



PROGRAMA FORMATIVO

Asesoramiento en dermocosmética en el punto de venta

Marzo 2022

IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

Denominación de la especialidad:	ASESORAMIENTO EN DERMOCOSMÉTICA EN EL PUNTO DE VENTA
Familia Profesional:	QUÍMICA
Área profesional:	PROCESO QUÍMICO
Código:	QUIE13
Nivel de cualificación profesional:	2

Objetivo general

Prestar un asesoramiento técnico y profesional en dermocosmética (cosmética de tratamiento de la piel) en el punto de venta.

Relación de módulos de formación

Módulo 1	Introducción al sector de la belleza desde el punto de vista de la dermocosmética	5 horas
Módulo 2	Tratamiento de la piel y dermocosmética	45 horas
Módulo 3	Técnicas de venta y conceptos de retail en el contexto de la dermocosmética	20 horas

Modalidades de impartición

Presencial

Teleformación

Duración de la formación

Duración total en cualquier modalidad de impartición	70 horas
Teleformación	Duración total de las tutorías presenciales: 12 horas

Requisitos de acceso del alumnado

Acreditaciones / titulaciones	No se exige ningún requisito para acceder a la formación, aunque se han de poseer las habilidades de comunicación lingüística suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación.
Experiencia profesional	<ul style="list-style-type: none">- Si se cuenta con titulación se exigirá experiencia profesional de al menos tres meses en el entorno del Retail y/o marca en el sector de la belleza.- Cuando no se posea ninguna titulación, se contará con al menos 1 año de experiencia demostrable en el sector de la belleza tanto a nivel de marca como de Retail.
Modalidad de teleformación	Además de lo indicado anteriormente, los participantes han de tener las destrezas suficientes para ser usuarios de la plataforma virtual en la que se apoya la acción formativa.

Prescripciones de formadores y tutores

Acreditación requerida	<p>Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Licenciado, Ingeniero o el Título de Grado vinculado a ciencias de la salud o ciencias (ámbito químico). - Diplomado, Ingeniero Técnico o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con ciencias de la salud o ciencias (ámbito químico). - Licenciado, Ingeniero o el Título de Grado en otras ramas que en el ejercicio de su función docente le permita desarrollar su labor profesional, tales como Marketing, economía y publicidad, pedagogía, psicología y área comercial. - Diplomado, Ingeniero Técnico o el Título de Grado en otras ramas que en el ejercicio de su función docente le permita desarrollar su labor profesional, tales como Marketing, economía, publicidad, pedagogía, psicología y áreas comerciales.
Experiencia profesional mínima requerida	<p>Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia reconocida de 5 o más años en departamentos de Marketing, formación, comercial de las diferentes empresas del sector, tanto en el canal selectivo como en el canal farmacia. - Experiencia reconocida de 2 o más años como director de formación, marketing, comercial de las empresas del sector. - Experiencia reconocida de 2 o más años como formador en empresas relacionadas con el canal selectivo o farmacia.
Competencia docente	<p>Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Certificado de profesionalidad de Docencia de la Formación Profesional para el Empleo o equivalente, o tener formación en metodología didáctica para adultos (mínimo 300 horas). - Acreditar una experiencia docente de al menos 300 horas en modalidad presencial. - Titulaciones universitarias de Psicología, Pedagogía, o Psicopedagogía, Máster Universitario de Formación de Formadores u otras acreditaciones oficiales equivalentes.
Modalidad de teleformación	<p>Además de cumplir con las prescripciones establecidas anteriormente, los tutores-formadores deben acreditar una formación, de al menos 30 horas, o experiencia, de al menos 60 horas, en esta modalidad y en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación.</p>

Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos

Espacios formativos	Superficie m2 para 15 participantes	Incremento Superficie/ participante (Máximo 30 participantes)
Aula multifuncional de dermocosmética	30 m ²	2 m ² / participante

Espacios formativos	Equipamiento
Aula multifuncional en dermocosmética	<ul style="list-style-type: none"> - Mesa y silla para el formador - Mesas y sillas para el alumnado - Material de aula - Pizarra - PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el formador. - Productos de tratamiento de la piel - Elementos de higiene para retirar el producto de la piel.

