

Máster en Formación del Profesorado de
Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato,
Formación Profesional y Enseñanzas de Idiomas

Trabajo Fin de Máster
2023-2024

Programación Didáctica y Situación de Aprendizaje

CFGS Marketing y Publicidad
Módulo de Trabajo de Campo en la
Investigación Comercial (Comercio y
Marketing)

CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes
Pinto

Autora: Almudena González Cruz

Tutor: Alberto Ardèvol Abreu



Resumen

Este trabajo de fin de máster (TFM) corresponde al Máster Universitario en Formación del Profesorado de Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanza de Idiomas de la Universidad de La Laguna. Su objetivo principal es la elaboración de la programación didáctica del módulo de Formación Profesional “Trabajo de campo en la investigación comercial”, que pertenece al Grado Superior de Marketing y Publicidad, en concreto, a la familia de Comercio y Marketing.

Además, se desarrolla una de las situaciones de aprendizaje, denominada “La encuesta y el cuestionario en el trabajo de campo”. A lo largo de este TFM se detallan tanto el contenido como la metodología docente utilizada para el desarrollo de la programación y de la situación de aprendizaje, así como toda la información relevante sobre el centro educativo.

Para ello, se han diseñado diversas actividades que describen detalladamente el proceso de enseñanza-aprendizaje centrado en el alumnado, con el fin de que comprenda y asimile los contenidos. Estas actividades pretenden estimular el pensamiento crítico y trabajar, de forma tanto práctica como teórica, las competencias procedimentales, conceptuales y actitudinales vinculadas a este módulo. Cabe destacar que este TFM se fundamenta en un modelo de formación a distancia, que combina la presencialidad y la teleformación.

Abstract

This Master’s thesis is part of the Master’s Degree in Teacher Training of Compulsory Secondary Education, Baccalaureate, Vocational Training and Language Teaching of the University of La Laguna. Its main objective is the elaboration of the didactic program for the Vocational Training module “Fieldwork in commercial research,” which is part of the Higher Degree of Marketing and Advertising, specifically within the Commerce and Marketing family.

In addition, it elaborates on one of the learning scenarios, titled “The Survey and Questionnaire in Fieldwork.” Throughout this thesis, both the content and teaching methodology used in the development of the didactic program and the learning

scenario are detailed, along with all relevant information about the educational institution.

For this purpose, several activities have been designed to thoroughly describe the student-centered teaching-learning process, ensuring that students comprehend and assimilate the content. These activities are intended to stimulate critical thinking and address, both practically and theoretically, the procedural, conceptual and attitudinal competencies related to this module. It is noteworthy that this thesis is based on a blended learning model, which combines in-person and online education.

Índice de contenidos

| | |
|---|-----------|
| Resumen..... | 1 |
| Abstract..... | 1 |
| 1. Introducción..... | 5 |
| 2. Análisis reflexivo y valoración crítica de la programación didáctica..... | 9 |
| 3. Diseño de la programación didáctica anual..... | 11 |
| 3.1. Justificación..... | 12 |
| 3.2. Contexto sociocultural y económico del centro educativo..... | 12 |
| 3.2.1. Datos identificativos del centro..... | 15 |
| 3.2.2. Descripción de las características estructurales del centro..... | 16 |
| 3.2.2.1. Instalaciones y dotaciones materiales..... | 17 |
| 3.2.2.2. Recursos humanos..... | 17 |
| 3.2.2.3. Organigrama del centro educativo..... | 19 |
| 3.2.2.4. Órganos de gobierno colegiados..... | 20 |
| 3.2.2.5. Características del alumnado..... | 21 |
| 3.3. Detalles de la Programación General Anual (PGA)..... | 22 |
| 3.3.1. Objetivos del centro educativo..... | 22 |
| 3.3.2. Ámbito organizativo..... | 23 |
| 3.3.3. Ámbito pedagógico..... | 23 |
| 3.3.4. Ámbito profesional..... | 23 |
| 3.3.5. Ámbito social..... | 24 |
| 3.3.6. Ámbito de evaluación del Plan General Anual..... | 25 |
| 3.4. Descripción del Proyecto Educativo del Centro (PEC)..... | 25 |
| 3.5. Descripción de las Normas de Organización y Funcionamiento (NOF)..... | 27 |
| 4. Programación didáctica anual..... | 28 |
| 4.1. Información identificativa del título..... | 28 |
| 4.1.1. Marco normativo y legal..... | 29 |
| 4.1.2. Competencia general del título..... | 29 |
| 4.1.3. Competencias profesionales, personales y sociales..... | 29 |
| 4.1.4. Competencias adquiridas en el módulo profesional..... | 32 |
| 4.1.5. Objetivos generales del título y del módulo..... | 33 |
| 4.1.6. Entorno profesional..... | 37 |
| 4.1.7. Relación de cualificaciones y unidades de competencia..... | 38 |
| 4.1.8. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación..... | 39 |
| 4.1.9. Contenidos del módulo..... | 47 |
| 4.1.10. Planificación de las situaciones de aprendizaje..... | 52 |
| 4.1.11. Secuenciación de las situaciones de aprendizaje..... | 53 |
| 4.1.12. Programación de las situaciones de aprendizaje..... | 55 |
| 4.1.13. Temporalización horaria de las situaciones de aprendizaje..... | 56 |
| 4.1.14. Metodología, agrupamientos, espacios, materiales y recursos..... | 63 |
| 4.1.15. Atención a la diversidad y al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo (NEAE)..... | 67 |

| | |
|---|------------|
| 4.1.16. Tratamiento transversal de la educación en valores..... | 69 |
| 4.1.17. Criterios, procedimientos, medios e instrumentos de evaluación..... | 71 |
| 4.1.18. Actividades complementarias, extraescolares y curriculares..... | 72 |
| 4.1.19. Procedimientos para la evaluación del resultado de la programación..... | 74 |
| 5. Situación de aprendizaje 5..... | 74 |
| 5.1. Número, título y duración de la situación de aprendizaje..... | 75 |
| 5.2. Justificación..... | 75 |
| 5.3. Objetivos y metodología..... | 76 |
| 5.4. Contenidos de la situación de aprendizaje..... | 79 |
| 5.5. Temporalización horaria..... | 80 |
| 5.6. Actividades..... | 80 |
| 5.7. Recursos y materiales para el desarrollo de la situación de aprendizaje..... | 88 |
| 5.8. Atención a la diversidad..... | 89 |
| 5.9. Tratamiento transversal de la educación en valores..... | 89 |
| 5.10. Evaluación..... | 90 |
| 5.11. Planes de refuerzo y mejora..... | 92 |
| 6. Conclusiones..... | 93 |
| 7. Referencias bibliográficas..... | 97 |
| 8. Anexo..... | 101 |

1. Introducción

Los estudios de Formación Profesional (FP) están planteados para conseguir que los estudiantes tengan una combinación de teoría y práctica, en la que esta última suponga una mejora para su empleabilidad profesional. En España, todo el sistema de FP está regulado e integrado por la Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo.

La modernización de la Formación Profesional tomó fuerza en nuestro país en el año 2018, fecha en la que se propone el Plan Estratégico de la Formación Profesional del Sistema Educativo.

Actualmente, la nueva Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional, según lo dispuesto en su artículo 6, establece los objetivos del Sistema de Formación Profesional, entre los que destaca la necesaria cualificación de las personas para su acceso al empleo, el desarrollo competente de su profesión y su propio desarrollo personal. Entre sus principios básicos también se incluye la coordinación con empresas, con el objetivo de que los profesionales puedan adquirir competencias de competitividad y cualificación en la materia (Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional).

Del mismo modo, la Ley indica que es necesaria una oferta de formación constante y actualizada. Entre los principios generales del Sistema de Formación Profesional se incluyen el fomento de la investigación, la innovación, la digitalización y el emprendimiento, así como la búsqueda de equilibrio entre la oferta formativa y las necesidades de las empresas y del mercado. En relación a este último aspecto, se destaca el impulso a la formación dual, en colaboración con las administraciones, centros y empresas, para la creación de objetivos comunes a través del uso eficiente y accesible de los recursos formativos y profesionales (Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional).

La formación dual tiene el objetivo de combinar la teoría y la práctica de una forma diferente a la que estamos familiarizados actualmente, dado que la parte procedimental se desarrolla puramente en una empresa que colabora con el centro educativo desde el inicio de su formación. De este modo, el estudiante combina su aprendizaje teórico y práctico de manera simultánea. En el centro educativo adquirirá

los conocimientos teóricos y en las empresas la Formación en Centros de Trabajo (FCT) (Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, 2024).

Por lo tanto, la parte práctica se desarrollará en una empresa de acogida en convenio con el centro educativo, con la diferencia de que hará más horas y por tanto acumulará mayor experiencia. En este proceso, el estudiante estará acompañado, con un seguimiento por ambas partes. Esto supone que el alumno debe adquirir destrezas tan vitales como la capacidad de integrar los dos ámbitos al mismo tiempo: teórico y práctico (Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, 2024).

Desde mi punto de vista como futura docente, es la práctica la que hace que los alumnos sean capaces de asumir mejor el contenido teórico y experimentar desde su propia perspectiva lo que supone en términos reales el trabajo para el que se están instruyendo. Por ello, considero que el aumento en horas de la parte experimental en los alumnos es una buena opción, dado que se trata de una etapa crucial para ellos. Este tipo de formación les ayudará a asentar mejor las bases de su profesión y a adquirir las competencias necesarias para su introducción al mercado laboral.

En la Formación Profesional, los alumnos pueden optar a diferentes niveles: Formación Profesional Básica, Grado Medio y Grado Superior, teniendo en cuenta su expediente académico previo. La FP Básica se crea con la finalidad de que los alumnos puedan continuar inmersos en el sistema educativo. El Grado Medio tiene el objetivo de ofrecer una formación media que permita acceder al empleo, y el Grado Superior permite la adquisición de conocimientos superiores, con una titulación que ofrece mayores oportunidades laborales y acceso a niveles superiores de educación.

Según las estadísticas recogidas en un informe del Observatorio de la Formación Profesional en España, datado en 2023, se aprecia que por niveles de FP y teniendo en cuenta la matriculación, el mayor auge de alumnos se encuentra en Grado Superior (52,4%), le sigue el Grado Medio (40,4%) y por último la FP Básica (7,2%).

De forma diagnóstica, se puede concluir que la mayor apuesta de los estudiantes se centra en los niveles superiores. Dado que este TFM versa sobre la formación a distancia, considero oportuno mencionar que la educación a distancia ha supuesto un auge desde el curso 2016-2017, es decir, antes de la pandemia de 2020. No obstante, se hace referencia a que es mejorable, ya que en la FP Básica titulan solo un 39,3%

de alumnos en 2 años, en Grado Medio el 44% en dos años y se aprecia una mejora los estudiantes de Grado Superior que consiguen titular el 56,2% en dos años (Observatorio de la Formación Profesional en España, 2023).

No obstante, se hace especial hincapié en que la formación a distancia de Grado Superior ha aumentado progresivamente. Esto conlleva una vertiente positiva, ya que esta modalidad suele estar dirigida a un alumnado que tiene que compaginar vida laboral y familiar con sus aspiraciones formativas. Por tanto, supone una inclusión para este colectivo en el sistema educativo, ofreciendo flexibilidad horaria y un notable apoyo hacia su evolución profesional (Observatorio de la Formación Profesional en España, 2023).

En el ámbito de este TFM, cabe destacar que el sector del comercio y el *marketing* ha experimentado un incremento debido a la digitalización y la creación de perfiles profesionales especializados en el mundo digital. Este fenómeno ha sido impulsado por el avance tecnológico y la incorporación de la innovación en las actividades cotidianas, tanto personales como profesionales.

De hecho, la mayoría de sectores profesionales han tenido que adaptarse a la nueva figura de los profesionales del marketing y especialistas en redes sociales, como sucede en el ámbito del periodismo, que del plano de antaño en el que la información era en papel ha tenido que cambiar su planificación de forma radical al sector digital con una fuerte apuesta por la comunicación *online*.

La formación sobre la que versa este TFM es el de Grado Superior en Marketing y Publicidad, regulado por el Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad y se fijan sus enseñanzas mínimas. Las competencias generales que debe haber desarrollado el alumnado titulado en este ciclo formativo implican la capacidad de establecer y desarrollar estrategias de *marketing* basadas en estudios comerciales, así como de promocionar productos y servicios a través de los soportes de comunicación oportunos.

En definitiva, en este TFM se presenta una programación didáctica en la que se detallan las situaciones de aprendizaje que corresponden al módulo profesional “Trabajo de campo en la investigación comercial”, que se enmarca dentro del 2º Ciclo

Formativo de Grado Superior de Marketing y Publicidad, específicamente en la familia de Comercio y Marketing. En las últimas secciones del TFM, también se desarrolla una de las situaciones de aprendizaje, denominada “La encuesta y el cuestionario en el trabajo de campo”. El objetivo de la situación de aprendizaje es que los alumnos sean capaces de trabajar y planificar eficazmente el trabajo de campo de los encuestadores y entrevistadores, proporcionándoles los recursos y pautas que necesitan para llevar a cabo investigaciones efectivas.

En conclusión, la elaboración de este TFM se ha basado en el uso de diferentes fuentes necesarias para su correcta ejecución. Entre ellas se encuentran el Real Decreto 1571/2011 de 4 de noviembre, por el que se rige la situación de aprendizaje planteada, así como, la Orden ECD/329/2012, de 15 de febrero, que establece el currículo del ciclo formativo, la Programación General Anual y el Proyecto Educativo del centro educativo CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto. Además, se han utilizado datos estadísticos referentes a la Formación Profesional proporcionados por el Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, así como diferentes fuentes didácticas y normativas que han facilitado el correcto desarrollo de este trabajo.

2. Análisis reflexivo y valoración crítica de la programación didáctica

La realización de las prácticas en el CEAD Santa Cruz de Tenerife - Mercedes Pinto supuso una experiencia inigualable en la que pude descubrir que la docencia es mi vocación. Durante el desarrollo del módulo abordado en este TFM y tras analizar su programación didáctica, puedo concretar algunas aportaciones de mejora que detallo a continuación.

En lo que respecta a las situaciones de aprendizaje, considero que están estructuradas de una forma adecuada para que los alumnos puedan adquirir y asumir los conocimientos de una forma lógica y progresiva. No obstante, he hecho algunas pequeñas modificaciones para mejorar su estructura, aunque en general considero que es apropiada.

Además, quiero destacar que debido a la combinación de teleformación, presencialidad y trabajo autónomo en este ciclo, el profesorado hace todo lo posible para que los alumnos entiendan el temario y adquieran las competencias requeridas de forma concisa y breve en las pocas horas que están destinadas a la presencialidad. Este enfoque implica un esfuerzo constante por parte de los docentes, que tienen que condensar todo el contenido en un formato accesible para los alumnos a través del campus virtual.

Esto supone que el propio docente es el que asume el mayor volumen de trabajo, ya que tiene que preparar el contenido y transmitirlo en muy pocas horas, asegurando que los estudiantes puedan comprenderlo tanto durante las horas de asistencia como de manera autónoma. Por tanto, es crucial transmitir los contenidos de una forma eficaz y aprovechar al máximo el tiempo para familiarizar a los estudiantes con las prácticas que se les van a pautar y su interpretación teórica.

Esto me lleva a reflexionar que el alumno dispone de todos los recursos necesarios para su desarrollo académico. No obstante, considero que habría que potenciar el trabajo autónomo entre los estudiantes. Me refiero a que están acostumbrados a recibir el temario completamente preparado en cada situación de aprendizaje, y creo que sería beneficioso que ellos mismos recopilaran notas y fueran capaces de crear parte del temario. De esta manera aprenderían a crear sus esquemas y a realizar “investigaciones” complementarias de los conceptos abordados en clase.

Del mismo modo, los alumnos realizan prácticas de forma *online* desde sus casas y se preparan para los exámenes. Aunque me parece una forma óptima de aprovechar el tiempo disponible, considero que las prácticas podrían llevarse a cabo en el aula y el trabajo telemático podría estar centrado en proyectos y el estudio de la teoría.

Para entender mejor el procedimiento en lo que respecta a la metodología didáctica, suelen impartirse clases magistrales sobre el contenido y se destina tiempo a la explicación de las prácticas evaluables, que los estudiantes realizan en casa —solo en el caso de que haya tiempo restante las podrán hacer en el aula—. Aunque la dinámica me parece adecuada y comprensiva, considero que ya que el alumnado tiene todo el contenido en la plataforma, sería más apropiado enfocarse en impartir conceptos clave y prácticas en clase —es decir, teoría y práctica o debate—. De esta manera, se podría llevar a cabo la parte práctica evaluada en clase para integrar tanto

la teoría como la práctica. Esto podría reducir el tiempo que los estudiantes deben dedicar al estudio para el examen final y para los ejercicios prácticos evaluados. Como mencioné anteriormente, tal vez basar la metodología en un aprendizaje orientado a objetivos sería más beneficioso para los alumnos.

A continuación explico el método de evaluación docente para entender mejor la evaluación que se lleva a cabo en el centro educativo. Generalmente se asigna un 40% a la parte práctica y un 60% al examen final. Aunque esto se adapta a las circunstancias de unos estudiantes que tienen trabajos y responsabilidades familiares, considero que sería beneficioso dar mayor importancia a la parte práctica y autónoma en lugar de al examen final.

Desde mi perspectiva, plantearía una estrategia en la que el examen final fuera un proyecto creado en grupo, lo que promovería el trabajo cooperativo y el análisis reflexivo y crítico por parte del alumno. En cuanto a la evaluación de los conocimientos teóricos, los dejaría como cuestionarios de autoevaluación *online* en clase, con un peso menor al estipulado actualmente en la nota final.

Considero que uno de los mayores regalos que, como docentes, podemos ofrecer a nuestros alumnos es la construcción de valores y el fomento de un espíritu crítico y colaborativo con nuestros compañeros e instructores. Con ello pretendo resaltar la importancia de que las clases teóricas se interioricen de forma amena y centrada en lo procedimental y actitudinal.

De este modo, espero que los estudiantes sean capaces de compartir sus opiniones, dudas y crear en conjunto proyectos con las ideas de todos. Considero que la idea de que los exámenes sean el resultado final del aprendizaje, principalmente en términos porcentuales, no concuerda con las necesidades educativas y motivacionales actuales de la nueva generación de alumnos y educadores.

Los principales ingredientes para que un alumno interiorice los conceptos deben partir del aprendizaje activo y, por supuesto, del desarrollo de la constancia y el esfuerzo por alcanzar objetivos comunes a través de trabajos conjuntos. Esto no solo les enseñará a trabajar en equipo, sino que también nos permitirá, como docentes, escucharlos y conocer a cada uno de ellos en mayor profundidad. La educación para mí no consiste en transmitir un conjunto de conceptos y conocimientos en bloque; supone además el

acercamiento a cada persona a la que estás formando. Es por ello que considero de suma importancia desarrollar las habilidades de cada alumno de acuerdo con el temario, el contexto y sus expectativas, respetando siempre su propio ritmo. Desde mi perspectiva, para conseguirlo, la principal “magia”, sin duda, es la pasión que trasladamos los docentes a nuestros alumnos.

No obstante, quiero subrayar que la labor que hace el equipo docente del Departamento de Comercio y Marketing del centro educativo es más que admirable, amable y humana. Desde luego tienen en cuenta todas las circunstancias de los alumnos y se esfuerzan en que el proceso de enseñanza-aprendizaje sea lo más rápido, eficaz y útil posible. Son un equipo de profesionales con los que he tenido la suerte de aprender y compartir una experiencia como docente que ha resultado maravillosa.

3. Diseño de la programación didáctica anual

A continuación, se presenta el contexto en el que se desarrolla la programación didáctica. Se incluyen los datos de identificación del centro educativo, su contexto sociocultural y económico y sus características estructurales, así como las características de su alumnado.

3.1. Justificación

Esta programación didáctica se corresponde con el módulo de “Trabajo de campo en la investigación comercial”, del 2º curso de formación del Grado Superior de Marketing y Publicidad. Su impartición es fundamental, dado que permite el desarrollo de políticas de *marketing* a través de investigaciones comerciales y la promoción de productos o servicios en diferentes medios de comunicación (Real Decreto 1571/2011). Los conceptos más destacados en este módulo incluyen el estudio comercial; la selección y formación de los trabajadores de campo, es decir, de los encuestadores; la motivación, satisfacción y liderazgo en el equipo; la elaboración de encuestas y cuestionarios, y por último, la evaluación de la calidad del trabajo realizado.

Como periodista, he seleccionado este módulo porque creo que puedo aportar conocimientos sobre la materia y presentar el contenido de manera amena. Además, creo que el módulo es crucial para los futuros profesionales del *marketing*, ya que les proporciona habilidades indispensables como la planificación y ejecución de la investigación comercial y la realización de encuestas y cuestionarios para sus futuros clientes o en las empresas donde se especialicen.

