebas libres
pág. 46

09
Acompañamiento personalizado
pág. 50

10
Metodología
pág. 52

11
Titulación
pág. 62

01

Presentación

El mundo de la moda y la imagen ofrece una amplia variedad de oportunidades laborales, entre ellas el de asesor personal y corporativo. Estos profesionales se encargan de ayudar a personas y compañías a elegir cuál es su estilo de vestir o a establecer protocolos de comportamiento empresarial, siguiendo los requerimientos más disímiles. A día de hoy, cada vez son más las empresas y equipos de comunicación y marketing que se dedican a esa clase de servicios. Si deseas formar parte de ese nicho de trabajo, con abundantes perspectivas de crecimiento, es hora de que te inscribas en este Ciclo Formativo Superior (Pruebas Libres). Mediante él, TECH te proporciona un temario de excelencia, con las mismas asignaturas que el título oficial, para que puedas aprobar sus Pruebas Libres de manera idónea. De ese modo, estarás listo para dar un paso seguro hacia el éxito en tu carrera, guiado por un claustro de excelencia y una metodología de aprendizaje 100% online y flexible con tus necesidades y horarios.

> *¿Quieres convertirte en el asesor de imagen de compañías de prestigio, revistas de moda o famosas estrellas de cine? Esta es la titulación que estabas esperando para cumplir tus metas”*

Elegir el vestuario, maquillaje o los complementos idóneos para expresar la identidad y filosofía de una empresa no es sencillo. Todo depende del mensaje que una compañía quiera ofrecer a sus clientes y la manera en que deseen relacionarse con ellos. Establecer esos parámetros no es una tarea fácil y, por lo general, los negocios solicitan la ayuda de especialistas. A partir de esas necesidades, la figura del asesor de Imagen Personal y Corporativa ha cobrado una mayor relevancia, hasta convertirse en un perfil con abundante demanda en el mercado laboral. Por eso, convertirte en Técnico Superior en esta área del conocimiento puede ser una importante ventaja para el desarrollo de tu vida profesional.

TECH, consciente de ese contexto, ahora pone a tu alcance un innovador programa. A través de este, podrás acceder a un completísimo temario, donde se recogen las mismas asignaturas del título oficial. Así, además de vencer las Pruebas Libres de esta capacitación con totales garantías, aprenderás las últimas tendencias en materia de asesoramiento cosmético, de vestuario y peluquería. Además, ahondarás en cómo desarrollar las habilidades comunicativas de tus clientes e integrar su estética a la imagen de la empresa. Igualmente, ahondarás en protocolos y sistemas de organización de eventos.

Estas materias se impartirán en una plataforma de aprendizaje 100% online. Este espacio digital no cuenta con horarios restrictivos ni cronogramas evaluativos continuas. Por el contrario, podrás revisar sus contenidos y recursos didácticos desde cualquier dispositivo conectado a Internet durante las 24 horas del día. Además, esta formación ha sido diseñada para que puedas completar su estudio en menos de 2 años. Esta distintiva característica constituye una enorme ventaja, puesto que la mayoría de causes pedagógicos en el mercado ofrecen muchas menos materias y garantías educativas en el doble de tiempo.

02

¿Qué aprenderé a hacer?

Cursando este Ciclo de Grado Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa (Pruebas Libres) 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

03

Salidas laborales

Los asesores de imagen personal, así como cualquier otro profesional dedicado a impulsar la visualidad y visualización de una empresa, son apreciados cada vez más en el entorno corporativo. Anteriormente, los negocios no estaban tan preocupadas por la perspectiva que ofrecían a sus clientes. En la actualidad esos es impensable, ya que cada vez más personas y compañías buscan consejos precisos sobre estética, cosmética o peluquería. Por eso, este Ciclo Formativo de Grados Superior (Pruebas Libres), que impulsa TECH, reúne las competencias indispensables para que alcances el éxito en este sector profesional.