La superficie de los espacios e instalaciones estarán en función de su tipología y del número de participantes. Tendrán como mínimo los metros cuadrados que se indican para 15 participantes y el equipamiento suficiente para los mismos.

En el caso de que aumente el número de participantes, hasta un máximo de 30, la superficie de las aulas se incrementará proporcionalmente (según se indica en la tabla en lo relativo a m²/ participante) y el equipamiento estará en consonancia con dicho aumento.

Los otros espacios formativos e instalaciones tendrán la superficie y los equipamientos necesarios que ofrezcan cobertura suficiente para impartir la formación con calidad.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico-sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

Si la especialidad se imparte en **modalidad de teleformación**, cuando haya tutorías presenciales, se utilizarán los espacios formativos y equipamientos necesarios indicados anteriormente.

Para impartir la formación en **modalidad de teleformación** se ha de disponer del siguiente equipamiento.

Plataforma de teleformación:

La plataforma de teleformación que se utilice para impartir acciones formativas deberá alojar el material virtual de aprendizaje correspondiente, poseer capacidad suficiente para desarrollar el proceso de aprendizaje y gestionar y garantizar la formación del alumnado, permitiendo la interactividad y el trabajo cooperativo, y reunir los siguientes requisitos técnicos de infraestructura, software y servicios:

- **Infraestructura**

- Tener un rendimiento, entendido como número de alumnos que soporte la plataforma, velocidad de respuesta del servidor a los usuarios, y tiempo de carga de las páginas Web o de descarga de archivos, que permita:
 - a) Soportar un número de alumnos equivalente al número total de participantes en las acciones formativas de formación profesional para el empleo que esté impartiendo el centro o entidad de formación, garantizando un hospedaje mínimo igual al total del alumnado de dichas acciones, considerando que el número máximo de alumnos por tutor es de 80 y un número de usuarios concurrentes del 40% de ese alumnado.
 - b) Disponer de la capacidad de transferencia necesaria para que no se produzca efecto retardo en la comunicación audiovisual en tiempo real, debiendo tener el servidor en el que se aloja la plataforma un ancho de banda mínimo de 300 Mbs, suficiente en bajada y subida.
- Estar en funcionamiento 24 horas al día, los 7 días de la semana.

- **Software:**

- Compatibilidad con el estándar SCORM y paquetes de contenidos IMS.
- Niveles de accesibilidad e interactividad de los contenidos disponibles mediante tecnologías web que como mínimo cumplan las prioridades 1 y 2 de la Norma UNE 139803:2012 o posteriores actualizaciones, según lo estipulado en el capítulo III del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre.
- El servidor de la plataforma de teleformación ha de cumplir con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, por lo que el responsable de dicha plataforma ha de identificar la localización física del servidor y el cumplimiento de lo establecido sobre transferencias internacionales de datos en los artículos 40 a 43 de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, así como, en lo que resulte de aplicación, en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas respecto del tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE.

- Compatibilidad tecnológica y posibilidades de integración con cualquier sistema operativo, base de datos, navegador de Internet de los más usuales o servidor web, debiendo ser posible utilizar las funciones de la plataforma con complementos (plug-in) y visualizadores compatibles. Si se requiriese la instalación adicional de algún soporte para funcionalidades avanzadas, la plataforma debe facilitar el acceso al mismo sin coste.
- Disponibilidad del servicio web de seguimiento (operativo y en funcionamiento) de las acciones formativas impartidas, conforme al modelo de datos y protocolo de transmisión establecidos en el anexo V de la Orden/TMS/369/2019, de 28 de marzo.
- **Servicios y soporte**
 - Sustentar el material virtual de aprendizaje de la especialidad formativa que a través de ella se imparta.
 - Disponibilidad de un servicio de atención a usuarios que de soporte técnico y mantenga la infraestructura tecnológica y que, de forma estructurada y centralizada, atienda y resuelva las consultas e incidencias técnicas del alumnado. Las formas de establecer contacto con este servicio, que serán mediante teléfono y mensajería electrónica, tienen que estar disponibles para el alumnado desde el inicio hasta la finalización de la acción formativa, manteniendo un horario de funcionamiento de mañana y de tarde y un tiempo de demora en la respuesta no superior a 48 horas laborables.
 - Personalización con la imagen institucional de la administración laboral correspondiente, con las pautas de imagen corporativa que se establezcan.

