EXTRACTO

PROGRAMACIÓN DOCENTE

DIRECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

IMP303.2 · Módulo 1071

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Código	Resultado de aprendizaje	Desarrollo
RA1	Aplica técnicas de organización del establecimiento de imagen personal, determinando infraestructuras y recursos.	Centro
RA2	Aplica técnicas de organización y coordinación de los profesionales, determinando los puestos de trabajo y sus funciones.	Centro
RA3	Diseña normas de atención y comunicación interpersonales, analizando sus elementos y aplicando normas deontológicas.	Centro
RA4	Diseña planes de formación e información, estableciendo el procedimiento de trabajo.	Centro
RA5	Realiza operaciones de gestión técnica del establecimiento, interpretando documentación y aplicando herramientas informáticas.	Centro
RA6	Elabora el plan de comercialización, diseñando distintas estrategias y acciones.	Centro y **empresa**
RA7	Organiza la aplicación de técnicas de publicidad y *merchandising*, analizando su impacto en la comercialización de productos y servicios.	Centro y **empresa**
RA8	Establece criterios de calidad de los procesos de imagen personal, evaluando la dinámica global y proponiendo medidas correctoras.	Centro

Los RA6 y RA7 se desarrollan de forma compartida. La empresa aporta evidencias de desempeño y una valoración cualitativa; la calificación corresponde al profesorado del módulo, que integra dicha información con las evidencias del centro.

6. EVALUACIÓN

6.3 Ponderación de instrumentos

Prueba teórico-práctica	Actividades vinculadas a CE
70 %	30 %

Un mismo CE puede comprobarse con más de un instrumento. La nota del CE se obtiene con las evidencias previstas y publicadas. Ninguna calificación positiva depende de una única prueba escrita.

6.4 Peso de los RA

RA	Peso final	Mínimo exigible
RA1	12,5 %	Sí
RA2	12,5 %	Sí
RA3	12,5 %	Sí
RA4	12,5 %	Sí
RA5	12,5 %	Sí
RA6	12,5 %	Sí
RA7	12,5 %	Sí
RA8	12,5 %	Sí

La calificación de la parte desarrollada en el centro (FC) se calcula mediante la media ponderada de los RA según la tabla. Para superar el módulo deben alcanzarse los aprendizajes mínimos de todos los RA. La calificación se expresa de 1 a 10 con un decimal en los cálculos internos y se traslada a los documentos oficiales conforme a la normativa aplicable.

6.5 Ponderación de cada Criterio de Evaluación

Primer trimestre

Ud.	R.A.	C.E.	MIN	Criterios de evaluación	% CALIF. C.E.	¿Cómo se evalúa?	
						Actividades y trabajos con enfoque práctico/teórico	Actividades de clase
1	1	a	SI	Se han determinado los tipos de empresas de imagen personal	15%	X	X
1	1	b	SI	Se han establecido las condiciones generales de las instalaciones y equipamientos asociados	14%	X	X
1	1	c	SI	Se han valorado las variables que influyen en el diseño de espacios y equipamientos	14%	X	X
1	1	d	SI	Se han identificado y distribuido las diversas zonas y anexos	14%	X	X
1	1	e	SI	Se han seleccionado las instalaciones complementarias necesarias	15%	X	X
1	1	f	SI	Se han identificado los equipamientos adecuados a cada zona	14%	X	X

1	1	g	SI	Se han aplicado los parámetros que identifican la imagen de la empresa	14%	X	X
2	2	a	SI	Se ha especificado el organigrama del establecimiento de imagen personal	17%	X	X
2	2	b	SI	Se ha caracterizado cada puesto de trabajo	16%	X	X
2	2	c	SI	Se han establecido los sistemas de planificación de plantilla	16%	X	X
2	2	d	SI	Se han relacionado los criterios de selección de personal con la política empresarial	17%	X	X
2	2	e	SI	Se han establecido los criterios de asignación de los horarios de trabajo del personal	17%	X	X
2	2	f	SI	Se ha planificado la distribución del trabajo entre el equipo técnico	17%	X	X
3	3	a	SI	Se han establecido las diferencias entre comunicación externa e interna en la empresa	10%	X	X
3	3	b	SI	Se han aplicado estrategias de comunicación eficaz	10%	X	X
3	3	c	SI	Se han elaborado protocolos de comunicación externa con clientes y proveedores	12%	X	X
3	3	d	SI	Se han elaborado protocolos de	12%	X	X

				comunicación interna de la empresa			
3	3	e	SI	Se han realizado protocolos de comunicación para prensa	12%	X	X
3	3	f	SI	Se han establecido los pasos que se van a seguir para resolver conflictos	12%	X	X
3	3	g	SI	Se han establecido las normas deontológicas aplicadas a actividades de imagen personal.	10%	X	X
3	3	h	SI	Se han establecido las leyes básicas de la dirección de equipos y los estilos de liderazgo	10%	X	X
3	3	i	SI	Se ha planificado la organización de reuniones de trabajo.	12%	X	X
4	4	a	SI	Se han determinado los elementos de los planes de formación.	14%	X	X
4	4	b	SI	Se han reconocido los objetivos del plan de formación.	12%	X	X
4	4	c	SI	Se han establecido los instrumentos de análisis para detectar necesidades formativas.	14%	X	X
4	4	d	SI	Se han establecido las pautas para diseñar las acciones formativas.	12%	X	X
4	4	e	SI	Se han identificado los tipos de acciones formativas.	12%	X	X
4	4	f	SI	Se han comparado los diferentes instrumentos de comunicación para presentar la	12%	X	X

				propuesta de formación.			
4	4	g	SI	Se han establecido los criterios para realizar el seguimiento de las acciones formativas.	12%	X	X
4	4	h	SI	Se han establecido los elementos para realizar el proceso de evaluación	12%	X	X

Segundo trimestre

Ud.	R.A.	C.E.	MIN	Criterios de evaluación	% CALIF. C.E.	¿Cómo se evalúa?	
						Actividades y trabajos con enfoque práctico	Actividades de clase
5	5	a	SI	Se ha identificado la documentación que se maneja en los procesos de gestión de un establecimiento de peluquería.	10%	X	X
5	5	b	SI	Se han determinado los sistemas para archivar la documentación.	10%	X	X
5	5	c	SI	Se ha identificado las aplicaciones informáticas empleadas en empresas de imagen personal.	12%	X	X

5	5	d	SI	Se ha configurado la aplicación informática de gestión que se va a utilizar.	12%	X	X
5	5	e	SI	Se ha verificado el funcionamiento de la aplicación.	12%	X	X
5	5	f	SI	Se ha aplicado la legislación sobre protección de datos.	12%	X	X
5	5	g	SI	Se han identificado los sistemas de protección, seguridad y acceso a la información de la aplicación empleada.	10%	X	X
5	5	h	SI	Se han establecido los criterios para asignar las personas usuarias al programa de gestión.	10%	X	X
5	5	i	SI	Se han introducido los datos referidos a la gestión en cuanto a clientes, productos, servicios y empleados.	12%	X	X
6	6	a	SI	Se ha establecido el concepto de marketing y se han definido sus fases.	10%	X	X
6	6	b	SI	Se han establecido los objetivos del plan de comercialización.	10%	X	X
6	6	c	SI	Se han identificado los tipos de clientes y	12%	X	X

				los mecanismos de fidelización.			
6	6	d	SI	Se ha diseñado la oferta de los productos y servicios de imagen personal.	12%	X	X
6	6	e	SI	Se han descrito las características específicas de un asesor de ventas de productos y servicios de imagen personal.	12%	X	X
6	6	f	SI	Se han aplicado técnicas de venta a un servicio/producto de peluquería.	12%	X	X
6	6	g	SI	Se han establecido estrategias de intervención en reclamaciones o quejas.	10%	X	X
6	6	h	SI	Se han establecido los objetivos e instrumentos empleados en una campaña promocional.	10%	X	X
6	6	i	SI	Se han aplicado técnicas de promoción de un producto/servicio de imagen personal.	12%	X	X
7	7	a	SI	Se han establecido los objetivos del plan de publicidad y merchandising.	14%	X	X
7	7	b	SI	Se han diseñado las estrategias para realizar el plan de publicidad y merchandising.	12%	X	X
7	7	c	SI	Se han identificado la publicidad y el merchandising como	14%	X	X

				herramientas del proceso de venta de productos y servicios.			
7	7	d	SI	Se han analizado los factores que intervienen en la publicidad.	12%	X	X
7	7	e	SI	Se han aplicado técnicas de publicidad a un producto/servicio de imagen personal.	12%	X	X
7	7	f	SI	Se han relacionado la ambientación y la organización de los espacios con el proceso de venta.	12%	X	X
7	7	g	SI	Se han realizado escaparates promocionales.	12%	X	X
7	7	h	SI	Se ha realizado la publicidad de los productos en el lugar de venta (PLV).	12%	X	X

Tercer trimestre

8	8	a	SI	Se han identificado los indicadores de calidad.		X	X
8	8	b	SI	Se ha caracterizado la figura del consultor-evaluador en los establecimientos de imagen personal.		X	X
8	8	c	SI	Se ha organizado un plan de evaluación para la detección de desviaciones en la empresa.		X	X

8	8	d	SI	Se han establecido los parámetros para evaluar los diferentes procesos.		X	X
8	8	e	SI	Se han propuesto medidas para optimizar la prestación del servicio y corregir errores.		X	X
8	8	f	SI	Se han diseñado acciones para resolver deficiencias que afectan a la calidad del servicio.		X	X
8	8	g	SI	Se han establecido sistemas de evaluación del grado de satisfacción del cliente.		X	X

6.6 Formación en empresa e integración de la calificación

La formación en empresa aporta al módulo 59 horas y desarrolla parcialmente RA6 y RA7. El tutor o tutora de empresa informa si los aprendizajes previstos están superados o no superados y emite valoración cualitativa. El profesorado contrasta esa información con las evidencias y el seguimiento, y califica los CE compartidos.

Actividad en empresa	RA	Indicadores
Colaboración en el plan de comercialización.	RA6	Perfil de clientela, demanda, oferta, venta, promoción, fidelización y tratamiento de incidencias.
Publicidad y *merchandising*.	RA7	Creación/actualización de contenidos, promociones, PLV, presentación del punto de venta y análisis de impacto.

La calificación final se obtiene aplicando los siguientes porcentajes: Formación en el centro (FC): 53 %; Formación en Empresa (FE): 47 %.

CALIFICACIÓN FINAL = FC × 0,53 + FE × 0,47

Esta ponderación se aplica cuando exista valoración suficiente de la empresa y se hayan realizado las actividades del plan. Si la concreción curricular específica del ciclo aprobada para 2026-2027 modifica el porcentaje, prevalecerá dicha concreción y se actualizará esta fórmula antes de informar al alumnado.

6.7 Condiciones de evaluación positiva

- Calificación final igual o superior a 5,0.
- Superación de los aprendizajes mínimos asociados a los ocho RA.
- Realización y superación de la formación en empresa cuando resulte obligatoria, salvo exención reconocida.
- Disponibilidad de evidencias válidas, auténticas y suficientes.
- En trabajos grupales, demostración individual del aprendizaje mediante defensa, registro o tarea personal.

6.8 Entregas, autenticidad y retroalimentación

Las tareas incluyen fecha, CE, instrumento y condiciones de entrega en la plataforma corporativa. La entrega fuera de plazo se evalúa en recuperación, salvo causa justificada. La copia, suplantación o uso no declarado de contenidos ajenos invalida esa evidencia y obliga a una nueva demostración individual. El uso de herramientas de IA, cuando se autorice, exige revisión crítica, declaración de uso y capacidad de defender el producto.

6.9 Sistema alternativo cuando no pueda aplicarse la evaluación continua

El alumnado sin evidencias continuas suficientes realiza, en la fecha comunicada, un sistema alternativo referido a los RA afectados: a) prueba teórico-práctica individual, 60 %; b) dossier individual con productos profesionales y defensa, 40 %. Debe obtener al menos 5,0 y superar los mínimos de cada RA. Las evidencias válidas ya obtenidas se conservan. Los RA vinculados a empresa se resuelven conforme a la situación real de la estancia, exención o PFE.