3.2. Contexto sociocultural y económico del centro educativo

La enseñanza a adultos a distancia llegó a Tenerife en 1975 con la creación del Instituto Nacional de Bachillerato a Distancia (INBAD), con el objetivo de impartir los antiguos estudios de BUP y COU. En 1986 cambia a la denominación más breve de Instituto de Bachillerato a Distancia (IBAD). Posteriormente, en 2002, comienza a conocerse como CEAD Santa Cruz de Tenerife, y a partir de 2008 como CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes-Pinto, 2024b).

La Programación General Anual del centro (CEAD Santa Cruz de Tenerife Mercedes-Pinto, 2023) establece que la Consejería de Educación y Universidades del Gobierno de Canarias es la encargada del centro educativo en cuestión, donde se imparte formación reglada, incluyendo la Formación Profesional. Además, se prepara a todos los alumnos que deseen presentarse a las pruebas de acceso tanto para el grado superior como para la universidad. El centro cuenta también con acuerdos de colaboración para el desarrollo de las prácticas de los estudiantes, como es el caso del máster habilitante del profesorado de la ULL.

Actualmente se encuentra ubicado en la zona alta del municipio de Santa Cruz de Tenerife, en la Calle Pedro Suárez Hernández n.º 3, cerca de la parada del tranvía “Conservatorio” (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes-Pinto, 2024c). Además, en esta área se concentran más centros educativos de carácter privado y concertados, como son:

- Liceo Francés Internacional de Tenerife
- Colegio Dominicanas de Vistabella
- Colegio de Educación Infantil Cisneros Alter

- Conservatorio Profesional y Superior de Música
- Escuela de Actores de Canarias
- Escuela de Artes Fernando Estévez
- CIFP César Manrique
- IES Virgen de La Candelaria
- IES Ofra

Durante este curso académico, el centro cuenta con 1650 alumnos en total, cuya edad media es de 32,4 años (CEAD Santa Cruz de Tenerife Mercedes-Pinto, 2023). Su oferta educativa se detalla en la tabla 1, proporcionando información y datos específicos para cada programa formativo.

Tabla 1. Oferta de enseñanzas del centro educativo en el curso 2023-2024

Cursos y modalidades de bachilleratos a distancia tutorizado

1º BAC - BDT Modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales (LOMLOE)

2º BAC - BDT Modalidad General (LOMLOE)

1º BAC - BDT Modalidad de Artes (LOMLOE)

1º BAC - BDT Modalidad de Ciencias y Tecnología (LOMLOE)

2º BAC - BDT Modalidad de Artes (LOMLOE)

2º BAC - BDT Modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales (LOMLOE)

2º BAC - BDT Modalidad de Ciencias y Tecnología (LOMLOE)

Cursos y modalidades de bachillerato a distancia por internet

2º BAC - BDI Modalidad General (LOMLOE)

2º BAC - BDI Modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales (LOMLOE)

2º BAC - BDI Modalidad de Ciencias y Tecnología (LOMLOE)

1º BAC - BDI Modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales (LOMLOE)

1º BAC - BDI Modalidad de Ciencias y Tecnología (LOMLOE)

1º BAC - BDI Modalidad General (LOMLOE)

Ciclos formativos de grado medio a distancia

1º CFGM Dist. Comercio y Marketing - Actividades Comerciales (LOE)

2º CFGM Dist. Comercio y Marketing - Actividades Comerciales (LOE)

Ciclos formativos grado superior a distancia

1º CFGS Dist. Administración y Gestión - Administración y Finanzas (LOE)

1º CFGS Dist. Comercio y Marketing - Marketing y Publicidad (LOE)

2º CFGS Dist. Administración y Gestión - Administración y Finanzas (LOE)

2º CFGS Dist. Administración y Gestión - Asistencia a la Dirección (LOE)

2º CFGS Dist. Comercio y Marketing - Marketing y Publicidad (LOE)

3º CFGS Dist. Administración y Gestión - Administración y Finanzas (LOE)

3º CFGS Dist. Comercio y Marketing - Marketing y Publicidad (LOE)

That's English (inglés a distancia)

1º Básico A2

1º Intermedio B2

2º Básico A2

2º Intermedio B2

Avanzado C1

Intermedio B1

Cursos de preparación de pruebas

Acceso a Ciclos Formativos de Grado Superior opción A

Acceso a Ciclos Formativos de Grado Superior opción B

Acceso a Ciclos Formativos de Grado Superior opción C

Acceso a la Universidad para mayores de 25 años ULL

Obtención de Título de Graduado en Educación Secundaria

Mentor

Otras enseñanzas no oficiales en aulas mentor

Nota. Fuente de datos para la tabla 1: CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto (2023, pp. 7-8). Elaboración propia.

3.2.1. Datos identificativos del centro

- Tipo de centro: centro de educación a distancia
- Denominación: CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto
- Código: 38010141
- Domicilio: Calle Pedro Suarez Hernández, 3, Santa Cruz de Tenerife
- C. P.: 38009
- Localidad: Santa Cruz de Tenerife
- Provincia: Santa Cruz de Tenerife
- Comunidad Autónoma: Canarias
- Correo electrónico: 38010141@gobiernodecanarias.org
- Web: <https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/edublog/ceadsantacruzdetenerifemercedespinto/>
- Teléfono: 922.475538
- Naturaleza: público

- Tipología: docente
- Titular: Consejería de Educación, Universidades, Cultura y Deportes
- CEP del profesorado: 38706050 - C. Profesorado. Santa Cruz de Tenerife
- Horario del centro: de 8:15 a 22:15 horas, con un turno de mañana y de tarde. Los lunes, martes y miércoles es en horario de tarde, y jueves y viernes de mañana (CEAD Santa Cruz de Tenerife Mercedes-Pinto, 2023).

3.2.2. Descripción de las características estructurales del centro

A continuación se hace especial énfasis en las características estructurales del centro, tal como figuran en su Programación General Anual:

3.2.2.1. Instalaciones y dotaciones materiales. Las aulas están dotadas de los recursos convenientes para desarrollar la actividad docente y proporcionar a los alumnos un espacio adecuado para recibir la formación y adquirir destrezas teóricas y prácticas. Es por ello que cuentan con seis aulas con pizarras, la mayoría táctiles, con ordenadores y portátiles con conexión a internet, proyectores y webcams destinadas a facilitar la formación online. También disponen de un aula destinada a las tutorías, diseñada para recibir a grupos de alumnos, así como un aula destinada a grabar clases o reuniones en formato online.

Los departamentos están equipados con despachos que cuentan con todo lo indispensable para el desempeño de sus funciones. Los cargos directivos de Dirección, Vicedirección y Jefatura de Estudios comparten espacio, y la secretaría dispone de cuatro ventanas para poder atender las necesidades de los alumnos. El centro educativo cuenta también con una biblioteca, una cafetería, una zona de descanso y un salón de actos. Además, cuenta con dos almacenes para archivos y depósitos de agua, señalización externa e interna y una zona habilitada al aparcamiento del personal (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2023).

3.2.2.2. Recursos humanos. Actualmente el centro educativo cuenta con 54 docentes a tiempo completo, un profesor con horario parcial y cuatro profesores con jornada compartida. En el caso de existir vacantes, se tramitan a través de la Comisión de Servicios o por listas. La medida de edad del personal docente es cercana a los 50 años. El desarrollo de su actividad laboral se extiende de lunes a viernes, aunque los viernes se destinan exclusivamente a reuniones departamentales (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2023).

Los departamentos existentes se mencionan a continuación:

- Departamento de Matemáticas
- Departamento de Lengua castellana y Literatura
- Departamento de Geografía e Historia
- Departamento de Latín y Griego
- Departamento de Inglés y Francés
- Departamento de Biología y Geología
- Departamento de Dibujo
- Departamento de Filosofía
- Departamento de Física y Química
- Departamento de Tecnología
- Departamento de Administración y Gestión
- Departamento de Administración y Finanzas
- Departamento de Economía
- Departamento de Comercio y Marketing

Cabe destacar que no hay departamento de Formación y Orientación Laboral (FOL), dado que, según especifica el jefe de estudios de Formación Profesional, Eduardo Do Nascimento (comunicación personal, 21 de junio de 2024), este módulo no llega al cómputo de horas necesarias, y actualmente, no cuenta con las horas que se

requieren. Por lo tanto, este módulo se le asigna por lo general al Departamento de Economía, o a algún profesor del departamento en el que se esté impartiendo la asignatura, que actualmente se imparten en el centro en Formación Profesional en las ramas de: Administración y Gestión y Comercio y Marketing.

El centro tampoco dispone de un Departamento de Orientación. Sin embargo, el jefe de estudios, Eduardo Do Nascimento (comunicación personal, 21 de junio de 2024) menciona que han luchado por la figura de un orientador para poder atender mejor las necesidades específicas del alumnado, y deja constancia de que así figura en los planes de mejora propuestos por el centro.

En lo se refiere al personal administrativo, según recoge la Programación Anual, el centro educativo dispone del siguiente personal administrativo y de servicios destinado a la organización del centro (2023):

- Secretaría. Personal encargado de las labores administrativas y de gestión académica a través del Pincel Ekade.
- Portería y custodia de las instalaciones. Se encargan de esta labor los subalternos, que suman un total de cuatro personas con horarios tanto de mañana como de tarde.
- Servicio de limpieza. Está a cargo de cuatro trabajadores que están contratados por la Consejería de Educación y Universidades en horarios de mañana y tarde.
- Servicios de mantenimiento. El responsable de esta área está contratado 30 horas semanales a través de la empresa externa Trampolín Solidario, S.L.
- Servicios de mantenimiento de jardines y de obras menores. Se contratan de manera puntual, según las necesidades.

3.2.2.3. Organigrama del centro educativo. Según los datos obtenidos de la Programación General Anual (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2023) y la web institucional, la composición del equipo directivo del Centro es la siguiente:

Tabla 2. Equipo directivo

| Puesto | Nombre y apellidos |
|---|---------------------------------|
| Director | José Manuel Ruiz Fuentes |
| Vicedirectora | Olga del Cristo Padilla Siverio |
| Secretaria | María Auxiliadora Alonso Muñoz |
| Jefa de estudios Bachillerato | Eva María Cordero Plasencia |
| Jefe de estudios de FP y CAM 25 | Eduardo Do Nascimento Rodríguez |
| Jefa de estudios de Formación Básica, That's English y Cursos de Pruebas de Acceso a Ciclos Superiores y Prueba Libre | Carmen Nieves Melo Robayna |

Nota. Fuente de datos para la tabla 2: Web institucional CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto (2024a) y CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto (2023, p. 86). Elaboración propia.

3.2.2.4 Órganos de gobierno colegiados. Según lo establecido en el Reglamento Orgánico de Centros (Real Decreto 81/2010, de 8 de julio), los órganos colegiados responsables del control y gobierno de los centros son tres: el Consejo Escolar, el Claustro del profesorado y los órganos de coordinación docente. El Consejo Escolar es el responsable de la participación activa de todos los agentes que forman parte de la comunidad educativa. Está compuesto por alumnos, profesores y personal de administración y servicios. Actualmente cuentan con vacantes sin cubrir, por lo que la Programación General Anual destaca la suma importancia de participar en este órgano colegiado (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2023). Hay que señalar que el Consejo Escolar cuenta con competencias propias, como la aprobación y evaluación de la programación anual del centro.

El Consejo Escolar del centro educativo está formado por:

- Dirección
- Jefatura de Estudios
- Secretaría
- Representantes del profesorado seleccionado por el Claustro
- Representantes del alumnado
- Un representante del personal de administración y servicios del centro docente

Por su parte el Claustro del profesorado tiene el objetivo permitir la participación de los docentes en la gestión del centro y otorgarles competencias en lo relativo a decisiones académicas. Para alcanzar acuerdos, realizan una vez por trimestre una reunión en la que contemplarán las oportunas aportaciones que consideren necesarias y que se suelen celebrar los viernes en horario de mañana. En el caso de que alguna cuestión sea de extrema urgencia, se llevarán a cabo más encuentros para abordar la temática específica.

En lo que respecta al aspecto pedagógico, será la Comisión de Coordinación Pedagógica la responsable de realizar esta función, con la ayuda de subcomisiones que se reúnen regularmente, los viernes en turno de mañana (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2023).

3.2.2.5. Características del alumnado. Según recoge la Programación General Anual (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2023), el centro educativo dispone de los siguientes alumnos matriculados:

Tabla 3. Datos de matriculación del centro a día 25 de octubre de 2023

| | |
|--|------|
| Educación secundaria para personas adultas | 128 |
| Bachillerato a distancia tutorizado | 417 |
| Bachillerato a distancia por internet | 337 |
| That's english (idiomas a distancia) | 91 |
| Curso de preparación de pruebas | 231 |
| Mentor | 5 |
| Ciclos formativos a distancia | 441 |
| Total de matriculados | 1650 |

Nota. Fuente de datos para la tabla 3: CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto (2023, p. 6). Elaboración propia.

En el presente curso académico, el alumnado tiene una edad media de 32 años, siendo en su mayoría de nacionalidad española, con una representación del 90,6%. Según los datos recogidos, el alumnado de la rama de Administración y Gestión y Comercio y Marketing en modalidad semipresencial supone un 26,72% del total de matriculados en el centro. Mientras tanto, otras enseñanzas como That's English o el Proyecto de Aulas Mentor tienen un menor número de estudiantes, con un 5,51% y un 0,3% respectivamente (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2023).

3.3. Detalles de la Programación General Anual (PGA)

Los centros educativos elaboran al inicio de cada curso una programación general anual con el objetivo de recoger los aspectos relevantes relativos a la organización y funcionamiento del centro. Este documento, por tanto, es el reflejo de una planificación académica que clarifica las actuaciones enmarcadas en el proyecto educativo del centro (CEAD Santa Cruz de Tenerife Mercedes-Pinto, 2023).

3.3.1 *Objetivos del centro educativo*

De acuerdo con la PGA (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2023), el CEAD ha establecido los siguientes objetivos para el curso escolar 2023-2024.

En términos de la mejora del rendimiento académico, los objetivos se enfocan en que haya un mayor número de titulados y un menor abandono escolar. Para ello, consideran vital que haya un clima adecuado en el aula que fomente el aprendizaje y se adapte a la atención a la diversidad, cubriendo las necesidades del alumnado y fomentando valores como la igualdad.

Además, los responsables del centro apoyan activamente el desarrollo de las competencias lingüísticas y matemáticas, buscando ajustar el modelo educativo a las cualificaciones óptimas para los estudiantes. Para ello, se emplearán acciones transversales que integren estas competencias en los programas formativos. Además, se considerará la participación del alumnado en la planificación de la vida escolar, fomentando su presencia activa en la comunidad educativa.

En esta misma línea, se propone promover valores relacionados con la conservación y apreciación del patrimonio cultural de Canarias y el desarrollo sostenible. También se busca potenciar el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, así como el dominio de alguna lengua extranjera. Asimismo, se destaca la necesidad de potenciar la vocación por las áreas científicas en áreas como la ciencia, tecnología o las matemáticas, así como el arte para el desarrollo de competencias relacionadas con la innovación y la creatividad entre el alumnado.

3.3.2. *Ámbito organizativo*

La Viceconsejería de Educación, Universidades y Deportes es la encargada de dictar la normativa relativa a la organización y funcionamiento de los centros públicos que no

pertenecen a la red universitaria de Canarias. Según la Orden del 27 de agosto de 2018, vinculada a los centros educativos a distancia en Canarias, la organización de los CEAD se regirá por lo estipulado en el Reglamento Orgánico de los centros educativos de Canarias.

Además, se especifica que todas las normas del centro, su Proyecto Educativo, la programación didáctica y la Programación General Anual serán modificadas según corresponda para adecuarse a las necesidades de la educación a distancia y para personas adultas (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2023).

3.3.3. *Ámbito pedagógico*

En el ámbito pedagógico se han llevado a cabo los siguientes planes:

- Diseño de programaciones didácticas: elaboradas por el profesorado, estas programaciones están diseñadas para atender a las necesidades de enseñanza específicas de la oferta educativa del centro.
- Estudio del abandono escolar del alumnado: para identificar sus causas y desarrollar estrategias de seguimiento, incluyendo tutorías y avisos al alumnado, con el fin de planificar un control efectivo que les ayude a completar sus estudios.
- Atención telemática: se han considerado las características específicas de la atención telemática a través de diferentes medios para mejorar la accesibilidad y la calidad de la educación a distancia (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2023).

3.3.4. *Ámbito profesional*

En el centro educativo se llevan a cabo diferentes iniciativas que mejoran la calidad de la planificación por parte de los docentes en relación con la inserción profesional del alumnado y la colaboración con el sector productivo. Algunas de las más destacadas son las siguientes:

- Formación del profesorado: coordinada a través de una programación anual, esta formación está diseñada para mejorar las competencias y habilidades docentes.
- Promoción en empresas: iniciativas para tener presencia en las empresas locales, con el objetivo de fortalecer las relaciones con el sector empresarial.

- Programa formativo adaptado: desarrollo de un programa formativo que tenga en cuenta las circunstancias en el aula y que esté alineado con las tecnologías y normativas actuales.

En lo que respecta a la revisión de los procesos de enseñanza y los criterios utilizados para evaluar al profesorado, se ha previsto la implementación de planes de formación adaptados a las necesidades detectadas. Además, se fomentará e impulsará el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2023).

3.3.5. *Ámbito social*

Las propuestas de mejora contempladas en la PGA respecto a este ámbito se detallan a continuación (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2023):

El centro educativo lleva a cabo un proyecto de innovación centrado en el desarrollo sostenible, conocido como las redes InnoVas, del que forma parte la Red Canaria de Centros Educativos. Este proyecto está dirigido a los centros que dependen de fondos públicos de la Comunidad Autónoma. Para abordar esta temática, se establecerán los ejes centrales que se pretenden potenciar y se participará en procesos de aprendizaje que fomenten una mayor participación y optimización de la profesionalidad de los alumnos.

Además, se propone integrar políticas comprometidas con el desarrollo sostenible y el cuidado de las personas. La PGA considera necesario aumentar la colaboración del alumnado y apostar por la promoción cultural y las relaciones sociales con el entorno.

Por otro lado, la PGA estipula que el número de convenios entre los centros educativos y las empresas debe aumentar, para garantizar que la Formación en Centros de Trabajo (FCT) tenga mayor calidad y se coordine de manera efectiva. Las FCT son cruciales para los alumnos, ya que representan la vertiente práctica del programa formativo. Para su correcta gestión, el alumno contará con un tutor del centro educativo y otro tutor asignado en la empresa, quienes serán responsables de explicar el proceso a los estudiantes y hacer un seguimiento adecuado. En cuanto a la evaluación, ambos tutores valorarán la evolución del alumno, aunque será el tutor del centro educativo quien decida si el alumno ha superado las competencias requeridas (Gobierno de Canarias, 2024d).

Finalmente, se destaca que el programa Erasmus+ debe programarse con mayor antelación para cumplir con los plazos establecidos (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2023).

3.3.6. *Ámbito de evaluación del Plan General Anual*

La recogida de datos para la evaluación de la Programación General Anual (PGA) se realiza a lo largo del curso escolar. Al finalizar el curso académico, la PGA se valora a través del Claustro y del Consejo Escolar, tomando en cuenta los indicadores y la memoria final. En esta memoria se documentan las planificaciones, objetivos trazados y actividades realizadas, y se evaluará si deben mantenerse, sustituirse o modificarse para el siguiente curso.

Además, al final de cada trimestre escolar, el equipo directivo realiza una valoración que permite hacer un seguimiento de los objetivos establecidos en la PGA (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2023).

3.4. Descripción del Proyecto Educativo del Centro (PEC)

El Proyecto Educativo del Centro (PEC) es uno de los documentos que concretan la autonomía pedagógica y curricular de los centros, tal como lo establece la Ley Orgánica para la Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE) y el Real Decreto 81/2010, de 8 de julio, que aprueba el Reglamento Orgánico de los centros docentes públicos no universitarios de la Comunidad Autónoma de Canarias.

El Proyecto Educativo del Centro (PEC) debe responder a las prioridades y valores del centro, incorporando los currículos establecidos por la Administración. Además, debe analizar ejes temáticos y valores cruciales como la igualdad, la no violencia y el cuidado al medio ambiente, entre otros. Aunque el equipo directivo es el principal responsable de la redacción del PEC, se debe tener en cuenta la participación del Consejo Escolar, el Claustro y la Comisión Pedagógica para garantizar la inclusión de todos los agentes en los objetivos marcados. Por ello, el PEC está vinculado con diferentes aspectos fundamentales como los principios educativos, el currículo y las competencias y la forma de evaluación de los docentes. Se entiende como un instrumento para la mejora y desarrollo en el centro educativo (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2021).

