

1. Identificación da programación
Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36019463	Johan Carballeira	Bueu	2023/2024

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
IMP	Imaxe persoal	CMIMP01	Estética e beleza	Ciclos formativos de grao medio	Réxime xeral-ordinario

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP0643	Márketing e venda en imaxe persoal	2023/2024	4	70	84

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	MARÍA VANESSA FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

2. Concreción do currículo en relación coa súa adecuación ás características do ámbito produtivo

Exercer a súa actividade en empresas de imaxe persoal, onde desenvolverán tarefas de prestación de servizos, aprovisionamento, comercialización, calidade, protección fronte a riscos e control de efluentes e residuos.

3. Relación de unidades didácticas que a integran, que contribuirán ao desenvolvemento do módulo profesional, xunto coa secuencia e o tempo asignado para o desenvolvemento de cada unha

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)
1	O marketing nas empresas de imaxe persoal	Asesor de vendas, marketing, marketing mix, plan de marketing	19	20
2	O cliente	Ciente: Concepto, comportaiemento, relacións, atención, tipoloxía	10	10
3	Comunicación e atención ao cliente	Comunicación verbal, non verbal, técnicas de comunicación	10	10
4	Publicidade e promoción	Darse a coñecer, promocións de vendas	10	15
5	Merchandising	Merchandising aplicado a imaxen persoal	10	15
6	Técnicas de venda	Técnicas de venda, fases da venda, servizos post-venda	15	15
7	Avaliación da calidade do servizo	Avaliar o servizo prestado, tratamento de queixas e reclamacións	10	15

4. Por cada unidade didáctica
4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	O marketing nas empresas de imaxe persoal	19

4.1.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Identifica os produtos e os servizos en empresas de imaxe persoal, aplicando técnicas de márketing.	SI

4.1.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA1.1 Caracterizouse o márketing no ámbito da imaxe persoal.
CA1.2 Identificáronse os tipos de márketing.
CA1.3 Determináronse os elementos do márketing mix que pode utilizar a empresa.
CA1.4 Establecéronse as diferenzas entre un ben, como produto tanxible, e un servizo.
CA1.5 Especificáronse as características propias dos servizos de imaxe persoal.
CA1.6 Analizouse a importancia do prezo como ferramenta do márketing mix.
CA1.7 Recoñecéronse os tipos de canles de distribución (por xunto e polo miúdo) relacionados coa imaxe persoal.
CA1.8 Valoráronse as franquías de peiteado e estética como un tipo de distribución con posibilidades de autoemprego.
CA1.9 Identificáronse os elementos da servución.
CA1.10 Simulouse a creación dun servizo de imaxe persoal aplicando as ferramentas do márketing.
CA1.11 Definíronse as fases do plan de márketing.

4.1.e) Contidos

Contidos
Definición e conceptos básicos de márketing.
Márketing nas empresas de imaxe persoal. Tipos de márketing.
Márketing mix: características e elementos.
Produtos e servizos en imaxe persoal: características.

Contidos
Servución.
Creación de servizos de imaxe persoal. Factores que interveñen: profesionais, infraestruturas, materiais e clientes.
Plan de márketing: fases.

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	O cliente	10

4.2.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Determina as necesidades da clientela, para o que analiza as motivacións de compra de produtos e servizos de imaxe persoal.	SI

4.2.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA2.1 Identificouse a clientela como elemento máis importante nas empresas de imaxe persoal.
CA2.2 Estableceuse a clasificación da clientela segundo a súa tipoloxía, o seu carácter e o seu papel.
CA2.3 Analizáronse as variables que inflúen no consumo da clientela de imaxe persoal.
CA2.4 Identificáronse as motivacións de compra da clientela.
CA2.5 Establecéronse as fases do proceso de compra.
CA2.6 Especificáronse os niveis de motivación da teoría de Maslow.
CA2.7 Definíronse criterios de calidade na prestación de servizos de imaxe persoal.
CA2.8 Valorouse a importancia de conseguir a satisfacción da clientela como parte do proceso da venda.

