

	UNIDADES	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1 E V A L U A C I Ó N	UD.1	RA1	<p>Planificación del trabajo de campo de una investigación comercial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración del plan de trabajo de campo en una investigación de mercados. <ul style="list-style-type: none"> - Fases del trabajo de campo en un estudio comercial. Guía ESOMAR. - Técnica de dirección por objetivos. Determinación de los objetivos, responsabilidades, competencias personales, plazos, motivación, apoyo técnico-emocional y toma de decisiones. - 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 entre otros). - Planificación temporal. Cronograma y aplicaciones informáticas de gestión de tareas. - Aplicación de técnicas de comunicación, presentación y reuniones de equipo para la presentación del plan de trabajo de campo. • Programación del trabajo de campo. <ul style="list-style-type: none"> - Asignación de objetivos individuales y colectivos al equipo de trabajo de campo. Responsabilidad compartida y transparencia en la gestión. - Elaboración del cuaderno de campo de los encuestadores. Objetivos, número y duración de entrevistas. - 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 Determinación de las características del personal de campo y criterios de selección de los encuestadores: • Fases del proceso de selección del personal de campo. 	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>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.</p> <p>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</p>

			<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de las necesidades. Características, habilidades y conocimientos que se exigen a los encuestadores. - Descripción del puesto de trabajo de encuestador/entrevistador. Tareas, competencias y funciones entre otros. - Descripción del perfil profesional del encuestador/entrevistador. El profesiograma. - Previsión de efectivos para el trabajo de campo. Determinación del número de encuestadores / entrevistadores necesarios para una investigación comercial. - Captación y selección de un equipo de encuestadores/entrevistadores. Fuentes de reclutamiento, preselección, contratación, incorporación y seguimiento. Pruebas, criterios, procedimientos e instrumentos para la selección del personal de campo. <ul style="list-style-type: none"> • Aplicaciones informáticas de bases de datos para la gestión de la información de los candidatos preseleccionados. Aspectos legales de la confidencialidad de la información. 	<p>acuerdo con la normativa laboral y de prevención de riesgos en el trabajo.</p> <p>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.</p>
UD.2	RA5	<p>Interpretación del cuestionario e instrucciones para la realización de la encuesta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El cuestionario. <ul style="list-style-type: none"> - Tipos de cuestionarios. - Partes y elementos del cuestionario. - Metodología para el diseño del cuestionario. Tipos de preguntas. - El pretest del cuestionario. Identificación y corrección de errores y dudas. - Instrucciones para realización de la encuesta. Material de apoyo. • Métodos de encuesta. <ul style="list-style-type: none"> - La encuesta personal. En soporte papel (PAPI) y 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). 	<p>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.</p> <p>b) Se ha repetido reiteradamente el cuestionario hasta familiarizarse con su contenido, identificando las dudas y buscando soluciones con el material de apoyo.</p> <p>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).</p> <p>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.</p>	

			<ul style="list-style-type: none"> - La encuesta postal. Peculiaridades. Carta de presentación. • Criterios para la localización, contacto y selección de los entrevistados según el método de encuesta. • Entorno de la entrevista. Guía de la entrevista y argumentario de la investigación. Cuaderno de trabajo de campo. Fases del proceso, simulación y desarrollo de una entrevista, identificación de sesgos. • Normativa legal y la encuesta. <ul style="list-style-type: none"> - Derechos y deberes de los encuestados. - Códigos éticos en la obtención de datos por encuesta. Código ESOMAR y otros. Comportamiento y actitud del encuestador/entrevistador. • Incidencias y reclamaciones surgidas en el transcurso de la encuesta. Tipología. <ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de resolución de reclamaciones y quejas en la encuesta. - Solución de problemas en el trabajo de campo rechazos y ausencias. • Aplicaciones informáticas para la elaboración del cuestionario y la grabación de sus respuestas. Elaboración de informes de incidencias, reclamaciones y resoluciones adoptadas. 	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>h) Se han elaborado informes con la información derivada de las incidencias, reclamaciones y resoluciones adoptadas, utilizando aplicaciones informáticas.</p>
	UD.3	RA6	<p>Sistema de evaluación del trabajo de campo y desempeño de los miembros del equipo de trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Criterios y técnicas de supervisión y control del trabajo de campo. Control personal a la entrega, mediante nueva entrevista y contacto telefónico entre otros. • Verificación de cuestionarios, edición, registro, codificación y transferencia de datos. • Medidas para la corrección y validación de los cuestionarios. Verificación de la cumplimentación. Propuestas de mejora y subsanación de errores. • Evaluación de la calidad del trabajo y desempeño de los encuestadores. <ul style="list-style-type: none"> - Ratios de control. Cuotas de respuesta, encuestas realizadas, entre otros. 	<p>a) Se ha comprobado la cumplimentación completa de los cuestionarios, identificando los aspectos no cumplimentados y proponiendo medidas correctoras para su validación.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>

