

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

CURSO ESCOLAR: 2025-26			
GRADO: Medio	CICLO: 1º	DE	MÓDULO: MK Y VENTA EN IMAGEN PERSONAL.
	PELUQUERÍA		

ÍNDICE

1. **Introducción.**
2. **Objetivos generales del ciclo.**
3. **Resultado de aprendizaje**
4. **Objetivos del Módulo.**
5. **Contenidos.**
6. **Metodología didáctica.**
 - a **Criterios de evaluación.**
 - b **Actividades de recuperación.**
7. **Materiales, recursos didácticos.**
8. **Actividades complementarias y extraescolares.**
9. **Propuestas de innovación, y uso de las TIC.**
10. **Distribución de unidades didácticas.**
11. **Distribución y desarrollo de las UD**

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

Responsable elaboración	Responsable Revisión	Responsable Aprobación
PROFESOR DE ÁREA	JEFATURA DEPARTAMENTO	DIRECCIÓN ACADÉMICA
Fecha: 15 octubre 2025	Fecha: 6 noviembre de 2025	Fecha: 14 noviembre de 2025

1. INTRODUCCIÓN

El Centro Concertado SOPEÑA, está inmerso en el colectivo de centros concertados de la Comunidad Autónoma de Extremadura; aunque es uno de los pocos que cuenta en su estructura académica con docencia en todos los niveles educativos a excepción de Bachillerato. Sólo cuenta en su haber con una línea tanto en Educación Infantil, Primaria y Secundaria, además de contar con Ciclos Formativos de Grado Medio (Gestión Administrativa, Peluquería, Estética y belleza), Ciclo Formativo de Grado Superior (Asistencia a la Dirección).

El Centro SOPEÑA., se encuentra emplazado en el Polígono de la Paz; una zona de Badajoz en constante auge económico, debido a la reciente creación de zonas de ocio - cultura, comerciales y financieras. En las inmediaciones de la zona se celebra semanalmente el mercado de la ciudad.

El Centro Concertado SOPEÑA. está situado en una zona donde con el transcurso de los años se han ido asentando importantes Centros Educativos de carácter público como son el IES Rodríguez Moñino, recientemente ampliado, el IES Maestro Domingo Cáceres, al que nuestro Centro se encuentra adscrito, en sus enseñanzas de Formación

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

Profesional, el Centro Piloto Guadiana, el Centro Glacis, el Centro Santa Marina, todos ellos de Educación Infantil - Educación Primaria y el Centro Concertado Santa Teresa, éste último cuenta con todos los niveles educativos a excepción de Formación Profesional.

El Centro atiende fundamentalmente a un grupo social en su mayoría desfavorecido como objetivo prioritario dentro de su propia identidad y fieles a la inspiración del carisma de su Fundadora Dolores R. Sopeña.

De ahí que la población que acoge nuestro Centro es en su escala socioeconómica media-baja según datos actuales recogidos de la base de datos de la secretaría del Centro.

2.- Objetivos generales del ciclo.

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

- Clasificar los materiales de peluquería, identificando sus propiedades y condiciones idóneas de manipulación y conservación, para recepcionarlos, almacenarlos y distribuirlos.
- Interpretar las normas establecidas, analizando las fases de los procesos de peluquería, desde la acogida hasta la despedida, para atender al usuario.
- Identificar las características y necesidades del pelo y cuero cabelludo, utilizando medios y técnicas de observación para comprobar su estado.
- Seleccionar medios, productos y equipos, analizando sus características, para preparar y poner a punto el puesto de trabajo.
- Higienizar las instalaciones y equipos, justificando los métodos de limpieza y desinfección, para preparar y poner a punto el puesto de trabajo e instalaciones.

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

- f) Aplicar operaciones técnicas de alisado y rizado, reconociendo y seleccionando los útiles y cosméticos, para realizar cambios de forma permanente en el cabello.
- g) Aplicar técnicas de cambio de color, siguiendo el procedimiento establecido para teñir y decolorar el tallo capilar.
- h) Emplear herramientas y útiles de corte, relacionando las técnicas con los estilos, para cambiar la longitud del cabello.
- i) Manejar equipos, útiles y accesorios, relacionando las técnicas con los estilos y actos sociales, para efectuar peinados y recogidos.
- j) Seleccionar prótesis pilosas, justificando técnicas de colocación, para efectuar peinados y recogidos.
- k) Efectuar operaciones técnicas de manicura y pedicura, justificando los protocolos de ejecución, para embellecer y cuidar manos, pies y uñas.
- l) Integrar los procedimientos del servicio de peluquería masculina, analizando y relacionando los tipos, fases y métodos, para realizar técnicas de barbería y peluquería masculina.
- m) Aplicar estrategias de asesoramiento, analizando los factores que mejoran el resultado final, para informar sobre los cuidados, cosméticos y hábitos saludables.
- n) Elegir los cosméticos adecuados, de acuerdo con las necesidades de la piel, para informar sobre los cuidados, cosméticos y hábitos saludables.