> *A través de TECH y este Ciclo Formativo de Grado Superior (Pruebas Libres) estarás apto para trabajar en áreas como el protocolo y la etiqueta, con empresas públicas y privadas”*

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

Asesor de compras y vestuario o consultor de imagen política son algunos de los puestos laborales a los que podrás optar con este programa de TECH"

04

Plan de formación

Con el temario de este programa de estudios podrás vencer las Pruebas Libres del Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa de un modo inmediato. Esto es posible gracias a que la capacitación recoge las mismas asignaturas que el título oficial y, al mismo tiempo, te da la libertad de autogestionar su aprendizaje de manera personalizada. A través de esta experiencia educativa, te especializarás en estilismos de vestuario, complementos, cosmética y otros elementos relacionados. Además, TECH pondrá a tu alcance la totalidad de los contenidos en una plataforma 100% online para que puedas compaginar tu estudio con tus obligaciones personales.

> *Aprueba con totales garantías las Pruebas Libres de este Ciclo de Grado Superior gracias a su completísimo temario, con las mismas asignaturas del programa oficial"*

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)

Módulo 19. Formación en Centros de Trabajo (370 horas)

Desde cualquier dispositivo contactado a Internet y durante las 24 horas del día, podrás estudiar los contenidos de esta capacitación que te convertirá en un especialista de prestigio en materia de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa"