El Plan de Atención a la Diversidad (PAD) forma parte del PEC. Debe actualizarse cada año y es esencial eliminar las barreras y dificultades para el aprendizaje mediante la promoción de valores como la inclusión y la equidad. Este plan se ajusta a las necesidades de los alumnos e, idealmente, proporciona atención personalizada a las Necesidades Específicas de Apoyo Educativo (NEAE), convirtiéndose en un aspecto fundamental en la educación. Esta materia está regulada en la Orden de 7 de junio de 2007, que establece las directrices en la Comunidad Autónoma de Canarias (Gobierno de Canarias, 2024a).

El Plan de Atención a la Diversidad es, desde mi punto de vista, esencial en el CEAD, dado que la mayoría del alumnado tiene responsabilidades laborales y domésticas, a menudo con trabajos precarios o en situación de desempleo. Además, el centro carece de un Departamento de Orientación, y el PAD resalta la necesidad urgente de establecer uno.

El Proyecto Educativo del Centro (2021) identifica diferentes perfiles de alumnos que requieren atención especial:

- Alumnado con medidas judiciales: incluye menores tutelados y reclusos. La Jefatura de Estudios: es la encargada de ofrecer apoyo a estos estudiantes mediante tutorías. Hay que tener en cuenta que pueden tener dificultades por no disponer de recursos necesarios como un adecuado acceso a internet.
- Alumnado con Necesidades Específicas de Apoyo Educativo (NEAE) o Necesidades Educativas Especiales (NEE): estos alumnos con circunstancias particulares reciben apoyo a través de medidas coordinadas por la Consejería de Educación, Universidades, Cultura y Deportes y el CEAD en conjunto.

3.5. Descripción de las Normas de Organización y Funcionamiento (NOF)

De acuerdo con la Ley Orgánica 2/2006 de 3 de mayo de Educación (LOE), las administraciones educativas deben facilitar a los centros de enseñanza la autonomía necesaria para establecer su propio marco de organización y funcionamiento. Esta autonomía permite a los centros docentes elaborar normas específicas de organización y funcionamiento y cumplir con un plan de convivencia (Ley Orgánica 2/2006). En general, esta normativa promueve la creación de normas a nivel de centro

para una gestión y organización adecuada de la actividad educativa, incluyendo los derechos y deberes de los estudiantes, que serán de obligado cumplimiento. Esta estructura es fundamental para prevenir situaciones no deseadas en los centros como el acoso o la discriminación, entre otras.

Es por ello que el centro educativo hace una planificación de su propia normativa, teniendo en cuenta, además, lo dispuesto la Orden de 27 de agosto de 2018 que regula la organización y funcionamiento de los centros de educación a distancia en Canarias (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2021).

Resulta, por tanto, de vital importancia que los centros educativos hagan un plan de convivencia para que el clima en las aulas sea el adecuado, teniendo en cuenta las particularidades de los estudiantes. Para ello, el equipo directivo y los docentes coordinarán las medidas oportunas (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2021). Para ello, en el CEAD se han creado las siguientes comisiones de coordinación con el seguimiento del Consejo Escolar:

- Comisión de Convivencia y Mediación: encargada de crear un ambiente seguro en el centro y establecer las normas, apoyando al Consejo Escolar respecto a su cumplimiento.
- Comisión de Coordinación Pedagógica: es la responsable de todas las acciones que conlleven una mejora de los programas educativos y pedagógicos, así como, de evaluar su efectividad.
- Comisión Económica: gestiona el presupuesto y lleva un control del mismo.
- Comisión de Igualdad: es la que promueve la igualdad en el centro educativo y evalúa medidas de mejora.
- Comisión para Riesgos Laborales: se encarga de la protección y prevención dentro del centro.
- Comisión de Valoración Individual del Alumnado (VIA): es la encargada de administrar las pruebas adaptadas progresivamente según el nivel de dificultad para aquellos estudiantes que no pueden documentar sus aprendizajes (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2021).

Por otra parte, las NOF también regulan aspectos relacionados con las enseñanzas ofertadas en el CEAD como la admisión de los alumnos, la elaboración de actas de reuniones de los equipos directivos, la planificación del calendario de exámenes, la provisión de información para los estudiantes, el registro de asistencia y la evaluación en general. Cabe destacar que cada oferta educativa cuenta con un protocolo evaluativo que establece los derechos y obligaciones del alumnado (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2021).

4. Programación didáctica anual

La siguiente sección detalla la programación didáctica del módulo “Trabajo de campo en la investigación comercial”, que pertenece al 2º Ciclo Formativo Superior de Marketing y Publicidad, en concreto dentro de la familia profesional de Comercio y Marketing en el CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto. Se parte de un marco normativo general para luego detallar y explicar los distintos puntos del documento de planificación docente.

4.1. Información identificativa del título

El título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad queda identificado por los siguientes elementos:

- Denominación: Marketing y Publicidad.
- Nivel: Formación Profesional de Grado Superior.
- Duración: 2.000 horas.
- Familia profesional: Comercio y Marketing.
- Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-5b.
- Nivel del Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior: Nivel 1- Técnico Superior (Real Decreto 1571/2011).

4.1.1. Marco normativo y legal

El Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, es el encargado de regular la formación profesional dentro del sistema educativo español. En su artículo 9, se encarga de desarrollar los títulos de formación profesional, siguiendo las directrices marcadas por la Unión Europea y el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales. No obstante, en lo que respecta a la formación profesional a distancia, aspecto primordial en el desarrollo de este Trabajo Fin de Máster (TFM), es importante mencionar que la regulación está establecida por la Resolución de la Dirección General de Formación Profesional y Educación de Adultos del 23 de septiembre de 2020.

Para cada título se establecen diferentes aspectos relevantes, los cuales se definen tras consultar previamente a las Comunidades Autónomas. Estos aspectos incluyen el perfil profesional y las unidades de competencia, entre otros elementos fundamentales deben quedar plasmados. Así lo estipula la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, en su artículo 95.

4.1.2. Competencia general del título

La competencia general versa sobre el seguimiento de las políticas de *marketing*, teniendo como referencia los estudios comerciales. También se incluye la promoción de productos y servicios a través de materiales publicitarios en los medios de comunicación idóneos (Real Decreto 1571/2011).

4.1.3. Competencias profesionales, personales y sociales

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título las establece el Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad y se fijan sus enseñanzas mínimas, y son las que se presentan a continuación:

a) “Realizar las gestiones necesarias para la constitución y puesta en marcha de una empresa comercial, planificando y gestionando la obtención de los recursos financieros necesarios que procuren la rentabilidad económica y financiera de la empresa.

- b) Asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing, analizando las variables de marketing mix para conseguir los objetivos comerciales definidos por la empresa.
- c) Planificar y desarrollar acciones de marketing digital, gestionando páginas web y sistemas de comunicación a través de Internet, para lograr los objetivos de marketing y de la política de comercio electrónico de la empresa.
- d) Obtener, analizar y organizar información fiable de los mercados, aplicando técnicas estadísticas y establecer un sistema de información eficaz (SIM), que sirva de apoyo en la definición de estrategias comerciales y en la toma de decisiones de marketing.
- e) Organizar grupos de encuestadores y/o entrevistadores y realizar encuestas y/o entrevistas, planificando el trabajo de campo y utilizando las técnicas y procedimientos establecidos, para cumplir los objetivos fijados en el plan de investigación comercial.
- f) Diseñar la política de relaciones públicas de la empresa y organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación, interpretando el briefing, contratando proveedores, actores y agentes, asistiendo, dirigiendo y supervisando los eventos, para cumplir con lo establecido en la política de comunicación del plan de marketing.
- g) Gestionar los servicios de atención e información al cliente y de quejas y reclamaciones del cliente, consumidor y usuario, prestando un servicio de calidad para lograr la plena satisfacción del cliente y la transmisión de una buena imagen de la empresa u organización.
- h) Elaborar el plan de medios publicitarios de la empresa, combinándolos adecuadamente, y realizar su seguimiento y control para lograr su ejecución y eficacia.
- i) Gestionar el lanzamiento e implantación de productos y/o servicios en el mercado, aplicando las estrategias de marketing y las acciones promocionales adecuadas, de acuerdo con lo establecido en el plan de marketing de la empresa u organización.
- j) Elaborar materiales publipromocionales e informativos, respetando la normativa vigente en materia de publicidad y utilizando técnicas y aplicaciones informáticas de edición y diseño en diversos soportes, para difundirlos según los planes programados.

- k) Comunicarse en inglés con fluidez, tanto de palabra como por escrito, con todos los operadores y organismos que intervienen en operaciones comerciales.
- l) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.
- m) Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.
- n) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.
- ñ) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- o) Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.
- p) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- q) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.
- r) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural” (Real Decreto 1571/2011, pp. 133005-133006).

4.1.4. Competencias adquiridas en el módulo profesional

Según lo establecido en el mismo Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, el módulo “Trabajo de campo en la investigación comercial” contribuye a alcanzar las siguientes competencias profesionales, personales y sociales —que están incluidas entre las generales del título mencionadas en la sección anterior—:

e) “Organizar grupos de encuestadores y/o entrevistadores y realizar encuestas y/o entrevistas, planificando el trabajo de campo y utilizando las técnicas y procedimientos establecidos, para cumplir los objetivos fijados en el plan de investigación comercial.

l) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.

m) Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.

n) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.

ñ) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

o) Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.

p) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

r) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultura” (Real Decreto 1571/2011, pp. 133005-133006).

4.1.5. Objetivos generales del título y del módulo

Los objetivos generales de este ciclo formativo también se regulan en el Real Decreto 1571/2011, que establece el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad. Se trata de los siguientes:

a) “Conocer y valorar las fuentes y productos financieros disponibles, tales como créditos, préstamos y otros instrumentos financieros, así como las posibles subvenciones y seleccionar los más convenientes para la empresa, analizando la información contable y evaluando los costes, riesgos, requisitos y garantías exigidas por las entidades financieras, para obtener los recursos financieros necesarios que se requieren en el desarrollo de la actividad.

b) Elaborar informes de base y briefings, analizando y definiendo las diferentes estrategias comerciales de las variables de marketing mix, para asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing.

c) Utilizar las nuevas tecnologías de la comunicación a través de Internet, construyendo, alojando y manteniendo páginas web corporativas y gestionando los sistemas de comunicación digitales, para planificar y realizar acciones de marketing digital.

d) Diseñar planes de investigación comercial, determinando las necesidades de información, recogiendo los datos secundarios y primarios necesarios para obtener y organizar información fiable de los mercados.

e) Elaborar informes comerciales, analizando la información obtenida del mercado mediante la aplicación de técnicas estadísticas, para establecer un sistema de información de marketing eficaz (SIM).

f) Determinar las características del personal de campo, definiendo criterios de selección, dimensión, formación, motivación y remuneración, para organizar grupos de encuestadores y/o entrevistadores.

g) Interpretar correctamente un cuestionario y las instrucciones adjuntas y pasarlo a los encuestados, garantizando la fluidez y exactitud de las respuestas efectuadas, para realizar encuestas y/o entrevistas.

h) Definir los objetivos e instrumentos de las relaciones públicas de la empresa u organización, de acuerdo con lo establecido en el plan de marketing, para diseñar la política de relaciones públicas de la empresa.

i) Relacionar y coordinar a los distintos proveedores, actores y agentes intervinientes, dirigiendo y supervisando el evento según el protocolo establecido y resolviendo las incidencias de forma proactiva, para organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación.

j) Organizar el departamento de atención al cliente y establecer las líneas de actuación para lograr la satisfacción y fidelización de los clientes, aplicando técnicas de comunicación adecuadas para gestionar los servicios de atención e información al cliente.

k) Establecer el procedimiento de atención y resolución de quejas y reclamaciones de clientes, aplicando técnicas de comunicación y negociación adecuadas y/o de mediación o arbitraje para gestionar las quejas y reclamaciones del cliente, consumidor y usuario.

l) Realizar propuestas de combinación de medios y soportes publicitarios, respetando la normativa vigente en materia de publicidad y redactando informes de control de emisión y cursaje, para elaborar el plan de medios publicitarios.

m) Elaborar el argumentario de ventas del producto o servicio para su presentación a la red de ventas y definir las acciones de marketing y de promoción comercial, analizando datos del sistema de información de mercados y el briefing del producto, para gestionar el lanzamiento e implantación de productos y/o servicios en el mercado.

n) Aplicar técnicas de comunicación publicitaria persuasivas y de atracción del cliente, seleccionando contenidos, textos e imágenes y utilizando el estilo propio de la comunicación comercial e informativa de la empresa para elaborar materiales publipromocionales e informativos.

ñ) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, proveedores, organismos públicos, banca nacional e internacional y demás operadores que intervienen en las actividades comerciales.

o) Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.

p) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.

q) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.

r) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.

s) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

t) Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevenciones personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.

u) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».

v) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.

w) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

x) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar como ciudadano democrático” (Real Decreto 1571/2011, pp. 133009-133010).

El mismo Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre plantea los siguientes objetivos generales para el módulo profesional de “Trabajo de campo en la investigación comercial” —que están incluidos entre los generales del título mencionados en la sección anterior—:

f) “Determinar las características del personal de campo, definiendo criterios de selección, dimensión, formación, motivación y remuneración, para organizar grupos de encuestadores y/o entrevistadores.

g) Interpretar correctamente un cuestionario y las instrucciones adjuntas y pasarlo a los encuestados, garantizando la fluidez y exactitud de las respuestas efectuadas, para realizar encuestas y/o entrevistas.

o) Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.

p) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.

q) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.

r) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.

s) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

t) Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.

u) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos». v) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.

v) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.

x) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar como ciudadano democrático” (Real Decreto 1571/2011, pp. 133009-133010).

4.1.6. Entorno profesional

Los estudiantes que obtienen este título se vinculan a empresas del sector productivo, específicamente en los ámbitos del comercio y el *marketing*, tanto público como privado. Sus funciones principales incluyen la gestión de *marketing*, comercialización, publicidad, investigación y relaciones públicas. Una vez insertados en el ámbito laboral, llevarán a cabo actividades de comunicación, *marketing*, organización de eventos y actividades en departamentos que utilicen las encuestas como método de recogida de datos.

Las áreas en las que pueden desempeñar sus tareas laborales se definen a continuación: técnico de marketing, relaciones públicas, trabajos de campo e incluso encuestadores. También pueden vincularse a sectores como organizadores de

eventos en el ámbito del marketing y la publicidad, supervisión de medios de comunicación e investigaciones de mercado (Real Decreto 1571/2011).

4.1.7. Relación de cualificaciones y unidades de competencia

El Real Decreto 1571/2011 regula las cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales que se incluyen en el título, que son las desarrolladas en la tabla 4.

Tabla 4. Relación de cualificaciones y unidades de competencia

| Cualificaciones profesionales completas | Cualificaciones profesionales incompletas |
|--|--|
| <p>a) Investigación comercial:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manejar los instrumentos necesarios para la investigación de mercados. - Planificar y evaluar la labor de los encuestadores. - Ejecutar las encuestas con pautas oportunas. - Analizar y obtener conclusiones. | <p>a) Gestión de <i>marketing</i> y comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar el seguimiento de las políticas de <i>marketing</i> - Controlar la promoción de productos y servicios en el mercado. - Organizar eventos, teniendo en cuenta criterios de protocolo. - Hacer seguimiento del plan de medios planteado. - Elaborar en diversos soportes promociones. |
| | <p>b) Atención al cliente, consumidor o usuario:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar las acciones de atención al cliente. - Tratar las quejas de los consumidores. |
| | <p>c) Control comercial y contable en el transporte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestionar la actividad financiera cuando se trata de transporte. |

Nota. Cualificaciones profesionales incluidas en el título. Fuente de datos para la tabla 4: Real Decreto 1571/2011. Elaboración propia.

4.1.8. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

A continuación se detallan los resultados de aprendizaje (RA) y los criterios de evaluación (CE) para el módulo “Trabajo de campo en la investigación comercial”:

Tabla 5. Relación de resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

| | |
|--|--|
| “RA1: Planifica el trabajo de campo de los encuestadores o entrevistadores, estableciendo los medios y recursos necesarios y las pautas de actuación de acuerdo con el plan de investigación. | CE1 1: se ha elaborado el plan de trabajo de campo de una investigación de mercados y de opinión, fijando los objetivos, los recursos necesarios y las fases del proceso, en función del medio y la forma de obtención de los datos. |
| | CE1 2: se ha determinado la finalidad de la dirección por objetivos en cuanto a definición de objetivos, responsabilidades, competencias personales, plazos, motivación, apoyo técnico-emocional y toma de decisiones. |
| | CE1 3: se ha establecido el método para el reparto de objetivos colectivos e individuales entre los miembros del equipo, fomentando la responsabilidad compartida y la transparencia en la gestión e información. |
| | CE1 4: Se han aplicado técnicas de comunicación, presentación y reuniones de equipo para explicar los objetivos y el plan de trabajo de campo a los miembros del equipo. |
| | CE1 5: Se han establecido los recursos necesarios para la realización del trabajo de campo según el medio y forma de encuesta (PAPI, CAPI, MCAPI, CATI y CAWI, entre otros). |

CE1 6: Se ha programado el trabajo de campo en el plazo previsto para cumplir los objetivos del plan de investigación, utilizando cronogramas y aplicaciones de gestión de tareas.

CE1 7: Se ha elaborado el cuaderno de campo de cada miembro del equipo, estableciendo los objetivos del trabajo de campo, el número de entrevistas que hay que realizar y la duración de las mismas, de acuerdo con la normativa laboral y de prevención de riesgos en el trabajo.

CE1 8: se ha planificado la hoja de ruta de cada encuestador, con las indicaciones para la localización física y/o selección, en su caso, de las personas que hay que entrevistar.

RA2: Determina las características del personal de campo y los criterios de selección de los encuestadores, atendiendo a las necesidades y requerimientos del plan de investigación comercial.

CE2 1: se ha determinado el número de encuestadores necesarios para realizar el trabajo de campo de un determinado estudio comercial.

CE2 2: se han descrito los puestos de trabajo del personal de campo, definiendo las tareas y funciones que tienen que desarrollar los encuestadores/entrevistadores.

CE2 3: se ha descrito el perfil de los candidatos, definiendo las características que se exigen a los encuestadores/entrevistadores, de acuerdo con los objetivos.

CE2 4: se han determinado las acciones para el reclutamiento de los candidatos a encuestadores/entrevistadores.

CE2 5: se han establecido los criterios de selección, el procedimiento y los instrumentos que hay que utilizar para seleccionar al personal de campo.

CE2 6: se ha creado una base de datos con la información de los candidatos preseleccionados, asegurando su confidencialidad y disposición para otros estudios comerciales.

CE2 7: se ha mantenido actualizada la base de datos de los candidatos preseleccionados, constituyendo una bolsa de encuestadores para atender las posibles bajas durante el proceso o en posteriores investigaciones

RA3: Define los planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de un equipo de encuestadores, atendiendo a las necesidades detectadas y las especificaciones recibidas, para mejorar su capacitación, eficiencia y eficacia.

CE3 1: se han detectado las necesidades de formación, tanto individuales como colectivas, del equipo de encuestadores, para la realización eficiente y eficaz del trabajo de campo.

CE3 2: se han fijado los objetivos del plan de formación de los encuestadores, en función de los objetivos de la investigación comercial y las necesidades detectadas.

CE3 3: se han determinado los medios y recursos necesarios para la formación del equipo de encuestadores/entrevistadores, de acuerdo con los objetivos formativos establecidos.

CE3 4: se ha diseñado el plan de formación inicial de los encuestadores, en función de los objetivos de la investigación, los métodos de recogida de datos, el tipo de cuestionario, los requerimientos del trabajo que hay que realizar y el presupuesto disponible.

CE3 5: se ha programado la formación de los encuestadores, tanto teórica como de campo, aplicando técnicas de organización del trabajo y programación de tareas.

CE3 6: Se ha determinado la metodología didáctica aplicable, adecuándose a las características del equipo, las necesidades formativas detectadas y los objetivos establecidos.

CE3 7: se ha elaborado el plan de formación continua, perfeccionamiento y actualización del equipo de encuestadores, adecuándose a los objetivos y necesidades de la organización, en función del presupuesto establecido.

CE3 8: se ha evaluado el plan de formación de los encuestadores, valorando la adquisición de conocimientos y competencias que determinan su capacitación y profesionalización.

RA4: Establece un sistema de motivación y remuneración del equipo de encuestadores/entrevistadores, que facilite el cumplimiento del plan de investigación.

CE4 1: se han establecido los valores que la organización desea transmitir y los objetivos del plan de investigación, adecuando a los mismos las estrategias y comportamientos.

CE4 2: se han identificado los distintos estilos de mando y liderazgo aplicables a equipos de trabajo y se han propuesto técnicas de dinámica de grupos para el trabajo en equipo.

