

**Hoja Informativa del módulo: 1011 Trabajo de  
Campo en la Investigación Comercial.**

**2º Curso CFGS Marketing y Publicidad.**

**Curso 2021- 2022**

**Francisco Javier Terán Diez**

Comercio y Marketing

IES Las Llamas

Santander



## ÍNDICE

1 OBJETIVOS .....	3
1.1.-Objetivos Generales del Ciclo Formativo en relación con el Módulo.....	3
1.2.- Competencias profesionales, personales y sociales .....	4
1.3.-Objetivos del módulo expresados en Resultados de aprendizaje y Criterios de Evaluación.....	4
1.4.- Orientaciones pedagógicas. ....	8
2 CONTENIDOS.....	9
3 DISTRIBUCIÓN TEMPORAL .....	13
3.1 Unidades de trabajo .....	13
3.2 Temporalización .....	14
4 MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.....	14
5. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE .....	15
5.1.- Marco de la Evaluación .....	15
5.2.- Criterios de Evaluación.....	15
5.3.- Principios Generales de la Evaluación.....	15
5.4.-Procedimientos e instrumentos de evaluación .....	15
6 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN. ....	16
7 PLAN DE RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES.....	17
7.1 Plan de Recuperación de Evaluaciones .....	17
7.2 - Practicas consideradas fraudulentas.....	18
8. MEDIDAS A ADOPTAR EN CASO DE CONFINAMIENTO DEL ALUMNADO .....	20

# 1 OBJETIVOS

## 1.1.-Objetivos Generales del Ciclo Formativo en relación con el Módulo.

Según la **Orden ECD 81/2014 de 25 de agosto** la formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales f), g), o), p), q), r), s), t), u), v) y x).

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.

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.

## **1.2.- Competencias profesionales, personales y sociales**

Según la Orden ECD 81/2014 de 25 de agosto la formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias e), l), m), n), ñ), o), p) y r) del título.

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.

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.

## **1.3.-Objetivos del módulo expresados en Resultados de aprendizaje y Criterios de Evaluación**

Orden ECD 81/2014 de 25 de agosto, que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior de Marketing y publicidad, correspondiente al título de Técnico en Marketing y publicidad en la Comunidad Autónoma de Cantabria recoge los objetivos del módulo expresados en resultados de aprendizaje.

**RA1/ Planifica el trabajo de campo de los encuestadores/entrevistadores, estableciendo los medios y recursos necesarios y las pautas de actuación de acuerdo con el plan de investigación.**

a) 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.

b) 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.

c) 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.

d) 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.

e) 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).

f) 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.

g) 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.

h) 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.**

a) Se ha determinado el número de encuestadores necesarios para realizar el trabajo de campo de un determinado estudio comercial.

b) Se han descrito los puestos de trabajo del personal de campo, definiendo las tareas y funciones que tienen que desarrollar los encuestadores/entrevistadores.

c) Se ha descrito el perfil de los candidatos, definiendo las características que se exigen a los encuestadores/entrevistadores, de acuerdo con los objetivos y requerimientos del plan de investigación comercial.

d) Se han determinado las acciones para el reclutamiento de los candidatos a encuestadores/entrevistadores.

e) Se han establecido los criterios de selección, el procedimiento y los instrumentos que hay que

utilizar para seleccionar al personal de campo.

f) Se ha creado una base de datos con la información de los candidatos preseleccionados, asegurando su confidencialidad y disposición para otros estudios comerciales.

g) 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.**

a) 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.

b) 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.

c) Se han determinado los medios y recursos necesarios para la formación del equipo de encuestadores/entrevistadores, de acuerdo con los objetivos formativos establecidos.

d) 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.

e) Se ha programado la formación de los encuestadores, tanto teórica como de campo, aplicando técnicas de organización del trabajo y programación de tareas.

f) Se ha determinado la metodología didáctica aplicable, adecuándola a las características del equipo, las necesidades formativas detectadas y los objetivos establecidos.

g) Se ha elaborado el plan de formación continua, perfeccionamiento y actualización del equipo de encuestadores, adecuándolo a los objetivos y necesidades de la organización, en función del presupuesto establecido.