Criterios de avaliación

CA2.9 Determináronse os mecanismos de fidelización da clientela.

4.2.e) Contidos
Contidos

Importancia da clientela nas empresas de imaxe persoal.

0Fidelización da clientela.

Concepto e identificación da clientela: clientela interna e externa.

Clasificación da clientela: tipolóxica, segundo o carácter, segundo o papel, etc.

Necesidades, demandas e gustos da clientela.

Variables que inflúen no consumo da clientela.

Motivación, frustración e mecanismos de defensa. Teoría de Maslow.

Proceso de decisión de compra.

Calidade na prestación do servizo.

Importancia da satisfacción da clientela.

4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	Comunicación e atención ao cliente	10

4.3.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Establece pautas de atención á clientela, utilizando as técnicas de comunicación e as súas ferramentas.	SI

4.3.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA3.1 Determinouse o protocolo de atención á clientela en todas as fases do proceso desde a recepción ata a despedida.
CA3.2 Identifícanse os elementos, as etapas, as barreiras e os obxectivos da comunicación.
CA3.3 Identifícanse os instrumentos que utilizan as empresas de imaxe persoal na comunicación interna e externa.
CA3.4 Caracterizouse a comunicación verbal coas persoas usuarias.
CA3.5 Estableceuse a secuencia de actuación nunha presentación ou charla comercial.
CA3.6 Identifícanse as fases da comunicación telefónica.
CA3.7 Analizáronse os instrumentos de comunicación escrita (cartas, folletos, tarxetas, etc.).
CA3.8 Valorouse a importancia da comunicación xestual nas relacións comerciais.
CA3.9 Realizáronse demostracións de produtos e servizos.

4.3.e) Contidos

Contidos
Protocolo de atención á clientela en cada fase do proceso.
Etapas e elementos do proceso de comunicación.
Obxectivos da comunicación. Tipos de comunicación nunha empresa de imaxe persoal.
Comunicación verbal oral: técnicas de comunicación interpersonal ou colectiva; barreiras da comunicación; organización de charlas; comunicación telefónica.
Comunicación verbal escrita: normas de comunicación e expresión escrita; instrumentos de comunicación escrita empregados nas empresas de imaxe persoal (cartas, folletos, documentos internos, tarxetas, etc.).
Comunicación xestual.
Presentación e demostración dun produto ou servizo: pautas de realización.

4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	Publicidade e promoción	10

4.4.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA4 - Utiliza técnicas de promoción e publicidade, e xustifica a selección dos instrumentos empregados.	SI

4.4.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA4.1 Identifícaronse os obxectivos da publicidade.
CA4.2 Establecéronse as fases dunha campaña publicitaria.
CA4.3 Especificáronse os medios publicitarios máis utilizados polas empresas do sector.
CA4.4 Relacionáronse os instrumentos da promoción cos obxectivos e os efectos.
CA4.5 Establecéronse as fases dunha campaña de promoción
CA4.6 Realizouse unha campaña promocional dun produto ou servizo de estética.

4.4.e) Contidos

Contidos
Publicidade: concepto e obxectivos. Campaña publicitaria: fases. Mensaxe e medios publicitarios. Elementos que conforman a publicidade como técnica de venda.
Promoción de vendas: concepto e clasificación. Principais obxectivos e efectos que perseguen as promocións. Instrumentos promocionais utilizados no sector.
Campaña promocional: fases e deseño en imaxe persoal.

4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	Merchandising	10

4.5.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA5 - Aplica as técnicas do merchandising promocional, utilizando os instrumentos específicos e adecuándoos á imaxe da empresa.	SI

4.5.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA5.1 Establecéronse os obxectivos do merchandising.
CA5.2 Clasifícanse os tipos de compras segundo o comportamento da clientela.
CA5.3 Especificáronse os elementos do merchandising.
CA5.4 Relacionáronse os efectos da ambientación visual, sonora e olfactiva co proceso de venda.
CA5.5 Estableceuse a distribución dos espazos e os produtos nos puntos de venda.
CA5.6 Identifícanse os carteis e os expositores como instrumentos de publicidade no lugar de venda.
CA5.7 Analízase a función do escaparate e a súa influencia na decisión de compra das persoas.
CA5.8 Aplicáronse e combináronse os elementos do merchandising.