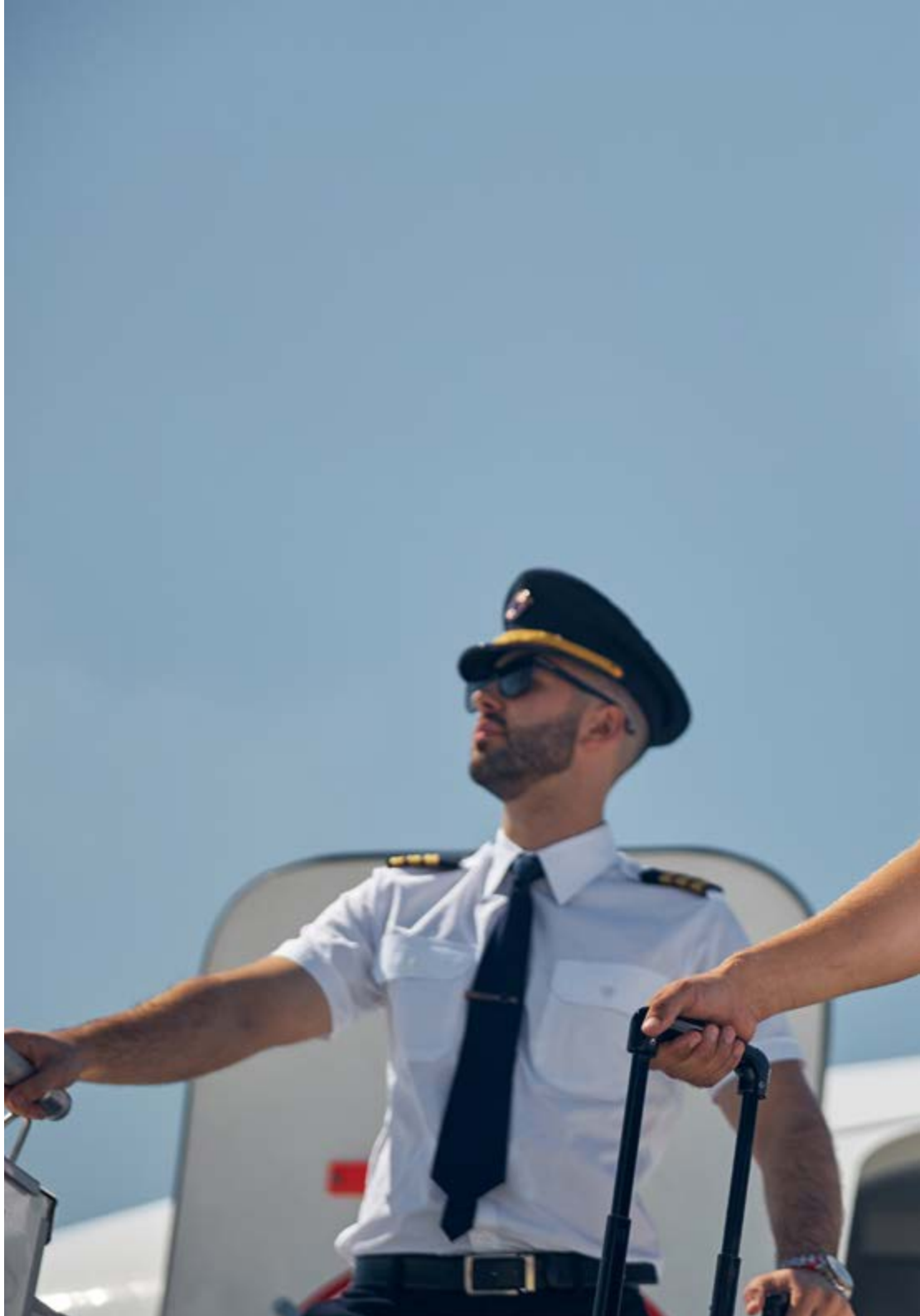
05

Formación en Centros de Trabajo (FCT)

TECH Formación Profesional es el único centro educativo que ofrece prácticas garantizadas en las Pruebas Libres para este Grado Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa. Por tanto, estás ante una oportunidad única para desempeñarte en un entorno profesional realista, gracias al cual no solo multiplicarás tus posibilidades de inserción laboral, sino con el que también aprenderás en una empresa de prestigio y con el acompañamiento de profesionales de gran reputación internacional.

Así, con la idea de proporcionarte una capacitación de primer nivel, TECH te permite realizar tus prácticas en excelentes compañías del ámbito de la Imagen Personal. Desarrollándote en un entorno de trabajo de alto calibre, aprenderás a aplicar las mejores estrategias para perfeccionar la forma en la que las personas perciben tanto a los individuos como a las organizaciones. Todo ello, siendo guiado durante todo el camino por expertos de referencia en el área de la Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

Aunque estas prácticas garantizadas son voluntarias e independientes a las exigidas por cada Comunidad Autónoma, enriquecerán tu andadura académica y te proporcionarán una formación superior al resto de programas convencionales de preparación de Pruebas Libres, aumentando tus posibilidades de éxito. Además, no solo estarás preparándote para disfrutar de un futuro laboral brillante, sino que estarás enriqueciendo tu red de contactos rodeándote de los profesionales más valorados del sector. Una oportunidad de crecimiento y consolidación única que solo TECH Formación Profesional podría ofrecerte.



Las prácticas tienen las siguientes características:

Se cursan una vez superados el resto de los módulos profesionales realizados en el centro educativo

La duración del periodo de prácticas del ciclo formativo será de 370 horas

Podrás hacer las prácticas en un centro de tu Comunidad Autónoma

TECH tiene convenios de prácticas con las empresas líderes del sector de la Imagen Personal

TECH es el único centro de Formación Profesional que incluye prácticas presenciales para la modalidad de Pruebas Libres. Matricúlate ahora e impulsa tu carrera con un enfoque teórico-práctico global en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa"

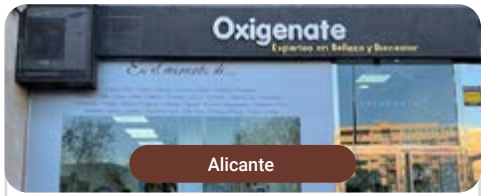
06

¿Dónde podré realizar la Formación en Centros de Trabajo?