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

ñ) Identificar operaciones de venta y técnicas publicitarias y de merchandising, valorando las características y demandas del mercado para promocionar y vender productos y servicios de imagen personal.

o) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.

p) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.

q) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.

r) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.

s) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.

t) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al "diseño para todos".

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

- u) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.
- v) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
- w) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

3.- Objetivos del Módulo.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de promoción y venta de productos y servicios en un establecimiento de imagen personal.

La formación contenida en este módulo se aplica a diferentes funciones de este técnico e incluye aspectos relacionados con:

- Atención al cliente.
- Identificación de demandas y necesidades
- Identificación del cliente tipo de la empresa.
- Realización de demostraciones de productos y servicios.
- Realización de campañas promocionales.
- Acondicionamiento y ambientación del lugar de venta.
- Realización del montaje y mantenimiento de escaparates.

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

– Atención a reclamaciones y quejas. Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Comercialización y venta de servicios estéticos.
- Comercialización y venta de cosméticos.
- Asesoramiento en la venta de cosméticos.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales b), n), ñ), p), q) y r) del ciclo formativo, y las competencias b), m), n), o), p) y q) del título. Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza

– aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Reconocimiento de las diferentes técnicas de ventas.
- Interpretación de los procedimientos de tratamiento de las quejas y reclamaciones del cliente
- Programación de acciones de seguimiento postventa
- Puesta en práctica del plan de promoción en un caso supuesto.
- Identificación de los recursos de marketing, publicidad y promoción de productos y servicios de imagen personal.
- Interpretación de las tipologías, del carácter y del rol del cliente.
- Selección y aplicación de técnicas de comunicación.
- Desarrollo de las técnicas de Merchandising.
- Diseño de escaparates.
- Selección y aplicación de técnicas de ventas.

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

Este módulo desarrolla todos los contenidos profesionales de Marketing y Venta en Imagen Personal de los Ciclos Formativos de grado medio de Estética y Belleza y de Peluquería y Cosmética Capilar, pertenecientes a la familia profesional de Imagen Personal. Sus destinatarios principales son los futuros profesionales de este sector y sus formadores.

El módulo pretende atender las necesidades tanto de la comunidad educativa como de los profesionales interesados en renovar sus conocimientos en este campo ya que pone a disposición las herramientas que le serán útiles para el dominio de las nociones básicas del MK, tanto en lo que se refiere a la atención al cliente como a la venta de productos y a la prestación de servicios. De igual modo el objetivo principal del módulo en relación con el alumno es darle a conocer los principios básicos de este campo para que sea capaz de ampliarlos en el futuro.

En este apartado también se evaluarán los retos que trabajaremos con otros módulos para fomentar las actividades interdisciplinares. Teniendo en cuenta que un punto importante de nuestra MISIÓN, VISIÓN, VALORES como familia Sopeña. Por tanto, se intentará que el alumnado aprenda a trabajar como una familia abierta a todos/as (Acogida), que se presten ayuda mutua (Solidaridad), que aprendan a sacar lo mejor de sí mismos/as (Promoción), que se traten todos/as por igual (Fraternidad), que se respete la diversidad entre ellos/as (Respeto) y que salgan allá donde los/as necesiten (Salir al encuentro).

.

4.- Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1.- Identifica los productos y servicios en empresas de imagen personal, aplicando técnicas de marketing.

Criterios de evaluación:

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

- a) Se ha caracterizado el marketing en el ámbito de la imagen personal.
- b) Se han identificado los tipos de marketing.
- c) Se han determinado los elementos del marketing mix que pueden ser utilizados por la empresa.
- d) Se han establecido las diferencias entre un bien, como producto tangible, y un servicio.
- e) Se han especificado las características propias de los servicios.
- f) Se ha analizado la importancia del precio como herramienta del marketing mix.
- g) Se han reconocido los tipos de canales de distribución (mayoristas y minoristas) relacionados con la imagen personal.
- h) Se han valorado las franquicias de peluquería y estética como un tipo de distribución con posibilidades de autoempleo.
- i) Se han identificado los elementos de la servucción.
- j) Se han definido las fases del plan de marketing.

