



IES Francesc de B. Moll
DEPARTAMENT
DE IMATGE PERSONAL
CFGM ESTÈTICA I BELLESA

C/ Caracas nº 6
07007 Palma de Mallorca
Tf: 971-278150
e-mail:
iesfrancescdeborjamoll@
educio.caib.es



MÓDUL PROFESIONAL : DIRECCIÓ I COMERCIALIZACIÓ
(IMP33-1071)

CONTINGUTS:

Unitat 1. Tècniques d'organització de l'establiment d'imatge personal:

- Models organitzatius d'empreses d'imatge personal. Les empreses tradicionals personal d'imatge. Noves tendències empresarials.
- Instal·lacions generals d'establiments d'imatge personal. Disseny i distribució.
- Recursos tècnics. Organització d'equips, eines, productes cosmètics i útils
- Imatge empresarial. Elements que la conformen.

Unitat 2. Tècniques d'organització i coordinació dels professionals:

- Organigrama del centre. Estructura jeràrquica.
- Qualificació de los professionals.
- Planificació de la plantilla: procés de selecció de personal. Tècniques de selecció.
- Disseny del pla d'acolliment a l'empresa.
- Organització i coordinació de l'horari de feina del personal.
- Organització i coordinació de l'equip de feina i dels medis materials: distribució del treball al llarg de la jornada laboral.

Unitat 3. Normes d'atenció i comunicació interpersonal:

- La comunicació. Comunicació externa i interna a l'empresa: tipus, característiques i diferències.
- Tècniques de comunicació eficaç.
- Claus per a una comunicació efectiva a un equip de feina.
- Comunicació externa amb clients i proveïdors: normes d'atenció al client. Protocol de comunicació amb el client.
- Problemes amb la comunicació externa: tipus i tècniques per a resoldre situacions de crisi.
- Comunicació interna a l'empresa: comunicació ascendent, descendent i horitzontal.
- Tècniques de resolució de conflictes.
- Deontologia professional.
- El lideratge. Lleis bàsiques de la direcció d'equips.
- Altres tipus de comunicació o comunicació mixta: les reunions de treballs. Tipus i fases d'una reunió.

Unitat 4. Plans de formació i informació:

- Pla de formació i informació: concepte i finalitat. Identificació de la política de formació.
- Objectius del pla de formació de l'empresa d'imatge personal.



IES Francesc de B. Moll
DEPARTAMENT
DE IMATGE PERSONAL
CFGM ESTÈTICA I BELLESA

C/ Caracas nº 6
07007 Palma de Mallorca
Tf: 971-278150
e-mail:
iesfrancescdeborjamoll@
educio.caib.es



- Fase d'anàlisi: detecció de necessitats formatives.
- Disseny de les accions formatives: estructura, característiques i planificació.
- Tipus d'accions formatives.
- Comunicació i convocatòria del pla: continguts, proposta de formació i instruments de comunicació.
- Fase de desenvolupament i aplicació: característiques, seqüenciació i documentació.
- Fase de seguiment i avaluació. Instruments d'avaluació.

Unitat 5. Operacions de gestió tècnica:

- Documentació: tipus de documentació tècnica i comercial.
- Sistemes i mètodes d'arxiu de la documentació.
- Aplicacions informàtiques específiques del sector: tipus, característiques i utilitats.
- Configuració de l'aplicació: assistència tècnica.
- Protecció de dades: legislació, sistemes de seguretat, protecció i confidencialitat de la informació.
- Persones usuàries del programa de gestió: criteris d'assignació.
- Creació de la base de dades i tractament de la informació.

Unitat 6. Pla de comercialització:

- Definició i conceptes bàsics de marketing.
- El pla de comercialització de l'empresa.
- El client.
- Els productes i serveis en imatge personal. Disseny d'ofertes de productes i serveis.
- Tècniques de venda.
- L'assessor de vendes.
- Tractament i resolució de queixes i reclamacions.
- Les promocions: concepte i classificació.
- Campanya promocional.

Unitat 7. Tècniques de publicitat i merchandising:

- Pla de publicitat i merchandising: concepte i objectius del pla.
- La publicitat: concepte. Objectius.
- Elements que conformen la publicitat com a tècnica de venda.
- El merchandising a una empresa d'imatge personal. Concepte. Elements del merchandising. L'ambientació general, els punts de venda, els elements exteriors de l'establiment i la publicitat en el lloc de venda (PLV).

Unitat 8. Criteris de qualitat dels processos d'imatge personal:

- La qualitat. Indicadors de la qualitat.