h) 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.**

a) 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.

b) 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.

c) 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.

d) Se han identificado las competencias profesionales y personales que debe tener el jefe de campo y/o responsable de un equipo de encuestadores/entrevistadores.

e) Se han determinado los principales aspectos y elementos de motivación y satisfacción en el trabajo de un equipo de encuestadores/entrevistadores.

f) Se han establecido los incentivos económicos para el personal de campo en función de parámetros de rendimiento y productividad prefijados, conocidos y evaluables.

g) Se ha analizado la jornada laboral efectiva de los equipos de encuestadores y las formas de retribución habituales, en función de distintas situaciones laborales.

h) 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.**

a) 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.

b) Se ha repetido reiteradamente el cuestionario hasta familiarizarse con su contenido, identificando las dudas y buscando soluciones con el material de apoyo.

c) 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).

d) 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 evitado los prejuicios y valoraciones interpretativas que pudieran sesgar la información aportada por el encuestado.

e) 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.

f) 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.

g) 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.

h) 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.**

- a) Se ha comprobado la cumplimentación completa de los cuestionarios, identificando los aspectos no cumplimentados y proponiendo medidas correctoras para su validación.
- b) Se han comprobado el cumplimiento de las cuotas de respuesta y las encuestas realizadas, de acuerdo con los niveles establecidos en el plan de investigación comercial.
- c) 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.
- d) 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.
- e) 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.
- f) 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.
- g) 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.
- h) Se ha recogido en el informe la evaluación de los objetivos y los errores detectados, incluyendo, en su caso, recomendaciones, sugerencias y/o propuestas de mejora.

**1.4.- Orientaciones pedagógicas.**

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de organización, desarrollo y control del trabajo de campo en las investigaciones de mercados y estudios de opinión. La función de organización, desarrollo y control del trabajo de campo en las investigaciones comerciales incluye aspectos como:

- Determinación de las características y tamaño del equipo de trabajo de campo.
- Selección del personal de campo en las investigaciones comerciales.
- Elaboración de planes de formación y perfeccionamiento de los encuestadores.
- Motivación, incentivación y remuneración de los encuestadores.
- Planificación y organización del trabajo de campo.
- Elaboración del cuaderno de campo y hoja de ruta de los encuestadores.



- Recogida de información mediante encuestas.
- Resolución de incidencias durante el desarrollo de la encuesta.
- Supervisión y control del trabajo de campo y el desempeño de los encuestadores. Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:
  - La selección, formación, motivación y remuneración del personal de campo en las investigaciones comerciales.
  - La organización, desarrollo y control del trabajo de campo en estudios comerciales y de opinión.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Determinación de las características y tamaño del equipo de encuestadores necesarios para la realización de un estudio comercial.
- Establecimiento de los criterios de selección del personal de campo.
- Elaboración de planes de formación inicial y formación continua del equipo de trabajo de campo.
- Estilos de mando y liderazgo aplicables a equipos de encuestadores.
- Técnicas de motivación e incentivación de los vendedores.
- Análisis de las formas de retribución de los encuestadores.
- Elaboración del plan de trabajo de campo y hoja de ruta del encuestador.
- Recogida de datos a través de encuestas.
- Interpretación y cumplimentación de cuestionarios.
- Utilización de herramientas informáticas para la cumplimentación de cuestionarios.
- Atención de quejas y reclamaciones en el desarrollo de la encuesta.
- Evaluación y control del desempeño del trabajo de campo.
- Elaboración de informes con los resultados de la evaluación.

## **2 CONTENIDOS**

Los contenidos del módulo están recogidos en la **Orden ECD 81/2014 de 25 de agosto**, donde se establece el currículo del ciclo formativo de Grado superior correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

### **1- Planificación y organización del trabajo de campo de una investigación comercial:**

- Elaboración del plan de trabajo de campo en una investigación de mercados.
- Fases del trabajo de campo en un estudio comercial.