TECH tiene una amplísima red de convenios con centros especializados dentro del territorio español. Estas empresas son escogidas por sus recursos humanos altamente capacitados y su uso de la tecnología más avanzada. Gracias a esas entidades, contarás con otra perspectiva del desarrollo profesional ya que adquirirás habilidades de un modo directo y bajo la supervisión de especialistas con dilatada experiencia. Una iniciativa que te permitirá estar preparado y enfrentar con eficiencia cualquier desafío dentro del ámbito laboral relacionado con Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

No dejes pasar la oportunidad de completar este Ciclo de Grado Superior (Pruebas Libres) en una institución equipada con la última aparatología y con un distinguido equipo de expertos”

En particular, para esta Formación en Centros de Trabajo, 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

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

07

Requisitos de Acceso

Serán aptos para matricularse en el Ciclo Formativo de Grado Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa (Pruebas Libres) los alumnos que tengan al menos 20 años o 19 años y estar en posesión del título de Técnico y, además, cumplan al menos uno de los siguientes requisitos:

- 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 Superior)
- 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)

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

08

Realización de las pruebas libres

Las pruebas que conducen a la obtención del título oficial de Grado Superior son competencia de las Comunidades Autónomas. Cada una de ellas organiza y gestiona las Pruebas Libres, además de decidir qué títulos pueden obtenerse mediante este formato.

Asimismo, las Comunidades Autónomas decidirán qué títulos se ofertan a partir de este sistema en cada convocatoria, y es suya la potestad para escoger las fechas y la localización para la realización de las pruebas. No obstante, tú no tendrás que ocuparte del seguimiento de esta información, nuestros tutores te mantendrán al tanto de todas las convocatorias.

Los exámenes se adaptarán a cada título de Grado Superior, llevando a cabo pruebas teóricas y/o prácticas para cada uno de los módulos profesionales que lo componen. Una vez te hayas examinado de cada uno de los módulos, deberás realizar, en un centro acreditado, el módulo de Formación en Centros de Trabajo. Tras esto, podrás obtener tu titulación.

> *Prepárate para superar la Prueba Libre de forma cómoda, sin horarios. Empleando la mejor metodología de aprendizaje online, que te permitirá aprovechar cada minuto invertido, y con la que obtendrás tu título de Grado Superior rápidamente"*

¿Qué requisitos son necesarios para las pruebas libres?

- Para el título de Técnico (Grado Medio): Tener 18 años
- Para el título de Técnico Superior (Grado Superior): Tener 20 años o 19 años y estar en posesión del título de Técnico

1. Uno de los requisitos de acceso de la titulación para la que realizas las pruebas libres:

Ciclos de Grado Medio

- Tener alguno de los siguientes títulos:
  - Título de **ESO**
  - Título Profesional Básico (Formación Profesional de Grado Básico)
  - Título de Técnico/a o de Técnico/a Auxiliar o equivalente
  - 2º curso del BUP
  - Prueba de acceso a ciclos formativos de grado medio
  - Prueba de acceso a la Universidad para mayores de 25 años

Ciclos de Grado Superior

- Tener alguno de los siguientes títulos:
  - Título de Bachiller
  - Título de Técnico/a (Formación Profesional de Grado Medio)
  - Título de Técnico/a Superior, Técnico Especialista o equivalente
  - Técnico o Técnica de Artes Plásticas y Diseño
  - Titulación Universitaria o equivalente

¿Quién convoca las pruebas libres, cada cuánto tiempo y qué ciclos o módulos profesionales?

Las pruebas libres para la obtención del título oficial de Técnico o Técnico Superior son convocadas por las diferentes CCAA ya que son las autoridades competentes en educación.

La mayoría de las CCAA realizan convocatorias de pruebas libres todos los años. Aunque si consultamos las últimas convocatorias podremos ver que no todas convocan todos los años y no todas convocan todos los ciclos.

"Junto a TECH, diseñarás tu plan de exámenes libres para obtener los mejores resultados posibles"

¿Cuál es el procedimiento completo de las pruebas libres?

Estas son FASES del proceso (que puede variar según convocatoria y/o CCAA):

1. **Convocatoria:** se publica la convocatoria del año con toda la información
    1.1. **Oferta:** se publican todos las titulaciones y módulos profesionales convocados
2. **Solicitudes:** se abre plazo de inscripción. Deberás presentar tu solicitud
3. **Lista de admitidos:** deberás consultar la lista de admitidos
    3.1. **Alegaciones**
    3.2. **Listado definitivo**
4. **Realización de las pruebas**
5. **Publicación de las calificaciones**
    5.1. Si has aprobado todos los módulos profesionales:
        5.1.1. Realizarás el módulo **FCT y Proyecto** (si es un ciclo superior)
    5.2. **Solicitud del título**

A lo largo del ciclo formativo, los tutores de TECH te acompañarán aclarando dudas sobre las fases del proceso, orientándote, aconsejándote en correspondencia con tus oportunidades y progresos.

