



Generalitat de Catalunya
Departament d'Educació
i Formació Professional
Institut Manolo Hugué



CRITERIS D'AVUACIÓ 2025-2026
DEPARTAMENT IMATGE PERSONAL

FAMÍLIA: Imatge Personal

CICLE: ESTÈTICA I BELLESA

CFGM

MÒDUL PROFESSIONAL: Màrqueting i venda en imatge personal.

CODI: 0643

HORES TOTALS: 99 hores.

HCE: 66

HEE: 33

1.DISTRIBUCIÓ HORÀRIA I DURADA DEL MÒDUL

0643: Màrqueting i venda en imatge personal.		HCE: 66		HEE: 33
Durada	Hores Centre Educatiu	Data inici	Data final	Hores Estada Empresa:
99 h	66 h	16/09/2025	19/05/2026	33 h

MÒDUL PROFESSIONAL 0643: MÀRQUETING I VENDA A IMATGE PERSONAL

Resultats d'aprenentatge, criteris d'avaluació i continguts

a) Resultats d'aprenentatge, criteris d'avaluació i continguts

0643. Màrqueting i venda en imatge personal.	HCE: 66
--	---------

RESULTATS D'APRENTATGE	CRITERIS D'AVUACIÓ	CONTINGUTS
------------------------	--------------------	------------

Aprovat: Director DARRERA REVISIÓ : 2 SET 2022

Elaborat: Coordinador de qualitat	CODI : F- CRAVAL-22-23	PÀGINES : 12
Revisat : Director	DATA DE CREACIÓ: 2 SET 2022	VERSIÓ: 1.0

RA1: Identifica els productes i serveis a empreses d'imatge personal, aplicant tècniques de màrqueting.	1.1. Caracteritza el màrqueting en l'àmbit de la imatge personal. 1.2. Identifica els tipus de màrqueting. 1.3. Determina els elements del màrqueting mix que l'empresa pot utilitzar. 1.4. Estableix les diferències entre un bé, com a producte tangible, i un servei. 1.5. Especifica les característiques pròpies dels serveis. 1.6. Analitza la importància del preu com a eina del màrqueting mix. 1.7. Reconeix els tipus de canals de distribució (majoristes i minoristes) relacionats amb la imatge personal. 1.8. Valora les franquícies de perruqueria i estètica com a tipus de distribució amb possibilitats d'autoocupació. 1.9. Identifica els elements de la servucció. 1.10. Defineix les fases del pla de màrqueting. 1.11.* Assoleix les capacitats d'autonomia, d'innovació, d'organització del treball, de responsabilitat, de relació interpersonal, de treball en equip i de resolució de problemes.	1. Identificació de productes i serveis a empreses d'imatge personal: 1.1. Definició i conceptes bàsics de màrqueting. 1.2. El màrqueting a les empreses d'imatge personal. Tipus de màrqueting. 1.3. El màrqueting mix: característiques i elements. 1.4. Productes i serveis en imatge personal: característiques. 1.5. La servucció.
RA2: Determina les necessitats dels clients i analitza les motivacions de compra de productes i serveis d'imatge personal.	2.1. Identifica el client com l'element més important a les empreses d'imatge personal. 2.2. Analitza les variables que influeixen en el consum dels clients d'imatge personal. 2.3. Identifica les motivacions de compra del client.	2. Determinació de les necessitats dels clients: 2.1 La importància del client a les empreses d'imatge personal. 2.2 Concepte i identificació del client: el client intern; el client extern. 2.3 Necessitats i gustos del client.

Aprobat: Director DARRERA REVISIÓ : 2 SET 2022

Elaborat: Coordinador de qualitat	CODI : F- CRAVAL-22-23	PÀGINES : 12
Revisat : Director	DATA DE CREACIÓ: 2 SET 2022	VERSIÓ: 1.0