- Determinación de los objetivos.
- 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).
- Técnicas de organización del trabajo de campo. Elaboración del cronograma. Aplicaciones informáticas de gestión de tareas. Dirección por objetivos.
- Asignación de objetivos individuales y colectivos al equipo de trabajo de campo.
- Programación del trabajo de campo.
- Asignación de tiempos y cargas de trabajo a los encuestadores.
- Elaboración del cuaderno de campo de los encuestadores.
- Distribución territorial de los encuestadores.
- Localización y/o selección de los elementos de la muestra. Hojas de ruta.
- Salud y prevención de riesgos en el trabajo de campo.

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

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

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

- Determinación de las necesidades de formación del equipo de campo.
- Desarrollo de competencias individuales y grupales de los encuestadores.
- Objetivos y métodos de formación en equipos comerciales
- Planes de formación inicial de los encuestadores, objetivos, contenido, metodología, duración,

formadores y presupuesto.

-Programas de formación continua, perfeccionamiento y actualización de equipos de trabajo de campo: objetivos, contenido, metodología, duración y presupuesto.

-Formación teórico-práctica y formación sobre el terreno de los encuestadores.

-Evaluación de planes de formación.

#### **4- Sistemas de motivación y remuneración del equipo de trabajo de campo:**

-Estilos de mando y liderazgo. Estilos de dirección. Teorías del liderazgo.

-Dinamización y liderazgo del equipo de encuestadores.

-Técnicas de dinámica y dirección de grupos.

-Motivación del equipo de trabajo de campo. Teorías de la motivación.

-Elementos de motivación y satisfacción en el trabajo. Pruebas sociométricas.

-Reconocimiento del éxito de los encuestadores.

-Incentivos económicos.

-Mejora de las condiciones y promoción interna.

-Formación y promoción profesional.

- Situaciones de conflicto en las relaciones en equipos de campo.

-Técnicas de resolución de situaciones conflictivas.

-Negociación y consenso entre las partes.

-Conciliación, mediación y arbitraje.

-Métodos de decisión en grupo.

-Retribución y rendimiento del equipo de trabajo de campo.

-Sistemas de retribución del equipo de encuestadores/entrevistadores.

-Instrumentos de remuneración. Complementos de remuneración. Incentivos y primas.

#### **5- Interpretación del cuestionario e instrucciones para la realización de la encuesta:**

-Métodos de encuesta.

La encuesta personal. Encuesta personal en soporte papel (PAPI) y encuesta personal asistida por ordenador (CAPI y MCAPI).

La encuesta telefónica. La encuesta telefónica asistida por ordenador (CATI).

La encuesta a través de Internet. La encuesta online asistida por ordenador (CAWI).

La encuesta postal. Peculiaridades. Carta de presentación.

El cuestionario. Partes y elementos del cuestionario. Tipos de cuestionarios. 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).

El pretest del cuestionario.

Entorno de la entrevista. Guía de la entrevista y argumentario de la investigación. Cuaderno de trabajo de campo.

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.

Aplicaciones informáticas para la cumplimentación de cuestionarios.

Finalización de la entrevista. Despedida y cierre.

Derechos y deberes de los encuestados. Códigos éticos en la obtención de datos por encuesta. Código ESOMAR y otros.

Solución de problemas en el trabajo de campo: rechazos y ausencias.

Incidencias y reclamaciones surgidas en el transcurso de la encuesta.

Técnicas de resolución de reclamaciones y quejas en la encuesta.

Interpretación y cumplimentación de cuestionarios.

Utilización de herramientas informáticas para la cumplimentación de cuestionarios.

Atención de quejas y reclamaciones en el desarrollo de la encuesta.

Evaluación y control del desempeño del trabajo de campo.

Elaboración de informes con los resultados de la evaluación.

## **6- Sistema de evaluación del trabajo de campo y desempeño de los miembros del equipo de trabajo:**

Criterios y técnicas de supervisión y control del trabajo de campo. Errores habituales en el desarrollo de las encuestas.

Verificación de cuestionarios: edición, registro, codificación y transferencia de datos.

Medidas para la corrección y validación de los cuestionarios.

Utilidades de las aplicaciones informáticas para la recogida de datos asistida por ordenador (CAPI, CATI, CAWI).

Evaluación de la calidad del trabajo y desempeño de los encuestadores.

Ratios de control.

Propuestas de mejora y subsanación de errores.

Informes de evaluación y control de la actividad de los encuestadores. Tipos, estructura y contenido de los informes.

