IES MIGUEL ROMERO ESTEO – MÁLAGA. DEPARTAMENTO COMERCIO Y MARKETING

Programación del módulo

TRABAJO DE CAMPO EN INVESTIGACIÓN COMERCIAL

CURSO 2026/2027

Ciclo formativo: TÉCNICO SUPERIOR EN MARKETING Y PUBLICIDAD
Grupo: 1º MPA
Nº : 1011
Horas totales: 105
Horas a la semana: 3
Profesor/a: ANA MARÍA LÓPEZ FERNÁNDEZ
Fecha de Entrega: 30 Octubre 2026
Fecha de revisiones:

Índice de la programación.

1.Competencias. ***3***

1.1.Competencia general del título: **3**

1.2.Unidades de competencia asociadas al módulo. **3**

1.3.Competencias profesionales y de empleabilidad **3**

2.Objetivos generales asociados al módulo. ***4***

2.1.Relación de los Objetivos Generales del Ciclo con los Resultados de Aprendizaje. **5**

3.Metodología, materiales y recursos didácticos utilizados. ***6***

3.1. Descripción de las actividades de enseñanza y aprendizaje. 6

3.2. Materiales y recursos didácticos utilizados. 6

4.Evaluación criterial de las competencias. Actividades, técnicas e instrumentos de evaluación. ***7***

4.1. Relación de unidades y resultados de aprendizaje. 9

RA 1 10

RA 2 11

RA 3 12

RA 4 13

RA 5 14

RA 6 15

4.2. Ponderación de los resultados de aprendizaje. 18

4.3. Actividades refuerzo y mejora de las competencias para la mejora de la calificación y superación de los módulos pendientes de evaluación positiva. 20

4.4. Instrumentos de evaluación destinados al alumnado que haya perdido el derecho a evaluación continua. 20

5.Incorporación de los contenidos de carácter transversal al currículo. ***21***

6.Medidas de atención a la diversidad y alumnado con N.E.A.E. ***21***

7.Actividades complementarias y extraescolares relacionadas con este módulo. ***23***

8.Autoevaluación. ***23***

1.Competencias.

1.1.Competencia general del título:

Queda regulada por el Artículo 4 del 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.
La competencia general de este título consiste en definir y efectuar el seguimiento de las políticas de marketing basadas en estudios comerciales y en promocionar y publicitar los productos y/o servicios en los medios y soportes de comunicación adecuados, elaborando los materiales publipromocionales necesarios.

1.2.Unidades de competencia asociadas al módulo.

El módulo se corresponde con las siguientes unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales:

Asistencia a la investigación comercial COM 312_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia:

UC0993_3: Preparar la información e instrumentos necesarios para la investigación de mercados.

UC0994_3: Organizar y controlar la actividad de los encuestadores.

UC0995_2: Realizar encuestas y/o entrevistas utilizando las técnicas y procedimientos establecidos.

UC0997_3: Colaborar en el análisis y obtención de conclusiones a partir de la investigación de mercados.

1.3.Competencias profesionales y de empleabilidad

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales y de empleabilidad del Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad que se relacionan a continuación:

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 lainformación 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 cultural.

2.Objetivos generales asociados al módulo.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

f) Determinar las características del personal de campo, definiendo criterios de selección, dimensión, formación, motivación y remuneración, para organizar gruposde 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.

2.1.Relación de los Objetivos Generales del Ciclo con los Resultados de Aprendizaje.

O.G	RA 1	RA 2	RA 3	RA 4	RA 5	RA 6
f)	X	X	X		X	X
g)	X	X	X	X	X	X
o)			X	X		
p)	X			X		X
q)		X		X		X
r)	X	X	X	X	X	X
s)				X	X	X
t)						
u)						
v)	X			X		X
x)		X		X	X	X

3.Metodología, materiales y recursos didácticos utilizados.

Orientaciones pedagógicas recogidas en la Orden del Título en relación al módulo.

3.1. Descripción de las actividades de enseñanza y aprendizaje.

"La metodología didáctica de las enseñanzas de Formación Profesional integrara los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que el alumnado adquiera una visión global de los procesos educativos propios de la actividad profesional correspondiente" (Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la Formación Profesional enel Sistema Educativo).

El equipo educativo viene implantando un proyecto intermodular desde 2022. Este modelo viene propiciado por la nueva legislación de Formación Profesional.