			<ul style="list-style-type: none"> - Desviaciones detectadas y medidas correctoras. Motivación del equipo y retribuciones en función de los resultados. • Sistemas de control de verificación del perfil de los encuestados y representatividad de la muestra. • Elaboración de informes de seguimiento y control del trabajo de campo, recogiendo la evaluación de los objetivos y los errores detectados, utilizando las aplicaciones informáticas e incluyendo gráficos y tablas. • Informes de evaluación y control de la actividad de los encuestadores. Objetivos alcanzados y errores detectados. Recomendaciones y sugerencias. Tipología y estructura según la guía ESOMAR. 	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
2 E V A L U A C I Ó N	UD.4	RA2	<p>Determinación de las características del personal de campo y criterios de selección de los encuestadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fases del proceso de selección del personal de campo. <ul style="list-style-type: none"> - Análisis de las necesidades. Características, habilidades y conocimientos que se exigen a los encuestadores. - Descripción del puesto de trabajo de encuestador/entrevistador. Tareas, competencias y funciones entre otros. - Descripción del perfil profesional del encuestador/entrevistador. El profesiograma. - Previsión de efectivos para el trabajo de campo. Determinación del número de encuestadores / 	<p>a) Se ha determinado el número de encuestadores necesarios para realizar el trabajo de campo de un determinado estudio comercial.</p> <p>b) Se han analizado y descrito los puestos de trabajo del personal de campo, definiendo las tareas y funciones que tienen que desarrollar los encuestadores/entrevistadores.</p> <p>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.</p> <p>d) Se han determinado las acciones para el reclutamiento de los candidatos a encuestadores/entrevistadores.</p>

			<p>entrevistadores necesarios para una investigación comercial.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Captación y selección de un equipo de encuestadores/entrevistadores. Fuentes de reclutamiento, preselección, contratación, incorporación y seguimiento. Pruebas, criterios, procedimientos e instrumentos para la selección del personal de campo. <ul style="list-style-type: none"> • Aplicaciones informáticas de bases de datos para la gestión de la información de los candidatos preseleccionados. Aspectos legales de la confidencialidad de la información. 	<p>e) Se han establecido los criterios de selección, el procedimiento y los instrumentos que hay que utilizar para seleccionar al personal de campo.</p> <p>f) Se ha creado una base de datos con la información de los candidatos preseleccionados, asegurando su confidencialidad y disposición para otros estudios comerciales.</p> <p>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.</p>
UD.5	RA3	<p>Definición de planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de un equipo de encuestadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinación de las necesidades de formación del equipo de campo. Individuales y colectivas. • Métodos de formación en equipos comerciales. En función de los métodos de recogida de datos, el tipo de cuestionario, los requerimientos del trabajo que hay que realizar y el presupuesto disponible. • Planes de formación. Definición y objetivos. Tipología. <ul style="list-style-type: none"> - Planes de formación inicial de los encuestadores. Objetivos, contenidos, duración, metodología didáctica, docentes y recursos. - Programas de formación continua, perfeccionamiento y actualización de equipos de trabajo de campo. Objetivos, contenidos, duración, metodología didáctica, docentes y recursos. 	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>c) Se han determinado los medios y recursos necesarios para la formación del equipo de encuestadores/entrevistadores, de acuerdo con los objetivos formativos establecidos.</p> <p>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.</p> <p>e) Se ha programado la formación de los encuestadores, tanto teórica como de campo, aplicando técnicas de organización del trabajo y programación de tareas.</p>	

