



TABLA 8: CE y Cb

Resultado de Aprendizaje	RA1. 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.	Determinación de actitudes y comportamientos profesionales en situación de prestación de servicios:	Bloque de contenidos	Saber Hacer	Saber Estar
Criterios de Evaluación	a) Se han definido los rasgos más significativos del perfil profesional requerido en los distintos ámbitos del sector de la imagen personal.	Conocer las características y cualidades del perfil profesional en el sector.	Contenidos Básicos	Identificar el perfil profesional necesario en el ámbito de la estética	Mostrar respeto, empatía y cortesía en el trato con clientes y compañeros
	b) Se han analizado las variables que influyen en el buen clima laboral en la actividad profesional del sector de la imagen personal.	Determinar las variables que influyen en el clima laboral.		Fomentar un buen clima de trabajo	Trabajo en equipo
	c) Se han identificado las competencias profesionales, personales y para la empleabilidad que debe tener un buen profesional.	Formación del personal: Capacitación profesional. Proyección del profesional. La promoción profesional. Formación continua. Evaluación del desempeño del puesto de trabajo.		Identificar competencias profesionales, personales y de empleabilidad.	Actuar con responsabilidad, puntualidad y compromiso.
	d) Se han analizado los errores más frecuentes en las actitudes y aptitudes de los profesionales de la imagen personal.	Errores habituales en las características personales, imagen personal, cualidades personales, del profesional de la estética		Reconocer errores frecuentes en actitudes y aptitudes.	



	e) Se han analizado los aspectos más importantes de la imagen personal que influyen en la imagen profesional.	Detectar los aspectos de la imagen personal que repercuten en la imagen profesional.		Mejora de los aspectos relevantes de la imagen personal que influyen en la imagen profesional	Mantener una presencia adecuada y coherente con la profesión.
	f) Se han aplicado comportamientos y actitudes profesionales en simulaciones de prestación de servicios.	Aplicación de habilidades blandas: capacidades organizativas, trabajo en equipo, proactividad, inteligencia emocional, pensamiento crítico, liderazgo, carisma personal, capacidad de adaptación, facilidad para asumir críticas constructivas, control de estrés, gestión de conflictos, creatividad, habilidades digitales, habilidades comunicativas. Aplicación de Habilidades duras: conocimientos técnicos.		Aplicar comportamientos y actitudes profesionales en simulaciones.	



Resultado de Aprendizaje	RA2. Planifica estrategias de actualización en el sector, analizando las innovaciones y los cambios en el mercado de la imagen personal.	Planificación de estrategias de actualización en el sector de la estética:	Bloque de contenidos	Saber Hacer	Saber Estar
Criterios de Evaluación	a) Se han identificado las características propias del sector de la peluquería, la estética, la asesoría de imagen, etc.	Análisis del mercado del sector de la imagen personal: del entorno, de la competencia.	Contenidos Básicos	Identificar las características del sector de la estética	Iniciativa y carácter crítico
	b) Se han realizado búsquedas selectivas sobre la evolución del mercado de la imagen personal.	Oportunidades del mercado. Oportunidades del mercado		Realizar búsquedas selectivas sobre la evolución del mercado.	Esfuerzo en la búsqueda de información
	c) Se han identificado las fuentes de datos que facilitan información relevante para el análisis.	Fuentes de información en el campo de la imagen personal. La investigación comercial.		Identificar las fuentes de información fiables	
	d) Se han evaluado las innovaciones y tendencias del sector.	Innovaciones: tecnología cosmética, aparatología novedosa. Nuevas tendencias en técnicas y tratamientos.		Analizar las innovaciones en el sector de la estética	
	e) Se ha diseñado un plan de investigación comercial.	Diseño del plan de investigación Aspectos éticos de la investigación comercial. Los estudios comerciales.		Diseñar un plan de investigación comercial	Ética y rigor
	f) Se han analizado y recopilado los datos necesarios para la investigación comercial.	Organización y actualización de los datos obtenidos. Análisis cuantitativo y cualitativo de la información. Técnicas de investigación		Analizar y recopilar datos relevantes de fuentes fiables. Realizar encuestas	Rigor y orden



		cuantitativa: encuestas, observación, experimentación, etc.			
	g) Se ha mantenido actualizada la información recopilada.	Métodos de actualización de la información		Actualizar los datos relevantes	

