

TABLA 11: Unidades de Aprendizaje

Unidad de Aprendizaje N.º 1: Actitudes y comportamientos profesionales		
Temporalización: 1º Trimestre	Duración: 10 horas	Ponderación: 20%

Objetivos Generales	Competencias		
Resultados de Aprendizaje			
RA 1. Determina actitudes y comportamientos profesionales en situación de prestación de servicios, describiendo las características, cualidades y aptitudes de un buen profesional de la imagen personal.			
Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber		
<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar comportamientos y actitudes profesionales en simulaciones. • Identificar competencias profesionales, personales y de empleabilidad. • Reconocer errores frecuentes en actitudes y aptitudes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las características y cualidades del perfil profesional en el sector. • Determinar las variables que influyen en el clima laboral. • Detectar los aspectos de la imagen personal que repercuten en la imagen profesional. 		
Aspectos del Saber Estar			
<ul style="list-style-type: none"> • Mostrar respeto, empatía y cortesía en el trato con clientes y compañeros. • Actuar con responsabilidad, puntualidad y compromiso. • Mantener una presencia adecuada y coherente con la profesión. 			
Tareas y Actividades			
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar el perfil profesional en el sector de la imagen personal. • Reconocer buenas y malas prácticas en la atención al cliente. • Debates guiados: análisis de casos de buen/mal clima laboral en un centro estético. • Role-playing: simulaciones de atención al cliente (recepción, asesoramiento, gestión de quejas). • Autoevaluación • Diario reflexivo: cada semana anotar una actitud personal a mejorar y cómo aplicarla en clase. 			
Criterios de Evaluación			
	<table> <tr> <th>%</th><th>IE</th></tr> </table>	%	IE
%	IE		

a) Se han definido los rasgos más significativos del perfil profesional requerido en los distintos ámbitos del sector de la imagen personal.	15	Prueba teórica
b) Se han analizado las variables que influyen en el buen clima laboral en la actividad profesional del sector de la imagen personal.	15	Prueba teórica
c) Se han identificado las competencias profesionales, personales y para la empleabilidad que debe tener un buen profesional.	20	Prueba teórica
d) Se han analizado los errores más frecuentes en las actitudes y aptitudes de los profesionales de la imagen personal.	15	Trabajo monográfico
e) Se han analizado los aspectos más importantes de la imagen personal que influyen en la imagen profesional.	15	Trabajo monográfico
f) Se han aplicado comportamientos y actitudes profesionales en simulaciones de prestación de servicios.	20	Actividad individual
Recursos		
Aula TIC con ordenadores con conexión a Internet, cañón, materiales didácticos como presentaciones en Power Point, etc.		
Observaciones		

Unidad de Aprendizaje N.º 2: Análisis y tendencias del sector de Estética y Belleza I		
Temporalización: 1º trimestre	Duración: 8 horas	Ponderación: 60%

Objetivos Generales		Competencias
RA 2. Planifica estrategias de actualización en el sector, analizando las innovaciones y los cambios en el mercado de la imagen personal.		
Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber	
<ul style="list-style-type: none"> Realizar búsquedas selectivas sobre la evolución del mercado. Analizar y recopilar datos relevantes de fuentes fiables. 	<ul style="list-style-type: none"> Conocer las características de los distintos ámbitos del sector (peluquería, estética, asesoría de imagen). Identificar fuentes de información especializadas y tendencias. Comprender innovaciones y cambios del mercado de la imagen personal. 	
Aspectos del Saber Estar		
<ul style="list-style-type: none"> Mantener actitud de curiosidad, apertura y aprendizaje continuo. Demostrar iniciativa para actualizar conocimientos. Ser flexible y receptivo ante la innovación y los cambios. 		