	2.4. Estableix les fases del procés de compra. 2.5. Especifica els nivells de motivació de la teoria de Maslow. 2.6. Estableix la classificació del client segons la tipologia, el caràcter i el rol. 2.7. Determina els mecanismes de fidelització dels clients. 2.8 * Assoleix les capacitats d'autonomia, d'innovació, d'organització del treball, de responsabilitat, de relació interpersonal, de treball en equip i de resolució de problemes.	2.4 Variables que influeixen en el consum dels clients. 2.5 La motivació, la frustració i els mecanismes de defensa. 2.6 Procés de decisió de compra. 2.7 La satisfacció dels clients. 2.8 Classificació dels clients. 2.9 Fidelització dels clients.
RA3: Estableix les pautes d'atenció al client utilitzant les tècniques de comunicació i les seves eines.	3.1. Determina el procediment d'atenció al client en totes les fases del procés des de la recepció fins al comiat. 3.2. Identifica els elements, les etapes, les barreres i els objectius de la comunicació. 3.3. Identifica els instruments que utilitzen les empreses d'imatge personal a la comunicació interna i externa. 3.4. Caracteritza la comunicació verbal amb els usuaris. 3.5. Estableix la seqüència d'actuació a una presentació o xerrada comercial. 3.6. Identifica les fases de la comunicació telefònica. 3.7. Analitza els instruments de comunicació escrita (cartes, fulletons, targetes, etc.) 3.8. Valora la importància de la comunicació gestual a les relacions comercials. 3.9. Fa demostracions de productes i serveis.	3. Pautes d'atenció al client: 3.1 Procediment d'atenció al client en les diferents fases del procés. 3.2 Etapes i elements del procés de comunicació 3.3 Objectius de la comunicació. Tipus de comunicació a una empresa d'imatge personal. 3.4 Comunicació verbal oral. Tècniques de comunicació interpersonal o col·lectiva. Les barreres de la comunicació. Organització de xerrades. La comunicació telefònica. 3.5 Comunicació verbal escrita. Normes de comunicació i expressió escrita. Instruments de comunicació escrita emprats a les empreses d'imatge personal: cartes, fulletons, documents interns, targetes. 3. 8 Comunicació gestual. 3. 9 Presentació i demostració d'un producte o servei. Pautes de realització.

Aprobat: Director DARRERA REVISIÓ : 2 SET 2022

Elaborat: Coordinador de qualitat	CODI : F- CRAVAL-22-23	PÀGINES : 12
Revisat : Director	DATA DE CREACIÓ: 2 SET 2022	VERSIÓ: 1.0

		3.10 *Assoleix les capacitats d'autonomia, d'innovació, d'organització del treball, de responsabilitat, de relació interpersonal, de treball en equip i de resolució de problemes.	
RA4: Utilitza les tècniques de promoció i publicitat justificant la selecció dels instruments emprats.		4.1 Identifica els objectius de la publicitat 4.2 Estableix les fases d'una campanya publicitària. 4.3 Especifica els mitjans publicitaris més utilitzats per les empreses del sector. 4.4 Relaciona els instruments de la promoció amb els objectius i els efectes. 4.5 Estableix les fases d'una campanya de promoció. 4.6 Realitza una campanya promocional d'un producte/servei d'estètica. 4.7* Assoleix les capacitats d'autonomia, d'innovació, d'organització del treball, de responsabilitat, de relació interpersonal, de treball en equip i de resolució de problemes.	4. Tècniques de publicitat i promoció: 4.1 La publicitat. Concepte de publicitat. Objectius. La campanya publicitària: fases. El missatge i els mitjans publicitaris. Elements que conformen la publicitat com a tècnica de venda. 4.2 La promoció de vendes. Concepte i classificació. Principals objectius i efectes que persegueixen les promocions. Instruments promocionals utilitzats al sector. 4.3 La campanya promocional: fases i disseny d'una campanya promocional en imatge personal.
RA5: Aplica les tècniques del marxandatge promocional, utilitzant els instruments específics i adequant-los a la imatge de l'empresa.		5.1 Estableix els objectius del marxandatge. 5.2 Classifica els tipus de compres segons el comportament del client. 5.3 Especifica els elements del marxandatge. 5.4 Relaciona els efectes de l'ambientació visual, sonora i olfactiva amb el procés de venda. 5.6 Estableix la distribució dels espais i productes als punts de venda.	5. Aplicació de les tècniques del marxandatge: 5.1 Concepte de marxandatge. Marxandatge bàsic. Marxandatge promocional. El marxandatge al centre de bellesa. 5.2 Tipus de compres: compres previstes i compres per impuls. 5.3 Elements del marxandatge. L'ambientació general. Els punts de venda. Elements exteriors de l'establiment. Els aparadors. La publicitat al lloc de venda (PLV): la cartelleria i els expositors.

