

	PROGRAMACIÓN			CURSO	2025-2026
	Departamento	Comercio y marketing			
	Ciclo	Marketing y publicidad			
	Grupo	2COM304			
	Módulo	(1011) Trabajo de campo en la investigación comercial			
	Fecha:	01/10/2025	Versión:	COMPLETA	
				RESUMIDA	X
CÓDIGO	F-09-02	Versión 0	FECHA REVISIÓN: 01/07/2015		pág.: 1/11

Módulo: Trabajo de campo en la investigación comercial

Ciclo formativo: Grado Superior en Marketing y publicidad

Curso académico: 2025/2026

Nombre del docente: Ana María Domínguez Latorre



ÍNDICE

1. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DUALIZADO	3
2. CONTENIDOS DEL MÓDULO	3
3. TEMPORALIZACIÓN	5
5. LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO	11
6. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DEL MÓDULO	11

1. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DUALIZADO

El resultado de aprendizaje susceptible de ser adquirido en la formación en empresa u organismo equiparado es el siguiente:

Resultado de aprendizaje RA4: <i>Establece un sistema de motivación y remuneración del equipo de encuestadores/entrevistadores, que facilite el cumplimiento del plan de investigación.</i>
CRITERIOS 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.
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.

Este resultado será concretado para cada persona en formación, en función de la empresa o empresas donde vayan a realizar la formación.

2. CONTENIDOS DEL MÓDULO

Los contenidos impartidos en el centro por el docente, están asociados a cada resultado de aprendizaje, junto con sus criterios de evaluación.

UNIDAD 1. Nociones básicas del trabajo de campo en la investigación comercial

1. Sistemas de información de marketing e importancia del trabajo de campo en su estructura.
2. Elementos imprescindibles para el desarrollo del trabajo de campo de una investigación

UNIDAD 2. Instrumentos para la obtención de información en el desarrollo del trabajo de campo

1. Importancia de la información en el desarrollo de una investigación comercial.
2. Entrevista.
3. Dinámica de grupos.
4. Encuesta como mecanismo esencial para la obtención de información cuantitativa.
5. Cuestionario.

UNIDAD 3. Organización del proceso de trabajo de campo

1. Planificación previa a la elaboración del plan de trabajo de campo en una investigación comercial.
2. Programación del plan de trabajo de campo.
3. Proceso de muestreo. Tipologías.

UNIDAD 4. Configuración del equipo de campo. Selección, formación y perfeccionamiento del personal encuestador

1. Decisiones a tener en cuenta para la determinación de las personas que conformarán el equipo de campo.
2. Proceso de selección del equipo de campo de una investigación comercial.
3. Formación y perfeccionamiento del equipo de campo.
4. Métodos de formación para el perfeccionamiento del equipo de campo.
5. Evaluación de planes de formación del personal encuestador

UNIDAD 5. Evaluación del trabajo de campo y del nivel de desempeño del equipo de trabajo

1. Resolución de incidencias en el desarrollo del trabajo de campo.
2. Verificación, codificación y tabulación del cuestionario.
3. Criterios y técnicas de supervisión y control del trabajo de campo.
4. Informes para la evaluación y el control del trabajo de campo y de la actuación del equipo de encuestadores.

3. TEMPORALIZACIÓN

Atendiendo a la Orden ECD/843/2024, de 25 de julio, por la que se regulan aspectos organizativos del currículo y se establecen los currículos de determinados Ciclos Formativos de Formación Profesional de Grado Superior para la Comunidad Autónoma de Aragón, la temporalización es la siguiente:

EVALUACIÓN	UNIDAD DIDÁCTICA	HORAS
1ª EV	0. Presentación y evaluación inicial	3
	1.Nociones básicas del trabajo de campo en la investigación comercial	20
	2.Instrumentos para la obtención de información en el desarrollo del trabajo de campo	20
TOTAL 1ª EVALUACIÓN		43
2ª EV	3.Organización del proceso de trabajo de campo	22
	4. Configuración del equipo de campo. Selección, formación y perfeccionamiento del personal encuestador	22
TOTAL 2ª EVALUACIÓN		44
3ª EV	5. Evaluación del trabajo de campo y del nivel de desempeño del equipo de trabajo	7
TOTAL 3ª EVALUACIÓN		7
TOTAL		94

Duración del módulo profesional o proyecto

Duración curricular (horas)	133
Duración prevista para el curso actual (horas)	136
FEOE – Fecha de inicio prevista	9 marzo de 2026
FEOE – Fecha final prevista	29 de mayo de 2026
FEOE – N.º de horas que el alumnado está en la FEOE	42
Duración efectiva en el centro educativo (horas)	94

