



INSTITUTO TÉCNICO  
DE ESTUDIOS  
PROFESIONALES

# FORMACIÓN PROFESIONAL A DISTANCIA

PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN EN EL INSTITUTO  
TÉCNICO DE ESTUDIOS PROFESIONALES -ITEP-

Autor:	Manuel Jesús Martín Serrano
Asignatura:	Proyecto de aplicación profesional e-learning Trabajo Fin de Máster
Máster:	Máster Universitario en Educación y TIC (e-learning)
Universidad:	Universidad Oberta de Catalunya (UOC)
Consultor:	Vicent Part Julio
Tutor:	Alfonso Martínez Balboa
Lugar y Fecha:	Madrid, enero 2017

# ÍNDICE

1. Resumen ejecutivo.....	6
2. Introducción.....	8
3. Contextualización .....	9
3.1. Señas de identidad .....	10
3.2. Necesidad formativa que se va a abordar .....	11
4. Justificación del proyecto.....	11
5. Objetivos del proyecto.....	13
6. Análisis de las necesidades.....	14
6.1. Descripción de los criterios y procedimientos de análisis.....	15
6.1.1. Herramientas .....	15
6.2. Descripción de la recogida de datos .....	16
6.1.2. Desarrollo de la recogida .....	16
6.3. Presentación de resultados .....	17
6.3.1. Entrevista con el director .....	17
6.3.2. Formulario alumnos FP a distancia .....	17
6.3.3. Formulario docentes .....	18
6.4. Conclusiones del análisis y puntos clave del proyecto.....	18
6.4.1. Análisis de las necesidades institucionales.....	18
6.4.2. Análisis de las necesidades formativas .....	18
6.4.3. Análisis de las necesidades tecnológicas.....	19
6.4.4. Análisis de las necesidades económicas.....	19
6.4.5. Análisis DAFO.....	20
6.4.6. Solución propuesta.....	20
6.4.7. Limitaciones del proyecto y estrategias .....	21
6.4.8. Conclusiones .....	23
7. Planificación .....	23
7.1. Introducción .....	23
7.2. Planificación .....	24
7.2.1. Modelo de diseño instruccional.....	24
7.3. Temporalización. Diagrama de Gantt. ....	26
7.4. Presupuesto .....	26
8. Diseño .....	27

8.1. Fundamentación teórica.....	27
8.1.1. Características .....	28
8.1.2. Modalidad. Porqué formación a distancia .....	29
8.2. Diseño tecnopedagógico.....	30
8.2.1. Regulación.....	30
8.2.2. Objetivos.....	30
8.2.3. Competencias.....	31
8.2.4. Metodología y estrategias didácticas .....	31
8.2.5. Actividades.....	34
8.2.6. Apartados, secuenciación y temporalización.....	36
8.2.7. Recursos .....	36
8.2.8. Rol docente/disciente .....	37
8.2.9. Diseño de la interacción.....	38
8.3. Diseño tecnológico.....	39
8.3.1. Entorno virtual de aprendizaje .....	39
8.3.2. Herramientas de interacción.....	40
8.3.3. Diseño de los materiales .....	40
8.4. Diseño de la evaluación .....	40
8.4.1. Objetivos de aprendizaje .....	41
8.4.2. Recursos de evaluación .....	41
9. Desarrollo .....	46
9.1. Datos de acceso.....	47
9.2. Informe de desarrollo .....	48
9.2.1. Acciones .....	48
9.2.2. Guía de usuario.....	49
9.2.3. Por unidades.....	51
9.3. Evaluación.....	53
9.3.1. Evaluación de las actividades .....	53
9.3.2. Evaluación del desarrollo .....	53
9.4. Viabilidad .....	53
10. Implementación.....	54
10.1. Propuesta de implementación y evaluación.....	55
10.1.1. Tabla de propuesta de implementación .....	55
10.1.2. Propuesta de evaluación .....	57