Tareas y Actividades		
<ul style="list-style-type: none"> Investigar innovaciones y tendencias del mercado de la imagen personal. Búsqueda en Internet: investigar una innovación reciente en estética (ej. cosmética vegana, aparatología estética) y presentarla en clase. Dinámica grupal: análisis de artículos/revistas profesionales: cada grupo expone qué tendencias detecta. Exposición oral: defender una innovación que creen que marcará el futuro del sector. 		
Criterios de Evaluación	%	IE
a) Se han identificado las características propias del sector de la peluquería, la estética, la asesoría de imagen, etc.	15	Prueba teórica
b) Se han realizado búsquedas selectivas sobre la evolución del mercado de la imagen personal.	15	Trabajo monográfico
c) Se han identificado las fuentes de datos que facilitan información relevante para el análisis.	10	Trabajo monográfico Prueba teórica
d) Se han evaluado las innovaciones y tendencias del sector.	20	Trabajo monográfico Prueba teórica
Recursos		
Aula TIC con ordenadores con conexión a Internet, cañón, materiales didácticos como presentaciones en Power Point, etc.		
Observaciones		

Unidad de Aprendizaje N.º 3: Análisis y tendencias del sector de Estética y Belleza II		
Temporalización: 2º trimestre	Duración: 6 horas	Ponderación: 40%

Objetivos Generales	Competencias
Resultados de Aprendizaje	
RA 2. Planifica estrategias de actualización en el sector, analizando las innovaciones y los cambios en el mercado de la imagen personal.	
Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> Diseñar un plan de investigación comercial. Analizar y recopilar datos relevantes de fuentes fiables. Mantener actualizada la información recopilada. 	<ul style="list-style-type: none"> Conocer las características de los distintos ámbitos del sector (peluquería, estética, asesoría de imagen). Identificar fuentes de información especializadas y tendencias. Comprender innovaciones y cambios del mercado de la imagen personal.
Aspectos del Saber Estar	

<ul style="list-style-type: none"> • Mantener actitud de curiosidad, apertura y aprendizaje continuo. • Demostrar iniciativa para actualizar conocimientos. • Ser flexible y receptivo ante la innovación y los cambios. 		
Tareas y Actividades		
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un plan de investigación comercial. • Mini-proyecto: elaborar un “plan de actualización personal” (fuentes que consultarán, ferias o redes a seguir, etc.). 		
Criterios de Evaluación	%	IE
e) Se ha diseñado un plan de investigación comercial.	20	Prueba escrita
f) Se han analizado y recopilado los datos necesarios para la investigación comercial.	10	Prueba escrita
g) Se ha mantenido actualizada la información recopilada.	10	Prueba escrita Actividad individual
Recursos		
Aula TIC con ordenadores con conexión a Internet, cañón, materiales didácticos como presentaciones en Power Point, etc.		
Observaciones		

Unidad de Aprendizaje N.º 4: Estrategias de interrelaciones con los clientes

Temporalización: 2º trimestre

Duración: 8 horas

Ponderación: 20 %

Objetivos Generales	Competencias
Resultados de Aprendizaje	
RA 3. Determina la estrategia para las interrelaciones con los posibles clientes, manejando foros de comunicación y redes sociales.	
Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> • Definir y seleccionar medios y alternativas de comunicación (presenciales y digitales). • Generar contenidos adaptados al perfil del cliente (“Buyer persona”). • Establecer estrategias de posicionamiento en redes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los distintos canales de comunicación y difusión de marca. • Comprender cómo funcionan las redes sociales en el entorno profesional. • Identificar estrategias de comunicación digital y de interacción con clientes.