CE4 3: se ha realizado un análisis comparativo entre el perfil de los miembros del equipo de encuestadores y sus roles en la dinamización y motivación del grupo.

CE4 4: se han identificado las competencias profesionales y personales que debe tener el jefe de campo y/o responsable de un equipo de encuestadores/ entrevistadores.

CE4 5: se han determinado los principales aspectos y elementos de motivación y satisfacción en el trabajo de un equipo de encuestadores/entrevistadores.

CE4 6: se han establecido los incentivos económicos para el personal de campo en función de parámetros de rendimiento y productividad prefijados, conocidos y evaluables.

CE4 7: se ha analizado la jornada laboral efectiva de los equipos de encuestadores y las formas de retribución habituales, en función de distintas situaciones laborales.

CE4 8: se ha establecido el sistema de remuneración del equipo de trabajo de campo más adecuado, atendiendo a los requerimientos del plan de investigación y a la política de recursos humanos de la organización.

RA5: Interpreta el cuestionario y las instrucciones recibidas para la realización de la encuesta, utilizando con eficacia los medios disponibles para garantizar la exactitud y validez de las respuestas.

CE5 1: se ha identificado el cuestionario, las instrucciones y demás elementos de la encuesta, prestando especial interés a los tipos de preguntas, la documentación de apoyo y la normativa y códigos éticos de realización de encuestas.

CE5 2: se ha repetido reiteradamente el cuestionario hasta familiarizarse con su contenido, identificando las dudas y buscando soluciones con el material de apoyo.

CE5 3: se han aplicado las normas y criterios establecidos en el plan de trabajo de campo, para la localización, contacto y selección de los entrevistados, de acuerdo con los medios y modalidad de encuesta (PAPI, CAPI, MCAPI, CATI y CAWI, entre otros).

CE5 4: se ha simulado la realización de la encuesta, respetando el orden de las preguntas, el ritmo y el tiempo estimado en el cuaderno de trabajo y evitando los prejuicios y valoraciones interpretativas que pudieran sesgar la información aportada por el encuestado.

CE5 5: se ha completado el cuestionario, registrando o grabando las respuestas en impreso o soporte informático, incluidos los datos personales del encuestado, cumpliendo las normas de protección de datos, códigos éticos ESOMAR y otros.

CE5 6: se ha establecido la actitud que hay que adoptar frente a los encuestados para lograr su atención y confianza, respetando sus derechos, de acuerdo con el código ético ESOMAR y otros, con objeto de que la información

sea fiable, veraz y adecuada al objeto del estudio.

CE5 7: se han atendido y resuelto, con responsabilidad y eficacia, las incidencias, quejas y reclamaciones surgidas durante la encuesta, de acuerdo con lo establecido en el plan de trabajo y solicitando, en su caso, el apoyo del responsable de la investigación.

CE5 8: se han elaborado informes con la información derivada de las incidencias, reclamaciones y resoluciones adoptadas, utilizando aplicaciones informáticas.

RA6: Establece el sistema de evaluación y control del trabajo de campo y el desempeño de los miembros del equipo, aplicando técnicas de supervisión y control para asegurar la calidad del proceso.

CE6 1: se ha comprobado la cumplimentación completa de los cuestionarios, identificando los aspectos no cumplimentados y proponiendo medidas correctoras para su validación.

CE6 2: se ha comprobado el cumplimiento de las cuotas de respuesta y las encuestas realizadas, de acuerdo con los niveles establecidos en el plan de investigación comercial.

CE6 3: se ha establecido el sistema de control de la recogida de datos mediante la comprobación de una muestra de los entrevistados por ruta/día/entrevistador, para asegurar la veracidad de los datos obtenidos en la encuesta.

CE6 4: se han establecido sistemas de control permanente de las formas de contacto y cuotas muestrales, para garantizar que los encuestados se ajustan al perfil que exige el estudio.

CE6 5: se han comparado los datos obtenidos por cada miembro del equipo con la media del equipo y con los promedios de la organización, proponiendo medidas correctoras para reconducir las desviaciones detectadas hacia la consecución de los objetivos previstos.

CE6 6: se ha realizado la evaluación del trabajo de campo de cada miembro del equipo, incluyendo, en su caso, propuestas de mejora y proponiendo primas o retribuciones de los encuestadores en función de los resultados.

CE6 7: se han redactado informes sobre el seguimiento y control del trabajo de campo, de acuerdo con las especificaciones recibidas, incluyendo gráficos y tablas que faciliten la interpretación de la información y utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas.

CE6 8: se han redactado informes sobre el seguimiento y control del trabajo de campo, de acuerdo con las especificaciones recibidas, incluyendo gráficos y tablas que faciliten la interpretación de la información y utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas”.

Nota. Relación de resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del módulo “Trabajo de campo en la investigación comercial”. Fuente de datos de la tabla 5: Real Decreto 1571/2011. Elaboración propia.

4.1.9. Contenidos del módulo

Los contenidos curriculares quedan establecidos en la Orden ECD/329/2012, de 15 de febrero, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad. Los contenidos específicos del módulo “Trabajo de campo en la investigación comercial” son los siguientes:

Bloque 1:”Planificación y organización del trabajo de campo de una investigación comercial:

- Contenido 1.1: Elaboración del plan de trabajo de campo en una investigación de mercados.
- Contenido 1.2: Fases del trabajo de campo en un estudio comercial.
- Contenido 1.3: Determinación de los objetivos.
- Contenido 1.4: Planificación de los medios y recursos necesarios para el trabajo de campo en función del medio y tipo de encuesta (PAPI, CAPI, MCAPI, CATI y CAWI).
- Contenido 1.5: Técnicas de organización del trabajo de campo. Elaboración del cronograma.
- Contenido 1.6: Aplicaciones informáticas de gestión de tareas. Dirección por objetivos.
- Contenido 1.7: Asignación de objetivos individuales y colectivos al equipo de trabajo de campo.
- Contenido 1.8: Programación del trabajo de campo. Asignación de tiempos y cargas de trabajo a los encuestadores.
- Contenido 1.9: Elaboración del cuaderno de campo de los encuestadores.
- Contenido 1.10: Distribución territorial de los encuestadores.
- Contenido 1.11: Localización y/o selección de los elementos de la muestra. Hojas de ruta.

- Contenido 1.12: Salud y prevención de riesgos en el trabajo de campo.

Bloque 2: Determinación de las características del personal de campo y criterios de selección de los encuestadores:

- Contenido 2.1: Determinación del número de encuestadores/entrevistadores necesarios para una investigación comercial.
- Contenido 2.2: Características personales y profesionales de los encuestadores. Características, habilidades y conocimientos que se exigen a los encuestadores.
- Contenido 2.3: Fases del proceso de selección del personal de campo.
- Contenido 2.4: Descripción del puesto de trabajo de encuestador/entrevistador.
- Contenido 2.5: Descripción del perfil profesional del encuestador/entrevistador. El profesiograma.
- Contenido 2.6: Captación y selección de un equipo de encuestadores/entrevistadores. Reclutamiento de los candidatos. Procedimiento y criterios de selección de los encuestadores.
- Contenido 2.7: Contratación de los encuestadores.
- Contenido 2.8: Creación y mantenimiento de una base de datos con la información de los candidatos preseleccionados.

Bloque 3: Definición y organización de planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de un equipo de encuestadores:

- Contenido 3.1: Determinación de las necesidades de formación del equipo de campo. Desarrollo de competencias individuales y grupales de los encuestadores.
- Contenido 3.2: Objetivos y métodos de formación en equipos comerciales.
- Contenido 3.3: Planes de formación inicial de los encuestadores. Objetivos, contenido, metodología, duración, formadores y presupuesto.

- Contenido 3.4: Programas de formación continua, perfeccionamiento y actualización de equipos de trabajo de campo: objetivos, contenido, metodología, duración y presupuesto.
- Contenido 3.5: Formación teórico-práctica y formación sobre el terreno de los encuestadores.
- Contenido 3.6: Evaluación de planes de formación.

Bloque 4: Sistemas de motivación y remuneración del equipo de trabajo de campo:

- Contenido 4.1: Estilos de mando y liderazgo. Estilos de dirección. Teorías del liderazgo.
- Contenido 4.2: Dinamización y liderazgo del equipo de encuestadores.
- Contenido 4.3: Técnicas de dinámica y dirección de grupos.
- Contenido 4.4: Motivación del equipo de trabajo de campo. Teorías de la motivación.
- Contenido 4.5: Elementos de motivación y satisfacción en el trabajo. Pruebas sociométricas.
- Contenido 4.6: Reconocimiento del éxito de los encuestadores.
- Contenido 4.7: Incentivos económicos.
- Contenido 4.8: Mejora de las condiciones y promoción interna.
- Contenido 4.9: Formación y promoción profesional.
- Contenido 4.10: Situaciones de conflicto en las relaciones en equipos de campo.
- Contenido 4.11: Técnicas de resolución de situaciones conflictivas.
- Contenido 4.12: Negociación y consenso entre las partes.
- Contenido 4.13: Conciliación, mediación y arbitraje.

- Contenido 4.14: Métodos de decisión en grupo.
- Contenido 4.15: Retribución y rendimiento del equipo de trabajo de campo.
- Contenido 4.16: Sistemas de retribución del equipo de encuestadores/entrevistadores.
- Contenido 4.17: Instrumentos de remuneración. Complementos de remuneración. Incentivos y primas.

Bloque 5: Interpretación del cuestionario e instrucciones para la realización de la encuesta:

- Contenido 5.1: Métodos de encuesta.
- Contenido 5.2: La encuesta personal. Encuesta personal en soporte papel (PAPI) y encuesta personal asistida por ordenador (CAPI y MCAPI).
- Contenido 5.3: La encuesta telefónica. La encuesta telefónica asistida por ordenador (CATI).
- Contenido 5.4: La encuesta a través de Internet. La encuesta online asistida por ordenador (CAWI).
- Contenido 5.5: La encuesta postal. Peculiaridades. Carta de presentación.
- Contenido 5.6: El cuestionario. Partes y elementos del cuestionario. Tipos de cuestionarios.
- Contenido 5.7: Metodología para el diseño del cuestionario. Aplicaciones informáticas para el diseño de cuestionarios. Particularidades del cuestionario según el medio utilizado y el tipo de encuesta (PAPI, CAPI, CATI, CAWI).
- Contenido 5.8: El pretest del cuestionario.
- Contenido 5.9: Entorno de la entrevista. Guía de la entrevista y argumentario de la investigación.
- Contenido 5.10: Cuaderno de trabajo de campo.

- Contenido 5.11: Fases del proceso y desarrollo de una entrevista. Toma de contacto con los entrevistados. Comportamiento y actitudes del encuestador. Formulación de las preguntas y cumplimentación de cuestionarios. Registro y grabación de las respuestas en papel y en ordenador.
- Contenido 5.12: Aplicaciones informáticas para la cumplimentación de cuestionarios.
- Contenido 5.13: Finalización de la entrevista. Despedida y cierre.
- Contenido 5.14: Derechos y deberes de los encuestados. Códigos éticos en la obtención de datos por encuesta. Código ESOMAR y otros.
- Contenido 5.15: Solución de problemas en el trabajo de campo: rechazos y ausencias.
- Contenido 5.16: Incidencias y reclamaciones surgidas en el transcurso de la encuesta.
- Contenido 5.17: Técnicas de resolución de reclamaciones y quejas en la encuesta.

Bloque 6: Sistema de evaluación del trabajo de campo y desempeño de los miembros del equipo de trabajo:

- Contenido 6.1: Criterios y técnicas de supervisión y control del trabajo de campo. Errores habituales en el desarrollo de las encuestas.
- Contenido 6.2: Verificación de cuestionarios: edición, registro, codificación y transferencia de datos.
- Contenido 6.3: Medidas para la corrección y validación de los cuestionarios.
- Contenido 6.4: Utilidades de las aplicaciones informáticas para la recogida de datos asistida por ordenador (CAPI, CATI, CAWI).
- Contenido 6.5: Evaluación de la calidad del trabajo y desempeño de los encuestadores.
- Contenido 6.6: Ratios de control.

- Contenido 6.7: Propuestas de mejora y subsanación de errores.
- Contenido 6.8: Informes de evaluación y control de la actividad de los encuestadores. Tipos, estructura y contenido de los informes.
- Contenido 6.9: Elaboración de informes de control del trabajo de campo, recogiendo la evaluación de los objetivos y los errores detectados, y utilizando las aplicaciones informáticas” (Orden ECD/329/2012, pp. 26-28).

4.1.10. Planificación de las situaciones de aprendizaje.

El módulo “Trabajo de campo en la investigación comercial” se imparte en el segundo trimestre del segundo ciclo formativo superior de Marketing y Publicidad, con una duración total de 80 horas. Sin embargo, dado que el CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto es un centro educativo a distancia, la planificación difiere respecto a la educación presencial y, por tanto, su justificación horaria es diferente. En la tabla 6 se especifican las horas destinadas al módulo “Trabajo de campo en la investigación comercial”, adaptadas a la modalidad a distancia para permitir una planificación adecuada a esta situación.

Como he mencionado a lo largo del TFM, es fundamental comprender que el CEAD es de modalidad a distancia. Por consiguiente, se asignan 20 horas presenciales por módulo, mientras que el resto se destina al trabajo autónomo, apoyo telemático y tutorías. A continuación, se detalla la distribución horaria específica de presencialidad, apoyo telemático, tutorías y trabajo autónomo, según lo establecido por el CEAD Santa Cruz de Tenerife Mercedes-Pinto, para facilitar una mejor comprensión del proceso educativo en el centro:

- Tutorías prácticas presenciales: estas tutorías tienen como objetivo proporcionar contenido práctico y teórico, y son obligatorias. Cada alumno deberá entregar, como mínimo, una práctica por cada situación de aprendizaje, que será evaluable y suponen el 40% de la nota final. Estas tutorías tienen lugar los lunes de 20:35 a 22:15 h y los jueves por la mañana, de 9:00 a 10:40 h (dos grupos diferentes).
- Apoyo telemático: este soporte se realiza *online* con el apoyo del docente y proporciona seguimiento al alumno.

- Tutorías teóricas básicas: estas tutorías no tienen carácter obligatorio y están diseñadas para apoyar al alumnado.
- Trabajo autónomo: el alumno tiene tiempo fuera de clases para trabajar y estudiar el contenido proporcionado en el aula virtual.

Tabla 6. Distribución horaria del módulo “Trabajo de campo en la investigación comercial”

| Curso | Código | Nombre del módulo | Prácticas presenciales (horas) | Apoyo telemático (horas) | Tutorías teóricas básicas (horas) | Trabajo autónomo (horas) | Total horas |
|-------|--------|--|--------------------------------|--------------------------|-----------------------------------|--------------------------|-------------|
| 2º | 1011 | Trabajo de campo en la investigación comercial | 20 h | 18 h | 17 h | 25 h | 80 h |

Nota. Temporalización de la situación de aprendizaje “Trabajo de campo en la investigación comercial” en un centro educativo a distancia. Elaboración propia.

4.1.11. Secuenciación de las situaciones de aprendizaje

El Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre y la Orden ECD/329/2012, de 15 de febrero, establecen el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad. El título incluye el módulo de “Trabajo de campo en la investigación comercial” y la normativa define seis situaciones de aprendizaje. Para su secuenciación lógica y ordenada, de modo que sea lo más comprensible y asumible por los alumnos, he propuesto otra forma de estructurarlas. Además, he cambiado algunos de los títulos cuando lo he considerado oportuno. En la tabla 7 se presenta la propuesta de las seis situaciones de aprendizaje.

Tabla 7. Secuenciación de las situaciones de aprendizaje

| Situación de aprendizaje | Nombre | Contenidos |
|---------------------------------|--|---|
| SA1 | Planificación del trabajo de campo | 1.1, 1.2, 1.3, 1.5, 1.6, 1.7, 1.8, 1.9, 1.10, 1.11 |
| SA2 | Selección del personal de campo | 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6, 2.7, 2.8 |
| SA3 | Formación del personal de trabajo de campo | 1.12, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6 |
| SA4 | Motivación del equipo de trabajo de campo | 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.11, 4.12, 4.13, 4.14, 4.15, 4.16, 4.17 |
| SA5 | La encuesta y el cuestionario en el trabajo de campo | 1.4, 5.1, 5.2, 5.3, 5.4, 5.5, 5.6, 5.7, 5.8, 5.9, 5.10, 5.11, 5.12, 5.13, 5.14, 5.15, 5.16, 5.17, 6.4 |
| SA5 | Evaluación del trabajo de campo | 6.1, 6.2, 6.3, 6.5, 6.6, 6.7, 6.8, 6.9 |

Nota: secuenciación de las situaciones de aprendizaje. Elaboración propia.

Cabe destacar, a modo de explicación, que aunque considero que el contenido está bien estructurado, he decidido realizar algunos cambios. Todo lo relativo a la utilidad de sistemas informáticos en la encuesta, anteriormente distribuido en las SA1, SA5 y SA6, lo he centralizado en la SA5, que se enfoca en el trabajo con la encuesta y el cuestionario en el trabajo de campo. Además, he añadido el contenido 1.12 sobre prevención de riesgos laborales a la SA3, que trata sobre la formación del personal de trabajo de campo, ya que considero más oportuno abordar este tema en esa fase formativa.

4.1.12. Programación de las situaciones de aprendizaje

En la Orden ECD/329/2012, de 15 de febrero, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad, se estipula la siguiente distribución horaria para cada uno de los módulos que comprenden el ciclo formativo —con un total de 2.000 horas de duración—.

Tabla 8. Programación horaria semanal de los módulos del ciclo formativo

| Código | Módulo profesional | Duración (horas) | Primer curso (h/semana) | Segundo curso | |
|--------|--|------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------|
| | | | | 2 trimestres (h/semana) | 1 trimestre (horas) |
| 0623 | Gestión económica y financiera de la empresa | 170 | 5 | | |
| 0930 | Políticas de marketing | 180 | 6 | | |
| 0931 | Marketing digital | 170 | 5 | | |
| 1010 | Investigación comercial | 130 | 4 | | |
| 0179 | Inglés | 130 | 4 | | |
| 1014 | Formación y orientación laboral | 90 | 3 | | |
| | Horario reservado para el módulo impartido en inglés | 90 | 3 | | |
| 1007 | Diseño y elaboración de material de comunicación | 160 | | 8 | |
| 1008 | Medios y soportes de comunicación | 80 | | 4 | |

| | | | | | |
|------|--|------|----|----|-----|
| 1009 | Relaciones públicas y organización de eventos de marketing | 80 | | 4 | |
| 1011 | Trabajo de campo en la investigación comercial | 80 | | 4 | |
| 1109 | Lanzamiento de productos y servicios | 80 | | 4 | |
| 1110 | Atención al cliente, consumidor y usuario | 80 | | 4 | |
| | Horario reservado para el módulo impartido en inglés | 40 | | 2 | |
| 1012 | Proyecto de marketing y publicidad | 40 | | | 4 |
| 1013 | Formación en centros de trabajo | 400 | | | 400 |
| | Total horas en el ciclo formativo | 2000 | 30 | 30 | 440 |

Nota: planificación horaria de los módulos profesionales del Ciclo Formativo de Grado Superior de Marketing y Publicidad. Fuente: Orden ECD/329/2012. Elaboración propia.

4.1.13. Temporalización horaria de las situaciones de aprendizaje.

A continuación, se desarrollan las situaciones de aprendizaje del módulo de “Trabajo de campo en la investigación comercial” en el centro educativo CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto. Se incluye su programación horaria, fechas de impartición en

este curso académico (desde el 8 de enero hasta el 18 de marzo de 2024) y sus pesos porcentuales de cada situación en la evaluación final.

Para poder entender la planificación hay que señalar que, dado que es un centro educativo a distancia, las horas presenciales adjudicadas a cada módulo son 20. El resto se destina a trabajo autónomo, apoyo telemático y tutorías. A continuación se detalla el peso en horas de presencialidad y su peso en la evaluación.

Tabla 9. Temporalización horaria de las situaciones de aprendizaje

| Nombre de la situación de aprendizaje | Prácticas presenciales (horas) | Fechas 08/01/24-18/3/24 | % de peso de la evaluación |
|---|---------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|
| Situación de aprendizaje 1: Planificación del trabajo de campo | 2 | 08/01/24 | 10 |
| Situación de aprendizaje 2: Selección del personal de trabajo de campo | 4 | 15/01/24- 22/01/24 | 20 |
| Situación de aprendizaje 3: Formación del personal de trabajo de campo | 2 | 29/01/24 | 10 |
| Situación de aprendizaje 4: Motivación del equipo de campo | 4 | 05/02/24-12/02/24 | 20 |

| | | | |
|---|----|-------------------|------|
| Situación de aprendizaje 5: La encuesta y el cuestionario en el trabajo de campo | 4 | 19/02/24-26/02/24 | 30 |
| Situación de aprendizaje 6: Evaluación del trabajo de campo | 2 | 04/03/24 | 10 |
| Examen final | 2 | 18/03/24 | 100% |
| Total de horas prácticas | 20 | | 100% |

Nota. Distribución horaria de las situaciones de aprendizaje del módulo de “Trabajo de campo en la investigación comercial”. Elaboración propia.