2. Determina las necesidades de los clientes, analizando las motivaciones de compra de productos y servicios de imagen personal.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado al cliente como el elemento más importante en las empresas de imagen personal.
- b) Se han analizado las variables que influyen en el consumo de los clientes de imagen personal.
- c) Se han identificado las motivaciones de compra del cliente.
- d) Se han establecido las fases del proceso de compra. e) Se han especificado los niveles de motivación de la teoría de Maslow.
- f) Se ha establecido la clasificación del cliente según su tipología, carácter y rol.

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

g) Se han determinado los mecanismos de fidelización de los clientes.

3. Establece pautas de atención al cliente, utilizando las técnicas de comunicación y sus herramientas.

Criterios de evaluación:

a) Se ha determinado el procedimiento de atención al cliente en todas las fases del proceso desde la recepción hasta la despedida.

b) Se han identificado los elementos, etapas, barreras y objetivos de la comunicación.

c) Se han identificado los instrumentos que utilizan las empresas de imagen personal en la comunicación interna y externa. d) Se ha caracterizado la comunicación verbal con los usuarios.

e) Se ha establecido la secuencia de actuación en una presentación o charla comercial.

f) Se han identificado las fases de la comunicación telefónica.

g) Se han analizado los instrumentos de comunicación escrita (cartas, folletos, tarjetas, etc.) h) Se ha valorado la importancia de la comunicación gestual en las relaciones comerciales.

i) Se han realizado demostraciones de productos y servicios.

4. Utiliza técnicas de promoción y publicidad, justificando la selección de los instrumentos empleados.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los objetivos de la publicidad

b) Se han establecido las fases de una campaña publicitaria.

c) Se han especificado los medios publicitarios más utilizados por las empresas del sector.

d) Se han relacionado los instrumentos de la promoción con los objetivos y los efectos.

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

e) Se han establecido las fases de una campaña de promoción.

f) Se ha realizado una campaña promocional de un producto/servicio de estética.

5. Aplica las técnicas del merchandising promocional, utilizando los instrumentos específicos y adecuándose a la imagen de la empresa.

Criterios de evaluación:

a) Se han establecido los objetivos del merchandising .

b) Se han clasificado los tipos de compras según el comportamiento del cliente.

c) Se han especificado los elementos del merchandising.

d) Se han relacionado los efectos de la ambientación visual, sonora y olfativa con el proceso de venta.

e) Se ha establecido la distribución de los espacios y productos en los puntos de venta.

f) Se han identificado la cartelería y los expositores como instrumentos de publicidad en el lugar de venta.

g) Se ha analizado la función del escaparate y su influencia en la decisión de compra del consumidor.

h) Se han aplicado y combinado los diferentes elementos del merchandising.

6. Realiza demostraciones de venta de servicios y productos de imagen personal, definiendo las etapas y utilizando las técnicas específicas.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado las cualidades, actitudes, aptitudes y habilidades que debe reunir un asesor de ventas en las relaciones comerciales

) Se han establecido las técnicas de asertividad utilizadas en las relaciones comerciales.

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

- b) Se han aplicado técnicas de asertividad y habilidades sociales.
- c) Se han establecido las fases y las técnicas de venta.
- d) Se ha establecido la argumentación comercial como fórmula de recomendación al cliente.
- e) Se han establecido las pautas para la resolución de objeciones a la venta.
- f) Se han identificado las señales de cierre de la venta.
- g) Se han establecido estrategias para el cierre de una venta.
- h) Se han establecido los procedimientos para seguimiento postventa en los procesos comerciales.

7. Trata las reclamaciones y quejas, aplicando procedimientos de resolución de conflictos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha descrito el procedimiento para la resolución de conflictos y reclamaciones.
- b) Se ha descrito el procedimiento para la recogida de reclamaciones.
- c) Se han identificado las alternativas al procedimiento que se pueden ofrecer al cliente ante reclamaciones fácilmente subsanables.
- d) Se ha trasladado la información sobre la reclamación según el orden jerárquico preestablecido.
- e) Se ha registrado la información del seguimiento postventa, de incidencias, de peticiones y de reclamaciones de clientes como indicadores para mejorar la calidad del servicio prestado y aumentar la fidelización.

5.- Contenidos correspondientes a cada curso.

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

1.-Identificación de productos y servicios en empresas de imagen personal: Definición y conceptos básicos de marketing:

- Necesidad, deseo, demanda, productos, valor, mercado, público objetivo, intercambio.
- Historia del marketing. El marketing en las empresas de imagen personal. Tipos de marketing: estratégico y operativo.
- Enfoques empresariales para la venta: enfoques orientados al producto y al cliente o consumidor. El marketing mix: características y elementos. Precio. Distribución. Minoristas y mayoristas. Las franquicias y sus características. Comunicación.
- Tendencias actuales: marketing responsable, relacional, holístico. Productos y servicios en imagen personal: características.
- Bienes físicos y servicios.
- Servicios básicos y servicios aumentados. La servucción o creación de un servicio: proceso para el mismo.