La metodología que creemos más adecuada consiste en un modelo general de Aprendizaje colaborativo basado en retos, partiendo de la experiencia y aportaciones de nuestros colegas del País Vasco. En concreto aplicaremos el modelo ETHAZI facilitado por el centro de innovación en FP Tknika, Se trata de una nueva metodología

de aprendizaje en la que el alumno/a de cada ciclo formativo, además de adquirir las competencias técnicas que debe obtener, logra otras competencias transversales, que le ayudarán en su carrera profesional. Este modelo será adaptado a la realidad socioeconómica de Málaga, usando las metodologías de Aprendizaje basado en proyectos (AbP) y Aprendizaje servicio (ApS).

Se trata de una estrategia metodológica de diseño y programación que implementa un conjunto de tareas planificadas previamente por el equipo educativo usando para ello los Resultados de Aprendizaje (RA) y los Criterios de Evaluación (CE) de todos los módulos del curso, así como los perfiles profesionales y procesos de trabajo del sector de la comunicación empresarial.

El trabajo en equipo es el centro del proceso de aprendizaje, donde los alumnos afrontan de forma profesional la resolución retos empresariales, mediante un proceso de investigación y desarrollo de soluciones por parte del alumnado, que trabaja de manera relativamente autónoma y en equipos de trabajo. Con ello se favorece un aprendizaje integral, ya que a las competencias profesionales se unen las soft skills demandadas por las empresas. Se aplicará la metodología AbP, ya que la resolución de cada reto es un proyecto de trabajo en si misma.

El equipo educativo actúa de forma coordinada y complementa el aprendizaje con las aportaciones necesarias para resolver los retos, mentorizando el trabajo de los alumnos. Para ello, se realizan reuniones de forma continua y se controla el desarrollo y trabajo de los equipos tanto en clases abiertas como de forma digital (metodología Kanban, a través de la herramienta Trello).

La mayoría de los retos que se van a proponer a lo largo del curso además están basados en un Aprendizaje Servicio (ApS). Es una propuesta educativa que combina procesos de aprendizaje y de servicio a la comunidad en un único proyecto bien articulado, en el que los participantes se forman al involucrarse en necesidades reales del entorno con la finalidad de mejorarlo, teniendo siempre una finalidad social no lucrativa. En este curso hemos realizado una alianza con la Asociación Yo soy tú, sita en Málaga.

Los alumnos crearán su propia agencia de marketing y publicidad y realizarán las funciones propias. Así se fomenta tanto la adquisición de las competencias profesionales,personales y sociales, como la competencia general del título (definir y efectuar el seguimiento de las políticas de marketing basadas en estudios comerciales y en promocionar y publicitar los productos y/o servicios en los medios y soportes de comunicación adecuados, elaborando los materiales publipromocionales necesarios).

A través de esta agencia, los alumnos van a colaborar en concreto con la “Yo soy tú” de Málaga, de forma que se conciencien de la misión de este proyecto y adquieran un compromiso con el mismo. Esto está relacionado con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.

Se han utilizado estas metodologías, ApR, AbP y ApS, ya que colocan a los propios alumnos en el centro activo de su proceso de aprendizaje, hecho que, junto a la aplicación al mundo real de la empresa, es positivo para su formación y motivación.

Estamos hablando de metodologías ágiles, que se aplican de forma transversal implicando todos los módulos del 2º curso y en la que se fomenta la innovación, el trabajo colaborativo apoyado en las TICs, la comunicación y el espíritu emprendedor.
El planteamiento de una situación problemática, su transformación hacia un reto, así como la totalidad del proceso hasta la obtención de un resultado, está estructurado partiendo tanto de las competencias técnicas y específicas de cada ciclo, como de aquellas competencias transversales que en este momento tienen un carácter estratégico, tales como: autonomía en el aprendizaje, trabajo en equipo, orientación hacia resultados extraordinarios, etc…

EL MODELO ETHAZI

Las situaciones problemáticas, en todos los casos, son planteadas a una clase configurada en equipos, donde el proceso de trabajo ha de posibilitar al alumnado vivir la situación como un reto y, desde ahí, tiene que tener la oportunidad de generar el conocimiento necesario que le permita aportar las mejores soluciones.
El planteamiento del modelo a través de retos necesita de una reinterpretación de la mecánica del aprendizaje. La interpretación que más se ajusta al modelo, es la del aprendizaje como un proceso de evolución, donde el alumnado es responsable del mismo. El aprendizaje basado en retos, permite disponer de un escenario y de un momento, en el que el alumnado a nivel individual y de equipo se pone en acción y produce un resultado. Este resultado se interpreta, se analiza lo que le ha funcionado y lo que no, y se decide qué se va a hacer de forma diferente en el siguiente reto para acercarse a unos objetivos superiores. Existe un pivotaje continuo, favoreciendo la autoestima y la toma de decisiones del alumnado, Con ello su motivación y actitud para el desarrollo del talento personal.
Esta propuesta de trabajo no encaja con el modelo tradicional de enseñanza estructural tal y como lo venimos conociendo hasta ahora; elementos tales como los horarios, las evaluaciones, la configuración del aula, etc. en su formato actual dejan de ser válidos y necesitan de un re-pensamiento y consiguiente redefinición.