4.5.e) Contidos

Contidos
Concepto de merchandising. Merchandising básico e promocional. O merchandising no centro de beleza.

Contidos
Tipos de compras: compras previstas e por impulso.
Elementos do merchadising: ambientación xeral, puntos de venda, elementos exteriores do establecemento e escaparates. Publicidade no lugar de venda (PLV): carteis e expositores.

4.6.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
6	Técnicas de venda	15

4.6.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA6 - Realiza demostracións de venda de servizos e produtos de imaxe persoal, para o que define as etapas e utiliza as técnicas específicas.	SI

4.6.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA6.1 Identifícanse as calidades, as actitudes, as aptitudes e as habilidades que debe reunir o persoal asesor de vendas nas relacións comerciais.
CA6.2 Establecéronse as técnicas de asertividade utilizadas nas relacións comerciais.
CA6.3 Aplicáronse técnicas de asertividade e habilidades sociais.
CA6.4 Valorouse a importancia da imaxe persoal e profesional do persoal asesor de vendas como primeira carta de presentación.
CA6.5 Establecéronse as fases e as técnicas de venda.
CA6.6 Estableceuse a argumentación comercial como fórmula de recomendación á clientela.
CA6.7 Establecéronse as pautas para a resolución de obxeccións á venda.
CA6.8 Identifícanse os sinais de pechamento da venda.

Criterios de avaliación
CA6.9 Establecéronse estratexias para o pechamento dunha venda.
CA6.10 Identificouse e expúxose a información que se lle debe achegar á clientela para a asesorar sobre o uso de cosméticos e servizos de imaxe persoal.
CA6.11 Aplicáronse técnicas de asesoramento sobre o uso de cosméticos e servizos de imaxe persoal.
CA6.12 Establecéronse os procedementos para o seguimento posvenda nos procesos comerciais.

4.6.e) Contidos

Contidos
<p>Características do persoal asesor de vendas en imaxe persoal: asertividade e empatía; imaxe persoal e profesional.</p> <p>Fases e técnicas de venda. Argumentación comercial. Obxeccións: clasificación e tratamento. Pechamento da venda: sinais, técnicas e tipos. Venda cruzada.</p> <p>Asesoramento profesional na venda de cosméticos e servizos imaxe persoal. Fichas de apoio técnico á venda de cosméticos.</p> <p>Servizo de asistencia posvenda. Seguimento comercial ou posvenda: documentación de seguimento. Procedementos posvenda utilizados. Análise da información: informes comerciais.</p>

4.7.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
7	Avaliación da calidade do servizo	10

4.7.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA7 - Avalía a calidade do servizo e trata as reclamacións e as queixas, aplicando procedementos de resolución de conflitos.	SI

4.7.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA7.1 Deseñáronse cuestionarios para avaliar a atención recibida e o grao de satisfacción da clientela.
CA7.2 Describiuse o procedemento para a resolución de conflitos e reclamacións.
CA7.3 Describiuse o procedemento para a recollida de reclamacións.
CA7.4 Identifícaronse as alternativas ao procedemento que se lle poidan ofrecer á clientela ante reclamacións doadamente arranxables.
CA7.5 Comprobose que se dispoña dos formularios oficiais de reclamación e que se informara a clientela da súa dispoñibilidade.
CA7.6 Trasládouse a información sobre a reclamación segundo a orde xerárquica preestablecida.
CA7.7 Rexístrouse a información do seguimento posvenda, de incidencias, de peticións e de reclamacións de clientes como indicadores para mellorar a calidade do servizo prestado e aumentar a fidelización.