A tener en cuenta

- Cada año podrás examinarte de todos los módulos profesionales del ciclo o de los que tu desees, es decir, puedes matricularte por módulos de forma independiente
- Durante el mismo año académico puedes matricularte en diferentes CCAA siempre que sea en diferentes módulos, tendrá una oportunidad anual para cada módulo y podrás que podrás elegir en función de las fechas
- Podrá examinarte en la CCAA que elijas sin necesidad de residir en ella

Límite de convocatorias

No existen límite de convocatorias en las pruebas libres. Podrás matricularte para realizar el examen de cada módulo las veces que necesites.

Además, si has cursado FP y has agotado las convocatorias oficiales en algún módulo puedes presentarte a las pruebas libres de ese módulo para superarlo y obtener tu título oficial.

¿Cuándo se convocan las pruebas libres?

Cada Comunidad autónoma realiza una convocatoria de pruebas libres una vez al año, en esta convocatoria se publican la oferta de pruebas libres para la misma, es decir, de que ciclos te puedes examinar.

La mayoría de las CCAA suelen convocar en durante el mes de marzo, aunque si consultamos las convocatorias más recientes nos encontraremos con otros periodos como enero, abril, septiembre, octubre o noviembre.

¿Cuándo se realizarán las pruebas libres?

Cada Comunidad autónoma en su convocatoria anual publica las fechas de realización de las pruebas libres. Debe haber un plazo suficiente entre la solicitud, la lista de admitidos provisionales, la lista de admitidos definitivos y la realización de las pruebas.

Acto de Presentación

Algunas CCAA realizan un acto de presentación previo a las pruebas que puede ser telemático mediante certificado digital o presencial si no dispones de certificado digital.

¿Dónde se realizan las pruebas?

Cada Comunidad autónoma en su convocatoria anual publica los centros docentes públicos donde se realizarán las pruebas.

Dependiendo de cada CCAA, en algunos casos, solo cuando existan varios centros para el mismo ciclo, tú puedes elegir el centro de examen en la misma solicitud de inscripción y en otros es la administración competente quien decide en qué centro se examinan los candidatos que aparecerán en la lista de admitidos.

¿Cómo es la estructura de los exámenes?

Son exámenes presenciales, en alguna comunidad puede haber uno o dos exámenes por módulo y se realizan durante varios días.

En algún caso cuando hay dos exámenes por módulo el primer ejercicio puede ser selectivo y antes de la realización del segundo se publicarán los resultados del primero con un plazo que puede variar entre dos y cinco días para la realización del segundo.

En cada convocatoria encontraras todos los detalles.

Podrás realizar las pruebas libres en la comunidad autónoma que desees en función de tu lugar de residencia, de criterios académicos y elección personal.

09

Acompañamiento personalizado

TECH es el único centro de Formación Profesional que incluye un acompañamiento personalizado durante la realización de las Pruebas Libres. Todo ello con el objetivo de guiarte durante todo el proceso, proveerte de información certera en cada paso y ayudarte ante cualquier duda que pueda surgir. Este acompañamiento iniciará desde que formalices tu matrícula y se extenderá hasta la realización de los exámenes.

Contarás con la tutorización de profesionales especialistas quienes resolverán tus dudas y eliminarán los obstáculos que puedan surgir en tu aprendizaje”

Fase 1: Estudio online

Mientras estudias los módulos teóricos del programa contarás con el acompañamiento de tutores especializados quienes resolverán cualquier duda que pueda surgir no solo en términos de contenido, sino también de procedimientos, inscripciones y otros trámites administrativos. Esto te será de gran ayuda pues te servirá como impulso para acelerar el proceso de aprendizaje, estando listo para obtener el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa en poco más de un año.