2.-Determinación de las necesidades de los clientes: La importancia del cliente en las empresas de imagen personal. Concepto e identificación del cliente: el cliente interno; el cliente externo. Necesidades y gustos del cliente:

- Criterios de calidad del cliente.
- Clasificación de las necesidades del cliente: Maslow. Variables que influyen en el consumo de los clientes:
 - variables externas del entorno y variables internas. La motivación, la frustración y los mecanismos de defensa.
- Motivaciones racionales y motivaciones emocionales. Proceso de decisión de compra. La satisfacción de los clientes. Clasificación de los clientes:
- Biotipos de Sheldon.
- Escuela alemana (Kretschmer).
- Tipología temperamental de Hipócrates.

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

- Pautas para el tratamiento según distintas tipologías de clientes. Fidelización de los clientes: estrategias para mantener al cliente.

3. Pautas de atención al cliente: Procedimiento de atención al cliente en las distintas fases del proceso. Etapas y elementos del proceso de comunicación: emisor, mensaje, código, receptor y feedback. Objetivos de la comunicación. Tipos de comunicación en una empresa de imagen personal. Comunicación verbal y oral. Técnicas de comunicación interpersonal o colectiva. Las barreras de la comunicación. Organización de charlas. La comunicación telefónica. Comunicación verbal escrita. Normas de comunicación y expresión escrita. Instrumentos de comunicación escrita empleados en las empresas de imagen personal: cartas, folletos, documentos internos, tarjetas.

- Elaboración de artículos para publicaciones del sector. Comunicación gestual. • Importancia del lenguaje. Los gestos y su significado.

- Categorías de la comunicación. Presentación y demostración de un producto o servicio. Pautas de realización.

4.- Técnicas de publicidad y promoción: La publicidad. Concepto de publicidad. Atributos o cualidades de la publicidad. Objetivos. Identificación del público objetivo. La campaña publicitaria: fases. El mensaje y los medios publicitarios. Aspectos de los medios: alcance, frecuencia, impacto. Elementos que conforman la publicidad como técnica de venta. La promoción de ventas. Concepto y clasificación. Características. Principales objetivos y efectos que persiguen las promociones. Destinatarios: profesional, red de vendedores de la empresa, consumidor final. Duración. Instrumentos promocionales utilizados en el sector: incentivos. La campaña promocional: fases y diseño de una campaña promocional en imagen personal.

- El mensaje, el medio, el folleto publicitario.

5.- Aplicación de las técnicas del merchandising: Concepto de merchandising. Merchandising básico. Merchandising promocional. El merchandising en el centro de belleza. Tipos de compras: compras previstas y compras por impulso. Elementos del merchandising. La ambientación general. Los puntos de venta. Elementos exteriores del establecimiento. Los escaparates. Elementos del escaparate: luz (directa, indirecta o

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

difusa), color, geometría, peso, ritmo, fondo del escaparate,... El análisis del escaparate.

La publicidad en el lugar de venta (PLV): la cartelería y expositores.

- El surtido. Características: coherencia del surtido, rentabilidad, amplitud, profundidad.
- El lineal. La saturación del lineal. El número de facings o frentes.
- Acceso al salón. Puntos calientes y fríos: naturales y artificiales.
- Los soportes y el mobiliario.
- La implantación del producto: horizontal, vertical, cruzada, en malla o red, en vrac.
- Comunicación de precios en el merchandising

6.-Las técnicas de venta en imagen personal: Características del asesor de ventas. La asertividad y la empatía en el asesor de ventas de productos y servicios de imagen personal. Fases y técnicas de venta. La argumentación comercial. Las objeciones: clasificación y tratamiento de objeciones. El cierre de la venta: señales, técnicas y tipos de cierre. La venta cruzada. Servicio de asistencia postventa. Seguimiento comercial o de postventa: la documentación de seguimiento. Procedimientos utilizados en la postventa. Marketing one-to-one. Marketing relacional. Análisis de la información: los informes comerciales.

7. Tratamiento de quejas y reclamaciones: Valoración del cliente sobre la atención recibida: reclamación, queja, sugerencia y felicitación. Procedimientos para la resolución de quejas y reclamaciones. Elementos de una queja o reclamación: quejas presenciales y no presenciales. Procedimientos de recogida de las reclamaciones. Documentos necesarios o pruebas en una reclamación.