CARACTERÍSTICAS DEL MODELO ETHAZI INTERMODULARIDAD

Para que el diseño de retos se acerque al máximo a las situaciones de desempeño en la realidad laboral de cada ciclo formativo. Esto exige un análisis profundo de las competencias profesionales y los resultados de aprendizaje del ciclo de cara a mejorar la eficiencia en los tiempos de aprendizaje.

EQUIPOS DOCENTES DE CICLO AUTOGESTIONADOS

Comenzando a potenciar el trabajo en equipo y la responsabilidad desde el propio equipo docente compuesto por un número reducido de miembros que se encargue del ciclo formativo completo, que mediante un alto grado de autogestión pueda ajustar sus horarios, la utilización de espacios, las guardias y sustituciones, etc.., a las necesidades que el desarrollo del aprendizaje del alumnado plantea en cada momento. El mismo equipo se reparte las tutorías tanto individuales como grupales a lo largo del ciclo completo.

EVALUAR PARA EVOLUCIONAR EN EL DESARROLLO COMPETENCIAL La

evaluación se integra como elemento clave dentro del propio proceso de aprendizaje del alumnado, proporcionándole feed-back frecuente sobre su evolución en el grado de adquisición de las competencias profesionales previstas.

Para potenciar este enfoque de evaluación y favorecer la participación en el mismo tanto al profesorado como al alumnado (de manera personal y como parte integrante de equipos) y a otros agentes que puedan aportar al proceso de evaluación se ha desarrollado la herramienta específica SET (Skills Evolution Tool).

ADECUACIÓN DE ESPACIOS DE APRENDIZAJE

La implementación de estas nuevas metodologías requiere de aulas, equipamientos, mobiliario y espacios específicos diferentes a los que habitualmente existen en los centros de formación. El diseño de los mismos atiende principalmente a las características de espacios flexibles, abiertos, interconectados y que propicien situaciones ambientales que favorezcan el trabajo activo-colaborativo.

3.2. Materiales y recursos didácticos utilizados.

Los medios que sirven como instrumentos para realizar el desarrollo curricular y para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje: todos los instrumentos y medios usados por el profesor y/o alumno/a durante el diseño del proceso y de la práctica educativa.

A continuación señalo algunos tipos de recursos que pueden facilitar el trabajo de este módulo:

● Apuntes desarrollados por el profesor, prensa, revistas especializadas.
● Audiovisuales: Cañón proyector y ordenadores con conexión a internet.
● Informáticos: Ordenadores con conexión a internet. Portales educativos, Moodle, correo electrónico profesional, la Nube.
● Otros recursos no materiales: Visitas de expertos al aula que expondrán temas vigentes relacionados con el módulo, facilitando el contacto con la realidad.

Con las nuevas tecnologías debemos lograr un nuevo tipo de alumnado, más ocupado en el proceso de búsqueda y elaboración de la información y el profesor/a convertirse en un diseñador de situaciones de aprendizaje.

4.Evaluación criterial de las competencias. Actividades, técnicas e instrumentos de evaluación.

En las siguientes tablas se desarrolla el sistema de evaluación de esta programación, dentro del marco legal de la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Se establecerán tres tipos de evaluación:

- Evaluación inicial: Refleja la situación de partida del alumnado y quedará recogido en Séneca. En este año cobrará especial atención detectar el alumnado con brecha digital.
- Dos sesiones de evaluación parcial: Indicará si se están alcanzando los objetivos educativos, y si hay que introducir correcciones. Se realizará trimestralmente. (una sesión para los grados E)
- Dos evaluaciones finales: Recogerá la situación alcanzada tras las actividades propuestas al finalizar el curso escolar. También recogerá el resultado final de los R.A. Constara

La calificación de la última evaluación previa a la evaluación final FP informará del resultado final del módulo, entendiéndose que una calificación positiva conlleva la superación de todos los resultados de aprendizaje y por consiguiente la superación del módulo.