Elaboración de informes de control del trabajo de campo, recogiendo la evaluación de los objetivos y los errores detectados, y utilizando las aplicaciones informáticas.

### **3 DISTRIBUCIÓN TEMPORAL**

Todo este conjunto de contenidos nos sirve de referente de obligado cumplimiento que junto con los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación van a definir nuestras unidades didácticas.

Los contenidos del módulo se repartirán a lo largo de cada uno de los dos trimestres naturales del curso. Se realizarán dos sesiones de evaluación, que se llevarán a cabo en los días anteriores a los períodos de vacaciones de Navidades y a principios de marzo. La distribución de los contenidos a lo largo de los trimestres en que se deben impartir se ha realizado teniendo en cuenta una serie de premisas:

Introducir al alumno en el aprendizaje de nuevos conceptos relacionados con la atención al cliente , consumidor y usuario.

Alternar los conceptos teóricos con un aprendizaje eminentemente práctico, que ha de contemplar para su realización contenidos y conceptos de distintos bloques temáticos.

La duración total del módulo es de 90 horas.

#### **3.1 Unidades de trabajo**

UT0: Introducción al módulo y organización del trabajo.

UT1: Nociones básicas del trabajo de campo y la investigación comercial.

UT2: Instrumentos para la obtención de la información en el desarrollo del trabajo de campo

UT3: Organización del proceso de campo

UT4: Configuración del equipo de campo

UT5: Sistemas de motivación y remuneración del equipo de trabajo de campo.

UT6: Evaluación del trabajo de campo a nivel de desempeño del equipo de trabajo.

### 3.2 Temporalización.

UNIDADES DE TRABAJO		HORA	S	O	N	D	E	F	M	
U.T.0	Introducción al módulo	4	4							1ª Evaluación
U.T.1	Nociones básicas del trabajo de campo y la investigación comercial.	13	4	9						
U.T.2	Instrumentos para la obtención de la información en el desarrollo del trabajo de campo	13		11	2					
U.T.3	Organización del proceso de campo	17			17					
U.T.4	Configuración del equipo de campo	13				4	9			2ª Evaluación
U.T.5	Sistemas de motivación y remuneración del equipo de trabajo de campo	13					4	9		
U.T.6	Evaluación del trabajo de campo a nivel de desempeño del equipo de trabajo.	13						8	5	
TOTALES		86	8	20	19	4	13	17	5	

Las 4 horas restantes se dedicarán para realizar controles/exámenes de evaluación y reforzar las actividades de aplicación que presenten mayor dificultad.

### 4 MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Como recursos metodológicos con los que poder aplicar los principios anteriormente señalados podemos distinguir entre los personales, materiales y ambientales:

#### PERSONALES:

Explicaciones del profesor de cada uno de los temas

Fotocopias de interés y de procedencia muy variada, artículos, ejercicios, cuadros explicativos, esquemas...

Cualquier otro material susceptible de ser usado por los alumnos.

#### MATERIALES:

Libros de texto:

- **Libro de texto, Trabajo de campo en investigación comercial. José Fulgencio Martínez Valverde. Ediciones Paraninfo SA. 1º Edición 2020. ISBN 978-84-283-4149-3 Depósito legal 20773.**

-Fundamentos y técnicas de la investigación comercial Editorial Esic.

-Investigación comercial :22 casos prácticos y un apéndice

-Herramientas para segmentar mercados y posicionar productos. Ediciones Deusto 2003

-Investigación de mercados Editorial Starbook

-Investigación comercial Malhotra Edit. Pearson

Impresos:

Documentos propios de utilización en cada área

Audiovisuales/ Informáticos:

Cañones de proyección para la proyección de videos relacionados con el tema, software de aplicaciones relacionadas con la materia.

Equipo informático para la consulta de páginas Web...

Ambientales/ Físicos

Estructurales o propios del ámbito escolar: aulas de informática y biblioteca.