Resultado de Aprendizaje	RA3. Determina la estrategia para las interrelaciones con los posibles clientes, manejando foros de comunicación y redes sociales.	Determinación de estrategias de interrelación con los clientes:	Bloque de contenidos	Saber Hacer	Saber Estar
Criterios de Evaluación	a) Se ha definido los medios de comunicación para la difusión de la marca personal.	Medios para la difusión de la marca personal: redes sociales, blog, página web, etc.	Contenidos Básicos	Describir la tipología de los medios de comunicación más empleados para difundir nuestra marca personal	Mostrar profesionalidad y respeto en la comunicación online y presencial.
	b) Se han seleccionado alternativas de comunicación en el mundo digital.	Análisis y selección de redes sociales: características de la red, forma de comunicación, etc		Establecer los criterios de selección de medios y alternativas de comunicación (presenciales y digitales)	Responsabilidad, orden y rigor
	c) Se han establecido estrategias para posicionarse en el sector.	Estrategias de Comunicación en el Mundo Digital.		Seleccionar las ventajas e inconvenientes de las distintas estrategias	Iniciativa y carácter crítico a la hora de interpretar las informaciones



		Diferenciación y posicionamiento en el sector. Plan de acción para posicionarse como experto en el sector. Perfil profesional en redes sociales			
	d) Se han generado contenidos para los distintos tipos de “Buyer persona”	Creación de contenidos para los distintos tipos de Buyer Persona: podcast, blogs, videos, imágenes, infografías, webinars, publicaciones en redes sociales, etc.:		Generar contenidos adaptados al perfil del cliente (“Buyer persona”).	Esfuerzo en la búsqueda de información
	e) Se ha determinado la estrategia a seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red.	Acciones de comunicación para reforzar la imagen de marca. Manejo de redes sociales. Creación de blogs. Email Marketing, etc		Establecer estrategias de posicionamiento en redes.	Mantener coherencia entre lo que se comunica y los valores profesionales.
	f) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.	Interrelación con otros usuarios. Las publicaciones: contenidos a compartir. Los grupos de conversación o chat. Los foros. Creación de una red de contactos El comportamiento del cliente online. Promoción online		Participar en foros y blogs temáticos de carácter profesional.	Fomentar la confianza, cercanía y credibilidad en las interrelaciones



Resultado de Aprendizaje	RA4. Diseña su imagen de marca personal, aplicando técnicas de Marketing.	Diseñar la imagen de marca personal	Bloque de contenidos	Saber Hacer	Saber Estar
Criterios de Evaluación	a) Se han analizado las variables para establecer una marca personal en el sector de la Belleza.	Marca personal Autoconocimiento y definición de valores: Fortalezas y habilidades.	Contenidos Básicos	Analizar variables para construir una marca personal.	Desarrollar una actitud emprendedora y proactiva.
	b) Se han definido los valores que como marca queremos transmitir.	Beneficios de crear nuestra marca personal. Representación de nuestra marca personal.		Definir los ítems de nuestra imagen de marca	Proyectar autenticidad y coherencia entre valores y marca.
	c) Se han determinado los ítems de nuestra identidad digital.	Creación de nuestra Identidad digital. Análisis de la imagen que transmitimos en Internet.		Reconocer los aspectos básicos que queremos transmitir de nuestras empresas en internet	Esfuerzo en la búsqueda de información
	d) Se han empleado las aplicaciones y utilidades de las TIC para crear nuestra identidad digital.	Acciones específicas para desarrollar la marca personal Imagen y posicionamiento de nuestra marca personal. Valoración.		Emplear TIC y técnicas de marketing digital.	Responsabilidad y rigor
	e) Se han caracterizado las técnicas de marketing digital.	Márquetin digital Técnicas de Marketing digital: posicionamiento en buscadores, redes sociales,etc		Identificar las técnicas de márquetin digital para la mejora de la competitividad de las empresas de estética	Iniciativa y carácter crítico



		Diseño del plan de marketing digital. Marketing de servicios. Estrategias para prolongar el ciclo de vida del producto o servicio.			
	f) Se han diseñado las estrategias para construir nuestra marca personal.	Personal Branding. Proceso de creación de una marca personal. Estrategias. Personalización.		Diseñar estrategias de creación y consolidación de marca personal	Mantener constancia y compromiso en la construcción de la propia identidad.