Con el objeto de gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar acciones formativas a través de Internet, la plataforma de teleformación integrará las herramientas y recursos necesarios a tal fin, disponiendo, específicamente, de herramientas de:

- Comunicación, que permitan que cada alumno pueda interactuar a través del navegador con el tutor-formador, el sistema y con los demás alumnos. Esta comunicación electrónica ha de llevarse a cabo mediante herramientas de comunicación síncronas (aula virtual, chat, pizarra electrónica) y asíncronas (correo electrónico, foro, calendario, tablón de anuncios, avisos). Será obligatorio que cada acción formativa en modalidad de teleformación disponga, como mínimo, de un servicio de mensajería, un foro y un chat.
- Colaboración, que permitan tanto el trabajo cooperativo entre los miembros de un grupo, como la gestión de grupos. Mediante tales herramientas ha de ser posible realizar operaciones de alta, modificación o borrado de grupos de alumnos, así como creación de «escenarios virtuales» para el trabajo cooperativo de los miembros de un grupo (directorios o «carpetas» para el intercambio de archivos, herramientas para la publicación de los contenidos, y foros o chats privados para los miembros de cada grupo).
- Administración, que permitan la gestión de usuarios (altas, modificaciones, borrado, gestión de la lista de clase, definición, asignación y gestión de permisos, perfiles y roles, autenticación y asignación de niveles de seguridad) y la gestión de acciones formativas.
- Gestión de contenidos, que posibiliten el almacenamiento y la gestión de archivos (visualizar archivos, organizarlos en carpetas –directorios- y subcarpetas, copiar, pegar, eliminar, comprimir, descargar o cargar archivos), la publicación organizada y selectiva de los contenidos de dichos archivos, y la creación de contenidos.
- Evaluación y control del progreso del alumnado, que permitan la creación, edición y realización de pruebas de evaluación y autoevaluación y de actividades y trabajos evaluables, su autocorrección o su corrección (con retroalimentación), su calificación, la asignación de puntuaciones y la ponderación de las mismas, el registro personalizado y la publicación de calificaciones, la visualización de información estadística sobre los resultados y el progreso de cada alumno y la obtención de informes de seguimiento.

Material virtual de aprendizaje:

El material virtual de aprendizaje para el alumnado mediante el que se imparta la formación se concretará en el curso completo en formato multimedia (que mantenga una estructura y funcionalidad homogénea), debiendo ajustarse a todos los elementos de la programación (objetivos y resultados de aprendizaje) de este programa formativo que figura en el Catálogo de Especialidades Formativas y cuyo contenido cumpla estos requisitos:

- Como mínimo, ser el establecido en el citado programa formativo del Catálogo de Especialidades Formativas.
- Estar referido tanto a los objetivos como a los conocimientos/ capacidades cognitivas y prácticas, y habilidades de gestión, personales y sociales, de manera que en su conjunto permitan conseguir los resultados de aprendizaje previstos.