## **5. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE**

### **5.1.- Marco de la Evaluación**

Según el **Art. 51.2 del R.D. 1147/2011**, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la Formación Profesional del sistema educativo “la evaluación se realizará tomando como referencia los objetivos expresados en resultados de aprendizaje, y los criterios de evaluación de cada uno de los módulos profesionales, así como de los objetivos generales del ciclo formativo o curso de especialización”

En relación con la posible existencia de algún alumno confinado por el COVID, se le asignará un método de aprendizaje, evaluación y calificación que aúne las características presenciales con las no presenciales intentando no desvirtuar el proceso de enseñanza

### **5.2.- Criterios de Evaluación**

Se aplican los recogidos en la **Orden ECD/92/2013**, de 14 de agosto que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales en la Comunidad de Cantabria(punto 2.3 de la presente programación).

### **5.3.- Principios Generales de la Evaluación**

El carácter **continuo y formativo** de la evaluación estará incluido en el proceso de enseñanza y aprendizaje, con el fin de detectar las dificultades en el momento en que se produzcan, averiguar sus causas y adoptar las medidas que se considere necesarias.

Respecto a cuándo evaluar deberemos empezar por la **evaluación inicial** que cumple una función de diagnóstico al proporcionarnos información acerca de la situación del alumno al comienzo del período de enseñanza. **La evaluación formativa** tiene por objeto recoger información a lo largo del proceso de enseñanza para valorar los progresos y dificultades de los alumnos ajustando la ayuda pedagógica a sus necesidades. Finalmente la **función sumativa** de la evaluación tiene por objeto, ver en qué grado se han alcanzado los aprendizajes al final del período.

### **5.4.-Procedimientos e instrumentos de evaluación**

No existe un instrumento o procedimiento ideal para evaluar, por ello es necesario utilizar técnicas

variadas de evaluación.

Vamos a realizar en primer lugar, aquellas que permiten evaluar el aprendizaje del alumno a través de las actividades habituales de enseñanza, y en segundo lugar las actividades o pruebas específicas de evaluación.

- a) En cuanto a la evaluación del aprendizaje a través de las actividades de enseñanza, resaltaremos la **observación del trabajo de los alumnos** como un procedimiento esencial para comprobar su progreso, puesto que proporciona información de los alumnos en situaciones diversas y sin las interferencias que provoca el saber que están siendo examinados. Estos trabajos proporcionan al profesor un tipo de información muy valiosa sobre hábitos y métodos de trabajo. Valoraremos la **actitud del alumno hacia la materia**: atención en clase, asistencia regular, puntualidad e interés, compañerismo.
- b) Se tendrán en cuenta también **otras actividades y trabajos realizados fuera del aula** y encargados por el profesor (comentarios, lecturas recomendadas plan lector, ejercicios propuestos,...).
- c) En cuanto a las **pruebas específicas de evaluación**, utilizaremos de forma aleatoria las siguientes pruebas:
  - ***Pruebas objetivas*** caracterizadas por exigir respuestas cortas que permitan evaluar la memorización, concentración y seguridad de sus conocimientos así como la utilización adecuada de términos e identificación de conceptos. Estas pruebas específicas se compondrán de preguntas de respuesta corta, preguntas de verdadero o falso, de opción múltiple o tipo test, ejercicios de ordenación y de formar parejas y ejercicios prácticos relacionados con la materia. Estas pruebas pueden ser comentadas, de forma que el alumno deberá comentar o justificar una respuesta.
  - ***Pruebas de definición de conceptos*** en los que se pide al alumnado que exprese un concepto o que proponga ejemplos que lo ilustren.
  - ***Pruebas de exposición temática*** que permitan evaluar la capacidad para manejar una extensa información y presentarla de forma ordenada y coherente.
  - ***Pruebas de resolución de ejercicios*** que permiten evaluar la aplicación de los conceptos teóricos a la práctica.

La evaluación se realizará atendiendo a dos tipos de actuación: "la evaluación continua", que se llevará cabo a lo largo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje y la "evaluación final", que valorará los resultados del alumno al final del periodo lectivo anual.

## **6 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.**

La calificación de la materia se obtendrá por media aritmética ponderada de las notas obtenidas por el alumnado.