Aprobat: Director DARRERA REVISIÓ : 2 SET 2022

Elaborat: Coordinador de qualitat	CODI : F- CRAVAL-22-23	PÀGINES : 12
Revisat : Director	DATA DE CREACIÓ: 2 SET 2022	VERSIÓ: 1.0

	5.7 Identifica la cartelleria i els expositors com a instruments de publicitat al lloc de venda. 5.8 Analitza la funció de l'aparador i la influència que té en la decisió de compra del consumidor. 5.9 Aplica i combinat els diferents elements del marxandatge 5.10* Assoleix les capacitats d'autonomia, d'innovació, d'organització del treball, de responsabilitat, de relació interpersonal, de treball en equip i de resolució de problemes	
RA6: Realitza demostracions de venda de serveis i de productes d'imatge personal, definint-ne les etapes i utilitzant les tècniques específiques.	6.1. Identifica les qualitats, les actituds, les aptituds i les habilitats que ha de reunir un assessor de vendes en les relacions comercials. 6.2. Estableix les tècniques d'assertivitat utilitzades a les relacions comercials. 6.3. Aplica tècniques d'assertivitat i habilitats socials. 6.4. Estableix les fases i les tècniques de venda. 6.5. Estableix l'argumentació comercial com a fórmula de recomanació al client. 6.6. Estableix les pautes per resoldre objeccions a la venda. 6.7. Identifica els senyals de tancament de la venda. 6.8. Estableix les estratègies per tancar una venda. 6.9. Estableix els procediments per al seguiment postvenda en els processos comercials.	6. Les tècniques de venda en imatge personal: 6.1 Característiques de l'assessor de vendes. L'assertivitat i l'empatia de l'assessor de vendes de productes i serveis d'imatge personal. 6.2 Fases i tècniques de venda. L'argumentació comercial. Les objeccions: classificació i tractament de les objeccions. El tancament de la venda: senyals, tècniques i tipus de tancament. La venda creuada. 6.3 Servei d'assistència postvenda. Seguiment comercial o de postvenda: la documentació de seguiment. Procediments utilitzats a la postvenda. Anàlisi de la informació: els informes comercials..

Aprovat: Director DARRERA REVISIÓ : 2 SET 2022

Elaborat: Coordinador de qualitat	CODI : F- CRAVAL-22-23	PÀGINES : 12
Revisat : Director	DATA DE CREACIÓ: 2 SET 2022	VERSIÓ: 1.0

	6.10*Assoleix les capacitats d'autonomia, d'innovació, d'organització del treball, de responsabilitat, de relació interpersonal, de treball en equip i de resolució de problemes.	
RA7: Tracta les reclamacions i les queixes aplicant procediments de resolució de conflictes.	7.1 Descriu el procediment per resoldre conflictes i reclamacions. 7.2 Descriu el procediment per la recollida de reclamacions. 7.3 Identifica les alternatives al procediment que es poden oferir al client davant de reclamacions fàcilment esmenables. 7.4 Trasllada la informació sobre la reclamació segons l'ordre jeràrquic preestablert. 7.5 Registra la informació del seguiment postvenda, d'incidències, de peticions i de reclamacions de clients com a indicadors per millorar la qualitat del servei prestat i augmentar-ne la fidelització. 7.6*Assoleix les capacitats d'autonomia, d'innovació, d'organització del treball, de responsabilitat, de relació interpersonal, de treball en equip i de resolució de problemes.	7. Tractament de queixes i reclamacions: 7.1 Valoració del client sobre l'atenció rebuda. 7.2 Procediments per a la resolució de queixes i reclamacions. 7.3 Elements d'una queixa o reclamació. 7.4 Procediments de recollida de les reclamacions. 7.5 Documents necessaris o proves en una reclamació. Les fases de la resolució de queixes/reclamacions.

Aprovat: Director DARRERA REVISIÓ : 2 SET 2022

Elaborat: Coordinador de qualitat	CODI : F- CRAVAL-22-23	PÀGINES : 12
Revisat : Director	DATA DE CREACIÓ: 2 SET 2022	VERSIÓ: 1.0