Tal y como establece el artículo 2.4 de la citada Orden, en virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, en la modalidad presencial y en la parte presencial de la modalidad semipresencial, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado.

Cuando los resultados de aprendizaje se adquieran tanto en el centro docente como en la empresa u organismo equiparado, la evaluación será responsabilidad del personal docente o, en su caso, de la persona experta. En este último supuesto, la evaluación se llevará a cabo conjuntamente con la persona titular de la jefatura de departamento correspondiente o la persona titular de la dirección del centro. La persona encargada de la tutoría dual de empresa colaborará en la evaluación mediante la valoración cualitativa de las actividades desarrolladas en la empresa u organismo equiparado vinculadas a los resultados de aprendizaje que se hayan

trabajado conjuntamente entre centro de formación y la empresa u organismo equiparado.

De acuerdo con la orden 18/09/2025 de Evaluación en su disposición transitoria primera, El alumnado de segundo que repita curso o haya promocionado con módulos pendientes de primer curso dispondrá hasta la finalización del curso escolar 2026/2027 para completar los estudios iniciados en el marco del Real Decreto 1147/2011, de 29 de 00326109 julio, pudiendo emplear este último curso escolar exclusivamente para cursar los módulos de Formación en Centros de Trabajo y, en su caso, proyecto.

Los módulos de Formación en Centros de Trabajo o, en su caso, Proyecto, que atenderán a lo establecido en la Orden de 28 de septiembre de 2011, por la que se regulan los módulos de Formación en Centros de Trabajo y de proyecto para el alumnado matriculado en centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Para poder realizar la formación en empresa, el alumnado debe de haber superado los resultados de aprendizaje correspondientes a la prevención de riesgos laborales, así como los relativos al módulo de Itinerario Personal para la Empleabilidad I.

4.1. Relación de unidades y resultados de aprendizaje.

UD	Nombre	RA	CE	Observaciones
1ª EVALUACIÓN				
1	Planificación del trabajo de campo	RA1	a), b), c), d), e), f), g), h)	
2	Características del personal de campo y criterios de selección	RA2	a), b), c), d), e), f), g)	
2ª EVALUACIÓN				
3	Configuración del equipo de campo. Selección, formación y perfeccionamiento del personal encuestador	RA 3	a), b), c), d), e), f), g), h)	
4	Sistema de motivación y remuneración del equipo de trabajo de campo	RA 4	a), b), c), d), e), f), g), h)	
3ª EVALUACIÓN				
5	Instrumentos para la obtención de información en el desarrollo del trabajo de campo	RA 5	a), b), c), d), e), f), g), h)	
6	Evaluación del trabajo de campo y del nivel de desempeño del equipo de trabajo.	RA 6	a), b), c), d), e), f), g), h)	

RA 1. 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. (20%)

Criterios de evaluación	UNIDADES	% sobre el total MP.	Actividad/Instrumentos de evaluación.
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.	1	3	Rúbricas (para desempeño y competencias transversales) Portafolios de evidencias o aprendizaje Diarios de Aprendizaje Escalas de Observación / Listas de Cotejo Cuestionarios o Encuestas a la asociación beneficiaria Coevaluación entre compañeros Presentación y defensa del producto final (Solución al Reto/Servicio)
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.	1	3	
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.	1	3	
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.	1	3	
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).	1	3	
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.	1	3	
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	1	2	

de las mismas, de acuerdo con la normativa laboral y de prevención de riesgos en el trabajo.			
Contenidos del RA 1: Planificación 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). - Asignación de objetivos individuales y colectivos al equipo de trabajo de campo. - Programación del trabajo de campo. - 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.			
Evaluación: 1ª		**Objetivos generales**: f), g), p), r), u)	
Este resultado de aprendizaje se alcanza superando los criterios de evaluación con una calificación de 5 puntos.			

RA 2. 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 (20%)

Criterios de evaluación	UNIDADES	% sobre el total MP.	Actividad/Instrumentos evaluación..
a) Se ha determinado el número de encuestadores necesarios para realizar el trabajo de campo de un determinado estudio comercial.	2	3	Rúbricas (para desempeño y competencias transversales) Portafolios de evidencias o aprendizaje Diarios de Aprendizaje Escalas de Observación / Listas de Cotejo Cuestionarios o Encuestas a la asociación beneficiaria Coevaluación entre compañeros Presentación y defensa del producto final (Solución al Reto/Servicio)
b) Se han descrito los puestos de trabajo del personal de campo, definiendo las tareas y funciones que tienen que desarrollar los encuestadores/entrevistadores.	2	3	
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.	2	3	
d) Se han determinado las acciones para el reclutamiento de los candidatos a encuestadores/entrevistadores.	2	3	
e) Se han establecido los criterios de selección, el procedimiento y los instrumentos que hay que utilizar para seleccionar al personal de campo.	2	3	
f) Se ha creado una base de datos con la información de los candidatos preseleccionados, asegurando su confidencialidad y disposición para otros estudios comerciales.	2	3	
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.	2	3	