4.7.e) Contidos

Contidos
Valoración da clientela da atención recibida. Cuestionarios de satisfacción. Procedementos para a resolución de queixas e reclamacións. Elementos dunha queixa ou reclamación. Formularios oficiais de reclamación ou queixas. Procedemento de recollida das reclamacións. Documentos necesarios ou probas nunha reclamación. Fases da resolución de queixas e reclamacións.

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

MÍNIMOS EXIXIBLES

Especificados para cada unidade didáctica, no apartado 4.C, no ítem: Mínimos exigibles

CRITERIOS DE CUALIFICACIÓN

EXAME/S: 70% da nota TAREFAS: 30% da nota

En cada unha destas partes haberá que acadar como mínimo un 5 sobre 10.

Nota de avaliación: Sumarase a puntuación de exames e de tarefas sempre e cando acade o mínimo en cada parte

7 puntos de exame (para facer media ter como mínimo 3.5)

3 puntos de tarefas (para facer media ter como mínimo 1.5)

EXAME/S : 7 Preguntas. Cada pregunta vale 1 punto.

De contido teórico-práctico. Realizaranse ó longo da avaliación. Xeralmente haberá dous parciais por avaliación. As cualificación dos parciais (se houbera máis de un) farán media cando a súa puntuación sexa alomenos dun 3.5 sobre 7

Se algún/ha alumno/a copia ou realiza algunha práctica ilegal durante as probas escritas, éstas valoraranse cun 0, e terá, polo tanto, a avaliación correspondente suspensa.

A non asistencia a algunha/s desta/s proba/s suporá a necesidade de presentarse á recuperación. Como norma xeral non se realizarán repeticións destas proba/s (a no ser en casos xustificadas)

A realización das probas escritas fóra da data fixada, só se permitirá ao alumnado que presente xustificación, con documento acreditativo, por causa maior (citación xudicial, enfermidade, ingreso hospitalario, falecemento dun familiar de ata segundo grado...)

Nota: Poderá haber probas orais, se así o requiren as circunstancias.

TAREFAS: Inclúe exercicios, traballos e libreta (vale un punto cada cousa)

Puntuación das Tarefas:

0:Non feita 0.25:Mal (insuficiente) 0.5:Regular 0.75:Ben 1:MB (Moi ben)

Valoración das Tarefas:

Exercicio: Correcto (todo/ en parte), ben explicado, profundiza o suficiente

Traballo: Orixinalidade, aspecto, contido, explicación

Libreta: Exercicios corrixidos, apuntes tomados, esquemas e resúmenes ben feitos.

Nota final do módulo: Será a media aritmética das notas de cada avaliación, sempre que éstas estén superadas. Para superar o módulo haberá que acadar como mínimo un 5 sobre 10.

6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

Cando algún alumno non alcance unha calificación suficiente (5) en calquera avaliación, estableceranse actividades específicas de recuperación que realizarán no mes de xuño.

Os alumnos deberán traer a parte teórica preparada, para poder consultar dúbidas.

Estas actividades de recuperación poden consistir (segundo a natureza dos conceptos, coñecementos e capacidades implicados), en: Resolución de cuestionarios, análise e solución de problemas, casos prácticos, traballos, informes, exercicios, exposicións, esquemas, etc...

EXAMES DE RECUPERACIÓN

Despois de cada avaliación haberá recuperación por parciais: Cada persoa terá que recuperar o parcial (ou parciais) que non aprobou.

A data do exame será tamén a data de entrega de tarefas pendentes.

En Xuño haberá recuperación por avaliación: Cada persoa terá que recuperar a avaliación (ou avaliacións) que non aprobou. As preguntas estarán relacionadas cos contidos mínimos do módulo.

A data do exame será tamén a data de entrega de tarefas pendentes.

Se algún/ha alumno/a copia ou realiza algunha práctica ilegal durante as probas escritas, éstas valoraranse cun 0.

Observación respecto á FCT

Antes do período da FCT haberá unha recuperación por avaliacións: Cada persoa terá que recuperar a avaliación (ou avaliacións) que non aprobou.