<ul style="list-style-type: none">• Participar en foros y blogs temáticos de carácter profesional.		
Aspectos del Saber Estar		
<ul style="list-style-type: none">• Mostrar profesionalidad y respeto en la comunicación online y presencial.• Mantener coherencia entre lo que se comunica y los valores profesionales.• Fomentar la confianza, cercanía y credibilidad en las interrelaciones.		
Tareas y Actividades		
<ul style="list-style-type: none">• Seleccionar los canales de comunicación adecuados.• Elaborar contenidos adaptados a diferentes perfiles de clientes.• Análisis de casos: estudiar cuentas de redes sociales de centros de belleza y comentar fortalezas/debilidades.• Ejercicio práctico: diseñar un calendario de publicaciones para una semana en Instagram de un centro estético.• Taller de comunicación: simulaciones de mensajes a clientes (whatsapp, email, contestar reseñas).• Creación de Buyer persona: inventar 2 perfiles de clientes y definir qué tipo de contenidos esperan.• Blog de aula: redactar una entrada sobre un tema estético (cuidados de la piel, tendencias de maquillaje, etc.) y publicarla en un espacio compartido.		
Criterios de Evaluación	%	IE
a) Se ha definido los medios de comunicación para la difusión de la marca personal.	15	Proyecto Prueba teórica
b) Se han seleccionado alternativas de comunicación en el mundo digital.	15	Proyecto Prueba teórica
c) Se han establecido estrategias para posicionarse en el sector.	20	Proyecto Prueba teórica
d) Se han generado contenidos para los distintos tipos de “Buyer persona”	20	Proyecto Prueba teórica
e) Se ha determinado la estrategia a seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red.	15	Proyecto Prueba teórica
f) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.	15	Proyecto Prueba teórica
Recursos		
Aula TIC con ordenadores con conexión a Internet, cañón, materiales didácticos como presentaciones en Power Point, etc.		

Observaciones

Unidad de Aprendizaje N.º 5: Diseño de la marca personal		
Temporalización: 2º trimestre	Duración: 10 horas	Ponderación: 40 %

Objetivos Generales	Competencias				
Resultados de Aprendizaje					
RA 4. Diseña su imagen de marca personal, aplicando técnicas de Marketing.					
Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber				
<ul style="list-style-type: none"> Analizar variables para construir una marca personal. Definir valores, identidad digital e ítems de la marca. Emplear TIC y técnicas de marketing digital. Diseñar estrategias de creación y consolidación de marca personal. 	<ul style="list-style-type: none"> Conocer técnicas de marketing digital aplicadas al sector de la belleza. Conocer las variables que determinan una marca personal sólida. Aplicar y utilizar herramientas tecnológicas para la creación de identidad digital. 				
Aspectos del Saber Estar					
<ul style="list-style-type: none"> Proyectar autenticidad y coherencia entre valores y marca. Mantener constancia y compromiso en la construcción de la propia identidad. Desarrollar una actitud emprendedora y proactiva. 					
Tareas y Actividades					
<ul style="list-style-type: none"> Definir la propia identidad y valores de marca. Crear una propuesta de marca personal digital. Diseñar una estrategia básica de marketing para posicionarse en el sector. Autoevaluación de valores personales y reflexión sobre qué quiero transmitir como profesional. Diseño de logotipo personal (a mano o con Canva/Canva Edu). Creación de un perfil profesional simulado (LinkedIn o Instagram profesional). Elaborar un currículum infográfico que refleje la marca personal. Presentación del proyecto de marca personal (mis valores, identidad digital, canales que usaré). 					
Criterios de Evaluación					
	<table> <tr> <th>%</th><th>IE</th></tr> <tr> <td> </td><td> </td></tr> </table>	%	IE		
%	IE				

a) Se han analizado las variables para establecer una marca personal en el sector de la Belleza.	10	Proyecto Prueba teórica
b) Se han definido los valores que como marca queremos transmitir.	20	Proyecto Prueba teórica
c) Se han determinado los ítems de nuestra identidad digital.	15	Proyecto Prueba teórica
d) Se han empleado las aplicaciones y utilidades de las TIC para crear nuestra identidad digital.	15	Proyecto Prueba teórica
e) Se han caracterizado las técnicas de marketing digital.	15	Prueba teórica
f) Se han diseñado las estrategias para construir nuestra marca personal.	25	Proyecto Prueba teórica
Recursos		
Aula TIC con ordenadores con conexión a Internet, cañón, materiales didácticos como presentaciones en Power Point, etc.		
Observaciones		