Contenidos del RA 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, 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.	
Evaluación: 1ª	**Objetivos generales**: f), g), q), r), x)
Este resultado de aprendizaje se alcanza superando los criterios de evaluación con una calificación de 5 puntos.	

RA 3.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. (20%)

Criterios de evaluación	UNIDADES	% sobre el total MP.	Actividad/Instrumentos de evaluación.
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.	3	2,5%	Rúbricas (para desempeño y competencias transversales) Portafolios de evidencias o aprendizaje Diarios de Aprendizaje Escalas de Observación / Listas de Cotejo Cuestionarios o Encuestas a la asociación beneficiaria Coevaluación entre compañeros Presentación y defensa del producto final (Solución al Reto/Servicio)
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.	3	2,5%	
c) Se han determinado los medios y recursos necesarios para la formación del equipo de encuestadores/entrevistadores, de acuerdo con los objetivos formativos establecidos.	3	2,5%	
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.	3	2,5%	
e)Se ha programado la formación de los encuestadores, tanto teórica como de campo, aplicando técnicas de organización del trabajo y programación de tareas.	3	2,5%	
f) Se ha determinado la metodología didáctica aplicable, adecuándola a las	3	2,5%	

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.	3	2,5%	
h) Se ha evaluado el plan de formación de los encuestadores, valorando la adquisición de conocimientos y competencias que determinan su capacitación y profesionalización.	3	2,5%	
Contenidos del RA 3: Definición de planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de un equipo de encuestadores: - Determinación de las necesidades de formación del equipo de campo. - Objetivos y métodos de formación en equipos comerciales. - Planes de formación inicial de los encuestadores. - Programas de formación continua, perfeccionamiento y actualización de equipos de trabajo de campo. - Formación teórico-práctica y formación sobre el terreno de los encuestadores. - Evaluación de planes de formación.			
Evaluación: 2ª	**Objetivos generales**: f), g), o), r)		
Este resultado de aprendizaje se alcanza superando los criterios de evaluación con una calificación de 5 puntos.			

RA 4. Establece un sistema de motivación y remuneración del equipo de encuestadores/entrevistadores, que facilite el cumplimiento del plan de investigación. (20%)

Criterios de evaluación	UNIDADES	% sobre el total MP.	Actividad/Instrumentos de evaluación.
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.	4	2,5 %	Rúbricas (para desempeño y competencias transversales) Portafolios de evidencias o aprendizaje Diarios de Aprendizaje Escalas de Observación / Listas de Cotejo Cuestionarios o Encuestas a la asociación beneficiaria Coevaluación entre compañeros Presentación y defensa del producto final (Solución al Reto/Servicio)
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.	4	2,5 %	
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.	4	2,5 %	
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.	4	2,5 %	
e) Se han determinado los principales aspectos y elementos de motivación y satisfacción en el trabajo de un equipo de encuestadores/entrevistadores.	4	2,5 %	
f) Se han establecido los incentivos económicos para el personal de campo en función de parámetros de rendimiento y productividad prefijados, conocidos y evaluables.	4	2,5 %	
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.	4	2,5 %	
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.	4	2,5 %	

Contenidos del RA 4:

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

- Estilos de mando y liderazgo.
- Dinamización y liderazgo del equipo de encuestadores.
- Técnicas de dinámica y dirección de grupos.
- Motivación del equipo de trabajo de campo.
- Elementos de motivación y satisfacción en el trabajo.
- 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.

Evaluación: 3ª	**Objetivos generales**: g), o), p), q), r), s), v), x)
Este resultado de aprendizaje se alcanza superando los criterios de evaluación con una calificación de 5 puntos	

RA 5. 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. (10%)

Criterios de evaluación	UNIDADES	% sobre el total MP.	Actividad/Instrumentos de evaluación.
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.	5	2%	Formación Dual: Participa en la recogida de datos útiles para una investigación y en su interpretación
b) Se ha repetido reiteradamente el cuestionario hasta familiarizarse con su contenido, identificando las dudas y buscando soluciones con el material de apoyo.	5	2%	
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).	5	1%	
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.	5	1%	
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.	5	1%	
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	5	1%	

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.	5	1%	
h) Se han elaborado informes con la información derivada de las incidencias, reclamaciones y resoluciones adoptadas, utilizando aplicaciones informáticas.	5	1%	

Contenidos del RA 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.
- 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
- 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.