O alumnado de segundo curso que non poida acceder á FCT no período ordinario, por ter módulos pendentes de primeiro e/ou segundo curso, poderá recuperalos en Xuño.

6.b) Procedemento para definir a proba de avaliación extraordinaria para o alumnado con perda de dereito a avaliación continua

Tal e como aparece en NOF, o dereito a avaliación continua pérdese con esta porcentaxe de FALTAS: 10% non xustificadas. Ou ben 20% totais

Avaliarase no mes de xuño, cunha única proba, de contidos teórico-prácticos, na que o alumno deberá responder a unha serie de preguntas referidas ao módulo, relacionadas cos contidos mínimos. Para superar esta proba o alumnado deberá acadar o valor mínimo de 5 sobre 10.

Observación respecto a alumnado de 2º

Alumnado con PD en módulos de 2º : Terán a oportunidade ao de adiantar (a marzo/abril) a proba extraordinaria, en vez de ter que facela en xuño.

Deberá elixir en qué convocatoria quere facer o exame. Terá que escoller unha convocatoria por escrito: Ou marzo, ou Xuño (só unha delas, non pode ir a ambas)

A reunión de avaliación final de módulos do segundo realizarase logo de rematado o período ordinario de realización da FCT

7. Procedemento sobre o seguimento da programación e a avaliación da propia práctica docente

Nas reunións do departamento farase unha revisión mensual do cumprimento da programación e a planificación das medidas correctivas pertinentes.

Por outra banda, a memoria de fin de curso recollerá unha visión xeral do cumprimento da programación tanto da temporalización como dos contidos.

Realizaranse as propostas de modificación pertinentes, de maneira que poidan ser recollidas na programación do seguinte curso.

Para realizar a avaliación da propia práctica docente o profesorado valorará o grado de consecución dos obxetivos previstos. Debe reflexionar sobre a súa propia tarefa docente, e os desenvolvemento das clases, introducindo as modificacións necesarias para a mellora do proceso de ensinanza-aprendizaxe.

8. Medidas de atención á diversidade

8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

A principio de curso, e tamén ao inicio de cada unidade didáctica, indagaremos acerca dos coñecementos previos do alumnado sobre a temática, co obxectivo de avaliar as nocións previas, mediante preguntas, diálogos e debates. Ao mesmo tempo despertaremos interese na materia. E detectamos posibles capacidades distintas do alumnado, por se houbera que aplicar medias específicas de atención educativa.

8.b) Medidas de reforzo educativo para o alumnado que non responda globalmente aos obxectivos programados

De haber alumnado con altas capacidades, ou con dificultades de aprendizaxe, por motivos motóricos, físicos, psíquicos, sensoriais, de desenvolvemento, socioculturais, de idioma, ou de calquera outra índole, se poñerá en coñecemento da orientadora, para poder levar a cabo unha atención individualizada. E para traballar conxuntamente cun plantexamento integral.

Dentro do grupo pode haber alumnos/as que non sexan capaces de acadar os obxectivos ou, pola contra, que os alcancen sobradamente.

En ambos casos deberanse considerar alternativas.

- Plantexar para cada actividade tres posibilidades:

+ Unha actividade común para todo o alumnado con fin de asimila-los contidos mínimos.

+ Unha máis complexa para o alumnado que acade sobradamente os obxectivos previstos, onde se afonde nos coñecementos adquiridos.

+ Unha máis sinxela, con metodoloxía distinta, máis secuenciada, para que o alumnado que non acadara os mínimos, sexa capaz de chegar por outro camiño ós fins propostos.

Medidas específicas xerais de adaptación das probas:

Proporcionar tempo adicional nas probas, ter en conta ao alumnado á hora de elixir o tipo de preguntas da proba: verdadeiro/falso, elección múltiple (tipo test), preguntas curtas, etc.