- Organizarse a través de índices, mapas, tablas de contenido, esquemas, epígrafes o titulares de fácil discriminación y secuenciarse pedagógicamente de tal manera que permiten su comprensión y retención.
- No ser meramente informativos, promoviendo su aplicación práctica a través de actividades de aprendizaje (autoevaluables o valoradas por el tutor-formador) relevantes para la adquisición de competencias, que sirvan para verificar el progreso del aprendizaje del alumnado, hacer un seguimiento de sus dificultades de aprendizaje y prestarle el apoyo adecuado.
- No ser exclusivamente textuales, incluyendo variados recursos (necesarios y relevantes), tanto estáticos como interactivos (imágenes, gráficos, audio, video, animaciones, enlaces, simulaciones, artículos, foro, chat, etc.). de forma periódica.
- Poder ser ampliados o complementados mediante diferentes recursos adicionales a los que el alumnado pueda acceder y consultar a voluntad.
- Dar lugar a resúmenes o síntesis y a glosarios que identifiquen y definan los términos o vocablos básicos, relevantes o claves para la comprensión de los aprendizajes.
- Evaluar su adquisición durante y a la finalización de la acción formativa a través de actividades de evaluación (ejercicios, preguntas, trabajos, problemas, casos, pruebas, etc.), que permitan medir el rendimiento o desempeño del alumnado

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

- 5492 Demostradores de productos en comercios.

Requisitos oficiales de las entidades o centros de formación

Estar inscrito en el Registro de entidades de formación (Servicios Públicos de Empleo).

Centro móvil

Es posible impartir esta especialidad en centro móvil.

DESARROLLO MODULAR

MÓDULO DE FORMACIÓN: 1 INTRODUCCIÓN AL SECTOR DE LA BELLEZA DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA DERMOCOSMÉTICA

OBJETIVO

Identificar las características del mercado de la perfumería y cosmética determinando las específicas relativas al mercado del lujo y el entorno de la dermocosmética especializada (independientes, cadenas y grandes almacenes) y su relación con las técnicas de venta asociadas a este tipo de establecimientos.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 5 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Aproximación y caracterización del sector de la belleza y la dermocosmética.
 - El sector en cifras.
 - La distribución.
 - Las exportaciones.
 - Panorama actual y futuro de la cosmética.
- Comportamiento del consumidor ante el lujo y la cosmética de tratamiento de la piel.
 - Perfiles del consumidor de lujo.
 - Proceso de compra en la dermocosmética.
- Aplicación de estrategias para la venta de dermocosmética.
 - Estrategias de la actitud positiva en el vendedor.
 - Cambio de actitudes.
 - Motivación.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Capacidad de observación y análisis del comportamiento del consumidor ante la compra de productos de tratamiento para la piel.
- Activación de la actitud positiva en la función de venta de dermocosmética.
- Flexibilidad hacia el cambio actitudinal.

OBJETIVO

Adquirir los conocimientos técnicos acerca de la cosmética de tratamiento y cuidado de la piel (dermocosmética), con el objetivo de prestar una experiencia de compra y facilitar una asesoría profesional al consumidor, dentro del entorno de las perfumerías especializadas (independientes, cadenas y grandes almacenes).

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 45 horas

Teleformación Duración de las tutorías presenciales: 12 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Caracterización y tipologías de la piel
 - La célula y sus funciones.
 - El metabolismo celular.
 - La estructura de la piel.
 - La epidermis.
 - La dermis y la hipodermis.
 - Las funciones de la piel.
 - Tipos de piel.
 - Evolución de la piel y envejecimiento cutáneo.
- Aproximación a la cosmética de tratamiento de la piel y sus productos.
 - Introducción: la cosmética en la historia.
 - Definición de los productos cosméticos.
 - Clasificación de los productos cosméticos según su forma cosmética.
- Aplicación de las técnicas de asesoramiento para el cuidado de la piel
 - Identificación de los cuidados de la piel.
 - Mantenimiento y la protección de la piel.
 - Tratamiento de la piel.
 - Identificación de consejos adicionales para el tratamiento de la piel.
 - Aplicación del ritual de belleza.
 - Identificación de reacciones a los cosméticos.
 - Identificación de productos cosméticos sensibilizantes.
 - Conservación de los cosméticos.
 - Análisis de la cosmética corporal.
 - Definición de la cosmeceútica.
 - Definición de la nutricosmética.
 - Análisis de la legislación cosmética.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Concienciación de los sentidos y elementos implicados en el tratamiento de la piel.
- Activación de la discriminación de los productos dermocosméticos.
- Destreza en presentación y demostración de productos para el cuidado de la piel.
- Valoración de los elementos de comunicación de dermocosmética.