- Fichas de clientes, pedidos, inventario: pedidos a proveedores, informes comerciales, estadísticas, liquidación de gastos. Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones. Contratación de seguros.

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

6.- Metodología didáctica que se va a aplicar para impartir el Módulo.

La metodología que se emplea en las clases será la siguiente:

- Teórico-práctica y coherente con el planteamiento del módulo
- Afectiva y fomentadora de valores
- Métodos expositivos
- Buscando proporcionar al alumno la autonomía necesaria para que se sienta protagonista en su propio aprendizaje
- Exponiendo, siempre que sea posible, el ejemplo idóneo al supuesto práctico impartido
- Apoyada en técnicas de cooperación
- Respalda en recursos y medios didácticos específicos y funcionales que surgen en la vida real
- Adaptada a unos contenidos y objetivos planificados.

Normalmente se proporcionará a los alumnos los apuntes ya confeccionados y en ocasiones puntuales estos tendrán que ir tomándolo de las clases.

De forma continuada se plantearán trabajos que ayudarán a repasar o comprender mejor lo expuesto en clase.

Se propondrán actividades con el objetivo de adquirir una madurez y actitud crítica ante cuestiones relacionadas con la materia y que influyan en el entorno del alumno.

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

Durante el curso se intentarán aclarar las ideas de los alumnos y solucionar cualquier tipo de duda o interés que les surjan derivado de la materia. Dando gran importancia a la retroalimentación entre los alumnos y profesor transmitiendo los problemas derivados de su aprendizaje o cuestiones que no queden claras en las explicaciones de clase, de igual forma el profesor transmitirá consejos oportunos para el mejor desarrollo del aprendizaje del alumno.

Se fomentará la lectura comprensiva en las clases para que los alumnos vayan entendiendo la materia a medida que vamos avanzando.

Se intentará motivar a los alumnos de una forma constante en las clases intentando despertar su curiosidad e interés por la materia.

Se fomentará a lo largo del curso el estudio autónomo de la materia, en la que ellos tomen parte activa, se planifiquen y se programen poniendo en práctica un tipo de estudio más maduro.

a.- Criterios de evaluación que se vayan a aplicar.

a.- Criterios de evaluación que se vayan a aplicar.

El reparto para conformar la evaluación será el siguiente:

50% Exámenes

20% Actividades/trabajos.

30% Participación y actitud en clase .

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

Si durante alguno de los trimestres, no se realizaran pruebas teóricas o práctica el porcentaje que se aplicaría a una de las partes sería del 70%.

El curso se estructura en tres evaluaciones, al final de cada cual se realizará un examen de evaluación. Se realizarán exámenes parciales que permitan eliminar materia para el examen de cada evaluación.

Estos parciales (examen + actividades + actitud) eliminarán materia siempre que se supere con un 5 sobre 10 puntos el examen.

Los exámenes tanto parciales como de evaluación, podrán contener preguntas tipo test, preguntas cortas, y ejercicios prácticos, indicándose en el propio examen el valor de cada una de las preguntas.

Además, ante faltas de ortografía se podrá restar 0,10 puntos por cada falta, por letra ilegible o presentación deficiente se restará 0,25 puntos al examen, no llegando nunca a suspender el examen por este motivo.

Se puntuaron las actividades que se propongan, a través de cualquier plataforma, informando siempre a los alumnos de la puntuación de cada trabajo, así como de la fecha de entrega de cada tarea. No se puntuará ningún trabajo que no sea entregado en fecha y forma.

Los trabajos audiovisuales se calificarán a través de rúbrica que se les hará conocer debidamente al alumnado.

En cuanto a la participación y actitud, la profesora valorará la misma a través de las clases presenciales, teniendo en cuenta el interés por el módulo, la implicación y participación en las clases, el respeto por sus compañeros, por el profesor y por el material del colegio.

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

Se valorará el saber estar y todas las actitudes o aspectos valorables en la empresa (imagen y cuidado personal, lenguaje empleado, calidad en la comunicación, actitud proactiva, aceptación de la cultura del grupo, etc), pudiendo llegar a ser negativa esta calificación cuando el alumnado muestre una actitud que dificulte el desarrollo de las clases.

La calificación final de cada evaluación será la suma de los porcentajes anteriormente mencionados. Se calculará conforme a los criterios establecidos anteriormente y la puntuación ha de ser un número entero que se obtendrá mediante redondeo matemático salvo en casos excepcionales donde el profesor considere redondear al alza o a la baja en función del empeño, evolución y motivación que muestre el alumnado. En caso de no aplicar el redondeo matemático se explicarán los motivos en la columna de observaciones de la plantilla de calificaciones.