La evaluación continua se realizará mediante la valoración por el profesor del proceso de aprendizaje a lo largo del curso académico, y fundamentalmente por los resultados obtenidos en las evaluaciones correspondientes en relación con la información ofrecida por el profesor de los contenidos programados en cada una de ellas, y de acuerdo a los siguientes tipos de actuación:

- a) **Prueba clásica o examen.** Podrán ser de tipo test, preguntas cortas o de desarrollo, o casos prácticos. En caso de ser de tipo test, Se especificará en cada ítem el valor de cada uno de ellos. Podrá haber preguntas con respuestas verdaderas múltiples. (En caso de realizar varias pruebas, la calificación será la media aritmética, podrá sustituirse la realización de una prueba escrita por un trabajo sobre el contenido impartido en cada bloque). **(70%)**
- b) La calificación correspondiente a **las actividades y trabajos** que se vayan desarrollando durante el bloque correspondiente, serán realizadas en el aula, dichos trabajos podrán ser en grupo o individuales. **(20%)**. En el caso de no haberse realizado ninguna actividad contemplada en este punto (b), durante la evaluación, el 20% correspondiente pasará a sumarse en el punto (a). Pasando a computar un 90%.
- c) **La actitud demostrada** del alumno en el módulo: puntualidad, interés, participación en clase, en la realización de actividades, en la entrega de trabajos, etc. La puntuación correspondiente a este apartado será a juicio del profesor. **(10%)**.

Para superar las evaluaciones el alumno tiene que alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

**NOTA:** El profesor a principios de curso, informará por escrito a los alumnos acerca de los resultados de aprendizaje, contenidos y criterios de evaluación de la materia, así como los requisitos mínimos exigibles para obtener una calificación positiva en ella.

## **7 PLAN DE RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES**

### **7.1 Plan de Recuperación de Evaluaciones**

#### a.- Recuperación de evaluaciones

Se harán recuperaciones de las evaluaciones suspensas. Dichas recuperaciones se harán en fecha posterior a la sesión de evaluación.

Las pruebas de recuperación de evaluaciones serán similares a las realizadas durante la evaluación. Para superar el examen el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

#### b.- Prueba recuperación final primera de evaluaciones de marzo

Si en marzo el alumno tiene alguna evaluación suspensa solo se examinará de las evaluaciones suspensas. Las pruebas de recuperación de evaluaciones serán similares a las realizadas durante la

evaluación. Los contenidos de esta prueba versarán sobre los contenidos mínimos.

Para superar el examen el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5. La nota final será la media aritmética de todas las evaluaciones.

#### c.- Prueba recuperación final de junio

Si en marzo, después de la prueba de recuperación final primera, el alumno no aprueba todas las evaluaciones, tendrá que examinarse de todo el módulo en la prueba final s de junio.

La prueba de recuperación junio puede incluir cuestiones tipo test, preguntas cortas abiertas y supuestos prácticos. Los contenidos de esta prueba versarán sobre los contenidos mínimos.

Para superar la prueba final segunda de junio, el alumno tiene que alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

#### d.- Recuperación de pendientes

Los alumnos con el módulo suspenso, después de la convocatoria final segunda de junio, se examinarán de ese módulo a lo largo del curso siguiente (en las fechas que se establezcan). La materia a evaluar será la que se impartió en el curso anterior y la prueba versará sobre los contenidos mínimos exigibles.

La prueba de recuperación puede incluir cuestiones tipo test, preguntas cortas abiertas y supuestos prácticos. Para superar la prueba el alumno tiene que alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5..

### **7.2 - Practicas consideradas fraudulentas.**

Se consideran prácticas fraudulentas en las pruebas de evaluación o en la presentación de trabajos académicos evaluables en el Departamento de Comercio y Marketing del IES "Las Llamas" las siguientes conductas:

1. Copiar los escritos de otros compañeros en los exámenes y otras pruebas de evaluación del procedimiento de aprendizaje del estudiante.
2. Transmitir a otros compañeros información, por vía oral o escrita y por cualquier medio, incluidos los electrónicos, durante la realización de un examen o prueba de evaluación que deba realizarse individualmente y que se refiera al contenido de la prueba, con el fin de defraudar.
3. Realizar un examen o prueba de evaluación de cualquier tipo suplantando la personalidad de otro estudiante, así como concertar o aceptar dicha actuación por parte del suplantado.
4. Utilizar materiales escritos no autorizados o medios telefónicos, electrónicos o informáticos para acceder de manera fraudulenta a datos, textos o informaciones de utilización no autorizada durante una prueba de evaluación y relacionados con la misma.

