

1. Identificación da programación
Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
27015773	Muralla Romana	Lugo	2023/2024

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	2023/2024	0	105	0

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	FÁTIMA TROITIÑO REY
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

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 avalía 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

2.1.2. 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 Identificouse 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

Crterios de avaliación do currículo
CA1.7 Analizouse a repercusión sobre o público obxectivo e sobre o público potencial
CA1.8 Establecéronse 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 Establecéronse 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 Establecéronse 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
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

Crterios de avaliación do currículo
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 Establecéronse 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 Establecéronse 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 estudo externo, tendo en conta os perfís de mercado, os hábitos e os costumes do público e da competencia
CA4.5 Realizouse un estudo 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 Establecéronse as accións e o calendario de actuación para o desenvolvemento do proxecto

Crterios de avaliación do currículo
CA4.14 Elaborouse o orzamento económico
CA4.15 Argumentouse a proposta personalizada
CA4.16 Seleccionouse o formato de presentación e o tipo de material
CA4.17 Resolvéronse as dúbidas, establecéronse os acordos e concreouse a autorización do proceso
CA5.1 Establecéronse 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 Establecéronse 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

Criterios de avaliación do currículo
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 Establecéronse 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 avalía 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

Resultados de aprendizaxe do currículo

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 Identificouse 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 Establecéronse 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 Establecéronse 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

Crterios de avaliación do currículo
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 Establecéronse 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
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 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 Establecéronse 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 Establecéronse as fases do proxecto de asesoría de imaxe corporativa

Crterios de avaliación do currículo
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 estudo externo, tendo en conta os perfís de mercado, os hábitos e os costumes do público e da competencia
CA4.5 Realizouse un estudo 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 Establecéronse 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
CA4.17 Resolvéronse as dúbidas, establecéronse os acordos e concretouse a autorización do proceso
CA5.1 Establecéronse 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)

Crterios de avaliación do currículo
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 Establecéronse 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

Crterios de avaliación do currículo

CA6.11 Aplicouse o manual de comunicación estratéxica

CA6.12 Establecéronse 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 exixibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

Todos os criterios de avaliación son mínimos esixibles.

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 erros 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 calificarase 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 resposta múltiple e/ou a resolución de supostos 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 cualificación obtidas en cada unha das partes, expresada en números enteiros sen decimais, 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 a 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 obrigatorio que o candidato presente o DNI ou pasaporte

Non se permitirá o acceso á aula da proba de móbiles, 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 negra. Non se poderá empregar 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 leven 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 desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

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

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 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 obrigatorio que o candidato presente o DNI ou pasaporte para acceder á proba. Non se permitirá o acceso á aula da proba de móbiles, 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 negra. Non se poderá empregar 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 resposta múltiple e/ou a resolución de supostos 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 darase aos participantes grampada, non podendo desgrampla, nin anexar ningún documento á mesma. Entregarase grampada, ao/a 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 obrigatorio 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 móbiles, 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 negra. Non se poderá empregar o corrector nin o lápiz.

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