Evaluación: 3ª	**Objetivos generales**: f),g), r), s), x)

Este resultado de aprendizaje se alcanza superando los criterios de evaluación con una calificación de 5 puntos.

RA 6: 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. (10%)

Criterios de evaluación	UNIDADES	% sobre el total MP.	Actividad/Instrumentos de evaluación.
a) Se comprueba la cumplimentación completa de los cuestionarios, identificando los aspectos no cumplimentados y proponiendo medidas correctoras para su validación.	6	2%	Formación Dual: Limpia y depura datos recogidos previamente, utilizando bases de datos o programas informáticos específicos. Identifica errores y valora la calidad de los datos.
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.	6	2%	
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.	6	1%	
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.	6	1%	
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.	6	1%	
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.	6	1%	

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.	6	1%	
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.	6	1%	

Contenidos del RA 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.
- Verificación de cuestionarios: edición, registro, codificación y transferencia de datos.
- Medidas para la corrección y validación de los cuestionarios.
- 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.
- Elaboración de informes de control del trabajo de campo, recogiendo la evaluación de los objetivos y los errores detectados y utilizando las aplicaciones informáticas.

Evaluación: 3ª	**Objetivos generales**: f), g), p), q), r), s), v), x),

Este resultado de aprendizaje se alcanza superando los criterios de evaluación con una calificación de 5 puntos.

(*) Para ver la relación de actividades se pueden consultar en el programa formativo.

Actividades, técnicas e instrumentos de evaluación que van a ser usados por el departamento de comercio y marketing.

En las tablas se desarrollan los que van a ser usados por el docente en el módulo.

Actividad de evaluación	**Técnicas de evaluación**	**Instrumentos de evaluación**
Prueba escrita	Escrita	Plantilla corrección
Caso práctico	Ejecución práctica	Rúbricas
Exposición oral	Observación	Guía de Evaluación
Trabajo	Ejecución oral	Observación
Examen	Escrita	Solucionario

MEDIOS	**Escritos** Ensayo Examen Foro virtual Carpeta o dossier Memoria Carpeta colaborativa Monografía Control (examen) Informe Cuaderno de campo Diario reflexivo diario de clase Cuestionario Estudio de casos Portafolio Poster Proyecto Prueba objetiva Recensión Test de diagnóstico Trabajo escrito	**Orales** Exposición Discusión grupal Mesa redonda Pregunta de clase Debate Ponencia Presentación oral Comunicación Cuestionario oral	**Prácticos** Práctica supervisada Demostración, actuación o representación Role-playing
TÉCNICAS	**El estudiante NO interviene** • Análisis documental y de producciones: revisión trabajos individuales y grupales	**El estudiante participa** • Evaluación compartida o colaborativa (entrevista entre profesor y estudiantes)	

	• Observación: directa del estudiante y del grupo, sistemática, análisis de grabación de audio o video.	• Autoevaluación (autorreflexión y/o el análisis documental). • Evaluación entre pares (análisis documental y/o la observación).
Instrumentos	Diario del profesor Escala de comprobación Escala de diferencial semántico Escala verbal o numérica Escala descriptiva o rúbrica Escala de estimación Ficha de observación Lista de control Matrices de decisión Fichas de seguimiento individual o grupal Fichas de autoevaluación Fichas de evaluación entre iguales Informe de expertos Informe de autoevaluación	

4.2. Ponderación de los resultados de aprendizaje.

RESULTADO DE APRENDIZAJE	Porcentaje sobre el total del módulo	¿Obligatorio superarlo?	HORAS PREVISTAS	FORMACIÓN (*)
R1.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.	20%	SI	21	PFI
R2. 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.	20%	SI	21	PFI
R3. 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.	20%	SI	21	PFI
R4. Establece un sistema de motivación y remuneración del equipo de encuestadores/entrevistadores, que facilite el cumplimiento del plan de investigación.	20%	SI	21	PFI
R5. 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.	10%	NO	11	PFPD
R6. Establece el sistema de evaluación y control del trabajo de campo y el desempeño de los miembros del equipo, aplicando técnicas de	10%	NO	10	PFPD

supervisión y control para asegurar la calidad del proceso.				
TOTALES	100%		105	

Leyenda:

PFI- Plan de Formación Inicial en el Centro.
PFPD- Plan de FP DUAL.
DC - Docencia en el Centro de Estudios.