Para superar cada evaluación hay que tener todos los parciales de la evaluación aprobados, en el caso de suspender alguno, hay que examinarse en la convocatoria de junio de la evaluación completa.

La asistencia a clase es obligatoria en un 85%, por lo que cuando se superen las faltas en un 15% no se podrá superar la asignatura, se entiende por faltas, aquellas que no hayan sido justificadas convenientemente al tutor o al profesor. En caso de que el alumno supere el 25% de faltas de asistencia siendo estas justificadas o no, perderá el derecho a evaluación continua, exceptuando los casos de alumn@s que justifiquen sus ausencias con contrato de trabajo y alta en la Seguridad Social.

Los/as alumnos/as que se ausenten el día del examen para eliminar materia por causas justificadas o no, se podrán examinar el día de la evaluación. En caso de ser la

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE		RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ		

ausencia justificada en un examen de evaluación se pospondrá justo al regreso del alumno y quedará en las notas como no evaluado.

b.- Las actividades de recuperación.

Al final de curso se realizará un examen de recuperación que permitirá a los alumnos recuperar aquellas evaluaciones que tengan pendientes.

Además, se proporcionará al alumno todo el apoyo que precise para el estudio del módulo de cara a la recuperación de final de curso.

7.- Materiales, recursos didácticos: materiales, recursos, libros de texto... que se vayan a utilizar en la labor docente.

Libro de texto Paraninfo. Revistas especializadas, trabajo a través de internet

8.- Actividades complementarias y extraescolares que se pretenden realizar.

No se ha programado ninguna para este módulo. Se realizarán todas las propuestas que surjan a lo largo del curso que sirvan para complementar la materia.

9.- Propuesta de innovación y uso de TIC. Se potenciará el uso de las nuevas tecnologías para realizar trabajos de la materia.

OneDrive, Teams, exposiciones individuales y grupales.

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

10.- Distribución de unidades didácticas.

1º TRIMESTRE	Nº de sesiones:
U.D 1. EL MK EN LAS EMPRESAS DE IMAGEN PERSONAL	Septiembre/Octubre
U.D 2. EL CLIENTE Y SUS PAUTAS DE ATENCIÓN.	Noviembre/Diciembre.
2º TRIMESTRE	Nº de Sesiones
.U.D. 3: LA COMUNICACIÓN.	Enero
U.D 4. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DEL CENTRO ESTÉTICO	Febrero
3º TRIMESTRE	Nº de sesiones:
U.D 5. TECNICAS DE MERCHANDISING.	Marzo

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

U.D 6. TÉCNICAS DE VENTAS EN LA IMAGEN PERSONAL.	Abril/Mayo.
--	-------------

11.- Distribución y desarrollo de unidades didácticas.

UD 1. EL MARKETING EN LAS EMPRESAS DE IMAGEN PERSONAL

. Temporalizarían:

Nº sesiones: 8 Mes que ocupa: Septiembre/Octubre

. Resultados de aprendizaje.:

- Qué se entiende por marketing.
- Que son el MK estratégico, MK operacional y MK mix.
- Que es un plan de MK y que funciones tiene.
- Cómo elaborar un plan de MK para una empresa de imagen personal.

. Criterios de evaluación:

- Se ha identificado el concepto básico de MK.
- Se han distinguido los diferentes conceptos de MK estratégico, Mk operacional y Mk mix.
- Se ha determinado como elaborar un plan de MK para una empresa de imagen personal.

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

. Contenidos :

- 1.- Que es el MK?
- 2.- La obtención de información.
- 3.- Las decisiones estratégicas.
- 4.- El MK mix.
- 5.- Plan de MK

UD 2: LOS CLIENTES Y SUS PAUTAS DE ACTUACIÓN.

. Temporalización:

Nº sesiones: 8 Mes que ocupa: Noviembre/Diciembre

. Resultados de aprendizaje:

- Tipos de clientes que existen.
- Tipos de compras que realizan los clientes
- Necesidades y gustos del cliente de imagen personal
- Variables que influyen en el proceso de compra
- Cómo mejorar nuestras habilidades de comunicación.

. Criterios de evaluación:

- Se han identificado los tipos de clientes que existen.
- Se han identificado los tipos de compra que realizan, necesidades y gustos del cliente de imagen personal.
- Se han determinado las variables que influyen en el proceso de compra.

. Contenidos:

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

- El cliente
- Proceso de decisión de compra
- Variables que influyen en la compra
- Las motivaciones de compra
- Características de la comunicación en el ámbito de la imagen personal
- Cómo mejorar nuestras habilidades de comunicación.