Por último, se han organizado cada una de las situaciones de aprendizaje, según sus competencias, resultado de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos. Esta información se resume en las tablas 10 a 15.

Tabla 10. Competencias, resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos de la SA1

| | |
|--|--|
| Situación de aprendizaje (SA) 1: Planificación del trabajo de campo | |
| Resultado de aprendizaje: 1 | |
| Competencias: a), d), g), m), n) | Criterios de evaluación: CE1 1, CE1 2, CE1 3, CE1 4, CE1 5, CE1 6, CE1 7, CE1 8 |

Contenidos:

- 1.1 “Elaboración del plan de trabajo de campo en una investigación de mercados.
 - 1.2 Fases del trabajo de campo en un estudio comercial.
 - 1.3 Determinación de los objetivos.
 - 1.4 Planificación de los medios y recursos necesarios para el trabajo de campo en función del medio y tipo de encuesta (PAPI, CAPI, MCAPI, CATI y CAWI).
 - 1.5 Asignación de objetivos individuales y colectivos al equipo de trabajo de campo.
 - 1.6 Programación del trabajo de campo.
 - 1.7 Elaboración del cuaderno de campo de los encuestadores.
 - 1.8 Distribución territorial de los encuestadores.
 - 1.9 Localización y/o selección de los elementos de la muestra. Hojas de ruta.
 - 1.10 Salud y prevención de riesgos en el trabajo de campo.
 - 1.11 Localización y/o selección de los elementos de la muestra. Hojas de ruta”.
-

Nota. Competencias, resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos de la SA1. Fuente: Real Decreto 1571/2011. Elaboración propia.

Tabla 11. Competencias, resultado de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos de la SA2

Situación de aprendizaje (SA) 2: Selección del personal de campo

Resultado de aprendizaje: 2

Competencias: a),e), f), m), n), o), p) **Criterios de evaluación:** CE2 1, CE2 3, CE2 4, CE2 5, CE2 6, CE2 7

Contenidos:

- 2.1 “Determinación del número de encuestadores/entrevistadores necesarios para una investigación comercial.
 - 2.2 Características, habilidades y conocimientos que se exigen a los encuestadores.
 - 2.3 Fases del proceso de selección del personal de campo.
 - 2.4 Descripción del puesto de trabajo de encuestador/entrevistador.
 - 2.5 Descripción del perfil profesional del encuestador/entrevistador. El profesiograma.
 - 2.6 Captación y selección de un equipo de encuestadores/entrevistadores.
 - 2.7 Contratación de los encuestadores.
 - 2.8 Creación y mantenimiento de una base de datos con la información de los candidatos preseleccionados”.
-

Nota. Competencias, resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos de la SA2. Fuente: Real Decreto 1571/2011. Elaboración propia.

Tabla 12. Competencias, resultado de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos de la SA3

| | |
|--|--|
| Situación de aprendizaje (SA) 3: Formación del personal de trabajo de campo | |
| Resultado de aprendizaje: 3 | |
| Competencias: b), l), m), n), ñ), o), p) | Criterios de evaluación: CE3 1, CE3 2, CE3 2, CE3 4, CE3 5, CE3 6, CE 8 |
| Contenidos: | |
| <ul style="list-style-type: none">- 3.1 “Determinación de las necesidades de formación del equipo de campo.- 3.2 Objetivos y métodos de formación en equipos comerciales.- 3.3 Planes de formación inicial de los encuestadores.- 3.4 Programas de formación continua, perfeccionamiento y actualización de equipos de trabajo de campo.- 3.5 Formación teórico-práctica y formación sobre el terreno de los encuestadores.- 3.6 Evaluación de planes de formación”.- 1.12 “Salud y prevención de riesgos en el trabajo de campo”. | |

Nota. Competencias, resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos de la SA3. Fuente: Real Decreto 1571/2011. Elaboración propia.

Tabla 13. Competencias, resultado de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos de la SA4

| | |
|---|--|
| Situación de aprendizaje (SA) 4: Motivación del equipo de trabajo de campo | |
| Resultado de aprendizaje: 4 | |
| Competencias: b), f), h), l), m), n), ñ), o), p) | Criterios de evaluación: CE4 1,CE4 2, CE4 3, CE4 4, CE4 5,CE4 6, CE4 7, CE4 8 |
| Contenidos: | |
| <ul style="list-style-type: none"> - 4.1 “Estilos de mando y liderazgo. - 4.2 Dinamización y liderazgo del equipo de encuestadores. - 4.3 Técnicas de dinámica y dirección de grupos. - 4.4 Motivación del equipo de trabajo de campo. - 4.5 Elementos de motivación y satisfacción en el trabajo. - 4.5 Incentivos económicos. - 4.6 Mejora de las condiciones y promoción interna. - 4.7 Formación y promoción profesional. - 4.8 Situaciones de conflicto en las relaciones en equipos de campo. - 4.9 Técnicas de resolución de situaciones conflictivas. - 4.10 Negociación y consenso entre las partes. - 4.11 Conciliación, mediación y arbitraje. - 4.12 Métodos de decisión en grupo. - 4.13 Retribución y rendimiento del equipo de trabajo de campo. - 4.14 Sistemas de retribución del equipo de encuestadores/entrevistadores. - 4.15 Retribución y rendimiento del equipo de trabajo de campo. - 4.16 Sistemas de retribución del equipo de encuestadores/entrevistadores. - 4.17 Instrumentos de remuneración. Complementos de remuneración. Incentivos y primas”. | |

Nota. Competencias, resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos de la SA4. Fuente: Real Decreto 1571/2011. Elaboración propia.

Tabla 14. Competencias, resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos de la SA5

| | |
|--|---|
| Situación de aprendizaje (SA) 5: La encuesta y el cuestionario en el trabajo de campo | |
| Resultado de aprendizaje: 5 | |
| Competencias: b) d), e), l), m), n), ñ) | Criterios de evaluación: CE5 1, CE5 2, CE5 3, CE5 4, CE5 5, CE5 6, CE5 8 |

Contenidos:

- 1.4 “Planificación de los medios y recursos necesarios para el trabajo de campo en función del medio y tipo de encuesta (PAPI, CAPI, MCAPI, CATI y CAWI)”.
 - 5.1 “Métodos de encuesta.
 - 5.2 La encuesta personal. Encuesta personal en soporte papel (PAPI) y encuesta personal asistida por ordenador (CAPI, y MCAPI).
 - 5.3 La encuesta telefónica. La encuesta telefónica asistida por ordenador (CATI)
 - 5.4 La encuesta a través de Internet. La encuesta online asistida por ordenador(CAWI).
 - 5.5 La encuesta postal. Peculiaridades. Carta de presentación.
 - 5.6 El cuestionario. Partes y elementos del cuestionario. Tipos de cuestionarios.
 - 5.7 Metodología para el diseño del cuestionario.
 - 5.8 El pretest del cuestionario.
 - 5.9 Entorno de la entrevista. Guía de la entrevista y argumentario de la investigación.
 - 5.10 Cuaderno de trabajo de campo.
 - 5.11 Fases del proceso y desarrollo de una entrevista
 - 5.12 Derechos y deberes de los encuestados.
 - 5.13 Códigos éticos en la obtención de datos por encuesta. Código ESOMAR y otros.
 - 5.14 Solución de problemas en el trabajo de campo: rechazos y ausencias.
 - 5.15 Incidencias y reclamaciones surgidas en el transcurso de la encuesta.
 - 5.16 Técnicas de resolución de reclamaciones y quejas en la encuesta.
 - 5.17: Técnicas de resolución de reclamaciones y quejas en la encuesta”.
 - 6.4: “Utilidades de las aplicaciones informáticas para la recogida de datos asistida por ordenador (CAPI, CATI, CAWI)”.
-

Nota: Competencias, resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos de la SA5. Fuente: Real Decreto 1571/2011. Elaboración propia.

Tabla 15. Competencias, resultado de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos de la SA6

| | |
|---|--|
| Situación de aprendizaje (SA) 6: Evaluación del trabajo de campo | |
| Resultado de aprendizaje: 6 | |
| Competencias: a), b), d), f), j), l), m), n),ñ) | Criterios de evaluación: CE6 1, CE6 2, CE6 3, CE6 4, CE6 5, CE6 6, CE6 7, CE6 8 |

Contenidos:

- 6.1 “Criterios y técnicas de supervisión y control del trabajo de campo.
 - 6.2 Verificación de cuestionarios: edición, registro, codificación y transferencia de datos.
 - 6.3 Medidas para la corrección y validación de los cuestionarios.
 - 6.5 Ratios de control.
 - 6.6 Propuestas de mejora y subsanación de errores.
 - 6.7 Informes de evaluación y control de la actividad de los encuestadores.
 - 6.8 Elaboración de informes de control del trabajo de campo, recogiendo la evaluación de los objetivos y los errores detectados y utilizando las aplicaciones informáticas.
 - 6.9 Elaboración de informes de control del trabajo de campo, recogiendo la evaluación de los objetivos y los errores detectados, y utilizando las aplicaciones informáticas”.
-

Nota: Competencias, resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos de la SA5. Fuente: Real Decreto 1571/2011. Elaboración propia.

4.1.14. Metodología, agrupamientos, espacios, materiales y recursos

Según la Programación General Anual del CEAD Santa Cruz de Tenerife- Mercedes Pinto, las metodologías didácticas generales que se emplearán en la familia de Comercio y Marketing son las siguientes:

- Exposición oral o lección magistral. El docente presenta de manera sintética y secuencial la información, especialmente para trabajar conocimientos de tipo conceptual. Se utiliza en mayor medida cuando los objetivos son de tipo cognitivo.
- Aprendizaje cooperativo. Los alumnos trabajan en equipo para alcanzar una meta común, fomentando la empatía y ayuda mutua. Indicado para conocimientos conceptuales, procedimentales y actitudinales.
- Aprendizaje orientado a proyectos o a objetivos. El proceso de aprendizaje radica en un proyecto en torno a actividades realistas —similares a las que los alumnos se encontrarán en un entorno profesional—.
- Aprendizaje basado en problemas (ABP). Esta estrategia comprende el planteamiento, por parte del docente, de un problema más o menos complejo y realista posible. El alumnado debe primero identificar sus necesidades de información para resolver el problema, buscarla después y finalmente proponer una solución. Normalmente se trabaja en pequeños grupos, y parte de la actividad puede realizarse fuera del aula.

Aunque ambos aprendizajes están enfocados en resolver problemas, la forma en la que se aplica la metodología es diferente, dado que el ABP se centra explícitamente en darle respuesta al problema en cuestión y el aprendizaje orientado en proyectos tendrá que desarrollar proyectos u objetivos pautados para llegar a una conclusión final.

- Estudio de casos. Es una metodología en la que los alumnos estudian situaciones profesionales reales propuestas por el docente. Tiene similitudes con el aprendizaje basado en problemas, ya que los alumnos deben buscar soluciones lógicas a la situación (a menudo problemática) que se plantea. Sin embargo, a diferencia de lo que sucede en el ABP, en los estudios de casos se suele proporcionar de entrada toda la información necesaria y toda la actividad se suele realizar en el aula.

- Simulación y juego. Los estudiantes aprenden de forma interactiva y gamificada, de modo que experimentan situaciones reales. Lo habitual es que en el aula se den situaciones profesionales que impliquen interacción con los usuarios o clientes. El docente debe proporcionar abundante retroalimentación sobre el desempeño (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2023).

En lo que respecta a los agrupamientos en los ciclos formativos de FP, se trabaja con grupos espejo en turno de mañana y tarde. Esto supone que el docente tiene dos grupos que acuden a clase presencialmente en horarios diferentes. Es decir, un grupo acude los lunes por la tarde y otro grupo acude los jueves por la mañana.

Según dispone la Programación General Anual, los grupos se organizarán en función de la matrícula que presenten los alumnos. No obstante, en lo que respecta al módulo tratado en este TFM, y más específicamente sobre la situación de aprendizaje que presenté y experimenté como docente en prácticas, he observado lo siguiente:

Los agrupamientos teóricos suelen realizarse con la asistencia de todo el grupo, compuesto por entre 15 y 20 alumnos. Aunque se establece que la asistencia a clase es para horas prácticas, los alumnos acuden para recibir teoría y de este modo explicarles en qué consistirán las prácticas que afrontarán de forma telemática. La parte práctica, por lo general, se realiza de forma individual. El docente envía un documento con tres o cuatro actividades prácticas que, en mi opinión, son bastante sencillas y asumibles, y están completamente vinculadas con la teoría. Por lo tanto,

aunque los alumnos trabajan en grupo durante las clases magistrales para asimilar conceptos y exponer sus dudas e inquietudes, la parte práctica generalmente se hace de manera individual.

No obstante, cuando impartí la situación de aprendizaje “La encuesta y el cuestionario en el trabajo de campo” intenté cambiar esta dinámica y crear una nueva. Mi idea fue crear en las clases presenciales varios agrupamientos: toda la clase, grupos pequeños de entre 3-4 personas y trabajo individual.

La fórmula fue la siguiente:

-Toda la clase: creamos debates y estimulamos el espíritu crítico, reflexivo y espontáneo del alumnado.

-Agrupamientos pequeños de entre 3-4 personas: trabajo en equipo para llegar a metas comunes y exponer ideas. Cabe destacar que me senté con cada grupo como si fuera una alumna más. Estos pequeños grupos hicieron prácticas en clase que evalué, así como un proyecto final orientado a objetivos.

-Trabajo individual: se presentaron tareas individuales en clase, en este caso, una tarea que pudieron entregar de forma telemática. También hicieron tests de conocimientos de modo presencial, evaluables.

Al tratarse de un centro educativo a distancia, el trabajo autónomo por parte del alumnado es fundamental. En el régimen semipresencial, el alumno asiste a clase para la parte práctica y teórica, y puede acudir a tutorías voluntarias tanto telemáticas como presenciales. Por ello, como explica la Programación General Anual, el centro debe impulsar la comunicación *online* y disponer de una gestión académica eficiente con aulas virtuales y la plataforma académica Pincel Ekade (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2023).

En este sentido, en las clases presenciales se suelen impartir en un aula dotada de todo lo necesario para los alumnos y el profesor. Cada alumno dispone de un ordenador propio y de los recursos de oficina necesarios para tomar notas. Aunque generalmente tienen el contenido en el aula virtual y lo siguen sin hacer muchas anotaciones, el docente imparte su clase utilizando una pantalla digital que permite ver y leer el contenido en tiempo real. Esta pantalla es táctil, lo que permite al docente

hacer anotaciones digitales durante la explicación de los contenidos. Además, el aula cuenta con una pizarra tradicional para anotaciones adicionales y altavoces para herramientas auditivas. Las mesas están distribuidas en dos filas, una a la derecha y otra a la izquierda, con un pasillo en el centro del aula.

Por tanto, el docente suele utilizar en todo momento la pantalla/pizarra digital para exponer los contenidos y hacer anotaciones. Sin embargo, aunque utilicé este recurso en mis clases, dado que es muy potente poder poner los conceptos en la pantalla y que, a su vez, los alumnos lo puedan poner en sus propios ordenadores y seguirlos simultáneamente, hice paradas para hacer actividades a la “antigua”, con papel y bolígrafo. Sorprendentemente, esto agradó mucho a los alumnos. Una dinámica tan sencilla como grupos de 3-4 personas, colores, cartulinas y ¡a construir y pensar! Así lo hice, y les encantó la actividad. Esta parte más creativa y quizá de antaño, es el docente el que debe crearla. Aunque el centro dispone de mucha tecnología, para hacer algo tan sencillo tuve que comprar el material yo misma.

Por otro lado, para el correcto desarrollo de las clases presenciales, los alumnos disponen de:

- Ordenador individual con conexión a internet y equipado con Libre Office
- Ordenadores portátiles en las aulas sin ordenador de sobremesa
- Plataforma virtual Campus
- Pizarra digital para apoyo de las clases magistrales

No obstante, cabe destacar que la PGA menciona carencias en equipos y en *software* específico. Más concretamente, se señala que se requiere de una mejora en el equipamiento para el desarrollo de clases semipresenciales y de modo *online* (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2023).

4.1.15. Atención a la diversidad y al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo (NEAE)

La atención a la diversidad es necesaria para poder adaptar el proceso de enseñanza-aprendizaje a las necesidades y circunstancias particulares del alumnado. Este aspecto tan importante se recoge en la Orden de 13 de diciembre de 2010, por la que se regula la atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo en la Comunidad Autónoma de Canarias.

La normativa busca incorporar la atención individualizada y adaptada en las aulas. La Orden estipula un proceso de identificación, evaluación e intervención para garantizar que el alumnado con NEAE esté debidamente integrado. Al iniciarse el curso es esencial detectar cualquier situación que requiera del apoyo del equipo docente. Si se identifica algún caso, se debe realizar una valoración para que los profesores puedan adaptar el currículum adecuadamente. Según la Consejería de Educación, Formación Profesional, Actividad Física y Deportes un alumno presenta NEAE en esta situación por diferentes motivos: limitación sociocultural, por lo que no dispone de recursos necesarios, una escolarización desajustada, problemas de salud o psicológicos que no suponen una discapacidad, pero dificultan su aprendizaje. Por lo que, aunque no vienen motivados por una discapacidad o un trastorno como por ejemplo el Trastorno Grave de Conducta (TGC), si suponen que requieren de ayuda para su rendimiento escolar, lo que se conoce como Especiales Condiciones Personales o de Historia Escolar (ECOPHE) (Gobierno de Canarias, 2024c).

Desafortunadamente, en el caso del CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, según dispone la propia PGA, la atención a la diversidad en lo que se refiere a adultos carece de trascendencia. Esto se debe a que, por norma general, no existe un orientador que apoye al alumnado ni un departamento destinado a tal fin. Además, los estudiantes que están cursando no cuentan con NEAE, o por lo menos no lo especifican en la matrícula ni lo comunican.

Si se detectase alguna necesidad de apoyo, se llevará a cabo un plan de tutorización del alumnado y del profesorado implicado. Este plan incluirá situaciones de apoyo para garantizar el proceso de aprendizaje y la adquisición de las competencias relevantes, y el tutor llevará a cabo un seguimiento continuo. Asimismo, se harán sesiones de evaluación con el propósito de mejorar los resultados.

Por todo ello, cabe destacar que el centro educativo ha solicitado y estipulado la necesidad de un orientador. El jefe de estudios de Formación Profesional, Eduardo Do Nascimento (comunicación personal, 21 de junio de 2024) me ha transmitido que lo tienen contemplado en las propuestas de mejora del centro y que están a la espera de una normativa que regule esta situación. Del mismo modo, ha destacado que el equipo docente lleva a cabo todas las medidas oportunas para que, en el caso de tener que atender necesidades del alumnado, se trabaje para proporcionar todo el apoyo y la ayuda al alumnado que lo necesite, como se ha explicado anteriormente. De hecho, comenta que la mayoría del alumnado es adulto, y por ende sus necesidades especiales suelen estar vinculadas a circunstancias personales.

Dicho esto, desde mi perspectiva, y considerando las explicaciones aportadas por Eduardo Do Nascimento, coincido en la necesidad de la figura de un orientador. Aunque bien es cierto que es una enseñanza para personas adultas, estas también tienen necesidades particulares, que se identifican como Especiales Condiciones Personales o de Historia Escolar (ECOPHE) (Gobierno de Canarias, 2024c).

Teniendo en cuenta estas circunstancias, considero que muchos alumnos del CEAD tienen condiciones personales que podrían beneficiarse de apoyo y orientación para enfrentar mejor sus estudios. Por ejemplo, algunos tienen cargas familiares que podrían requerir un apoyo adicional e individualizado. Del mismo modo, también detecté algún alumno que parecía estar enfrentando limitaciones socioeconómicas. En las ocasiones en las que pude hablar con él, me comentó que sus padres tenían dificultades económicas y que él no se encontraba trabajando.

Dado que el centro carece de un orientador, como docente hablaría con los alumnos a los que detectara estas circunstancias. Mi objetivo sería no solo llevar a cabo lo estipulado por el centro, con un plan de tutorías personalizadas, sino que trataría de implantar un plan de tutorías telemáticas de obligado cumplimiento para estos alumnos. Esto permitiría crear un canal de apoyo no solo para las dudas, sino que para ayudarles a estudiar y realizar la parte práctica conjuntamente. De este modo, se proporcionaría un estímulo y podría hacer un mejor seguimiento del alumno, maximizando así las posibilidades de éxito académico.