IES Francesc de B. Moll
DEPARTAMENT
DE IMATGE PERSONAL
CFGM ESTÈTICA I BELLESA

C/ Caracas nº 6
07007 Palma de Mallorca
Tf: 971-278150
e-mail:
iesfrancescdeborjamoll@
educio.caib.es



- La figura del consultor-avaluador.
- Pla d'avaluació del projecte empresarial.
- Objectius de l'avaluació.
- Mètodes d'anàlisi.
- Avaluació de recursos tècnics, humans e instal·lacions.
- Avaluació de la gestió tècnica i comercial.
- Avaluació de la imatge corporativa.
- Avaluació de la comercialització de productes i serveis.
- Avaluació de la comunicació integral de l'empresa.
- Avaluació dels processos tècnics i dels protocols de feina.
- Avaluació de l'entorn de l'empresa.
- Pla d'intervenció per a la correcció de les desviacions.
- Valoració de les expectatives del client i grau de satisfacció.

PART ESPECÍFICA EN LLENGUA ANGLESA:

Els continguts s'han agrupat en blocs que ordenen els elements d'anàlisi d'una realitat complexa en relació a quatre centres d'atenció amb característiques i necessitats específiques en quant al procés d'ensenyament i aprenentatge: el llenguatge oral; el llenguatge escrit; els elements constitutius del sistema lingüístic, el seu funcionament i les seves relacions; i la dimensió social i cultural de la llengua estrangera. Tot i que el llenguatge oral i escrit siguin dues manifestacions d'una mateixa capacitat, cadascú requereix habilitats i coneixements, és per això que els continguts es tracten separatament:

1. Comprensió i producció de missatges orals

El model lingüístic aportat per l'escola és la primera font de coneixement i aprenentatge de l'idioma. Els discursos utilitzats a l'aula són al mateix temps vehicle i objecte d'aprenentatge, motiu pel qual el currículum i el nostre projecte han d'atendre tant el coneixement dels elements lingüístics com ara la capacitat d'utilitzar-los per altres tasques comunicatives.

2. Emissió i interpretació de texts i missatges escrits

Es pretén desenvolupar la competència discursiva al seu ús escrit. En llengua estrangera els textos escrits són també un model de composició textual i de pràctica i adquisició d'elements lingüístics. L'ús progressiu del llenguatge escrit ve directament relacionat amb el grau de coneixement del codi lingüístic.

3. Coneixements lingüístics

El contacte amb la llengua estrangera i el seu ús, permeten a aquells que l'estan aprenent, elaborar un sistema conceptual elemental sobre el seu funcionament. El punt de partida seran les situacions d'ús que fomentin la interferència de les regles de funcionament de la llengua per a que l'alumnat pugui adquirir confiança en les seves pròpies capacitats.



IES Francesc de B. Moll
DEPARTAMENT
DE IMATGE PERSONAL
CFGM ESTÈTICA I BELLESA

C/ Caracas nº 6
07007 Palma de Mallorca
Tf: 971-278150
e-mail:
iesfrancescdeborjamoll@
educio.caib.es



4. Identificació e interpretació dels elements culturals més significatius dels països de llengua anglesa

Els continguts contribueixen a que l'alumnat conegui els costums, les formes de relació social, trets i particularitats dels països en els quals es parla la llengua estrangera, en definitiva, formes de vida diferents a les pròpies. Aquest coneixement promourà la tolerància i acceptació, augmentarà l'interès pel coneixement de les diferents realitats socials i culturals i facilitarà la comunicació intercultural.

TIPUS D'EXAMEN:

Prova escrita tipus test amb respostes múltiples, o bé preguntes de resposta curta o una combinació de totes dues. A la prova test, les errades descomptaran la part proporcional, en funció del nombre de respostes possibles ($E=1/(n-1)$; on n és el nombre de respostes possibles).

Aquest mòdul té assignades continguts en **llengua anglesa**, per tant, hi haurà una prova amb els continguts en llengua anglesa

CRITERIS DE QUALIFICACIÓ I AVALUACIÓ:

Criteris de Qualificació:

La prova sobre els continguts del mòdul contarà un 70% del total del examen.

La prova de llengua anglesa del mòdul contarà un 30% del total del examen

Les proves es consideraran superades si se n'obté un mínim de 5 a a cadascuna de les proves

Criteris d'Avaluació:

1. Determinar els tipus d'empreses d'imatge personal.
2. Establir les condicions generals de les instal·lacions i equipaments associats.
3. Valorar les variables que influeixen en el disseny d'espais i equipaments.
4. Identificar i distribuir les diverses zones i annexes.
5. Seleccionar les instal·lacions complementàries necessàries.
6. Identificar els equipaments adequats a cada zona.
7. Aplicar els paràmetres que identifiquen la imatge de la empresa.
8. Especificar l'organigrama de l'establiment d'imatge personal.
9. Caracteritzar cada lloc de feina.
10. Establir els sistemes de planificació de plantilla.
11. Relacionar els criteris de selecció de personal d'acord amb la política empresarial.
12. Establir els criteris d'assignació dels horaris de feina del personal.
13. Planificar la distribució de la feina entre l'equip tècnic.
14. Establir les diferències entre comunicació externa i interna a l'empresa.
15. Aplicar estratègies de comunicació eficaç.
16. Elaborar protocols de comunicació externa amb clients i proveïdors.