U:D: 3 LA COMUNICACIÓN.

. Temporalización:

Nº de sesiones: 8. Mes que ocupa: Enero

. Resultados de aprendizaje:

- Atender correctamente al cliente.
- Conocer los objetivos de la comunicación en el ámbito de la imagen personal.
- Mejorar nuestras habilidades de comunicación.
- Conocer las principales barreras de la comunicación.

. Criterios de evaluación.

- Se ha valorado la importancia de la atención a la clientela.
- Se han identificado los objetivos de la comunicación en el ámbito de la imagen personal.
- Se ha comprobado la mejora de nuestras habilidades de comunicación.
- Se han identificado las principales barreras de comunicación.

. Contenidos:

- Atención al cliente en un centro de estética.
- La Comunicación. Barreras y dificultades comunicativas.
- La comunicación verbal y no verbal.

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

- Técnicas de comunicación interpersonal y colectiva.
- La comunicación escrita.

UD 4: PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DEL CENTRO DE ESTÉTICA.

. Temporalización.

Nº sesiones: 8. Mes que ocupa: Febrero.

Resultados de aprendizaje:

- Conocer el papel de la publicidad y la promoción en los centros de imagen personal.
- Diseñar una campaña publicitaria.
- Diseñar una campaña promocional

. Criterios de evaluación:

. Se ha valorado la importancia de la publicidad y la promoción en los centros de imagen personal.

- Se ha valorado y analizado la importancia de una campaña publicitaria y promocional.

. Contenidos:

- Publicidad e imagen personal.
- Las promociones de ventas.

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

- Objetivos de la promoción
- Incentivos de la promoción
- Fases y diseño de la campaña promocional.

U. D 5: TECNICAS DE MERCHANDISING.

. Temporalización:

N de sesiones: 8. Mes que ocupa: Marzo.

. Resultados de aprendizaje:

- Saber que es el Merchandising y cuáles son sus técnicas.
- Aplicar técnicas de merchandising en un centro de estética y belleza.
- Seguir criterios y procesos para montar un escaparate.

. Criterios de evaluación:

- Se ha definido el significado de la palabra merchandising y sus técnicas.
- Se han analizado la aplicación de las técnicas en el centro de belleza
- Se han analizado los criterios y proceso para montar un escaparate.

. Contenidos:

- Definición de merchandising.
- Técnicas de merchandising.
- La disposición del mobiliario.
- La disposición de los productos
- Puntos calientes y fríos.
- El estado de la exposición.

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE	RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ	

- La animación del entorno.
- La cartelería.
- El escaparate.
- La imagen externa.

U.D 6. TÉCNICAS DE VENTAS EN LA IMAGEN PERSONAL.

. Temporalización:

Nº de sesiones: 10. Mes que ocupa: Abril/Mayo.

. Resultados de aprendizaje:

- Las actividades de ventas que se desarrollan en la empresa de imagen personal.
- Las fases de una venta.
- Cómo actuar en cada fase para que la venta se lleve a cabo.
- Identificar las quejas, conflictos y reclamaciones.
- Conocer dónde y cómo se presentan.
- Saber cómo tratar las reclamaciones en el centro estético.

. Criterios de evaluación:

- Se ha valorado las actividades de ventas que se desarrollan en la empresa de imagen personal.
- Se ha identificado las diversas fases de una venta.
- Se ha considerado como actuar en cada fase para que la venta se pueda llevar a cabo.
- Se ha determinado la atención a las quejas y reclamaciones.

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE		RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ		

- Se ha identificado como y cuando se presentan.
- Se ha determinado cómo tratar las reclamaciones en el centro de estética.

. Contenidos:

- Actividades de ventas.
- Fases de la venta:
 - 1-. Preparación de las ventas
 - 2- Toma de contactos.
 - 3- Sondeo.
 - 4- Presentación del producto.
- Cierre de la venta.
- Seguimiento de las ventas.
- Conflictos, quejas y reclamaciones.
- Estrategias para solucionar conflictos.
- Instrumentos para reclamar.
- Procedimientos para reclamar.
- Legislación relativa a las reclamaciones.

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE		RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ		

Anexo. Se adjuntan rúbricas de trabajo.