4.1.16. Tratamiento transversal de la educación en valores

En la Programación General Anual se recoge que la normativa para adultos y la organización de los Centros de Educación a Distancia están reguladas por las directrices de la Consejería de Educación, Formación Profesional, Actividad Física y Deportes. En lo que concierne al tratamiento transversal de la educación se concretan quince objetivos estratégicos, de los cuales resalto, *grosso modo*, los más importantes desde mi visión:

- Aumentar la calidad e inclusión en el ámbito académico.
- Fomentar la mejora del bienestar físico y emocional.
- Mejorar el reconocimiento profesional del profesorado.
- Impulsar la comunicación lingüística y el bilingüismo.
- Conocer y mejorar el patrimonio cultural.
- Implementar mejoras en la burocracia administrativa.

Estos objetivos estratégicos los he seleccionado como los más relevantes, dado que señalan tres ámbitos que desde mi parecer son necesarios inculcar en el aula. Por un lado, el bienestar de los alumnos; en ello también se entiende su inclusión y equidad. Vivimos en una sociedad en la que lo que debería de primar es nuestro crecimiento como seres humanos, y la educación se convierte en eje central para conseguir que los alumnos sean portadores de una gestión emocional sana y que puedan encontrar un lugar seguro con las herramientas de apoyo necesarias.

Por supuesto, el impulso del conocimiento en idiomas es vital en España, que se sustenta gracias al sector del turismo, así como la mejora de la comunicación. De hecho, considero que los ciclos formativos deberían incluir, sin excepción, un módulo que fuera solo de comunicación lingüística, el cual los periodistas estaríamos más que capacitados para impartirlo.

Si reflexionamos sobre esto, está muy bien tener una formación sólida en áreas como la Gestión Financiera, por poner un ejemplo. Sin embargo, si no se ha estimulado adecuadamente la habilidad comunicativa, el alumno podría enfrentar dificultades al

tener que explicar determinada información de manera concisa y efectiva en situaciones prácticas.

El conocimiento del patrimonio cultural es también fundamental, dado que conocer lo que tenemos cerca en nuestro archipiélago es un deber. De esta manera, los estudiantes canarios pueden adquirir conocimientos históricos, sociales y culturales de sus raíces y de su tierra. Además, es importante mejorar la burocracia administrativa, para que los trámites sean más rápidos y eficientes gracias a la digitalización, lo cual nos permite ahorrar un recurso tan valioso como es el tiempo.

Y por último, el reconocimiento del profesorado, puesto que una vez hecho este Máster me he dado cuenta de que son (o somos) una piedra angular del sistema. Y es que en los centros educativos se crea a personas que, independientemente de la etapa educativa en la que se encuentren, serán influenciados por sus vivencias escolares y, por ende, por sus referentes educativos. De este modo, los docentes se convierten no solo en transmisores de conocimiento, sino que en figuras que estimulan mentes y desarrollan habilidades en sus alumnos.

En lo que respecta a la integración de elementos transversales de la educación en valores en las áreas, materias o módulos, la PGA concreta orientaciones que concuerdan con el epígrafe anterior en algunos aspectos y que procedo a mencionar:

- Impulsar la comunicación lingüística.
- Potenciar el patrimonio cultural y natural de Canarias.
- Mejorar la demanda laboral con los empleos que existen en la actualidad.
- Contribuir en la mejora social.
- Fomentar en el centro las Redes Innovas para una educación en desarrollo sostenible
- Elaborar el proyecto ERASMUS + (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2023).

A su vez, cabe mencionar que el centro educativo pertenece a la Red Canaria de Centros Educativos para la Innovación y Calidad del Aprendizaje Sostenible y trabaja en los siguientes proyectos, según la Programación General Anual:

- Promoción de la Salud y la Educación Emocional.
- Educación Ambiental y Sostenibilidad.
- Igualdad y Educación Afectivo-Sexual y de Género.
- Comunicación Lingüística, Bibliotecas y Radios Escolares.
- Patrimonio Social, Cultural e Histórico de Canarias.
- Eje de Innovación.
- Erasmus+. (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2023).

4.1.17. Criterios, procedimientos, medios e instrumentos de evaluación

La evaluación es una herramienta crucial para determinar si los alumnos han adquirido los resultados de aprendizaje y las competencias que se estipulan para alcanzar los objetivos marcados en los módulos. Esto está en consonancia con lo establecido en el Real Decreto 1571/2011. Pero la evaluación actual no se entiende como un proceso aislado destinado únicamente a otorgar una nota numérica al alumnado. En el caso del módulo “Trabajo de campo en la investigación comercial”, se pueden llevar a cabo los siguientes tipos de evaluación:

- Evaluación inicial: permite conocer los conocimientos previos que tienen los estudiantes para así poder marcar la hoja de ruta del proceso de enseñanza aprendizaje.
- Evaluación continua: valora al alumno de forma constante, de acuerdo con los objetivos y competencias establecidas en la programación. Es un proceso de acompañamiento, que permite comprender la evolución de cada alumno durante el período de enseñanza.
- Evaluación criterial: analiza el proceso del alumno de modo individual en base a metas iniciales que se hayan pautado.
- Evaluación práctica: es la que valora el proceso de aprendizaje del alumno a través de un contenido meramente práctico.

- Evaluación global: considera todo el proceso de enseñanza-aprendizaje en el que ha participado el alumno.
- Evaluación final: verifica que el alumno ha alcanzado los objetivos fijados al término del módulo formativo.

Podemos concluir que la evaluación se convierte en una herramienta que supone un triple proceso: diagnóstico, formativo y sumativo. En lo que respecta a la parte diagnóstica, nos permite saber de qué conocimientos previos parten los estudiantes. Es decir, que el docente tendrá que tener en consideración al alumnado para saber qué metodología es adecuada para la impartición del contenido. La parte formativa de la evaluación permite hacer cambios en el proceso de enseñanza-aprendizaje, por lo que medirá la evolución del estudiante. Aquí, el profesor debe motivar a los alumnos para alcanzar los objetivos y orientar sus clases de manera efectiva. La parte sumativa valora la conducta final del alumno, y concluye con una nota numérica que indica si ha alcanzado los objetivos y competencias requeridos para la finalización con éxito el desarrollo escolar, y que de este modo se refleje la superación del curso (Fabiola Cruz Núñez y Abel Quiñones Urquijo, 2012).

Cabe destacar finalmente que en el CEAD Santa Cruz de Tenerife- Mercedes Pinto, al ser un centro a distancia, los tipos de evaluación que se llevan a cabo son mayormente de tipo práctico y final. El profesor titular otorga un 40% a la evaluación práctica, que consiste en el desarrollo de actividades, la mayoría de forma telemática. Estas actividades deben estar todas aprobadas para poder abordar el otro 60%, que corresponde a la evaluación final mediante un examen. Además también se tendrá en cuenta una evaluación global y criterial del proceso del alumno, así como la asistencia al 80% a las clases presenciales y telemáticas.

4.1.18. Actividades complementarias, extraescolares y curriculares

Las actividades complementarias y extraescolares son todas aquellas que fomenten el progreso del alumnado en relación con sus estudios, de forma que puedan vincularlas con el contenido que están adquiriendo a través de talleres, charlas u otras iniciativas. De modo general, se hacen fuera del horario de clase y no son evaluables ni obligatorias.

Por ejemplo, durante el transcurso del módulo, los alumnos acudieron al campeonato autonómico de Canarias Skills 2024, que tuvo lugar en el Recinto Ferial de Santa Cruz de Tenerife los días 28 y 29 de febrero. El evento fue organizado por la Consejería de Educación, Formación Profesional, Actividad Física y Deportes del Gobierno de Canarias, a través de la Dirección General de Formación Profesional y Enseñanzas de Régimen Especial.

Canarias Skills es una competición regional en la que los estudiantes de Formación Profesional tienen la oportunidad de demostrar sus conocimientos y cualificaciones. El evento representa una oportunidad para la innovación, en la que medio millar de alumnos de 90 centros educativos del archipiélago acuden junto a sus tutores para conseguir ser los mejores en su rama profesional. De este modo, se pueden situar en un espacio de trabajo que los une a su futuro puesto de trabajo (Gobierno de Canarias, 2024b).

En el desarrollo de la situación de aprendizaje en el centro educativo no se presentaron actividades complementarias, salvo la que acabo de mencionar. No obstante, si tuviera la oportunidad como docente titular, propondría dos actividades que podrían suponer un estímulo para el alumnado.

Por un lado, les invitaría a acudir al programa de Tecnológica Santa Cruz, que se celebró este año en el Tenerife Espacio de las Artes (TEA) del 12 al 17 de marzo. Allí podríamos realizar una actividad dinámica y diferente. El evento pone el foco en las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y cuenta con la colaboración de quince expertos de diferentes áreas de conocimiento, en las que se engloban la inteligencia artificial, la comunicación y la tecnología, entre otras temáticas. A través de charlas, los ponentes transmiten sus conceptos sobre la materia en la que son expertos (Turismo de Tenerife, 2024). Esto supondría un aliciente y una fuente de información para los alumnos. Además, este evento serviría como pretexto para que los alumnos tomen notas del ponente que más interesante les resultara y puedan plantear una hipótesis. Una vez hecha, tendrían los alumnos que plantear qué tipo de cuestionario emplearían y qué preguntas formularían, y debatirlo en clase. Es un modo de experimentar el temario y compartirlo de modo grupal.

Otra actividad complementaria podría ser acudir al área de *marketing* de un centro comercial de reputación en la isla, como podría ser el Centro Comercial Meridiano. En

el departamento de gestión de *marketing* acordaríamos con la persona encargada que nos explicara las deficiencias que encuentra en la satisfacción del cliente y qué le gustaría investigar para mejorar la calidad del servicio. Partiendo de esto, los alumnos, en grupos pequeños de 3-4 personas, elaborarían un cuestionario *online* al que pudieran acceder los usuarios y pudiera arrojar datos que identifiquen necesidades de cambio para mejorar la experiencia del usuario.

4.1.19. Procedimientos para la evaluación del resultado de la programación

La Programación General Anual del CEAD establece procesos rigurosos que permiten evaluar el rendimiento del curso escolar. Los resultados se valoran cuando finaliza cada curso, ante el Claustro y el Consejo Escolar. Esto implica la valoración de los indicadores establecidos y la elaboración de un informe que se conforma como memoria final. Este documento debe reflejar el cumplimiento de los objetivos, la ejecución de las actividades diseñadas y el desarrollo de las programaciones didácticas.

Al finalizar el curso escolar, el equipo directivo se encarga de constatar el logro de las metas establecidas, y toma las medidas correctivas necesarias para mejorar la eficiencia del centro en el siguiente curso. Además, se realiza un seguimiento continuo del curso mediante cuestionarios diseñados para recopilar información que contribuya a mejorar las propuestas educativas. Estos cuestionarios se realizan anualmente, y sus conclusiones se integran en la memoria final, que es parte integral de la PGA del próximo curso (CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto, 2023).

5. Situación de aprendizaje 5

La quinta situación de aprendizaje desarrollada en la programación didáctica es “La encuesta y el cuestionario en el trabajo de campo”. En esta sección se detallan los objetivos y contenidos a abordar, se secuencian las actividades de enseñanza-aprendizaje, se concretan los recursos y materiales necesarios, se indica la metodología didáctica y se especifica el proceso de evaluación.

5.1. Número, título y duración de la situación de aprendizaje

Esta sección del TFM se centra en la situación de aprendizaje titulada “La encuesta y el cuestionario en el trabajo de campo”. Esta es la quinta situación de aprendizaje de

la programación didáctica de “Trabajo de campo en la investigación comercial” que se imparte durante el segundo año del Ciclo Superior de Marketing y Publicidad.

Esta situación de aprendizaje es una de las pocas situaciones de aprendizaje que utiliza dos sesiones, es decir, cuatro horas presenciales para su desarrollo. Las fechas programadas fueron el lunes 19 de febrero y el lunes 26 de febrero de 2024.

5.2. Justificación

He optado por esta situación de aprendizaje porque considero que es la que más se ajusta al perfil de un comunicador o periodista y es la que más acorde con mi formación académica. Además, considero que es crucial poder aplicar técnicas de investigación comercial utilizando herramientas como el cuestionario y la encuesta y, por supuesto, porque cuento con una experiencia laboral vinculada a la atención al cliente y usuario, lo que ha instruido aún más mis conocimientos para orientarme hacia el desarrollo de entrevistas y saber conectar con las personas.

El cuestionario es una herramienta de recogida de datos ampliamente utilizada desde hace muchos años. Con la llegada de internet, esta herramienta ha experimentado una revolución, permitiendo la realización de encuestas a través de la red global para obtener información crucial, como el efecto de una campaña de *marketing* o el nivel de satisfacción ante ella. Esta situación de aprendizaje proporciona a los alumnos los conocimientos necesarios para conocer los tipos de encuestas y sus fases de ejecución, la estructura de un cuestionario, procedimientos de realización, sesgos y tipos de escalas para su medición.

Esta situación de aprendizaje cumple con los objetivos, competencias y habilidades que establece el Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre. En cuanto a las competencias personales, profesionales y sociales, he destacado las identificadas con las letras b), d), e), n), que procedo a explicar y que se han citado en este TFM previamente:

b) Seguir las políticas de *marketing* mix para trazar objetivos comerciales.

d) Aplicar herramientas de estadística que logren planificar la información para crear objetivos comerciales.

e) Planificar grupos de trabajo enfocados en los encuestadores para hacer cuestionarios que contribuyan a tener resultados que mejoren la investigación comercial.

n) Crear equipos de trabajo que tengan responsabilidades y asuman el desarrollo de la planificación y solucionen los posibles problemas que puedan acontecer (Real Decreto 1571/2011).

5.3. Objetivos y metodología

En este apartado se alinean algunos de los objetivos generales del módulo con esta situación de aprendizaje. El objetivo principal es que el alumnado sea capaz de conocer los tipos de encuesta, utilizar el cuestionario como herramienta y analizar los resultados obtenidos.

Los objetivos generales vinculados a esta situación de aprendizaje, conforme con por el Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, son los identificados con las letras d), e), f), g), p), q), r), s), que procedo a explicar y que se han citado en este TFM previamente:

d) Crear estrategias de investigación comercial, teniendo en cuenta los datos oportunos para obtener la información necesaria.

e) Diseñar informes que concluyan con información que permita realizar técnicas estadísticas para la elaboración de planes de *marketing* eficientes.

f) Formar al personal de trabajo de campo para que lleven a cabo grupos de encuestadores.

g) Realizar cuestionarios de forma correcta para que los encuestados puedan responder de forma fidedigna.

p) Fomentar la creatividad para que sean capaces de trasladarlo al trabajo y a su vida personal.

q) Desarrollar la capacidad de tomar decisiones y analizar las variables y los riesgos para resolver situaciones que se puedan presentar.

r) Obtener herramientas que les permitan tener motivación y comunicación en el trabajo de campo, para conseguir equipos organizados.

s) Interiorizar estrategias de comunicación para que sean capaces de trasladar los contenidos y crear canales de comunicación eficientes (Real Decreto 1571/2011).

En cuanto a la metodología didáctica de esta situación de aprendizaje, se aplicarán los diferentes enfoques pedagógicos que se detallan a continuación. Es importante destacar que se utilizarán los principios psicopedagógicos constructivistas, lo que supone que los alumnos adquirirán conocimientos a través de un aprendizaje activo, que les permitirá participar en su propio aprendizaje y comprender el significado de los contenidos.

De hecho, muchas conclusiones en trabajos de investigación relacionados con la psicología y pedagogía en la educación apuntan que, a través de construcciones sucesivas, se crea un desequilibrio que, con nuevas construcciones, permite a los alumnos enfrentarse a problemas y superarlos, fomentando así su aprendizaje (Piaget, 1969). Por consiguiente, el fomento de un espíritu crítico implica que los educadores se enfrenten a una cultura de cambio, en la que los alumnos adquieren conocimientos mediante la formación de ideas propias.

Para iniciar la situación de aprendizaje, se comenzará con una evaluación de conocimientos del alumnado, lo que se conoce como evaluación inicial o diagnóstica. El docente, a través de herramientas de aprendizaje cooperativo y reflexivo, les animará a realizar una lluvia de ideas de los contenidos que piensan que se abordarán en la materia. De este modo, no solo se fomenta el trabajo en equipo y el pensamiento crítico de los estudiantes, sino que también se permite al docente analizar si el contenido preparado se ajusta al conocimiento previo de los estudiantes y a sus intereses e inquietudes, así como, los conocimientos previos de los que parten los alumnos. Esta actividad también permitirá conocer mejor a los alumnos y detectar alguna condición especial que puedan presentar que necesite de algún tipo de apoyo educativo.

Durante las sesiones se emplearán clases magistrales con presentaciones concisas y claras por parte del docente, que se entregarán previamente a través de la plataforma virtual de la que dispone el centro para su estudio. Este método expositivo permitirá la

comprensión de los conceptos clave del temario. Dado que el docente dispone solo de cuatro horas de clase para el desarrollo de la práctica, sustentado a través de la teoría todo el contenido estará preparado y subido al aula virtual. Además, el docente preparará una presentación con los conceptos clave para combinar teoría y práctica, que servirá de resumen del temario y de guía para las clases.

Se emplea, por tanto, una metodología centrada en el aprendizaje práctico, donde los estudiantes trabajarán en actividades grupales y reflexivas relacionadas con los conceptos enseñados. Estas actividades fomentarán el razonamiento y la comunicación, lo que los prepara para compartir sus conclusiones con el resto de compañeros.

Se recurrirá a la gamificación con juegos “a la antigua”, para que los alumnos puedan repasar los conceptos adquiridos, incentivando la participación con pequeñas recompensas. Con este planteamiento quiero huir de que todo gire en torno a la vinculación de la educación con los ordenadores. Considero que se pueden hacer actividades y enseñanzas didácticas y amenas con pocos recursos; tan pocos como un papel, un bolígrafo y mentes pensantes, a modo de juego práctico. Es por ello que haré dinámicas en las que tendrán que simplemente crear, sin recurrir para ello a la tecnología, como se especifica en las actividades.

No obstante, también se les propondrán actividades en las que tendrán que hacer uso de la creatividad y el ingenio, integrando el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Por ejemplo, para poder crear un cuestionario tendrán que recurrir a Google Forms.

A su vez, les administraré un test de conocimientos que contendrá 10 preguntas de los conceptos más relevantes impartidos en clase y que deberán hacer de forma individual. Para concluir, se implicarán en un proyecto orientado a objetivos en el que, a través de agrupamientos de 3-4 personas, tendrán que desarrollar el planteamiento, teniendo el mayor peso de la evaluación.

Este consistirá en que seleccionen una empresa a la que tendrán que confeccionar un cuestionario por Google Forms. Para conseguirlo tendrán que primero definirlos objetivos y variables a analizar, como por ejemplo: la satisfacción del usuario. Tras ello tendrán que plantear qué tipo de cuestionario realizarán. Una vez razonado, lo harán a

través de Google Forms y se lo enviarán a 10 personas a modo de prueba para poder poner a pilotar el cuestionario, y llegarán a conclusiones con un informe. Esta metodología la aplico porque considero que el trabajo en equipo y el fomento de la participación cooperativa es esencial para crear el espíritu crítico y creativo de los alumnos.

Finalmente, es importante destacar que el resultado de aprendizaje vinculado a esta situación está definido en el Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, que establece el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad y sus enseñanzas mínimas. Este resultado, correspondiente al resultado de aprendizaje 5, se ha abordado en este TFM, y tiene como objetivo la interpretación del cuestionario a través de los medios necesarios para su ejecución (Real Decreto 1571/2011).

5.4. Contenidos de la situación de aprendizaje

La situación de aprendizaje 5, “El cuestionario y la encuesta en el trabajo de campo” (titulada originalmente “Interpretación del cuestionario e instrucciones para la realización de la encuesta”) pretende ofrecer a los alumnos las herramientas necesarias para que sepan confeccionar un cuestionario y analizar sus resultados.

Tras realizar una evaluación inicial para determinar el nivel de conocimientos de los estudiantes, y considerando el limitado tiempo de clases presenciales disponibles, es crucial aprovechar al máximo las cuatro horas destinadas a las clases prácticas y teóricas. Por lo tanto, los contenidos a desarrollar en el aula corresponden al bloque 5 especificado en este TFM, que abarca los temas 1.4, 5.1, 5.2, 5.3, 5.4, 5.5, 5.6, 5.7, 5.8, 5.9, 5.10, 5.11, 5.12, 5.13, 5.14 y 6.4. Destacaré los principales aspectos desarrollados durante las clases presenciales.

La finalidad de las clases será conocer los métodos de encuesta y los tipos de encuesta que hay para la realización del cuestionario. En este hay que diseñar sus elementos y concretar sus tipos de preguntas, así como la metodología y aplicaciones informáticas para su ejecución. Además, los alumnos conocerán el comportamiento de los encuestados, sus derechos y deberes y cómo poner a pilotar el pretest del cuestionario. Por ello, lo que pretendo es que puedan adquirir las destrezas necesarias en las siguientes áreas más destacadas para mí: la encuesta, el cuestionario, aplicación informática para elaboración y análisis de resultados.