5. Mantener encendidos y al alcance cualesquiera medios telefónicos, electrónicos o informáticos durante la realización de una prueba evaluable, salvo que por el profesor se haya expresado la posibilidad de hacer uso de ellos durante el desarrollo de la misma.
6. Introducir en el aula de examen o lugar de la prueba de evaluación dispositivos telefónicos, electrónicos o informáticos cuando haya sido prohibido por los profesores responsables de las pruebas.
7. Acceder de manera fraudulenta y por cualquier medio al conocimiento de las preguntas o supuestos prácticos de una prueba de evaluación, así como a las respuestas correctas, con carácter previo a la realización de la prueba, y no poner en conocimiento del profesor responsable el conocimiento previo casual de dicha información.
8. Acceder de manera ilícita o no autorizada a equipos informáticos, cuentas de correo y repositorios ajenos con la finalidad de conocer los contenidos y respuestas de las pruebas de evaluación y de alterar el resultado de las mismas, en beneficio propio o de un tercero.
9. Manipular o alterar ilícitamente por cualquier medio las calificaciones académicas.
10. Negarse a identificarse durante la realización de un examen o prueba de evaluación, cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.
11. Negarse a entregar el examen o prueba de evaluación realizado cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.
12. Plagiar trabajos, esto es, copiar textos sin citar su procedencia o fuente empleada, y dándolos como de elaboración propia, en los textos o trabajos sometidos a cualquier tipo de evaluación académica.
13. Cambiar o retocar textos ajenos para presentarlos como propios, sin citar su procedencia, en cualquier trabajo sometido a evaluación académica.
14. Infringir cualesquiera otras normas establecidas con carácter obligatorio para la realización de los exámenes o pruebas de evaluación por parte del profesor responsable.

## **CONSECUENCIAS DE LA COMISIÓN DE PRÁCTICAS FRAUDULENTAS DURANTE EL PROCESO DE EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES**

La comisión de las conductas fraudulentas descritas anteriormente comportará para los autores y, en su caso, para los cooperadores necesarios la nulidad de la prueba o procedimiento de evaluación correspondiente, con la consiguiente calificación de suspenso y la numérica de 0.

Excepcionalmente, el profesor responsable podrá acordar otra calificación distinta, de manera justificada, si considera que el supuesto fraude o práctica prohibida es leve o poco relevante y afecta solo parcialmente al resultado de la prueba.

Asimismo y en función de las circunstancias concurrentes, las conductas anteriormente descritas podrán ser consideradas faltas, ya sea conductas contrarias a la convivencia o conductas gravemente perjudiciales para la convivencia, de conformidad con lo dispuesto en el Decreto 53/2009, de 25 de junio, que regula la convivencia escolar y los derechos y deberes de la comunidad educativa en la

Comunidad Autónoma de Cantabria, modificado por Decreto 30/2017, de 11 de mayo, y dar lugar a la instrucción de un expediente disciplinario.

Determinadas prácticas fraudulentas de especial gravedad podrían ser incluso constitutivas de delitos, en cuyo caso la Dirección del centro tiene la obligación de poner los hechos en conocimiento de los cuerpos de seguridad correspondientes y del Ministerio fiscal.

**NOTA:** el uso del teléfono móvil está prohibido en clase de acuerdo a lo aprobado por el Departamento de Comercio y Marketing. A aquel alumno al que el profesor avise o llame la atención por uso inadecuado y no autorizado del mismo se le restará un punto de la calificación final de la evaluación en la que se le dio el aviso.

## **8. MEDIDAS A ADOPTAR EN CASO DE CONFINAMIENTO DEL ALUMNADO**

En este caso se utilizarán las siguientes plataformas tecnológicas:

- Microsoft Teams.
- Microsoft Outlook.

En este caso se atenderá, se mostrará, evaluará y calificarán los contenidos expuestos en las plataformas buscando un equilibrio entre la casuística producida y el discurrir normal del módulo