Resultados que tienen que adquirirse en presencial

Deberán realizarse de forma presencial las siguientes actividades:

- Aplicación de las técnicas de asesoramiento para el cuidado de la piel
 - Identificación de los cuidados de la piel.
 - Mantenimiento y la protección de la piel.
 - Tratamiento de la piel.
 - Identificación de consejos adicionales para el tratamiento de la piel.
 - Aplicación del ritual de belleza.
 - Identificación de reacciones a los cosméticos.
 - Identificación de productos cosméticos sensibilizantes.
 - Conservación de los cosméticos.
 - Análisis de la cosmética corporal.
 - Definición de la cosmeceútica.
 - Definición de la nutricosmética.
 - Análisis de la legislación cosmética

MÓDULO DE FORMACIÓN: 3 TÉCNICAS DE VENTA Y CONCEPTOS DE RETAIL EN EL CONTEXTO DE LA DERMOCOSMÉTICA

Objetivo general

Adquirir las habilidades y utilizar correctamente las técnicas que debe emplear el asesor de dermocosmética, dentro del entorno de las perfumerías especializadas (independientes, cadenas y grandes almacenes), así como las características y expectativas de los consumidores interesados en la adquisición de cosmética de tratamiento de la piel.

Duración de la formación en cualquier modalidad de impartición: 20 horas

Teleformación Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Delimitación y características del perfil del vendedor de dermocosmética.
 - El aspecto personal y la actitud del vendedor.
 - Normas básicas de trato cortés y educado.
- Reconocimiento del consumidor de los productos de tratamiento de la piel.
 - Psicología del consumidor.
 - El cliente como centro de nuestro trabajo.
- Análisis del punto de venta especializado en dermocosmética
 - La distribución: hipermercado, supermercado, grandes almacenes, cadenas especializadas y otros canales.
 - Dónde compran los consumidores los productos de cosmética y perfumería.
 - Conceptos básicos del entorno retail.
 - La publicidad en la cosmética de tratamiento de la piel.
- Identificación de las diferentes técnicas de venta específicas en dermocosmética.
 - Técnicas de venta: los pasos en la venta.
 - Adaptación y personalización de la técnica de venta a fragancias, tratamiento, y maquillaje.
 - Fidelización del cliente.
 - La venta promocional.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Capacidad de observación y análisis del comportamiento del consumidor ante la compra de productos para el cuidado de la piel.
- Valoración de las implicaciones del punto de venta en la venta de dermocosmética.
- Flexibilidad en la utilización de las técnicas adaptándolas al cliente de forma personalizada.

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN LA ACCIÓN FORMATIVA

- La evaluación tendrá un carácter teórico-práctico y se realizará de forma sistemática y continua, durante el desarrollo de cada módulo y al final del curso.
- Puede incluir una evaluación inicial de carácter diagnóstico para detectar el nivel de partida del alumnado.
- La evaluación se llevará a cabo mediante los métodos e instrumentos más adecuados para comprobar los distintos resultados de aprendizaje, y que garanticen la fiabilidad y validez de la misma.
- Cada instrumento de evaluación se acompañará de su correspondiente sistema de corrección y puntuación en el que se explicita, de forma clara e inequívoca, los criterios de medida para evaluar los resultados alcanzados por los participantes.
- La puntuación final alcanzada se expresará en términos de Apto/ No Apto.
- Se aplicará una prueba tipo test para la evaluación de los conocimientos desarrollados en los módulos, y pruebas prácticas de la aplicación de la normativa.