5.5. Temporalización horaria

Esta situación de aprendizaje se dará casi al final del módulo, y le estarán destinadas 4 horas de presencialidad. El resto consistirá en trabajo autónomo y apoyo telemático, así como tutorías si lo requieren. Hay que entender que los alumnos tienen todo el contenido subido al aula virtual y que en las clases presenciales se condensará el trabajo en impartir conceptos clave y en que entiendan y pongan en práctica el temario. Por ende, aunque a priori parezca mucho contenido el que se le dará, es labor del docente resumirlo de tal modo que puedan asumir los conceptos y conocimientos que deben adquirir.

Tabla 16. Temporalización horaria de la situación de aprendizaje “La encuesta y el cuestionario en el trabajo de campo”

| Trimestre | Contenidos | Tiempo |
|-----------|---|--------|
| 2º | 5.1, 5.2, 5.3, 5.4, 5.5, 5.6, 5.7, 5.8, 5.9, 5.10 | 2 h |
| 2º | 5.11, 5.12, 5.13, 5.14, 1.4, 6.4 | 2 h |

Nota. Temporalización de los contenidos de la situación de aprendizaje 5. Elaboración propia.

5.6. Actividades

A continuación, se especifican las actividades para la situación de aprendizaje “La encuesta y el cuestionario en el trabajo de campo”. Dado que el CEAD Santa Cruz de Tenerife- Mercedes Pinto es un centro educativo a distancia, se asignan dos sesiones presenciales de 2 horas cada una, además de trabajo autónomo, tanto evaluable como no evaluable, para realizar en casa de forma telemática. En cada tabla se especifican las actividades correspondientes, su ubicación, duración, tipo de actividad, metodología, objetivos y si se aplica método de evaluación ponderado.

El alumnado del Grado Superior de Marketing y Publicidad está conformado por personas adultas en su mayoría con responsabilidades de diferentes índole. El alumnado debe, por tanto, conciliar su vida laboral con sus estudios, cargas familiares y afrontar, en ocasiones, incompatibilidades horarias. Es por ello que considero oportuno adaptar las actividades a las necesidades de los alumnos.

Dicho esto, aunque en el CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto llevan a cabo las sesiones para dar la parte práctica y también teórica, bajo mi experiencia siempre se hace uso de la presencialidad para acercar la teoría al alumno. Se les explica la parte práctica que realizarán como trabajo autónomo en casa, la cual representa un 40% de la evaluación, mientras que el 60% restante corresponde al examen final. Es por ello que en esta situación de aprendizaje he optado por cambiar la metodología y hacer un uso diferente de las clases presenciales y de las asignaciones de lo que se evaluará. Todo esto se explica a conciencia en las secciones de metodología y evaluación de este TFM correspondiente a esta situación de aprendizaje, y que además se especifica en las actividades a continuación.

Tabla 17. Detalle actividad 1 de la situación de aprendizaje 5

| Actividad 1: Lluvia de ideas | | |
|--|-----------------------------|------------------------|
| Sesión: 1 | Duración: 15 minutos | Ubicación: aula |
| Tipo de actividad: evaluación inicial-diagnóstica | | |
| Metodología: lluvia de ideas grupal sobre conocimientos previos y expectativas de lo que esperan aprender de esta situación de aprendizaje | | |
| Recursos: presentación en Canva y pizarra digital | | |
| Agrupamientos: todo el grupo | | |
| Objetivos: toma de contacto con la situación de aprendizaje y con el alumnado | | |
| Desarrollo: dado que esta es mi primera situación de aprendizaje con los alumnos, pretendo conocer su nivel de conocimientos previos y que nos familiaricemos unos con otros, permitiendo de este modo que se genere un vínculo estimulante entre profesora y alumnos. | | |
| <p>Esto también me permitirá identificar qué es lo que les gustaría aprender y qué conocimientos previos tienen. A través de una presentación, les mostraré la hoja de ruta que vamos a trazar para adentrarnos en el contenido. De esta manera, los estudiantes de forma conjunta y reflexiva podrán compartir sus ideas e inquietudes y podré reconsiderar mi plan trazado según sus preferencias. Además, se potenciará de este modo el espíritu crítico y reflexivo, así como, participativo de los estudiantes.</p> | | |

Una vez llegado al consenso les explicaré el plan a seguir de forma simplificada y amena:

Primera sesión de dos horas:

- La encuesta concepto y sus tipos.
- El cuestionario y fase de ejecución.
- Proceso de desarrollo de la entrevista y pretest.

Segunda sesión de dos horas:

- Despedida y cierre.
- Derechos y deberes.
- Aplicaciones informáticas y medición de datos.

Evaluación: no habrá un sistema de evaluación sumativa, pero sí le servirá al profesor para saber a qué competencias dirigirse y tener un test previo diagnóstico del aula (evaluación diagnóstica).

Nota. Elaboración propia.

Tabla 18. Detalle actividad 2 de la situación de aprendizaje 5

| Actividad 2: ¿Y si desciframos la teoría con un producto? | | |
|---|-----------------------------|------------------------|
| Sesión: 1 | Duración: 45 minutos | Ubicación: aula |
| Tipo de actividad: clase magistral, expositiva y práctica | | |
| Metodología: expositiva, aprendizaje cooperativo y reflexivo, aprendizaje práctico | | |
| Recursos: presentación en Canva, pizarra digital y mural de ideas | | |
| Agrupamientos: grupos de entre 3-4 personas | | |
| Objetivos: los alumnos son capaces de identificar los tipos de preguntas que conforman la encuesta y el cuestionario e identificar su estructura. | | |
| Desarrollo: durante una clase expositiva previa, explicaré a los alumnos la teoría básica sobre la encuesta, sus diferentes fases. A su vez les explicaré lo relativo al cuestionario y sus fases de ejecución. Tras ello tendrán que elegir una empresa y | | |

buscar algún tipo de cuestionario que hayan hecho a clientes. Con esta información, deberán crear una presentación en cartulina que incluya los objetivos de la empresa, las hipótesis investigadas y las preguntas seleccionadas, que deberán identificar y exponer verbalmente en grupo delante de sus compañeros.

Hay que tener en cuenta que ellos tienen previamente el contenido subido al aula virtual, por lo que les hago una presentación con conceptos clave y fáciles de asimilar en un tiempo limitado.

Contenidos: la encuesta, sus fases y el cuestionario. Etapa de reconocimiento e identificación.

Evaluación: se evaluará el razonamiento, la capacidad de trabajar en equipo, la participación y la exposición. Esta práctica será evaluada con un 10% como evaluación práctica.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 19. Detalle actividad 3 de la situación de aprendizaje 5

| | | |
|--|-----------------------------|------------------------|
| Actividad 3: Explicando conceptos a través de la comunicación | | |
| Sesión: 1 | Duración: 30 minutos | Ubicación: aula |
| Tipo de actividad: actividad de aprendizaje práctico | | |
| Metodología: aprendizaje cooperativo, reflexivo, expositivo y práctico | | |
| Recursos: presentación en Canva y pizarra digital | | |
| Agrupamientos: grupos de entre 3-4 personas | | |
| Objetivos: los alumnos tienen que explicar los conceptos aprendidos sobre cada tipo de pregunta que se presenta en el cuestionario y poner ejemplos prácticos. | | |
| Desarrollo: Para continuar asimilando los conceptos que más considero oportunos, entregaré a cada grupo de alumnos, al azar, un sobre que contendrá alguno de los cuatro tipos de preguntas: abiertas, semiabiertas, cerradas y de control. Cada grupo reflexionará sobre un tipo de pregunta y formulará sus propias preguntas. Posteriormente, cada grupo expondrá sus reflexiones para que todos los estudiantes puedan aprender de los diferentes conceptos y enfoques entre sí. De este modo podrán acordar razonamientos y conclusiones y exponer delante del resto de compañeros, asimilando de forma conjunta lo aprendido. | | |

Contenidos: concepto del cuestionario y elaboración práctica.

Evaluación: se evaluará el razonamiento, la capacidad de trabajar en equipo, la participación y la exposición. Esta práctica será evaluada con un 10% como evaluación práctica.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 20. Detalle actividad 4 de la situación de aprendizaje 5

| Actividad 4: Mis alumnos aprenden con Google Forms | | |
|---|-----------------------------|------------------------|
| Sesión: 1 | Duración: 30 minutos | Ubicación: aula |
| Tipo de actividad: actividad aprendizaje práctico | | |
| Metodología: clase magistral y práctica | | |
| Recursos: presentación en Canva, pizarra digital y ordenadores | | |
| Agrupamientos: individual | | |
| Objetivos: los alumnos son capaces de utilizar la herramienta de Google Forms para confeccionar un cuestionario. | | |
| Desarrollo: terminaré la clase explicándoles los soportes informáticos para crear el cuestionario y en qué consiste el pretest del cuestionario, por lo que de manera expositiva y práctica, les explicaré como usar una herramienta para hacer un cuestionario, paso a paso, en este Google Forms. Tras ello, individualmente irán haciendo un cuestionario, para que tengan los conocimientos necesarios para su confección, y continuarán investigando en casa de forma autónoma. | | |
| Contenidos: confección de un cuestionario online y pretest del cuestionario. | | |
| Evaluación: se evaluará la asistencia y participación en la clase. El objetivo es que sean capaces de sentar las bases del contenido. | | |

Nota. Elaboración propia.

Tabla 21. Detalle actividad 5 de la situación de aprendizaje 5

| Actividad 5: ¿Cómo analizar los datos obtenidos? | | |
|--|-----------------------------|------------------------|
| Sesión: 2 | Duración: 45 minutos | Ubicación: aula |
| Tipo de actividad: actividad de aprendizaje -enseñanza y práctico | | |
| Metodología: clase magistral, aprendizaje cooperativo, reflexivo y práctico | | |
| Recursos: presentación en Canva y pizarra digital | | |
| Agrupamientos: toda la clase | | |
| Objetivos: los alumnos son capaces de razonar qué tipos de escala utilizar para la medición de los resultados del cuestionario. | | |
| Desarrollo: les explicaré los deberes y derechos de los encuestados, y lo más importante para mí como docente los tipos de escalas de medición. Para el desarrollo a través de diferentes cuestionarios de satisfacción con ejemplos prácticos tendrán que razonar qué tipo de escala utilizarían. Para ello, les haré unas cartulinas con los diferentes tipos de escala, y a modo de juego, toda la clase tendrá que llegar a un consenso de cuál utilizarían y levantar la cartulina, teniendo en cuenta la empresa que les pongo de ejemplo. En el caso de que alguien esté en contra, cogerá otra cartulina y debatirá sobre el tema hasta llegar a una conclusión. Para ello, pondré tres tipos de escala y les presentaré la empresa, sus objetivos, hipótesis y qué quieren medir. Les repartiré a cada grupo conformado por 5-7 personas 3 cartulinas con tres escalas de medición, les daré 10 minutos de debate y cada grupo, que en total serán 3 grupos expondrán su punto de vista y debatirán entre ellos. Finalmente, les explicaré qué grupo ha acertado y les daré un razonamiento lógico. Para compensar el atreverse todos recibirán un agradecimiento a modo de chocolates por parte del docente. | | |
| Contenidos: tipos de escala y su medición para el cuestionario. | | |
| Evaluación: se evaluará la presencia y participación en la clase. El objetivo es que sean capaces de sentar las bases del contenido. | | |

Nota. Elaboración propia.

Tabla 22. Detalle actividad 6 de la situación de aprendizaje 5

Actividad: 6 ¿y si nos ponemos a prueba?

| | | |
|------------------|-----------------------------|------------------------|
| Sesión: 2 | Duración: 30 minutos | Ubicación: aula |
|------------------|-----------------------------|------------------------|

Tipo de actividad: actividad de tests de conocimientos

Metodología: aprendizaje de conocimientos

Recursos: ordenador y conexión al mismo

Agrupamientos: individual

Objetivos: los alumnos son capaces de responder a un cuestionario con preguntas sobre el contenido teórico explicado en las dos sesiones.

Desarrollo: a través de un cuestionario *online*, los alumnos tendrán que responder a 10 preguntas para comprobar que han asimilado el contenido y aclarar posibles dudas. Además, el alumno contará con dos intentos y el profesor se quedará la nota más alta para superar el mismo. Para ello tendrá que sacar mínimo un 5 sobre 10 puntos.

Contenidos: repaso de todos los conceptos explicados en clase.

Evaluación: supondrá un 20% de la evaluación como evaluación de conocimientos.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 23. Detalle actividad 7 de la situación de aprendizaje 5

Actividad: 7 Definiendo objetivos para la realización del cuestionario

| | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------------------|
| Sesión: telemática | Duración: 45 minutos | Ubicación: aula |
|---------------------------|-----------------------------|------------------------|

Tipo de actividad: actividad de aprendizaje práctico

Metodología: aprendizaje práctico

Recursos: ordenador y acceso a internet

Agrupamientos: individual

Objetivos: El alumno será capaz de formular objetivos de investigación a partir de una hipótesis planteada por una empresa para la confección de un cuestionario. Les explicaré que una empresa ha decidido contratar nuestros servicios para confeccionar un cuestionario, y para ello plantea la hipótesis de que los jóvenes prefieren ser autónomos. Teniendo en cuenta ello, antes de elaborar el cuestionario, necesitan saber qué objetivos se van a trazar, para saber las variables que nos permitirán elaborar el cuestionario. Esto supone el trabajo previo a la realización del cuestionario y razonar qué queremos investigar. Además, les ayudará a refrescar contenidos anteriores dado en las situaciones de aprendizaje anteriores en las que se planifica el trabajo de campo y se trazan objetivos. También aprovecharé para explicarles la práctica final en los últimos 15 minutos de la clase que tendrán que hacer de modo telemático sobre un aprendizaje basado en objetivos que explico en la siguiente actividad.

Desarrollo: a través de una actividad online en clase, les expondré que una empresa tiene la siguiente hipótesis: “Los jóvenes entre 25 y 30 años optan cada vez más por el autoempleo”. Es decir, que prefieren ser autónomos. Tendrán que razonar qué objetivos y variables le interesa conocer a la empresa. La actividad se entrega de modo *online*.

Contenidos: objetivos de la realización de un cuestionario y sus variables.

Evaluación: se valorará el razonamiento y la asociación con los contenidos desarrollados en clase. Además de la redacción y creatividad. Tendrá un valor de un 10% como evaluación práctica.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 24. Detalle actividad 8 de la situación de aprendizaje 5

Actividad 8: Eres libre de crear

Sesión: telemática **Duración:** 1 hora **Ubicación:** *online*

Tipo de actividad: actividad de aprendizaje orientado a objetivos

Metodología: aprendizaje práctico y teórico individual desde casa orientado a objetivos

Recursos: ordenador y acceso a internet

Agrupamientos: grupos de 3-4 personas

Objetivos: los alumnos son capaces de crear un cuestionario en Google Forms sobre la empresa que consideren oportuna y de distribuir el cuestionario a modo de pretest a 10 personas. Posteriormente deberán darme *feedback* de los resultados que la plataforma les hace llegar. Por ende, se pretende que:

Los alumnos seleccionan una empresa a la que le tiene que realizar un cuestionario en Google Forms, para ello tendrá que analizar qué objetivos y variables quiere analizar la empresa, por ejemplo: satisfacción del cliente con el producto o servicio prestado. Tras el planteamiento, razonan qué tipo de preguntas debe de hacer y confeccionará el cuestionario. Tras ello, a modo pretest lo enviará a 10 personas para analizar qué preguntas están fallando y podrían mejorar, además al llegar datos de conclusiones a través de la plataforma elaborará también un diagnóstico de ello. Para finalizar en este informe deben de presentar su opinión sobre el desarrollo de esta situación de aprendizaje. Para ello utilizarán el trabajo de tiempo autónomo del que disponen y acordaremos una sesión telemática de una hora en la que les volveré a explicar todo el procedimiento y podrán contar con mi apoyo telemático o tutorías si lo requieren.

Desarrollo: los alumnos seleccionarán una empresa y ajustarán el tipo de cuestionario que harían. Además, distribuirán el cuestionario a 10 personas y después analizarán los resultados grabados en la plataforma. Para ello me enviarán el *link* y redactarán la justificación y conclusiones.

Contenidos: análisis de una empresa, confección de un cuestionario en Google Forms y su posterior análisis de resultados.

Evaluación: esta actividad será una evaluación final con un peso del 50%. Esto supone una evaluación orientada a proyectos u objetivos.

Nota: Elaboración propia.

5.7. Recursos y materiales para el desarrollo de la situación de aprendizaje

Para el desarrollo de la situación de aprendizaje será necesario contar con los siguientes recursos y materiales:

- Aula Virtual con acceso para el alumnado y el profesorado.
- Aula o taller con pizarra para el profesorado, así como escritorios, asientos y ordenadores personales para los alumnos.
- Acceso a ordenador e internet desde casa.

5.8. Atención a la diversidad

La atención a la diversidad es crucial para poder apoyar al alumnado que pueda requerir adaptaciones durante su proceso de enseñanza-aprendizaje. Por ello, al inicio de la clase se hará un análisis para identificar si algún alumno necesita ajustes en función de sus necesidades o circunstancias particulares. En el caso de detectarse alguna necesidad, se contaría con la colaboración del equipo directivo, el profesorado del departamento y los tutores, coordinando esfuerzos para organizar el currículum de manera que se adapte a las necesidades específicas de cada alumno.

Como he señalado anteriormente en este TFM, en el contexto del CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto es crucial implementar un Plan de Atención a la Diversidad, debido a que muchos alumnos adultos tienen responsabilidades laborales, familiares y domésticas. Sin embargo, el centro carece actualmente de un departamento de Orientación, a pesar de que ha sido solicitado. Por ello, considero que, atendiendo a las condiciones especiales de los alumnos, hay que hacer un seguimiento de los estudiantes para comprobar que sus circunstancias no les suponen un desajuste en su avance escolar.

En mi caso, al impartir clases pude percibir como todos tenían jornadas intensas de trabajo y responsabilidades como la atención a sus hijos o debían afrontar una situación de desempleo. De hecho, una alumna me comentó que se encontraba sin trabajo y le suponía un agotamiento mental. Por ello, le comenté al departamento lo que ocurría con esta estudiante y, a través de apoyo telemático, le hacía seguimiento de la asimilación del temario, así como en las horas presenciales tenía en cuenta su evolución y sus posibles dudas. Además, le expliqué que si le costaba concentrarse podría tomarse más tiempo para hacer el test de evaluación de conocimientos.

Por ello, como he detallado previamente, intenté hablar con los alumnos y detectar todas las circunstancias para explicarles que contaban con mi apoyo telemático personalizado.

5.9. Tratamiento transversal de la educación en valores

Según se recoge en la Programación General Anual, y tal como hemos podido observar con anterioridad, el centro tiene diferentes pilares establecidos en relación

con la educación en valores, como potenciar el patrimonio cultural del archipiélago, mejorar la comunicación lingüística o contribuir a la mejora social entre otros.

Desde mi perspectiva, los valores que más enfatizaré en mis clases serán la mejora social y el desarrollo de la comunicación lingüística, ya que considero que la comunicación es parte fundamental de los procesos de aprendizaje. De hecho, creo que debería ser un módulo que estuviera contemplado en todos los ciclos formativos para que los estudiantes pudieran desarrollar competencias en esta área. Por ello, tendrán que realizar exposiciones en clase y debatir entre ellos. Además, la mejora social desde mi opinión implica cultivar la parte cívica y empática de los alumnos, y estoy segura de que a través de los trabajos cooperativos que se proponen en esta programación tendrán que desarrollar esas habilidades.

5.10. Evaluación

Como se ha especificado con anterioridad, el CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto lleva a cabo diferentes metodologías, pero su principal vertebración es que las prácticas que se les envían como trabajo autónomo a los alumnos suponen un 40% de la nota y el examen final un 60%. En mi caso, he decidido cambiar la metodología y el sistema de evaluación. A continuación se explica el procedimiento a seguir:

- Evaluación inicial: permite a los alumnos demostrar sus conocimientos iniciales, ofreciendo una visión anticipada del desarrollo del contenido.
- Evaluación continua y práctica: a través de la evaluación de las prácticas, que equivalen a un 30%, además de su asistencia a las clases presenciales y participación en las actividades no evaluables.
- Evaluación de conocimientos: se utilizará un test de evaluación *online* que se desarrollará en clase y que valorará la adquisición del contenido teórico. Esto supondrá un 20% de la nota. El alumnado contará con dos intentos y el profesor se quedará con la nota más alta.
- Evaluación orientada a objetivos: consiste en un proyecto que se realiza en grupos conformados de 3-4 personas y que supondrá el 50% de la nota final.