Fase 2: Acompañamiento presencial durante la realización del examen

El día del examen serás bienvenido y acompañado por un miembro de nuestro claustro quien te apoyará, resolverá dudas y guiará en el proceso. Primeramente, serás recibido por este tutor en la ciudad donde hayas decidido hacer la prueba y, en una segunda instancia, esta persona te acompañará hasta la sede del examen, aclarando cualquier cuestión que pudiera surgir y ofreciéndote apoyo extra. Un acompañamiento único, certero y que trasciende del plano online, acercando a las personas y ofreciendo nuevas posibilidades de contacto.

Gloria Santiesteban

Técnica especialista en imagen en departamento de marketing

"Siempre quise dedicarme a la moda y, cuando me decidí a estudiar de manera profesional ese campo, me encontré con un panorama pedagógico ambiguo. Sin embargo, este programa de TECH se distinguía entre otras titulaciones por su innovadora metodología 100% online, sus recursos multimedia de gran valor didáctico y su flexibilidad para acceder a los contenidos de estudio. Tomé la decisión de matricularme definitivamente al segundo de conocer que este programa podía capacitarme para vencer las Pruebas Libres de Técnico Superior en tan solo un año"

10

Metodología de estudio

TECH Formación Profesional combina la metodología de los ***case studies*** con el ***Relearning***, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.

TECH FP te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera"

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH Formación Profesional el alumno es el protagonista absoluto.

Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“En TECH NO tendrás clases en directo (a las que luego nunca puedes asistir)”

Los planes de estudios orientados a las necesidades del entorno profesional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno profesional. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.

Método *Relearning*

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar

y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.

> *La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”*

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología de aprendizaje mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH Formación Profesional.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.

Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:

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.

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.