4.3. Actividades refuerzo y mejora de las competencias para la mejora de la calificación y superación de los módulos pendientes de evaluación positiva.

En este apartado se recogen el procedimiento para aquellos alumnos/as que no hayan conseguido superar las competencias y resultados de aprendizaje para una evaluación positiva. Se elaborará un informe con los RRAA y las actividades no superadas y se entregará junto con el boletín de calificaciones a través de SÉNECA.

De acuerdo con el artículo 22 de la orden 18/09/2025, las actividades de refuerzo y mejora de las competencias permitirán al alumnado bien la superación de los módulos o del proyecto pendientes de evaluación positiva, bien la profundización de los aprendizajes y la mejora de la calificación obtenida en los módulos o proyecto superados.

TODOS LOS CICLOS: Las actividades se realizan entre la primera evaluación final y la segunda evaluación final.

Conforme a lo dispuesto en el artículo 24 de la orden 26/09/2025, las medidas de atención al alumnado cuya fase de formación en empresa u organismo equiparado se vea interrumpida o no realicen la FEOE, serán:

- Realización de una prueba teórico-práctica de los resultados de aprendizaje no alcanzados.
- Realización de las prácticas correspondientes.

Para aquellos alumnos/as que su formación en empresa no se hayan visto completadas se contemplan las siguientes actividades para completar su formación:

- Realización de una prueba teórico-práctica de los resultados de aprendizaje no alcanzados.
- Realización de las prácticas correspondientes.

Para aquellos alumnos/as que no alcance una evaluación positiva las actividades encaminadas a la mejora de las competencias son las siguientes:

- Realización de una prueba teórico-práctica de los resultados de aprendizaje no alcanzados.
- Realización de las prácticas correspondientes.

4.4. Instrumentos de evaluación destinados al alumnado que haya perdido el derecho a evaluación continua.

El porcentaje de faltas de asistencia, justificadas e injustificadas, que originan la **imposibilidad de aplicación de los instrumentos de evaluación ordinaria** se establece en el 20% del total de horas lectivas de todo el curso de la materia o módulo, según queda recogido en el Plan de Centro.

El número de horas al año para este módulo es de 105 horas, por lo que el alumnado perderá el derecho a evaluación continua con un número de faltas superior a 21 horas.

El alumnado que supere estos límites tendrá una evaluación alternativa según se explica en el siguiente apartado.

Para estos casos las competencias no superadas deberán ser evaluadas mediante la realización de una prueba teórico-práctica de los resultados de aprendizaje no alcanzados y la realización de las prácticas correspondientes.

5.Incorporación de los contenidos de carácter transversal al currículo.

Temas transversales que se abordarán serán:

- Primar la colaboración y el trabajo en equipo.
- La prevención y resolución pacífica de conflictos y valores que sustentan la democracia y los derechos humanos.
- Promover una sociedad libre, tolerante y justa que defienda los valores y principios de la libertad, el pluralismo, los derechos humanos y la legalidad.
- Defender la igualdad efectiva entre hombres y mujeres y la prevención de la violencia de género y de los valores inherentes al principio de igualdad de trato y no discriminación por cualquier condición o circunstancia personal o social.
- Fomentar el emprendimiento y la innovación.
- Respetar la normativa de Seguridad e Higiene en el trabajo.
- Respetar el medio ambiente.
- Promover el consumo responsable.
- Profundizar en el conocimiento de la Cultura Andaluza (artículo 40, Ley 17/2007 de Educación de Andalucía).

El día a día en la relación entre el alumnado, así como la realización de las actividades, tareas y trabajos, propiciarán situaciones susceptibles para formar al alumnado en los contenidos transversales. Por ejemplo, a la hora de realizar un trabajo en grupo se estará trabajando de forma general, la colaboración, el trabajo en equipo, la resolución de conflictos, la creatividad e innovación, la igualdad, la tolerancia y el respeto.

6.Medidas de atención a la diversidad y alumnado con N.E.A.E.

Tras la evaluación inicial y siguiendo las recomendaciones del departamento de Orientación, se implementarán algunas de las siguientes medidas propuestas, con el fin de atender a los diferentes ritmos de aprendizaje, se flexibilizarán determinadas entregas de actividades, y se realizará mayor hincapié en la organización y temporalización de aquel alumnado que presente dificultades tanto respecto a contenidos esenciales del módulo como a la carencia de habilidades tecnológicas.