IES Francesc de B. Moll
DEPARTAMENT
DE IMATGE PERSONAL
CFGM ESTÈTICA I BELLESA

C/ Caracas nº 6
07007 Palma de Mallorca
Tf: 971-278150
e-mail:
iesfrancescdeborjamoll@
educio.caib.es



17. Elaborar protocols de comunicació interna de la empresa.
18. Realitzar protocols de comunicació per a premsa.
19. Establir les passos que s'hauran de seguir per a resoldre conflictes.
20. Establir les normes deontològiques aplicades a activitats d'imatge personal.
21. Establir les lleis bàsiques de la direcció d'equips i els estils de lideratge.
22. Planificar la organització de reunions de feina.
23. Determinar els elements dels plans de formació.
24. Reconèixer els objectius del pla de formació.
25. Establir els instruments d'anàlisi per a detectar necessitats formatives.
26. Establir les pautes per a dissenyar les accions formatives.
27. Identificar els tipus d'accions formatives.
28. Comparar els diferents instruments de comunicació per a presentar la proposta de formació.
29. Establir els criteris per a realitzar el seguiment de les accions formatives.
30. Establir els elements per a realitzar el procés d'avaluació.
31. Identificar la documentació que es fa servir en els processos de gestió d'un establiment de perruqueria.
32. Determinar els sistemes per a arxivar la documentació.
33. Identificar les aplicacions informàtiques emprades en empreses d'imatge personal.
34. Configurar l'aplicació informàtica de gestió que s'haurà d'utilitzar.
35. Verificar el funcionament de l'aplicació.
36. Aplicar la legislació sobre protecció de dades.
37. Identificar els sistemes de protecció, seguretat i accés a la informació de l'aplicació emprada.
38. Establir els criteris per a assignar les persones usuàries al programa de gestió.
39. Introduir les dades que fan referència a la gestió de clients, productes, serveis i treballadors.

40. Establir el concepte de marketing i definir les seves fases.

41. Establir els objectius del pla de comercialització.

42. Identificar els tipus de clients i els mecanismes de fidelització.

43. Dissenyar l'oferta dels productes i serveis d'imatge personal.

44. Descriure les característiques específiques d'un assessor de vendes de productes i serveis d'imatge personal.

45. Aplicar tècniques de venda a un servei/producte de perruqueria.

46. Establir estratègies d'intervenció en reclamacions o queixes.

47. Establir els objectius i instruments emprats a una campanya promocional.

48. Aplicar tècniques de promoció d'un producte/servei d'imatge personal.

	IES Francesc de B. Moll DEPARTAMENT DE IMATGE PERSONAL CFGM ESTÈTICA I BELLESA	C/ Caracas nº 6 07007 Palma de Mallorca Tf: 971-278150 e-mail: iesfrancescdeborjamoll@educio.caib.es	
--	---	--	--

49. Establir els objectius del pla de publicitat i merchandising.
50. Dissenyar les estratègies per a realitzar el pla de publicitat i merchandising.
51. Identificar la publicitat i el merchandising com a eines del procés de venda de productes i serveis.
52. Analitzar els factors que intervenen a la publicitat.
53. Aplicar tècniques de publicitat a un producte/servei d'imatge personal.
54. Relacionar l'ambientació i l'organització dels espais amb el procés de venda.
55. Realitzar aparadors promocionals.
56. Realitzar la publicitat dels productes en el lloc de venda (PLV).
57. Identificar els indicadors de qualitat.
58. Caracteritzar la figura del consultor-avaluador als establiments d'imatge personal.
59. Organitzar un pla d'avaluació per a la detecció de desviacions a l'empresa.
60. Establir els paràmetres per a avaluar els diferents processos.
62. Proposar mesures per a optimitzar la prestació del servei i corregir errades.
63. Dissenyar accions per a resoldre deficiències que afecten a la qualitat del servei.
1. 64. Establir sistemes d'avaluació del grau de satisfacció del client

BIBLIOGRAFIA:

Dirección y gestión de empresas de Imagen Personal. Editorial videocinco.
Marketing y venta en imagen personal. Editorial Altamar

Professor responsable del mòdul: Sonia Castro Bordoy