RÚBRICA DE ACTITUD				
CATEGORÍA	9-10	5-8	3-4	1-2
ATENCIÓN	Atiende siempre a la explicación y muestra interés	normalmente atiende a la explicación y muestra interés aunque a veces se distraiga	A VECES atención y hay momentos en los que se evade de clase	Nunca atención y molesta a los demás
RESPECTO	Guarda atención y respeta las normas	normalmente guarda silencio pero sólo en situaciones en las que se le pide sin necesidad de llamar la atención.	a veces silencio, pero calla cuando se le llama la atención	nunca guarda silencio nunca y falta el respeto a los compañeros continuamente.
PARTICIPACIÓN	Participa y aporta ideas	Sí, participa, pero sólo cuando se le pregunta. A veces aporta ideas.	No participa, pero hace comentarios puntuales del tema. Raramente aporta ideas.	No participa ni aporta ideas.
ESFUERZO	Siempre estudia y realiza las actividades, tareas, etc.	Estudia o trae las actividades y tareas, pero de manera irregular.	Estudia, pero no trae las tareas casi nunca.	No estudia, ni tampoco trae las actividades ni las tareas.
ASISTENCIA Y PUNTUALIDAD	Es puntual, no falta nunca	Es puntual y no falta nunca o casi nunca	Es puntual en muchas ocasiones. Falta algunas veces.	Con frecuencia llega tarde, falta muchas veces.
USO DEL MATERIAL	Usa el material con respeto	Usa el material con respeto casi siempre	Usa el material con poco respeto	Usa el material con muy poco respeto llegando incluso a romperlo deliberadamente

Rúbrica conceptual. Trabajos.

	PROGRAMACIÓN DE MÓDULO FPE		RPC01.3a
	CENTRO CONCERTADO DE EDUCACIÓN INFANTIL, PRIMARIA, SECUNDARIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL. SOPEÑA BADAJOZ		

RÚBRICA PARA EVALUAR UNA PRESENTACIÓN DE DIAPOSITIVAS

	4 EXCELENTE	3 SATISFACTORIO	2 MEJORABLE	1 INSUFICIENTE
Portada y título	La portada y título se ajustan muy bien a los contenidos de la presentación. El título es sugerente y muy creativo.	La portada y el título se ajustan bien a los contenidos de la presentación. El título es atractivo.	La portada y el título se ajustan suficientemente al contenido de la presentación.	La portada y el título no se ajustan a los contenidos de la presentación.
Índice	En el índice aparecen muy bien reflejados todos los apartados del tema investigado. A lo largo de la presentación se respeta el índice, marcando a qué apartado del índice se refiere.	En el índice aparecen bien reflejados los apartados del tema investigado. A lo largo de la presentación se respeta el índice.	En el índice aparecen los apartados suficientes del tema investigado. A lo largo de la presentación se respeta siempre el índice.	En el índice no aparecen los aspectos principales del tema investigado. A lo largo de la presentación no se respeta el índice.
Información o contenido	La información se ajusta a lo pedido. El contenido es rico. El orden de la información es coherente. Existe una gran relación entre texto e imagen.	La información se ajusta a lo pedido. El contenido es adecuado. El orden de la información es coherente. Existe relación entre texto e imagen.	La información no siempre se ajusta a lo pedido. El contenido no siempre es adecuado. El orden de la información no siempre es coherente. No siempre existe relación entre texto e imagen.	La información no se ajusta a lo pedido. El contenido no siempre es adecuado. El orden de la información no es coherente. No existe relación entre texto e imagen.
Nivel lingüístico y ortografía	Utiliza palabras relativas al campo semántico del tema de estudio. Es muy apropiado para explicar a los compañeros. No existen errores ortográficos.	Utiliza palabras relativas al campo semántico del tema de estudio. La mayoría de las veces, es apropiado para explicar a los compañeros. La ortografía es buena. Falta algún acento	No utiliza palabras relativas al campo semántico del tema de estudio. Algunas veces, es apropiado para explicar a los compañeros, y otra no. La ortografía es suficiente pero existen dos faltas de ortografía.	No utiliza palabras relativas al campo semántico del tema de estudio. La mayoría de las veces, es inapropiado para ser entendido por los compañeros. Existen importantes fallos ortográficos.
Otros <u>recusos</u>	A lo largo de la presentación, aparecen imágenes, direcciones de Internet (3-4) y videos relacionados con el tema (3)	En la mayoría de la presentación, aparecen imágenes, direcciones de Internet (2-1) y videos relacionados con el tema (2)	En parte de la presentación, aparecen imágenes, direcciones de Internet (1) y videos relacionados con el tema (1)	Presentación pobre en imágenes, y sin direcciones de Internet ni videos. Si aparecen, no tienen que ver con el tema.

Los contenidos y actividades formativas correspondientes al módulo de **Formación en Empresas y Organismos Equiparados (FEOE)** se desarrollarán conforme a lo establecido en el **Plan Marco** del centro, donde se detallan los objetivos, competencias profesionales, resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y programación de actividades que el alumnado llevará a cabo en el entorno laboral.