Adaptar a proba: destacar as palabras clave no enunciado,

utilizar preguntas claras, curtas e formuladas de forma sinxela,

apoiar visualmente as respostas (mediante liñas, guións)

reducir o número de preguntas por folia

aumentar o tamaño de letra e o espazo interlineal, se é preciso

apoiar o exame escrito con gráficos o imaxes

9. Aspectos transversais

9.a) Programación da educación en valores

Trataranse temas de carácter transversal, fundamentalmente a través de actividades como debates, charlas, exposicións e reflexións. Exemplos:

Educación moral e cívica: Conseguir que os xóvenes adquiren normas democráticas e xustas.

Educación para a igualdade de oportunidades de ambos sexos: Rexeito ás desigualdades e discriminacións derivadas da pertencencia a un sexo.

Educación para a paz: Fomentar os valores de solidariedade, tolerancia, respecto á diversidade e capacidade de diálogo. Non discriminación. As doazóns de sangue e de órganos é un xesto que simboliza a solidariedade entre os seres humanos.

Educación ambiental: Respeto o entorno físico e natural. Sostenibilidade. Consumo responsable.

Educación para a saúde: sexual, alimentación, calidade de vida e imaxe persoal. Adquirir hábitos saudables e rexeitar prácticas nocivas como o consumo de tabaco, alcol e outras drogas. Non relegar a educación para a saúde a un ámbito meramente físico: Potenciar o coidado da saúde mental

Educación vial: cuidado con distraccións co móvil, tanto en caso de conductores como de peatóns

Bo uso do tempo libre: Destacando a importancia de valorar as relacións interpersoais, practicar deporte, valorar a importancia do descanso, traballar na intelixencia emocional, coñecer técnicas de relaxación, cultivar amizades, levar a cabo actividades culturais (lectura, cine, teatro, arte). Uso (non abuso) das TICs

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

As actividades extraescolares prográmanse co obxecto de recibir a formadores ou asistir a exposicións, mostras, visitas a instalacións ou establecementos relacionadas coa familia de Imaxe Persoal.

Exposicións, demostracións, tratamentos, relacionados cos diferentes módulos.

Non son fixas dependendo do curso e datas nas que se realizan os eventos polo que non podemos planificalas con moita anterioridade

O obxecto das actividades complementarias previstas polo departamento é familiarizar ao alumnado co seu futuro traballo profesional. Xustifícanse pola necesidade que teñen os profesionais da familia de Imaxe Persoal que, de forma continua, deben adaptarse aos cambios tecnolóxicos provocados polas novas demandas, cada vez máis específicas, producindo cambios na súa actividade profesional, de xeito que a implantación destas novas técnicas baséase no uso de equipamentos cada vez máis sofisticados e de produtos cosméticos con maior especificidade e actividade.

Aínda que están integradas nun módulo concreto, inténtase que sexan o máis abertas posibles; de feito poden implicar a dous cursos dun mesmo ciclo, a dous cursos de distinto ciclo, ou mesmo a todo o alumnado dos ciclos formativos da familia de imaxe persoal.

Posibles actividades que se poderían levar a cabo: Charla motivadora relacionada do mercado laboral; visita a Expocosmética en Oporto; formación: Tratamento de queratina-Alisado; novidades en aparatoloxía para tratamentos capilares, faciais e corporais; xornadas de Imaxe Persoal, asistir á grabación dun programa de televisión en Santiago TVG (ver procesos de maquillaxe, peiteado e analizar técnicas de marketing), demostración de cor (tendencias de moda en tintes capilares/quillaxe), visita a Salerm cosmetics en Caldas de Reis.



10. Outros apartados

10.1) Adaptación Covid

Supostos que se poden presentar ao longo do curso

- a) Confinamento parcial. No suposto de que parte do alumnado teña que permanecer confinado, seguirá as clases a través da aula virtual do IES.
- b) Confinamento total do grupo. As clases impartiranse a través da plataforma virtual do IES Johan Carballeira, mentres dure o confinamento.

Avaliación:

Os contidos impartidos mentres dure o confinamento, serán avaliados de forma presencial unha vez se reenicien as actividades presenciais. (Dependendo das necesidades, poderíanse facer tamén exames no confinamento, por ordenador -orais ou escritos- ou por teléfono)