Tabla 25. Detalle de la evaluación

| Actividades | Agrupamientos | Ubicación | Tipo de evaluación | % de peso en la evaluación |
|--------------------|------------------------|--|----------------------------------|-----------------------------------|
| Actividad 1 | Todo el grupo | Aula | Evaluación inicial y diagnóstica | 0% evaluable |
| Actividad 2 | Grupos de 3-4 personas | Aula | Evaluación continua y práctica | Evaluable: 10% |
| Actividad 3 | Grupos de 3-4 personas | Aula | Evaluación continua y práctica | Evaluable: 10% |
| Actividad 4 | Individual | Aula | Evaluación práctica | 0% evaluable |
| Actividad 5 | Grupos de 5-7 personas | Aula | Evaluación práctica | 0% evaluable |
| Actividad 6 | Individual | Aula | Evaluación continua y práctica | Evaluable: 10% |
| Actividad 7 | Individual | Aula | Evaluación de conocimientos | Evaluable: 20% |
| Actividad 8 | Grupos de 3-4 personas | <i>Online</i> destinada al trabajo autónomo del alumnado | Evaluación orientada a objetivos | Evaluable: 50% |
| | | | | Total: 100% |

Nota: elaboración propia.

Por tanto, podemos concluir que, en lo que se refiere a una ponderación la evaluación, combinará una evaluación continua y práctica de un 30%, una evaluación de conocimientos del 20% y una evaluación orientada a objetivos del 50%.

Las actividades que no son evaluables suponen una adquisición y asentamiento de las bases de la situación de aprendizaje, y la docente las tendrá en cuenta para subir la nota si lo estima oportuno, dado que primará el aprendizaje activo y colaborativo. Así

mismo, se tendrá en cuenta la asistencia al 80% de las clases para superar la situación de aprendizaje.

Además, cabe destacar que todos mis alumnos recibieron un *feedback* personalizado de todas sus evaluaciones. En esta retroalimentación, proporcioné correcciones, anotaciones y sugerencias de modo individual y personalizado. Esto incluyó tanto los aspectos evaluables como los que no afectan a la nota. Además, proporcioné un desglose detallado de la justificación de sus notas y expresé mi satisfacción por los avances que habían logrado.

5.11. Planes de refuerzo y mejora

- Recuperación de las actividades prácticas

El alumno podrá recuperar las prácticas suspendidas en el centro educativo en una fecha pactada con la docente, en las horas destinadas a tutorías básicas. No obstante, si el alumno presentara alguna dificultad para acudir al centro, podrá recuperar las prácticas con una prueba a distancia. Tendrá que realizar la recuperación antes de que finalice el módulo.

- Recuperación del test de evaluación de conocimientos

El alumnado hará los test en el aula y dispondrá de dos intentos para aprobarlos con una puntuación mínima de 5 puntos sobre 10. Al alumnado que no supere dicha prueba se le asignará otra fecha como segundo llamamiento para recuperar esta parte. La fecha será acordada por ambas partes, pero que en todo caso la prueba deberá ser presencial.

En el caso de falta de asistencia, será necesario que el alumnado presente un justificante que explique la razón, ya sea por enfermedad, trabajo u otra causa justificable.

- Recuperación del proyecto final orientado a objetivos

La presentación del proyecto deberá ser entregada en tiempo y forma, de acuerdo con los requisitos indicados al alumno. En el caso de no presentarse, el alumno podrá solicitar otra fecha extraordinaria de entrega para recuperar el trabajo. El trabajo de recuperación deberá enviarse a través del aula virtual.

Además, estaré a total disposición del alumnado que necesiten apoyo telemático para el desarrollo de sus tareas escolares o tutorías adicionales.

6. Conclusiones

En mi experiencia como docente en prácticas en el centro educativo, tengo que recalcar que el ambiente de trabajo y la interacción entre alumnado y profesorado han sido muy buenos. Durante mis sesiones como docente, los alumnos estuvieron implicados y se mostraron respetuosos, colaborativos y con gran interés por aprender.

Es importante mencionar que los alumnos son, por lo general, adultos con responsabilidades familiares y laborales variadas. Sus edades estaban comprendidas entre los 20 y los 50 años, y esta diversidad supuso un desafío a la hora de preparar e impartir la docencia. De esta manera, la preparación de las clases debió ser milimétrica y muy enfocada a que el material estuviera más que preparado. De hecho, cuando yo estaba a cargo de las sesiones, el trabajo que había detrás para el desarrollo de las clases era bastante denso y arduo. Esto se debía a la necesidad de recopilar la información de la situación de aprendizaje y condensarla, para así poder ajustarla a las horas de clase disponibles. Además, es necesario simplificar y clarificar el temario para no perder tiempo.

Por otro lado, al tratarse de una modalidad a distancia, los estudiantes tienen tiempo limitado, lo que exige un enfoque pedagógico flexible y adaptado a sus necesidades educativas únicas. Además de proporcionar un documento detallado del temario, preparé presentaciones con los conceptos clave resumidos y actividades muy rigurosas, pero muy divertidas y dinámicas. Puesto que considero que los estudiantes que optan por una modalidad de educación a distancia tienen bastante carga fuera del centro educativo, por lo que estipulo que lo más importante es que las pocas horas que acuden a clases sean amenas y estimulantes, para que desplazarse hasta el centro les suponga un aliciente.

Los alumnos destacaron enormemente el esfuerzo invertido en la preparación del material y en la dinámica de las clases. Especialmente apreciaron las partes prácticas, que les permitieron trabajar colaborativamente y experimentar un aprendizaje interactivo. Estar presente, escuchar sus inquietudes y trabajar con ellos

de manera cercana fortaleció la conexión y facilitó un ambiente empático y participativo.

Por ello mi experiencia en las sesiones fue profundamente gratificante. Tengo que decir que ha sido la experiencia laboral que más me ha llenado. Los alumnos fueron en todo momento respetuosos, participativos y con ánimo por aprender y resolver sus dudas. Creo que fui capaz de fomentar un ambiente de enseñanza-aprendizaje basado en la reflexión, la práctica y el trabajo en equipo de todos.

De hecho, al finalizar mis clases, recibí comentarios positivos que me llenaron de orgullo y más pasión si cabe, que destaco a continuación:

- “Tienes que dedicarte a la docencia porque eres muy buena”
- “Nos hemos divertido mucho con tus clases”
- “Sabía que hoy dabas tú la clase y solo por eso quería venir”
- “Tenerte como docente es lo mejor que me ha pasado este año”
- “La forma en la que explicas los contenidos nos llega muy bien”
- “Eres muy dinámica y cercana”
- Etc.

Por lo tanto, no puedo estar más que contenta y agradecida. Estas palabras reafirman mi firme decisión de dedicarme a la enseñanza y compensan el esfuerzo invertido en este Máster, equilibrando la vida personal y profesional, tal como lo hacen mis alumnos. Por todo ello, los principios de aprendizaje participativo e interactivo han sido clave para el desarrollo de las clases a impartir.

Además de ello, el profesorado ha sido una fuente de inspiración, dado que en sus clases he podido analizar las destrezas requeridas para poder llegar a los alumnos a través de clases expositivas y prácticas. Aunque haya decidido cambiar la metodología en mis clases, como se explica en este TFM, me parece que la labor de los profesores del centro educativo es encomiable, con una gran dosis de esfuerzo.

En conclusión, el alumnado, al ser generalmente adulto, facilita una experiencia de enseñanza-aprendizaje enriquecedora, dado que aprovechan las sesiones al máximo.

Además como los alumnos tienen múltiples responsabilidades, el profesorado del centro adopta una actitud empática y muestra flexibilidad hacia ellos, esforzándose por facilitar sus estudios todo lo posible y ayudar a que su etapa educativa se desarrolle con éxito.

También quiero hacer una pequeña reflexión sobre la educación, tras pasar del rol de estudiante al de docente y estar inmersa en la educación, y que la quiero dirigir a mis futuros alumnos y a mí misma. Espero que el día que esté ahí, siendo parte de ustedes, mis futuros alumnos a los que aún no conozco, me preocupe por inspirarlos como personas y que puedan desarrollar todas sus habilidades y fortalezas, y que detectemos juntos las debilidades para simplemente mejorarlas en la medida de lo posible. Me gustaría que mis clases fueran un lugar seguro en las que puedan ser cada uno de ustedes en su mejor versión, en los días buenos y en los días tristes también. Mi objetivo es que mi aula se convierta en un lugar de desconexión para sus problemas, y puedan contar con mi apoyo si necesitan ayuda. Mi objetivo es que juntos construyamos conocimientos para que puedan labrar un futuro que, si no es mejor, al menos les haga sentir bien consigo mismos.

Por ello, pueden estar seguros de que aquella construcción memorística y llena de datos de las aulas clásicas estará lejos de las puertas de mis clases. Así, cuando entren en la clase estarán formando parte de un proyecto de educación en valores, en gestión emocional, en desarrollo del espíritu crítico y reflexivo, y en un espacio para el trabajo colaborativo.

Haré todo lo posible para que las dinámicas, el entretenimiento y la asimilación sean nuestros aliados, y sobre todo para que el ambiente sea el idóneo para garantizar el éxito académico y el bienestar personal. Mi objetivo es contribuir a la educación formando individuos llenos de alegría, entusiasmo y pasión.

Respecto a los conceptos clave y no clave, querido sistema educativo, no se preocupe: me encargaré yo, de la manera más divertida que encuentre, de que los alumnos aprendan. Recordemos siempre que estamos trabajando con personas que necesitan nuestro apoyo y pasión por lo que hacemos. Sin más preámbulos, estoy deseando comenzar esta emocionante aventura educativa.

Por último, quiero agradecer a todas las personas que han estado en este año tan duro para mí y para todos mis compañeros. Y, a la vez, a mí misma, porque me he demostrado que no importa la cima de la montaña que escale; lo importante es que, con el devenir de la vida, no me detenga, siga caminando y añadiendo nueva información a los cimientos de mi persona, siendo siempre fiel a mi misma, genuina y luchadora. Hoy puedo decir que me apasiona la docencia, y desde luego, hace un año era algo que no pasaba por mi cabeza. Gracias a la vida por este aprendizaje a través del descubrimiento personal, que se ha convertido en una fuente de esperanza por un futuro mejor.

7. Referencias bibliográficas

Consejería de Educación y Universidades (Gobierno de Canarias). (2024a). Atención a la diversidad.

<https://www.gobiernodecanarias.org/educacion/web/enseanzas/atencion-a-la-diversidad/>

Consejería de Educación y Universidades (Gobierno de Canarias). (2024b). Canarias Skills 2024. Sección noticias.

<https://www3.gobiernodecanarias.org/noticias/poli-suarez-destaca-el-excelente-escaparate-que-supone-para-la-fp-de-las-islas-canarias-skills-2024/>

Consejería de Educación y Universidades (Gobierno de Canarias). (2024c). Especiales condiciones personales e historial escolar - ECOPHE.

https://www.gobiernodecanarias.org/educacion/web/servicios/necesidades_apoyo_educativo/otras_neae/condiciones_personales/

Consejería de Educación y Universidades (Gobierno de Canarias). (2024d). Formación en Centros de Trabajo.

https://www.gobiernodecanarias.org/educacion/web/formacion_profesional/formacion_centros_trabajo/que-es-la-fct/index.html

Cruz Núñez, F. y Quiñones Urquijo, A. (2012). Importancia de la evaluación y autoevaluación en el rendimiento académico.

<https://www.redalyc.org/pdf/853/85323935009.pdf>

Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes (2024). Implantación de la Formación Profesional Dual.

<https://www.educacionfpydeportes.gob.es/mc/fse/actuaciones/fp-dual.html>

Observatorio de la Formación Profesional en España (2023). Informe de la Formación Profesional ante retos sociales.

<https://www.observatoriofp.com/downloads/2023/informe-completo-2023.pdf>

Piaget, J. (1969). *Psicología y Pedagogía*. Ariel.

Turismo de Tenerife (2024). Agenda 2024. Tecnológica Santa Cruz de Tenerife.
<https://www.webtenerife.com/agenda/2024/03/tecnologica-santa-cruz-grupo-canaaauto-2024-tenerife/>

Normativa

Dirección General de Formación Profesional y Educación de Adultos-Resolución 23 de septiembre de 2020, por la que se dictan instrucciones para la organización y funcionamiento de la oferta de Formación Profesional Semipresencial en la Comunidad Autónoma de Canarias, a partir del curso 2020-2021.

<https://www.gobiernodecanarias.org/boc/2020/204/005.html>

Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. *Boletín Oficial del Estado*.

<https://www.boe.es/buscar/pdf/2006/BOE-A-2006-7899-consolidado.pdf>

Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006 de 3 de mayo, de educación. *Boletín Oficial del Estado*, 340, de 30 de diciembre de 2020. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2020-17264>

Ley Orgánica 3/2022, de 31 de Marzo, de Ordenación de Ordenación e Integración de la Formación Profesional. *Boletín Oficial del Estado*, 78, de 1 de abril de 2022.

https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2022-5139

Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa.

Boletín Oficial del Estado. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12886>

Orden de 13 de diciembre de 2010, por la que se regula la atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo en la Comunidad Autónoma de Canarias. *Boletín Oficial de Canarias* nº 250,

7036. <https://www.gobiernodecanarias.org/boc/2010/250/001.html>

Orden ECD/329/2012, de 15 de febrero, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad. *Boletín Oficial del Estado*.

https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2012-2676

Orden de 7 de junio de 2007, por la que se regulan las medidas de atención a la diversidad en la enseñanza básica en la Comunidad Autónoma de Canarias. *Boletín Oficial de Canarias*. <https://www.gobiernodecanarias.org/boc/2007/124/001.html>

Orden de 27 de octubre de 2021, por la que se modifica la orden de 20 de junio de 2017, que establece la normas de organización y funcionamiento de los Centros de Educación de Personas Adultos (CEPA), y la orden de 27 de agosto de 2018, que establece las normas de organización y funcionamientos de los Centros de Educación a Distancia (CEAD), en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Canarias. *Boletín Oficial de Canarias*. <https://www.gobiernodecanarias.org/boc/2021/227/001.html>

Real Decreto 81/2010, de 8 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los centros docentes públicos no universitarios de la Comunidad Autónoma de Canarias. *Boletín Oficial de Canarias*, 143, de 22 de julio de 2010.
<http://www.gobiernodecanarias.org/boc/2010/143/001.html>

Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo español. *Boletín Oficial del Estado*.
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2011-13118>

Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad y se fijan sus enseñanzas mínimas. *Boletín Oficial del Estado*, 299, de 13 de diciembre de 2011.
https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2011-19436

Documentos internos del CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto

CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto. (2021, 15 de enero). *Proyecto Educativo del Centro (PEC)*.

<https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/edublog/ceadsantacruzdetenerifemercedes/pinto/wp-content/uploads/sites/341/2021/04/pe-cead-maquetacion-v2.pdf>

CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto. (2021, 16 de abril). *Proyecto de gestión*

(PG). <https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/edublog/ceadsantacruzdetenerifemercedes/pinto/wp-content/uploads/sites/341/2022/04/proyecto-gestion-ed-final-20-21.pdf>

CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto. (2021). *Normas de Organización y Funcionamiento* (NOF).

<https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/edublog/ceadsantacruzdetenerifemercedespinto/wp-content/uploads/sites/341/2022/04/nof-definitivo-ed-final-20-21.pdf>

CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto. (2023). *Programación General Anual Curso 2023/2024*.

<https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/edublog/ceadsantacruzdetenerifemercedespinto/programacion-general-anual-2/>

CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto. (2024a). *Equipo directivo*.

<https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/edublog/ceadsantacruzdetenerifemercedespinto/equipo-directivo-2/>

CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto (2024b). *Historia del CEAD Santa Cruz de Tenerife Mercedes Pinto*.

<https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/edublog/ceadsantacruzdetenerifemercedespinto/qienes-somos-donde-estamos-contacto/>

CEAD Santa Cruz de Tenerife-Mercedes Pinto. (2024c). *Proyecto de Dirección del candidato: José Manuel Ruiz Fuentes para el Centro de Educación a Distancia Santa Cruz de Tenerife Mercedes Pinto [Cuatrienio 2022/2026]*.

<https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/edublog/ceadsantacruzdetenerifemercedespinto/wp-content/uploads/sites/341/2022/09/proyecto-de-direccion-22-26.pdf>

8. Anexo

- Foto con mis alumnos de Grado Superior de la situación de aprendizaje “La encuesta y el cuestionario en el trabajo de campo”.



- Material utilizado para explicar conceptos clave en las sesiones de clase:

CONSIDERACIONES PREVIAS

- 1.** ¿Qué objetivos tenemos?
Información sobre hechos y comportamientos, conocimientos, actitudes, opiniones o conductas. Por lo que, una vez que **se fijen los objetivos se escogerá el tipo de encuesta idónea.**
- 2.** ¿Es posible obtener información?

- 3.** ¿Disponemos de los recursos necesarios?


EL CUESTIONARIO

| | |
|--|--|
| CONCEPTO El cuestionario va a permitir medir actitudes, comportamientos y motivos de compra o de no compra de productos y servicios. | CLASIFICACIÓN -PERSONAL -POSTAL -INTERNET -TELEFÓNICO |
|--|--|

- Material utilizado para explicar la práctica de Google Forms:

PASOS GOOGLE FORMS

- Acceder a Google Forms (vinculado al correo).
- Seleccionamos tipo de cuestionario.
- En configuración podemos acceder a "pasar a cuestionario".
- En preguntas si en la parte derecha damos a + podemos añadir preguntas.
- En respuestas llegarán las mismas y podemos tener gráficos y un excel con los datos.



- Presentación de la práctica orientada a objetivos:

SÉ LIBRE DE CREAR

SELECCIONA UNA EMPRESA

Piensa en objetivos, variables e hipótesis a plantear.



DECIDE LAS PREGUNTAS ADECUADAS PARA EL CUESTIONARIO

Se realiza en Google Forms.



ENVÍA EL CUESTIONARIO A 10 PERSONAS Y ANALIZA LOS RESULTADOS

Elabora las conclusiones.



REALIZA UNA CRÍTICA

¿Se ajusta el desarrollo de las clases a lo que esperabas?



CONSEJOS

- Sé creativo
- No tengas miedo a equivocarte
- ¡Arriesga!
- Confía en ti



PROYECTO FINAL

-Test de evaluación de conocimientos:

1. ¿Cuál es la técnica de encuesta más utilizada?

- a. La encuesta personal.**
- b. La encuesta postal.
- c. La encuesta telefónica.
- d. La encuesta por internet.

2. ¿Qué instrumento utilizamos para hacer la encuesta?

- a. Informe final.
- b. El cuestionario.**
- c. Preguntas abiertas.
- d. El trabajo de campo para la investigación comercial.

3. La encuesta telefónica...

- a. ...muestra un acercamiento personal que nos permite obtener mayores datos.
- b. ...supone estar en contacto con encuestados con quienes la comunicación puede resultar difícil.**
- c. ...utiliza preguntas abiertas con facilidad.
- d. ...tiene facilidad para extender el tiempo que consideremos oportuno.

4. Existen dos tendencias en la encuesta por internet:

- a. A través de correo electrónico o redes sociales.
- b. Activa y pasiva.**
- c. A través de un espacio web donde la empresa propone un cuestionario.
- d. Ninguna de las anteriores es correcta.

5. ¿Cuántos tipos de cuestionarios nos podemos encontrar?:

- a. Cuestionario personal, cerrado y telefónico.
- b. Cuestionario personal, postal o por internet y cerrado.
- c. Cuestionario personal, postal o por internet y telefónico.**
- d. Cuestionario postal o por internet y telefónico.

6. La parte de diseño del cuestionario pertenece a:

- a. Fase de ejecución.**
- b. Análisis de datos.
- c. Diseño gráfico.
- d. Ninguna es correcta

7. Las preguntas cerradas existentes son...

- a. ...Unirespuesta y multirespuesta.
- b. ...Dicotómicas y de opción múltiple.**
- c. ...Semicerradas y unirespuestas.
- d. ...Semiabiertas y multirespuesta

8. Una pregunta de control es...

- a. ...pregunta abierta que conseguirá que tengamos amplia información del encuestado.
- b. ...pregunta que permite presentar a la empresa al encuestado.
- c. ...pregunta cerrada que tiene el objetivo de conseguir el grado de atención del encuestado.**
- d. ...pregunta semiabierta que nos permite despedirnos del encuestado a modo de agradecimiento.

9. ¿Qué significa el pretest del cuestionario?

- a. Definir los objetivos.
- b. Investigar sobre la empresa.
- c. Poner a pilotar el cuestionario con entrevistas de prueba.**
- d. Todas son correctas.

10. La escala más conocida para la medición de resultados es:

- a. Escala Likert.**
- b. Escala de proporción.
- c. Escala ordinal.
- d. Escala nominal.