2. QUALIFICACIONS PROFESSIONALS INCLOSES EN EL TÍTOL

QUALIFICACIONS PROFESSIONALS INCLOSES EN EL TÍTOL	
Qualificació completa	Denominació UC
Serveis estètics d'higiene, depilació i maquillatge	UC_2-0354-11_2: atendre el client del servei estètic d'higiene, depilació i maquillatge en condicions de seguretat, salut i higiene Es relaciona amb: UC0354_2: atendre el client del servei estètic d'higiene, depilació i maquillatge en condicions de seguretat, salut i higiene UC_2-0355-11_2: aplicar tècniques estètiques d'higiene i d'hidratació facial i corporal Es relaciona amb: UC0355_2: aplicar tècniques estètiques d'higiene i d'hidratació facial i corporal UC_2-0345-11_1: eliminar per procediments mecànics i descolorar el borrisol Es relaciona amb: UC0345_1: eliminar per procediments mecànics i descolorar el borrisol UC_2-0065-11_2: millorar l'harmonia de la cara amb estils de maquillatge social Es relaciona amb: UC0065_2: millorar l'harmonia de la cara amb estils de maquillatge social UC_2-0352-11_2: assessorar i vendre productes i serveis per a la imatge personal Es relaciona amb: UC0352_2: assessorar i vendre productes i serveis per a la imatge personal

3. RELACIÓ NUCLIS FORMATIUS I RESULTATS D'APRENENTATGE

Tècniques d'higiene facial i corporal		HCE: 66h
Nuclis Formatius	Hores	Resultats d'aprenentatge
NF1. El Màrqueting a Imatge Personal.	9	1
NF2. Els clients i les motivacions de compra.	8	2
NF3. Tècniques de comunicació.	8	3
NF4. Promoció i publicitat.	17	4
NF5. El Marxandatge promocional.	8	5
NF6. Venda de serveis i productes Imatge Personal.	10	6

Aprovat: Director DARRERA REVISIÓ : 2 SET 2022

Elaborat: Coordinador de qualitat	CODI : F- CRAVAL-22-23	PÀGINES : 12
Revisat : Director	DATA DE CREACIÓ: 2 SET 2022	VERSÍO: 1.0

NF7. Resolució de reclamacions i queixes.	6	7
---	---	---

4. AVALUACIÓ I QUALIFICACIÓ DEL MÒDUL PROFESSIONAL

Avaluació

És un mòdul presencial, per tant, l'assistència és obligatòria.

L'avaluació serà continuada, al llarg de tot el mòdul, això ens permetrà conèixer el nivell de coneixements que té l'alumnat i poder modificar les deficiències detectades en el seu procés d'aprenentatge, així com poder comprovar el grau d'assoliment dels diferents CA i per tant dels RA.

L'avaluació es farà considerant:

- A les classes pràctiques els alumnes adopten o bé el rol de client o bé el rol de professional. En ambdós casos seran avaluats per una graella per cada rol.
- L'interès i cura en la presentació de treballs i en la realització de les activitats de les diferents tècniques i de les tasques del dossier de seguiment.
- L'actitud, comportament i respecte cap a la resta d'alumnat i professorat, així com, cap a les instal·lacions i mitjans utilitzats.
- L'autonomia en el desenvolupament de les activitats.
- El mòdul s'avalua per resultats d'aprenentatge (RA).
- Els resultats d'aprenentatge son avaluats per mitjà dels següents instruments d'avaluació: Proves escrites (Pe), Exercicis teòrics (E), Exercicis i casos pràctics (Cp), Treballs de recerca (Tr), Mapes conceptuals i visuals (MC, MV), Portfoli digital (PTF), etc.

Durant el curs es faran **dues convocatòries d'avaluació** per superar les diferents unitats formatives.

- La primera estarà formada per l'avaluació ordinària.
- La segona serà l'avaluació extraordinària per recuperar les proves no superades en l'avaluació ordinària.

Aprobat: Director DARRERA REVISIÓ : 2 SET 2022

Elaborat: Coordinador de qualitat	CODI : F- CRAVAL-22-23	PÀGINES : 12
Revisat : Director	DATA DE CREACIÓ: 2 SET 2022	VERSIÓ: 1.0

- La no presentació a un examen haurà de ser degudament justificada (justificant oficial) per tenir dret a una nova convocatòria de l'examen dins la mateixa convocatòria, en cas contrari o reincidència, fa que aquest s'ha de recuperar a la segona convocatòria.

Qualificació

Per a superar el Mòdul professional cal:

- Obtenir una qualificació igual o superior a 5 sobre 10 en cada RA amb la ponderació especificada a continuació:

$$QHC_{MP0643} = (0.13 * QRA1) + (0.12 * QRA2) + (0.12 * QRA3) + (0.26 * QRA4) + (0.12 * QRA5) + (0.15 * QRA6) + (0.10 * QRA7)$$

- La qualificació final del Mòdul professional (QFMP) serà igual a la mitjana ponderada de la qualificació de les hores realitzades al centre educatiu (HC) i de la qualificació de les hores d'estada a l'empresa (HEE), essent les seves respectives ponderacions del 90% i del 10%.