		<ul style="list-style-type: none"> - Formación teórico-práctica y formación sobre el terreno de los encuestadores. Aplicación de técnicas de organización del trabajo y programación de tareas. - Evaluación de planes de formación. Indicadores de eficacia y eficiencia en capacitación y profesionalidad. 	<p>f) Se ha determinado la metodología didáctica aplicable, adecuándola a las características del equipo, las necesidades formativas detectadas y los objetivos establecidos.</p> <p>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.</p> <p>h) Se ha evaluado el plan de formación de los encuestadores, valorando la adquisición de conocimientos y competencias que determinan su capacitación y profesionalización.</p>
UD.6	RA4	<p>Sistemas de motivación y remuneración del equipo de trabajo de campo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proceso de socialización, transmisión de los valores y comportamientos propios de la empresa. • Motivación del equipo de trabajo de campo. <ul style="list-style-type: none"> - Definición de la motivación y tipología. - Teorías de la motivación. Maslow y Herzberg. Empowerment. - Elementos de motivación y satisfacción en el trabajo. • Liderazgo del equipo de trabajo de campo. <ul style="list-style-type: none"> - Estilos de mando y liderazgo. Teorías de liderazgo. - Técnicas de dinámica y dirección de grupos. Dirección por instrucciones, por objetivos, por valores, y el mentoring entre otros. - Dinamización y liderazgo del equipo de encuestadores. Competencias profesionales y personales del responsable del equipo. Análisis de los roles de los miembros del equipo. - Métodos de decisión en grupo. - 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. • Sistemas de retribución del equipo de encuestadores/entrevistadores. Objetivos, características y tipología. 	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>e) Se han determinado los principales aspectos y elementos de motivación y satisfacción en el trabajo de un equipo de encuestadores/entrevistadores.</p> <p>f) Se han establecido los incentivos económicos para el personal de campo en función de parámetros de rendimiento y productividad prefijados, conocidos y evaluables.</p>

				<ul style="list-style-type: none">- Instrumentos de remuneración. Incentivos económicos y no económicos. Remuneración por rendimiento y productividad.- Mejora de las condiciones y promoción interna.- Formación y promoción profesional.	<p>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.</p> <p>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.</p>
--	--	--	--	--	--

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Procedemos ponderando cada criterio de evaluación en función de su mayor o menor contribución a alcanzar el resultado de aprendizaje, de forma que, para cada parcial, el total de ponderaciones sume el máximo a calificar, esto es el 100%.

Calcularemos la calificación multiplicando la nota obtenida a través de cada uno de los **instrumentos de evaluación** que hayamos utilizado en cada unidad de trabajo por la ponderación que le otorguemos a cada uno de los **criterios de evaluación** con el que esté asociado.

La **calificación** del módulo se obtendrá multiplicando la calificación de cada resultado de aprendizaje por su ponderación correspondiente. Para la calificación de pruebas y actividades se tendrán en cuenta las siguientes consideraciones:

Insuficiente (1, 2, 3, 4)

Cuestiones no realizadas.

Incomprensión de conceptos básicos.

Estrategias erróneas.

Suficiente (5)

Contenido correcto pero superficial.

Estrategias y planteamientos incompletos.

Bien (6)

Profundización parcial en el tema.

Plan parcialmente correcto.

Notable (7 y 8)

Demostración de conocimiento.

Planteamiento correcto.

Error de transcripción, error de cálculo, respuesta parcial sin concluir el problema.

Sobresaliente (9 y 10)

Respuestas correctas, profundas, claras y específicas.

Comprensión total del problema.

El plan conduce a la solución.

Se considerarán aptos los alumnos con calificaciones iguales o superiores a cinco puntos en cada uno de los criterios de evaluación.

PROCEDIMIENTOS DE RECUPERACIÓN

El alumno/a que no haya alcanzado al menos un cinco sobre diez en la calificación de cada resultado de aprendizaje llevará a cabo una recuperación de los mismos que consistirá en la repetición de una prueba similar, como en la realización de trabajos y actividades que refuercen los contenidos objeto de nueva evaluación que no hayan sido aún superados. Este aspecto será determinado por el/la docente en función de cada situación comunicándose al alumno con la mayor brevedad posible una vez quede determinado el modo de recuperación, siendo la convocatoria oficial para quienes así lo necesiten, en junio.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

⇒ **Observación:** comportamientos, valores, actitudes, nivel de integración.

⇒ **Análisis de las realizaciones del alumnado:** ejercicios, trabajos individuales, trabajos en equipo. Durante el curso, el alumno realizará varios proyectos en grupo a la vez que irá llevando a cabo actividades individuales durante las unidades y al finalizar cada una de ellas.

⇒ **Análisis de las exposiciones:** Los trabajos realizados conllevan una puesta en común con el resto de compañeros.

⇒ **Pruebas específicas** escritas, orales, en grupo. Cada Bloque de contenidos irá asociado a una prueba en la que el alumno resolverá cuestiones teóricas y prácticas.

⇒ **Comportamiento:** análisis de asistencia y puntualidad, trato con el resto de compañeros, participación en las actividades grupales. Cuestionarios de desempeño en trabajos grupales.

Durante el curso el alumno debe asumir un **compromiso de honestidad** y se compromete a no llevar a cabo acciones que puedan mejorar de forma deshonesto los resultados de su evaluación, ni mejorar o perjudicar las puntuaciones de otros estudiantes. Si así lo hiciera el alumno suspendería la evaluación del módulo teniendo que acudir a la convocatoria ordinaria para superarlo.