En el artículo 3 de la orden 18/09/2025 se establece que:

g) La adecuación de las actividades formativas y de los procedimientos de evaluación cuando el ciclo formativo o curso de especialización vaya a ser cursado por alumnado que presente discapacidad o cualquier otra necesidad específica de apoyo educativo o formativo, conforme a lo establecido en el artículo 2.10 de esta orden.
h) La incorporación de ajustes razonables específicos para el alumnado con discapacidad o cualquier otra necesidad específica de apoyo educativo o formativo en relación con el acceso al currículo.

Para estos alumnos se determinan las siguientes medidas generales:

- Explicaciones alternativas de los contenidos.
- Flexibilización de los tiempos de entrega.
- Seguimiento más estrecho de la adquisición de competencias y supervisión constante de sus tareas.
- Adecuación de las actividades/pruebas si fuera necesario. Prever actividades de refuerzo colgadas en Moodle.
- Para los alumnos con mayor ritmo en esta modalidad online planificar actividades de ampliación

- Tipos de actividades y tareas
  - Aprendizaje basado en proyectos
  - Metodologías didácticas basadas en el trabajo cooperativo en grupos heterogéneos.
  - Actividades de refuerzo educativo diferentes a las del resto.
  - Proporcionar al alumno/a las mismas actividades que al resto, pero adaptadas (simplificar enunciados).

- Formas de acceso a la información.
  - (Se corresponde con la Metodología DUA, recogida en la normativa de aplicación)
  - Se proporcionará la información al alumno/a atendiendo al canal de procesamiento preferente (visual, auditivo...). Esto se puede concretar en lo siguiente:
    - Utilización de "apoyo visual" para complementar las explicaciones y facilitar la compresión (imágenes, esquemas, mapas conceptuales, pictogramas, organizadores de contenido...)
    - Incorporación en Moodle de pequeños audios de voz que resumen lo explicado en clase para permitir al alumno/a su reproducción en casa.
    - Incorporación en Moodle de videos que ayuden a clarificar los conceptos trabajados

- Recursos didácticos
  - Facilitar al alumno/a un glosario de términos de la unidad didáctica
  - Libro de texto
  - Cuadernos de atención a la diversidad
  - Cuadernos de refuerzo o material específico
  - Aquellas medidas recogidas como “formas de acceso a la información” en el apartado anterior (apoyo visual, vídeos y/o audios en Moodle....)
  - Agrupamientos, distribución de espacios y tiempos.
  - Tutoría entre iguales: seguimiento y apoyo por parte de un compañero/a competente.
  - Más tiempo para la realización de las tareas
  - Más tiempo para la realización de las pruebas

- Instrumentos de evaluación.
  - Seguimiento a través de Moodle.
  - Valoración de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes realizados por el alumno/a.
  - Presentación de los enunciados de forma gráfica o en imágenes, además del texto escrito, para facilitar la comprensión.
  - Selección de aspectos relevantes y esenciales del contenido que se pretende que el alumno/a aprenda. Realización de una prueba con lo

básico, pero sin modificar criterios de evaluación, competencias y/o resultados de aprendizaje.
- Sustitución de una prueba escrita por una oral.
- Segmentación de la prueba en dos o varias partes, realizando cada parte en días diferentes.

7.Actividades complementarias y extraescolares relacionadas con este módulo.

Se realizarán las actividades complementarias y extraescolares programadas y aprobadas por el Departamento. Se deja abierta la posibilidad de programar cualquier actividad, que surja relacionada con los objetivos y contenidos del módulo, en el transcurso del curso y se considere de importancia para el aprendizaje y formación del alumnado.

8.Autoevaluación.

En cuanto a la evaluación del proceso de enseñanza, el Decreto 436/2008 de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional Inicial que forma parte del sistema educativo, en su capítulo CI, Evaluación y titulación, establece que: “El profesorado tendrá la obligación de evaluar tanto los aprendizajes del alumnado como los procesos de enseñanza y su propia práctica docente”.

Por ello, se ve necesaria la realización de una evaluación trimestral en la que se recoja la diferencia entre la previsión y la impartición de las unidades de trabajo con el objetivo de realizar los ajustes necesarios en cuanto a la programación y a la metodología.

Por otro lado, además de la observación continua, se realizará una encuesta al alumnado con el objetivo de poner en marcha, en caso de considerarse necesario, medidas que mejoren mi labor como docente y beneficien, por tanto, el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado.