

1. Identificación da programación

Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
27015773	Muralla Romana	Lugo	2022/2023

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
IMP	Imaxe persoal	CSIMP03	Asesoría de imaxe persoal e corporativa	Ciclos formativos de grao superior	Réxime de proba libre

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1189	Imaxe corporativa	2022/2023		105	

(*) No caso de que o módulo profesional estea organizado en unidades formativas de menor duración

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	MARÍA DEL CARMEN MACÍNEIRAS NÚÑEZ, ALBA LINARES REY (Subst.), IVÁN JESÚS CRISTOBAL LUACES (Subst.)
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión departamento

2. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación

2.1. Primeira parte da proba

2.1.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo

RA1 - Realiza o estudo da identidade corporativa, aplicando técnicas de análise
RA2 - Determina os elementos que definen a imaxe corporativa das entidades, analizando o seu deseño e os códigos iconolóxicos
RA3 - Determina a imaxe dos colectivos profesionais, identificando os elementos que a forman, e avalia seu efecto na imaxe corporativa
RA4 - Elabora proxectos de asesoría de imaxe corporativa, determinando o plan de acción e secuenciando as súas fases
RA5 - Elabora o manual de imaxe corporativa e adáptalo ás características da entidade
RA6 - Pon en práctica as estratexias de comunicación, establecendo o plan de actuación e os elementos de promoción corporativa

2.1.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo

CA1.1 Identifícase o campo de actuación do/da asesor/ora de imaxe corporativa
CA1.2 Estableceuse o asesoramento en distintos tipos de imaxe (persoal, arquitectónica, loxística, iconográfica, de xestión, etc.)
CA1.3 Definiuse a personalidade e a cultura corporativa da organización
CA1.4 Desenvolvéronse habilidades sociais e de interrelación profesional e corporativa, para a transmisión da cultura corporativa
CA1.5 Analizouse a ideoloxía corporativa das persoas fundadoras, do equipo directivo e dos/das profesionais da entidade
CA1.6 Relacionouse a filosofía corporativa co produto e/ou o servizo, e co seu público
CA1.7 Analizouse a repercusión sobre o público obxectivo e sobre o público potencial
CA1.8 Estableceronse os métodos e as técnicas para realizar a concreción da identidade corporativa (técnica DAFO)
CA1.9 Analizáronse imaxes corporativas públicas e privadas nacionais e internacionais
CA1.10 Estableceronse as relacións entre o tipo de entidade e a súa imaxe corporativa
CA1.11 Identifícaronse os sistemas de percepción social da imaxe
CA1.12 Analizouse a percepción social da imaxe e os valores corporativos
CA2.1 Caracterizáronse os signos de identificación visual da imaxe corporativa (nome, marca, logotipo, imagotipo, cores corporativas, etc.)
CA2.2 Analizáronse as aplicacións da identidade gráfica da empresa en varios soportes
CA2.3 Estableceronse as liñas de deseño básicas dos elementos visuais da imaxe corporativa
CA2.4 Identifícaronse os espazos e a arquitectura, e a súa relación coa imaxe corporativa, tendo en conta os estilos e as características dos materiais empregados, así como o tipo de decoración utilizado
CA2.5 Aplicouse o método iconolóxico á asesoría de imaxe corporativa

Criterios de avaliación do currículo

CA2.6 Identifícaronse e clasificáronse os soportes onde se aplican os elementos identificadores da imaxe corporativa

CA2.7 Especificouse o simbolismo dos elementos distintivos e o seu deseño

CA2.8 Analizouse a evolución nos elementos de identificación e os seus cambios

CA3.1 Analizáronse os aspectos da identidade corporativa que se va transmitir polos colectivos profesionais

CA3.2 Realizouse o estudo de imaxe, a expresión, os estilos e as habilidades de interrelación do equipo de traballo

CA3.3 Adecúáronse os elementos, as características e os símbolos para crear a imaxe colectiva

CA3.4 Deseñouse a proposta de asesoría de imaxe colectiva

CA3.5 Determináronse os/as profesionais colaboradores/as

CA3.6 Realizouse o asesoramento en imaxe externa: en peiteado e en automaquillaxe

CA3.7 Realizouse o asesoramento en expresión oral, xestual e corporal

CA3.8 Realizouse o asesoramento en habilidades de comunicación (habilidades de interrelación persoal, social, profesional e corporativa)

CA3.9 Estableceronse as pautas para a posta en práctica da nova imaxe colectiva e/ou profesional, como os uniformes e outras formas de expresión persoal

CA4.1 Estableceronse as fases do proxecto de asesoría de imaxe corporativa

CA4.2 Realizouse a fase de investigación e validación da identidade corporativa

CA4.3 Especificáronse as pautas para a posta en práctica da imaxe corporativa en distintos ámbitos e campos de aplicación, así como nos produtos ou servizos

CA4.4 Elaborouse un estudio externo, tendo en conta os perfís de mercado, os hábitos e os costumes do público e da competencia

CA4.5 Realizouse un estudio da personalidade corporativa, analizando a súa imaxe e concretando a identidade futura

CA4.6 Realizouse o protocolo de imaxe e estilo, elaborando o manual de procedemento

CA4.7 Planificouse a fase de mantemento e control

CA4.8 Especificáronse os indicadores de calidade para o mantemento da imaxe corporativa

CA4.9 Elaborouse a documentación técnica e económica da proposta

CA4.10 Seleccionáronse as ferramentas e as técnicas para a elaboración do proxecto de asesoría

CA4.11 Seleccionouse o formato de presentación da proposta

CA4.12 Elaborouse a proposta en soporte manual e informático

CA4.13 Estableceronse as accións e o calendario de actuación para o desenvolvemento do proxecto

CA4.14 Elaborouse o orzamento económico

CA4.15 Argumentouse a proposta personalizada

Criterios de avaliación do currículo

CA4.16 Seleccionouse o formato de presentación e o tipo de material

CA4.17 Resolvéreronse as dúbihdas, establecéreronse os acordos e concretouse a autorización do proceso

CA5.1 Establecerónse os obxectivos e a estrutura dos manuais de imaxe corporativa e dos libros de estilo das compañías

CA5.2 Determináronse os elementos gráficos de identidade visual (logotipo, isotipo, imagotipo e marca)

CA5.3 Xustificáronse as normas referidas á aplicación do deseño e á identidade gráfica

CA5.4 Recoñeceuse a función comunicativa da identidade visual

CA5.5 Identificáronse manuais corporativos de interese para a asesoría de imaxe corporativa

CA5.6 Elaboráronse os manuais corporativos dos partidos políticos e os seus elementos identificadores

CA5.7 Caracterizáronse os manuais corporativos dos principais medios de comunicación

CA5.8 Identificáronse as súas características e as diferenzas entre as opcións

CA5.9 Elaboráronse os manuais de estilo en distintos ámbitos da asesoría de imaxe corporativa

CA5.10 Estableceuse un mecanismo de seguimento da evolución do manual de imaxe

CA6.1 Establecerónse as políticas de imaxe e comunicación corporativa

CA6.2 Deseñouse un plan de comunicación empresarial

CA6.3 Definíronse os obxectivos, as estratexias, as mensaxes e o calendario de actuación

CA6.4 Avaliáronse os custos e realizouse un seguimento do plan

CA6.5 Determináronse os instrumentos do plan de comunicación empresarial (relacións públicas e campañas de comunicación)

CA6.6 Analizouse a comunicación escrita, as súas estratexias de redacción, os modelos de cartas e os memorandos

CA6.7 Avaliouse a comunicación verbal, as súas pautas e a estrutura dos discursos

CA6.8 Analizouse a comunicación non verbal

CA6.9 Determináronse as estratexias de prensa

CA6.10 Analizáronse as novas formas de comunicación vinculadas á tecnoloxía

CA6.11 Aplicouse o manual de comunicación estratégica

CA6.12 Establecerónse pautas de relación cos medios e as axencias de comunicación

CA6.13 Seleccionáronse os elementos de promoción corporativa

CA6.14 Utilizouse a creación de marcas asociadas a valores para lembrar os compromisos da empresa

CA6.15 Valorouse a repercusión social das accións de patrocinio e mecenado

2.2. Segunda parte da proba

2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo

- RA1 - Realiza o estudo da identidade corporativa, aplicando técnicas de análise
- RA2 - Determina os elementos que definen a imaxe corporativa das entidades, analizando o seu deseño e os códigos iconolóxicos
- RA3 - Determina a imaxe dos colectivos profesionais, identificando os elementos que a forman, e avalia seu efecto na imaxe corporativa
- RA4 - Elabora proxectos de asesoría de imaxe corporativa, determinando o plan de acción e secuenciando as súas fases
- RA5 - Elabora o manual de imaxe corporativa e adáptao ás características da entidade
- RA6 - Pon en práctica as estratexias de comunicación, establecendo o plan de actuación e os elementos de promoción corporativa

2.2.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo

- CA1.1 Identifícone o campo de actuación do/da asesor/ora de imaxe corporativa
- CA1.2 Estableceuse o asesoramento en distintos tipos de imaxe (persoal, arquitectónica, loxística, iconográfica, de xestión, etc.)
- CA1.3 Definiuse a personalidade e a cultura corporativa da organización
- CA1.4 Desenvolvéronse habilidades sociais e de interrelación profesional e corporativa, para a transmisión da cultura corporativa
- CA1.5 Analizouse a ideoloxía corporativa das persoas fundadoras, do equipo directivo e dos/das profesionais da entidade
- CA1.6 Relacionouse a filosofía corporativa co produto e/ou o servizo, e co seu público
- CA1.7 Analizouse a repercusión sobre o público obxectivo e sobre o público potencial
- CA1.8 Estableceronse os métodos e as técnicas para realizar a concreción da identidade corporativa (técnica DAFO)
- CA1.9 Analizáronse imaxes corporativas públicas e privadas nacionais e internacionais
- CA1.10 Estableceronse as relacións entre o tipo de entidade e a súa imaxe corporativa
- CA1.11 Identificáronse os sistemas de percepción social da imaxe
- CA1.12 Analizouse a percepción social da imaxe e os valores corporativos
- CA2.1 Caracterizáronse os signos de identificación visual da imaxe corporativa (nome, marca, logotipo, imagotipo, cores corporativas, etc.)
- CA2.2 Analizáronse as aplicacións da identidade gráfica da empresa en varios soportes
- CA2.3 Estableceronse as liñas de deseño básicas dos elementos visuais da imaxe corporativa
- CA2.4 Identificáronse os espazos e a arquitectura, e a súa relación coa imaxe corporativa, tendo en conta os estilos e as características dos materiais empregados, así como o tipo de decoración utilizado
- CA2.5 Aplicouse o método iconolóxico á asesoría de imaxe corporativa
- CA2.6 Identificáronse e clasificáronse os soportes onde se aplican os elementos identificadores da imaxe corporativa

Criterios de avaliação do currículo

CA2.7 Especificouse o simbolismo dos elementos distintivos e o seu deseño

CA2.8 Analizouse a evolución nos elementos de identificación e os seus cambios

CA3.1 Analizáronse os aspectos da identidade corporativa que se vaia transmitir polos colectivos profesionais

CA3.2 Realizouse o estudo de imaxe, a expresión, os estilos e as habilidades de interrelación do equipo de traballo

CA3.3 Adecuáronse os elementos, as características e os símbolos para crear a imaxe colectiva

CA3.4 Deseñouse a proposta de asesoría de imaxe colectiva

CA3.5 Determináronse os/as profesionais colaboradores/as

CA3.6 Realizouse o asesoramento en imaxe externa: en peiteado e en automaillaxe

CA3.7 Realizouse o asesoramento en expresión oral, xestual e corporal

CA3.8 Realizouse o asesoramento en habilidades de comunicación (habilidades de interrelación persoal, social, profesional e corporativa)

CA3.9 Estableceronse as pautas para a posta en práctica da nova imaxe colectiva e/ou profesional, como os uniformes e outras formas de expresión persoal

CA4.1 Estableceronse as fases do proxecto de asesoría de imaxe corporativa

CA4.2 Realizouse a fase de investigación e validación da identidade corporativa

CA4.3 Especificáronse as pautas para a posta en práctica da imaxe corporativa en distintos ámbitos e campos de aplicación, así como nos produtos ou servizos

CA4.4 Elaborouse un estudio externo, tendo en conta os perfís de mercado, os hábitos e os costumes do público e da competencia

CA4.5 Realizouse un estudio da personalidade corporativa, analizando a súa imaxe e concretando a identidade futura

CA4.6 Realizouse o protocolo de imaxe e estilo, elaborando o manual de procedemento

CA4.7 Planificouse a fase de mantemento e control

CA4.8 Especificáronse os indicadores de calidade para o mantemento da imaxe corporativa

CA4.9 Elaborouse a documentación técnica e económica da proposta

CA4.10 Seleccionáronse as ferramentas e as técnicas para a elaboración do proxecto de asesoría

CA4.11 Seleccionouse o formato de presentación da proposta

CA4.12 Elaborouse a proposta en soporte manual e informático

CA4.13 Estableceronse as accións e o calendario de actuación para o desenvolvemento do proxecto

CA4.14 Elaborouse o orzamento económico

CA4.15 Argumentouse a proposta personalizada

CA4.16 Seleccionouse o formato de presentación e o tipo de material

Criterios de avaliación do currículo

CA4.17 Resolvérónse as dúbihdas, establecerónse os acordos e concretouse a autorización do proceso

CA5.1 Establecerónse os obxectivos e a estrutura dos manuais de imaxe corporativa e dos libros de estilo das compañías

CA5.2 Determináronse os elementos gráficos de identidade visual (logotipo, isotipo, imagotipo e marca)

CA5.3 Xustificáronse as normas referidas á aplicación do deseño e á identidade gráfica

CA5.4 Recoñeceuse a función comunicativa da identidade visual

CA5.5 Identificáronse manuais corporativos de interese para a asesoría de imaxe corporativa

CA5.6 Elaboráronse os manuais corporativos dos partidos políticos e os seus elementos identificadores

CA5.7 Caracterízárónse os manuais corporativos dos principais medios de comunicación

CA5.8 Identificáronse as súas características e as diferenzas entre as opcións

CA5.9 Elaboráronse os manuais de estilo en distintos ámbitos da asesoría de imaxe corporativa

CA5.10 Estableceuse un mecanismo de seguimento da evolución do manual de imaxe

CA6.1 Establecerónse as políticas de imaxe e comunicación corporativa

CA6.2 Deseñouse un plan de comunicación empresarial

CA6.3 Definíronse os obxectivos, as estratexias, as mensaxes e o calendario de actuación

CA6.4 Avalíáronse os custos e realizouse un seguimento do plan

CA6.5 Determináronse os instrumentos do plan de comunicación empresarial (relacións públicas e campañas de comunicación)

CA6.6 Analizouse a comunicación escrita, as súas estratexias de redacción, os modelos de cartas e os memorandos

CA6.7 Avaliouse a comunicación verbal, as súas pautas e a estrutura dos discursos

CA6.8 Analizouse a comunicación non verbal

CA6.9 Determináronse as estratexias de prensa

CA6.10 Analizáronse as novas formas de comunicación vinculadas á tecnoloxía

CA6.11 Aplicouse o manual de comunicación estratéxica

CA6.12 Establecerónse pautas de relación cos medios e as axencias de comunicación

CA6.13 Seleccionáronse os elementos de promoción corporativa

CA6.14 Utilizouse a creación de marcas asociadas a valores para lembrar os compromisos da empresa

CA6.15 Valorouse a repercusión social das accións de patrocinio e mecenado

3. Mínimos exigibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

Tódolos criterios de avaliación son mínimos exigibles.

A primeira parte da proba terá carácter teórico e será eliminatoria. Poderá consistir en preguntas tipo test de resposta múltiple e/ou preguntas para desenvolver de cuestións relacionadas cos contidos do módulo e que versarán sobre unha mostra suficientemente significativa dos criterios de avaliación establecidos na programación para esta parte.

O/A candidato/a será informado da puntuación das preguntas e dos descontos aplicados ás mesmas, por errores na súa resposta, no momento da realización da proba.

O/A profesor/profesora do módulo profesional cualificará esta primeira parte da proba de 0 a 10 puntos. Para a súa superación as persoas candidatas deberán obter unha puntuación igual ou superior a cinco puntos, que fará media coa nota da segunda proba, se se obteñen estes 5 puntos.

A segunda parte da proba terá carácter práctico e calificarse de 0 a 10 puntos, sendo tamén eliminatoria.

As persoas aspirantes que superen a primeira parte da proba realizarán a segunda parte da proba, que poderá consistir en preguntas tipo test de respuesta múltiple e/ou a resolución de supuestos prácticos e/ou preguntas de ordear fases e/ou procesos, que versarán sobre unha mostra suficientemente significativa dos criterios de avaliación establecidos na programación para esta parte.

As persoas que non superen a primeira parte da proba serán cualificadas cun cero nesta segunda parte, xa que o/a candidato/a que non superara a primeira parte quedará directamente eliminado do proceso.

Para a superación da segunda parte da proba as persoas candidatas deberán obter unha puntuación igual ou superior a cinco puntos, que fará media coa nota da primeira proba, se ambas as partes están superadas cunha nota de 5 ou máis.

Cualificación final:

Para cualificar ao alumnado aplicaranse os seguintes criterios de avaliación:

O/A candidato/a terá que ter superadas ambas probas, escrita e práctica, para acadar a avaliación positiva no módulo.

A cualificación final será a media aritmética das cualificacións obtidas en cada unha das partes, expresada en números enteros sen decimales, redondeando á alza (cuando o valor sexa igual ou superior ao medio punto) e a baixa (cuando o valor sexa igual ou inferior ao medio punto), sempre que se teña obtido unha nota superior ou igual ao 5.

A proba libre será superada cando dita media aritmética sea igual ou superior a 5.

No caso de suspender a segunda parte da proba, a puntuación máxima que poderá asignarse será de 4 puntos.

A non asistencia a algunha destas dúas probas cualificarase cun 0 en dita proba.

Será necesaria a identificación mediante o DNI ou pasaporte, que deberá estar sobre a mesa a disposición do profesorado. É obligatorio que o candidato presente o DNI ou pasaporte

Non se permitirá o acceso á aula da proba de móviles, nin de ningún outro dispositivo electrónico.

Non se permitirá o acceso á proba unha vez finalizado o proceso de chamamento público do/a alumno/a.

Material necesario para a realización de ambas probas: bolígrafo de tinta indeleble azul ou negro. Non se poderá emplegar o corrector nin o lápiz.

Os membros da comisión avaliadora poderán excluír de calquera parte da proba dun determinado módulo profesional aos alumnos ou alumnas que levan a cabo calquera actuación de tipo fraudulento. Neste caso, o profesor ou a profesora do módulo profesional cualificará ao alumnado excluído desta parte da proba cun cero

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvimento

4.a) Primeira parte da proba

A primeira parte da proba terá carácter teórico e será eliminatoria.

Poderá consistir en preguntas tipo test de respuesta múltiple e/ou preguntas para desenvolver de cuestións relacionadas cos contidos do módulo e que versarán sobre unha mostra suficientemente significativa dos criterios de avaliación establecidos na programación para esta parte.

O/A candidato/a será informado da puntuación das preguntas e dos descuentos aplicados ás mesmas, por erro na súa resposta, no momento da realización da proba.

O/A profesor/profesora do módulo profesional cualificará esta primeira parte da proba de 0 a 10 puntos. Para a súa superación as persoas candidatas deberán obter unha puntuación igual ou superior a cinco puntos, que fará media coa nota da segunda proba, se se obteñen estes 5 puntos.

A non asistencia a esta proba cualificarase cun 0 en dita proba, e o/a candidato/a xa non terá opción a realizar a segunda proba.

Será necesaria a identificación mediante o DNI ou pasaporte, que deberá estar sobre a mesa a disposición do profesorado. É obligatorio que o candidato presente o DNI ou pasaporte para acceder á proba.

Non se permitirá o acceso á aula da proba de móviles, nin de ningún outro dispositivo electrónico.

Non se permitirá o acceso á proba unha vez finalizado o proceso de chamamento público do/a alumno/a.

Material necesario para a realización de ambas probas: bolígrafo de tinta indeleble azul ou negro. Non se podrá emplegar o corrector nin o lápiz.

A proba será facilitada ó alumnado nun documento impreso, que non poderá ser desgrampado nin incorporar ó mesmo documentos alleos ao proceso.

Este documento, deberá ser entregado por completo ó finalizar o exame.

As preguntas da proba, serán elaboradas a partir dos contidos do módulo e tendo en conta os resultados de aprendizaxe, cuxa adquisición será motivo de avaliación.

Esta primeira proba terá un límite máximo de tempo de 90 minutos.

4.b) Segunda parte da proba

A segunda parte da proba terá carácter práctico e cualificarase de 0 a 10 puntos, sendo tamén eliminatoria.

As persoas aspirantes que superen a primeira parte da proba realizarán a segunda parte da proba, que poderá consistir en preguntas tipo test de respuesta múltiple e/ou a resolución de supuestos prácticos e/ou preguntas de ordear fases e/ou procesos, que versarán sobre unha mostra suficientemente significativa dos criterios de avaliación establecidos na programación para esta parte.

As persoas que non superen a primeira parte da proba serán cualificadas cun cero nesta segunda parte, xa que o/a candidato/a que non superara a primeira parte quedará directamente eliminado do proceso.

Para a superación da segunda parte da proba as persoas candidatas deberán obter unha puntuación igual ou superior a cinco puntos, que fará media coa nota da primeira proba, se ambas as partes están superadas cunha nota de 5 ou máis.

No caso de suspender a segunda parte da proba, a puntuación máxima que poderá asignarse será de 4 puntos.

A non asistencia a esta proba cualificarase cun 0 en dita proba.

Se a proba consta de máis dun folio daráse aos participantes grampada, non puidendo desgramplar, nin anexar ningún documento á mesma. Entregaráse grampada, ao/á profesor/a examinador con todos os folios de que consta

Será necesaria a identificación mediante o DNI ou pasaporte, que deberá estar sobre a mesa a disposición do profesorado. É obligatorio que o/a candidato/a presente o DNI ou pasaporte, a non presentación non permite o acceso á proba.

Non se permitirá o acceso á aula da proba de móviles, nin de ningún outro dispositivo electrónico.

Non se permitirá o acceso á proba unha vez finalizado o proceso de chamamento público do/a alumno/a.

Material necesario para a realización de ambas probas: bolígrafo de tinta indeleble azul ou negro. Non se podrá emplegar o corrector nin o lápiz.

Esta segunda parte da proba terá un límite máximo de tempo de 90 minutos.