4. RELACIÓN DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS CON LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Seguendo la Orden de 8 de mayo de 2014, de la Consejera de Educación, Universidad, Cultura y Deporte, por la que se establece el currículo del título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad para la Comunidad Autónoma de Aragón, la relación de las unidades didácticas con los resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y sus pesos es la siguiente:

RESULTADO DE APRENDIZAJE (RA1)		% sobre total RA
<i>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</i>		20%
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	UD
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.	2%	3
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.	2%	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.	2%	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.	2%	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).de investigación, utilizando cronogramas y aplicaciones de gestión de tareas.	3%	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	3%	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 de las mismas, de acuerdo con la normativa laboral y de prevención de riesgos en el trabajo.	3%	3

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.	3%	3
RESULTADO DE APRENDIZAJE (RA2)		% sobre total RA
<i>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</i>		20%
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	UD
a) Se ha determinado el número de encuestadores necesarios para realizar el trabajo de campo de un determinado estudio comercial.	3%	4
b) Se han descrito los puestos de trabajo del personal de campo, definiendo las tareas y funciones que tienen que desarrollar los encuestadores/entrevistadores.	3%	1
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	3%	4
d) Se han determinado las acciones para el reclutamiento de los candidatos a encuestadores/entrevistadores.	2%	4
e) Se han establecido los criterios de selección, el procedimiento y los instrumentos que hay que utilizar para seleccionar al personal de campo	3%	4
f) Se ha creado una base de datos con la información de los candidatos preseleccionados, asegurando su confidencialidad y disposición para otros estudios comerciales.	3%	4
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	3%	4
RESULTADO DE APRENDIZAJE (RA3)		% sobre total RA
<i>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</i>		20%
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	UD
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.	2%	4
b) Se han fijado los objetivos del plan de formación de los encuestadores, en función de los objetivos de la	3%	4

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.	2%	4
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%	4
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%	4
f) Se ha determinado la metodología didáctica aplicable, adecuándola a las características del equipo, las necesidades formativas detectadas y los objetivos establecidos	3%	4
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.	2%	4
h) Se ha evaluado el plan de formación de los encuestadores, valorando la adquisición de conocimientos y competencias que determinan su capacitación y profesionalización.	2%	4
RESULTADO DE APRENDIZAJE (RA4) - DUALIZADO-		% sobre total RA
<i>Establece un sistema de motivación y remuneración del equipo de encuestadores/entrevistadores, que facilite el cumplimiento del plan de investigación.</i>		RA DUA
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	UD
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.	-	-
RESULTADO DE APRENDIZAJE (RA5)		% sobre total RA
<i>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.</i>		20%
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	UD
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.	3%	2
b) Se ha repetido reiteradamente el cuestionario hasta familiarizarse con su contenido, identificando las dudas y buscando soluciones con el material de apoyo	3%	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)	3%	3
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.	3%	2
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.	2%	5
f) Se ha establecido la actitud que hay que adoptar frente a	2%	

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.		5
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.	2%	5
h) Se han elaborado informes con la información derivada de las incidencias, reclamaciones y resoluciones adoptadas, utilizando aplicaciones informáticas.	2%	5
RESULTADO DE APRENDIZAJE (RA6)		% sobre total RA
<i>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</i>		20%
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	UD
a) Se comprobado la cumplimentación completa de los cuestionarios, identificando los aspectos no cumplimentados y proponiendo medidas correctoras para su validación	2%	5
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.	2%	5
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.	3%	5
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.	3%	5
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.	2%	5
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	3%	5
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.	3%	5

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.	2%	5
---	----	---

5. LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO

Los criterios de evaluación del módulo, son los determinados en el Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional, y quedan reflejados en el apartado 4 de la presente programación.

6. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DEL MÓDULO

La calificación del módulo será el resultado de ponderar las diferentes valoraciones de los criterios, obtenidas mediante los instrumentos de evaluación, por los porcentajes establecidos.

Cada criterio de evaluación se calificará a partir de estos instrumentos: casos prácticos, trabajos y pruebas escritas que están vinculados a las unidades didácticas. Utilizando en cada criterio dos de esos tres instrumentos y siendo su calificación del 50% de la nota cada uno.

El número de faltas de asistencia (excluidas las laborales) que determina la imposibilidad de realización de evaluación continua es del 15% de las 136 horas de duración del módulo (20 horas). Alcanzar esta cifra supone perder el derecho a la evaluación parcial, quedando pendiente de evaluar todos los criterios de evaluación en la primera convocatoria de evaluación final.