$QFMP = (QHC 0.9) + (QHEE 0.10)$

Aprobat: Director DARRERA REVISIÓ : 2 SET 2022

Elaborat: Coordinador de qualitat	CODI : F- CRAVAL-22-23	PÀGINES : 12
Revisat : Director	DATA DE CREACIÓ: 2 SET 2022	VERSIÓ: 1.0

5. INSTRUMENTS D'AVALUACIÓ

Instruments avaluació MP	RA1	RA2	RA3	RA4	RA5	RA6	RA7
Proves escrites (Pe)	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%
Exercicis teòrics (E), Casos pràctics (Cp), Treballs de recerca (Tr), Mapes conceptuals i visuals (MC, MV), etc.	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%
Portfoli digital (PTF)	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%

Els instruments d'avaluació que han de ser superats amb una qualificació igual o superior a 5 sobre 10 son:

- Proves escrites (Pe), Exercicis teòrics (E), Exercicis i casos pràctics (Cp), Treballs de recerca (Tr), Mapes conceptuals i visuals (MC, MV), Portfoli digital (PTF), etc.

La resta d'instruments faran mitjana amb el percentatge indicat a la taula corresponent.

6. RECUPERACIÓ I AVALUACIÓ EXTRAORDINÀRIA

En el cas que l'alumnat suspengui algún /-s RA, els podrà recuperar a la segona convocatòria ordinària (2) de recuperació o, a criteri del docent, podrà convocar-lo al llarg de la convocatòria ordinària (1) com és en el cas de falta d'assistència justificada oficialment. És a dir, si l'alumne falta el dia de la convocatòria ordinària (1) de qualsevol examen o prova caldrà que ho justifiqui degudament per optar a que se'l convoqui un altre dia sempre que sigui possible. D'altra banda, si l'alumne no es presenta a la convocatòria de recuperació (2) perd la convocatòria i suspèn tot el mòdul.

L'alumnat ha d'haver realitzat tots els instruments d'avaluació que proposi el professorat i el dia de la convocatòria de recuperació entregar-los.

Les tasques s'han de presentar com a data límit el dia que l'alumne/a estigui convocat per fer la recuperació. Les tasques no presentades dins de la data límit, no s'acceptaran i quedaran directament suspeses. Per tant, el mòdul no quedarà aprovat i caldrà matricular-se de nou al proper curs fent ús de les **dues darreres convocatòries**, la 3 i la 4, marcades per la llei reguladora.

Aprovat: Director DARRERA REVISIÓ : 2 SET 2022

Elaborat: Coordinador de qualitat	CODI : F- CRAVAL-22-23	PÀGINES : 12
Revisat : Director	DATA DE CREACIÓ: 2 SET 2022	VERSIÓ: 1.0

Tots els instruments d'avaluació han de ser superats amb una qualificació igual o superior a 5 sobre 10.

7. ASSISTÈNCIA

Assistència

El cicle mitjà d'estètica i bellesa és un **cicle presencial**, per tant, l'assistència a classe és obligatòria:

- L'alumne està obligat a assistir al 100% de les classes. No obstant, hi ha un percentatge, aproximadament un 20%, que l'alumnat pot tenir d'absència degudament justificada.
- D'altra banda però, tot i tenir les absències justificades, un alumne no superarà el mòdul si no ha assolit els RAs.

En el cas del mòdul 0643 Màrqueting i venda a Imatge Personal, el marge d'hores d'absència per circumstàncies especials i justificades és:

- 13h20 sent el 20% de les 66h de la durada total del mòdul.

D'altra banda, la superació del marge d'absència sense justificació oficial comporta la pèrdua del dret a l'avaluació continuada tal com s'indica en les Normes de Funcionament i Organització del centre.

En aquest supòsit, l'alumne ha de seguir assistint a les classes per tal de poder seguir el contingut però no se'l podrà avaluar. Se l'avaluarà a la convocatòria de recuperació (2).

Aquesta pèrdua d'avaluació continuada es comunicarà a l'Equip Docent, a l'alumnat i a les famílies, si s'escau, per escrit amb document generat per la secretaria del centre i signat per direcció.

Aprobat: Director DARRERA REVISIÓ : 2 SET 2022

Elaborat: Coordinador de qualitat	CODI : F- CRAVAL-22-23	PÀGINES : 12
Revisat : Director	DATA DE CREACIÓ: 2 SET 2022	VERSIÓ: 1.0