



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	CE	Instrumentos de evaluación.	% IE
5	a) Se ha caracterizado el marketing en el ámbito de la imagen personal.	Prueba escrita	100
10	b) Se han identificado los tipos de marketing	Actividad individual	100
15	c) Se han determinado los elementos del marketing mix que pueden ser utilizados por la empresa.	Prueba escrita	100
10	d) Se han establecido las diferencias entre un bien, como producto tangible, y un servicio.	Actividad individual	100
10	e) Se han especificado las características propias de los servicios.	Prueba escrita	100
10	f) Se ha analizado la importancia del precio como herramienta del marketing mix.	Actividad o trabajo individual	100
10	g) Se han reconocido los tipos de canales de distribución (mayoristas y minoristas) relacionados con la imagen personal.	Prueba escrita	100
10	h) Se han valorado las franquicias de peluquería y estética como un tipo de distribución con posibilidades de autoempleo	Actividad individual	100
10	i) Se han identificado los elementos de la servucción	Prueba escrita	100
10	j) Se han definido las fases del plan de marketing	Actividad individual	100

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

Criterios de evaluación:

% CE	CE	Instrumentos de evaluación.	% IE
------	----	-----------------------------	------



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

20	a) Se ha identificado al cliente como el elemento más importante en las empresas de imagen personal.	Prueba escrita	100
10	b) Se han analizado las variables que influyen en el consumo de los clientes de imagen personal	Actividad individual	100
10	c) Se han identificado las motivaciones de compra del cliente.	Prueba escrita	100
20	d) Se han establecido las fases del proceso de compra.	Actividad individual	100
10	e) Se han especificado los niveles de motivación de la teoría de Maslow	Prueba escrita	100
10	f) Se ha establecido la clasificación del cliente según su tipología, carácter y rol.	Actividad individual	100
20	g) Se han determinado los mecanismos de fidelización de los clientes.	Prueba escrita	100

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

Criterios de evaluación:

% CE	CE	Instrumentos de evaluación.	% IE
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	50
		FEM	50
10	b) Se han identificado los elementos, etapas, barreras y objetivos de la comunicación.	Actividad individual	100
10	c) Se han identificado los instrumentos que utilizan las empresas de imagen personal en la comunicación interna y externa	Prueba escrita	50
		FEM	50
15	d) Se ha caracterizado la comunicación verbal con los usuarios.	Actividad individual	50
		FEM	50
10	e) Se ha establecido la secuencia de actuación en una presentación o charla comercial.	Prueba escrita	100
10		Trabajo o actividad individual	50



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

% CE	CE	Instrumentos de evaluación.	% IE
	f) Se han identificado las fases de la comunicación telefónica.	FEM	50
10	g) Se han analizado los instrumentos de comunicación escrita (cartas, folletos, tarjetas, etc.)	Prueba escrita	100
15	h) Se ha valorado la importancia de la comunicación gestual en las relaciones comerciales.	Actividad individual	100
10	i) Se han realizado demostraciones de productos y servicios adaptando su comunicación según el contexto.	Prueba práctica FEM	50 50

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

Criterios de evaluación:

% CE	CE	Instrumentos de evaluación.	% IE
15	a) Se han identificado los objetivos de la publicidad	Prueba escrita	50
		Actividad individual	50
10	b) Se han establecido las fases de una campaña publicitaria.	Mapa conceptual	50
		Prueba escrita	50
20	c) Se han especificado los medios publicitarios más utilizados por las empresas del sector.	Actividad individual	100
20	d) Se han relacionado los instrumentos de la promoción con los objetivos y los efectos.	Prueba escrita	50
		Actividad individual	50
15	e) Se han establecido las fases de una campaña de promoción.	Prueba escrita	50
		Trabajo individual	50
20	f) Se ha realizado una campaña promocional de un producto/servicio de estética adaptando su comunicación según el contexto.	Trabajo grupal	100

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



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

Criterios de evaluación:

% CE	CE	Instrumentos de evaluación.	% IE
10	a) Se han establecido los objetivos del merchandising	Actividad grupal	50
		Prueba escrita	50
15	b) Se han clasificado los tipos de compras según el comportamiento del cliente.	Prueba escrita	100
15	c) Se han especificado los elementos del merchandising	Prueba escrita	50
		Actividad individual	50
20	d) Se han relacionado los efectos de la ambientación visual, sonora y olfativa con el proceso de venta reconociendo las posibilidades de mejora profesional.	Prueba escrita	50
		Actividad individual	50
20	e) Se ha establecido la distribución de los espacios y productos en los puntos de venta.	Actividad grupal	50
		Prueba escrita	50
10	f) Se han identificado la cartelería y los expositores como instrumentos de publicidad en el lugar de venta	Prueba escrita	50
		Actividad individual	50
5	g) Se ha analizado la función del escaparate y su influencia en la decisión de compra del consumidor.	Actividad grupal	50
		Prueba escrita	50
5	h) Se han aplicado y combinado los diferentes elementos del merchandising	Prueba escrita	50
		Actividad individual	50

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	CE	Instrumentos de evaluación.	% IE
10	a) Se han identificado las cualidades, actitudes, aptitudes y habilidades que debe reunir un asesor de ventas en las relaciones comerciales.	Actividad individual	30
		Prueba escrita	30
		FEM	40



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

5	b) Se han establecido las técnicas de asertividad utilizadas en las relaciones comerciales	Actividad grupal	100
15	c) Se han aplicado técnicas de asertividad y habilidades sociales desarrollando trabajos en equipo con tolerancia y respeto.	Prueba práctica	100
10	d) Se han establecido las fases y las técnicas de venta	Prueba escrita	30
		Trabajo individual	30
		FEM	40
15	e) Se ha establecido la argumentación comercial como fórmula de recomendación al cliente.	Actividad grupal	100
10	f) Se han establecido las pautas para la resolución de objeciones a la venta.	Actividad grupal	100
10	g) Se han identificado las señales de cierre de la venta	Prueba escrita	50
		Actividad individual	50
15	h) Se han establecido estrategias para el cierre de una venta.	Actividad grupal	50
		Role play.	50
10	i) Se han establecido los procedimientos para seguimiento postventa en los procesos comerciales	Actividad grupal	100

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

Criterios de evaluación:

% CE	CE	Instrumentos de evaluación.	% IE
20	a) Se ha descrito el procedimiento para la resolución de conflictos y reclamaciones.	Prueba escrita	30
		Trabajo individual	30
		FEM	40
20	b) Se ha descrito el procedimiento para la recogida de reclamaciones.	Prueba escrita	30
		Trabajo individual	30
		FEM	40
20		Prueba escrita	30



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

	c) Se han identificado las alternativas al procedimiento que se pueden ofrecer al cliente ante reclamaciones fácilmente subsanables	Trabajo individual	30
		FEM	40
20	d) Se ha trasladado la información sobre la reclamación según el orden jerárquico preestablecido demostrando flexibilidad para adaptarse a diferentes situaciones profesionales.	Prueba escrita	30
		Trabajo individual	30
		FEM	40
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	30
		Trabajo o actividad individual	30
		FEM	40