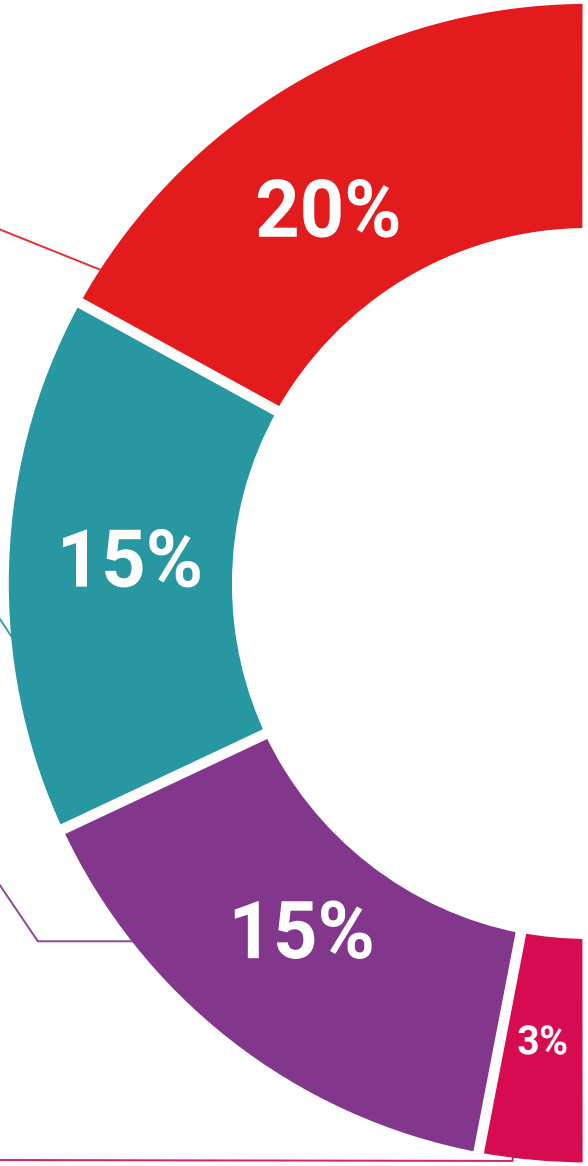
Resúmenes interactivos

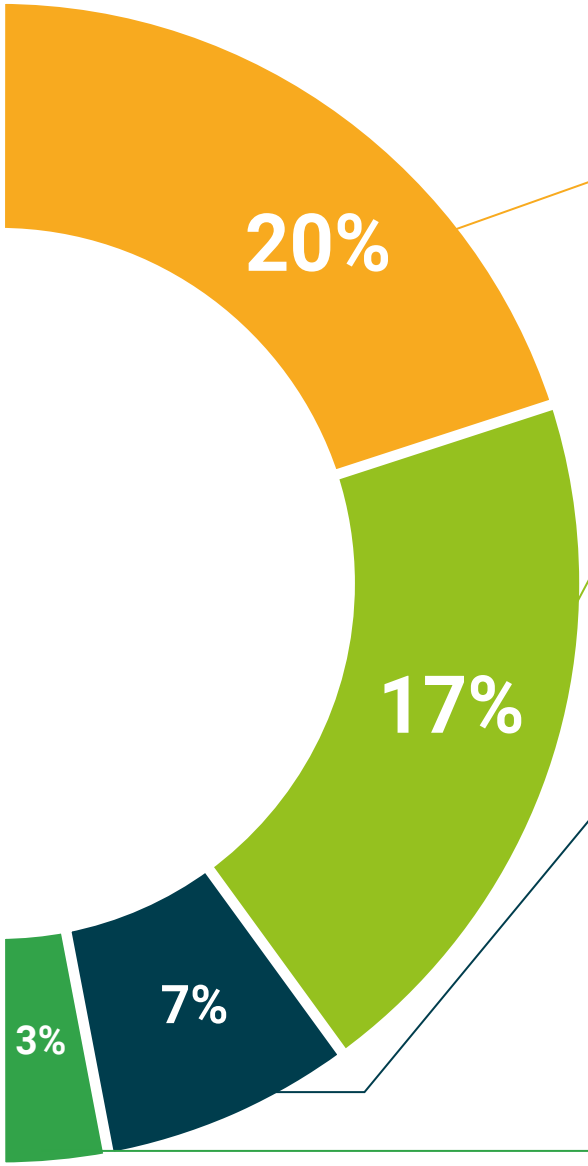
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

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.

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.

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.

Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.

11

Titulación

Este programa te preparará para enfrentarte a las Pruebas Libres del Ciclo de Grado Superior que ofrece la Administración Pública, de forma anual, para acceder al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.

Además de la capacitación más rigurosa y actualizada en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, tras la consecución del programa y la superación de sus evaluaciones, TECH Formación Profesional te emitirá un certificado académico de alto valor curricular por los conocimientos adquiridos.

Este programa te dará la oportunidad de prepararte para la realización del examen oficial, y a la vez te permitirá acceder a los materiales del Ciclo de Grado Superior oficial, ampliando tu experiencia y conocimientos y mejorando tu currículum.

Título: **Curso en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa**

Modalidad: **Online**

Horas: **2.000**

Duración: **2 años**

tech formación profesional

Otorga el presente

DIPLOMA

a

D/Dña _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

CURSO PROFESIONAL

en

Asesoría de Imagen Personal y Corporativa

Se trata de un título propio de esta institución equivalente a 2.000 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH Formación Profesional es un Instituto de Formación Profesional inscrito en el registro nacional de centros docentes del Ministerio de Educación y Formación Profesional y autorizado por la Consejería de Educación de Madrid desde junio de 2023.

A 17 de junio de 2020

Mariola Ibáñez Domínguez
Directora

código único TECH: AFWOR23S https://www.tech-fp.com/titulos

tech formación profesional

Ciclo de Grado Superior (Pruebas Libres)

Asesoría de Imagen Personal y Corporativa

Modalidad: **Online**

Titulación: **TECH Formación Profesional**

Duración: **2 años**

Horas: **2.000**

Ciclo de Grado Superior (Pruebas Libres)

Asesoría de Imagen Personal y Corporativa

tech formación profesional