



TABLA 9: Evaluación
Familia Profesional: Imagen Personal
Ciclo Formativo: Estética y Belleza
Módulo Profesional: Marketing y Venta en Imagen Personal

RA1. Identifica los productos y servicios en empresas de imagen personal, aplicando técnicas de marketing	15 %
--	------

Criterios de evaluación:

%	CE	Inst. Evaluac.
5	a) Se ha caracterizado el marketing en el ámbito de la imagen personal.	Prueba escrita
10	b) Se han identificado los tipos de marketing	Actividad individual
15	c) Se han determinado los elementos del marketing mix que pueden ser utilizados por la empresa.	Prueba escrita
10	d) Se han establecido las diferencias entre un bien, como producto tangible, y un servicio.	Actividad individual
10	e) Se han especificado las características propias de los servicios.	Prueba escrita
10	f) Se ha analizado la importancia del precio como herramienta del marketing mix.	Actividad o trabajo individual
10	g) Se han reconocido los tipos de canales de distribución (mayoristas y minoristas) relacionados con la imagen personal.	Prueba escrita
10	h) Se han valorado las franquicias de peluquería y estética como un tipo de distribución con posibilidades de autoempleo	Actividad individual



	i) Se han identificado los elementos de la servucción	Prueba escrita
10	j) Se han definido las fases del plan de marketing	Actividad individual



RA2. Determina las necesidades de los clientes, analizando las motivaciones de compra de productos y servicios de imagen personal.	15 %
---	------

Criterios de evaluación:

%	CE	Inst. Evaluac.
20	a) Se ha identificado al cliente como el elemento más importante en las empresas de imagen personal.	Prueba escrita
10	b) Se han analizado las variables que influyen en el consumo de los clientes de imagen personal	Actividad individual
10	c) Se han identificado las motivaciones de compra del cliente.	Prueba escrita
20	d) Se han establecido las fases del proceso de compra.	Actividad individual
10	e) Se han especificado los niveles de motivación de la teoría de Maslow	Prueba escrita
10	f) Se ha establecido la clasificación del cliente según su tipología, carácter y rol.	Actividad individual
20	g) Se han determinado los mecanismos de fidelización de los clientes.	Prueba escrita



RA3. Establece pautas de atención al cliente, utilizando las técnicas de comunicación y sus herramientas	20 %
---	------

Criterios de evaluación:

%	CE	Inst. Evaluac.
10	a) Se ha determinado el procedimiento de atención al cliente en todas las fases del proceso desde la recepción hasta la despedida.	Prueba escrita
10	b) Se han identificado los elementos, etapas, barreras y objetivos de la comunicación.	Actividad individual
10	c) Se han identificado los instrumentos que utilizan las empresas de imagen personal en la comunicación interna y externa	Prueba escrita
15	d) Se ha caracterizado la comunicación verbal con los usuarios.	Actividad individual
10	e) Se ha establecido la secuencia de actuación en una presentación o charla comercial.	Prueba escrita
10	f) Se han identificado las fases de la comunicación telefónica.	Trabajo o actividad individual
10	g) Se han analizado los instrumentos de comunicación escrita (cartas, folletos, tarjetas, etc.)	Prueba escrita
15	h) Se ha valorado la importancia de la comunicación gestual en las relaciones comerciales.	Actividad individual
10	i) Se han realizado demostraciones de productos y servicios.	Prueba escrita



RA4. Utiliza técnicas de promoción y publicidad, justificando la selección de los instrumentos empleados.	10 %
--	------

Criterios de evaluación:

%	CE	Inst. Evaluac.
15	a) Se han identificado los objetivos de la publicidad	Prueba escrita Actividad individual
10	b) Se han establecido las fases de una campaña publicitaria.	Mapa conceptual individual. Prueba escrita
20	c) Se han especificado los medios publicitarios más utilizados por las empresas del sector.	Elaboración de documentación.
20	d) Se han relacionado los instrumentos de la promoción con los objetivos y los efectos.	Prueba escrita Actividad individual
15	e) Se han establecido las fases de una campaña de promoción.	Prueba escrita Trabajo individual
20	f) Se ha realizado una campaña promocional de un producto/servicio de estética.	Trabajo grupal



RA5. Aplica las técnicas del merchandising promocional, utilizando los instrumentos específicos y adecuándolos a la imagen de la empresa.	20 %
--	------

Criterios de evaluación:

%	CE	Inst. Evaluac.
10	a) Se han establecido los objetivos del merchandising	Actividad grupal de investigación Cuestionario.
15	b) Se han clasificado los tipos de compras según el comportamiento del cliente.	Prueba escrita
15	c) Se han especificado los elementos del merchandising	Prueba escrita Actividad individual.
20	d) Se han relacionado los efectos de la ambientación visual, sonora y olfativa con el proceso de venta.	Prueba escrita Trabajo individual
20	e) Se ha establecido la distribución de los espacios y productos en los puntos de venta.	Actividad grupal de investigación Examen teórico.
10	f) Se han identificado la cartelería y los expositores como instrumentos de publicidad en el lugar de venta	Prueba escrita Actividad individual
5	g) Se ha analizado la función del escaparate y su influencia en la decisión de compra del consumidor.	Actividad grupal de investigación Cuestionario
5	h) Se han aplicado y combinado los diferentes elementos del merchandising	Prueba escrita Actividad individual



RA6. Realiza demostraciones de venta de servicios y productos de imagen personal, definiendo las etapas y utilizando las técnicas específicas.	10 %
---	------

Criterios de evaluación:

%	CE	Inst. Evaluac.
10	a) Se han identificado las cualidades, actitudes, aptitudes y habilidades que debe reunir un asesor de ventas en las relaciones comerciales.	Actividad individual de investigación. Cuestionario.
5	b) Se han establecido las técnicas de asertividad utilizadas en las relaciones comerciales	Actividad grupal de investigación
15	c) Se han aplicado técnicas de asertividad y habilidades sociales.	Prueba práctica
10	d) Se han establecido las fases y las técnicas de venta	Prueba escrita Trabajo individual
15	e) Se ha establecido la argumentación comercial como fórmula de recomendación al cliente.	Actividad grupal de investigación
10	f) Se han establecido las pautas para la resolución de objeciones a la venta.	Trabajo grupal
10	g) Se han identificado las señales de cierre de la venta	Prueba escrita Actividad individual
15	h) Se han establecido estrategias para el cierre de una venta.	Actividad grupal de investigación Prueba práctica Roleplay o role playing.



	i) Se han establecido los procedimientos para seguimiento postventa en los procesos comerciales	Actividad grupal de investigación
--	---	-----------------------------------



RA7. Trata las reclamaciones y quejas, aplicando procedimientos de resolución de conflictos.	10 %
---	------

Criterios de evaluación:

%	CE	Inst. Evaluac.
20	a) Se ha descrito el procedimiento para la resolución de conflictos y reclamaciones.	Prueba escrita Trabajo individual
20	b) Se ha descrito el procedimiento para la recogida de reclamaciones.	Prueba escrita Trabajo individual.
20	c) Se han identificado las alternativas al procedimiento que se pueden ofrecer al cliente ante reclamaciones fácilmente subsanables	Prueba escrita Trabajo individual
20	d) Se ha trasladado la información sobre la reclamación según el orden jerárquico preestablecido	Prueba escrita Trabajo o actividad individual
20	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.	Prueba escrita Trabajo o actividad individual