10.2 Descripción de implementación y evaluación .....	58
10.2.1. Implementación .....	58
10.2.2. Evaluación .....	61
10.2.3. Valoración Actividad 1 Identidad digital .....	62
10.3. Resultados de la evaluación de la implementación .....	62
10.3.1. Resultados generales .....	62
10.3.2. Desarrollo y evaluación docente .....	63
10.3.3. Desarrollo y evaluación alumnos .....	63
10.3.4. Valoración del personal implicado.....	64
10.4. Evaluación final del proyecto.....	65
10.4.1. Consecución de objetivos.....	65
10.4.3. Impacto para la organización .....	67
10.4.4. Propuestas de mejora .....	68
11. Conclusiones.....	69
12. Bibliografía .....	70
13. Tabla de ilustraciones .....	73
14. Anexos.....	74
I. Entrevista personal al director del ITEP .....	74
II. Formulario alumnos FP a distancia.....	77
III. Resultado formulario recogida de alumnos FP a distancia.....	78
IV. Formulario docentes.....	82
V. Resultado formulario recogida docentes FP a distancia .....	83
VI. Temporalización .....	86
VII. Diagrama de Gantt .....	87
VIII. Presupuesto .....	88
IX. Actividades .....	89
X. Ejemplo de feedback. Valoración de la Actividad 12. ....	120
XI. Plantilla valoración.....	121
XII Propuesta de erúbrica para la Actividad 1.....	123
XIII. Encuesta de evaluación del desarrollo.....	124
XIV. Formulario de valoración por el docente.....	126
XV. Formulario de valoración por el alumnado.....	129
XVI. Elementos valorativos Tema 1 .....	130
XVII. Resultados valoración con Kahoot! del Tema 1 .....	132

XVIII. Valoración de la Actividad 1. Identidad digital.....	133
XIX. Valoración del alumnado .....	134
XX. Herramientas para lograr las competencias.....	135
XXI. Principios para la formación en línea.....	136
XXII. Respuesta docente formulario implementación .....	137
XXIII. Oferta formativa del ITEP .....	138
XXIV. Apartados módulo Comercio Digital .....	139
XXV. Objetivos del aprendizaje .....	143
XXVI. Certificado de prácticas .....	144

## AGRADECIMIENTOS

A mi mujer, Mónica. Este proyecto, y todo el Máster, no podría haberlo llevado a cabo sin su empeño en que empezara y sin el incondicional apoyo y ayuda que me ha sostenido siempre. De ella aprendo todos los días, la admiro por su fortaleza, alegría e inteligencia. Soy lo que somos los dos juntos.

A nuestros hijos, Javi y Laura, por su paciencia y comprensión, por su apoyo y por su interés, por su alegría. Por ser nuestro mejor proyecto y del que estamos más orgullosos.

A Vicent, del que profesionalmente he aprendido muchas cosas, pero sobre todo él es el que me ha terminado de enseñar el significado completo de lo que debe ser un guía en el aprendizaje. Un ejemplo.

Al ITEP, y especialmente a Alfonso, que desde el primero momento se ha volcado en facilitarme todo lo necesario y me ha brindado la posibilidad de llevar a cabo este proyecto. Gracias por su entusiasmo y cordialidad.

# 1. RESUMEN EJECUTIVO

---

## ABSTRACT

Este proyecto se presenta como trabajo final del Master Universitario en Educación y TIC, especialidad de Docencia en Línea, impartido por la UOC.

Sirve de apoyo teórico/práctico al proceso que el ITEP ha iniciado para poner en marcha la Formación Profesional a distancia en todos los módulos que imparte en modalidad presencial. Se analiza la situación de partida, los objetivos pretendidos, la planificación acorde al centro, el diseño de la propuesta, los procesos docentes, las estrategias didácticas y las herramientas evaluativas más adecuadas. Todo se implementa a través de la plataforma y se ofrecen las conclusiones que lo hacen viable.

---

## PALABRAS CLAVE

Discentes, Formación Profesional a distancia, e-learning, plataformas de aprendizaje, inserción laboral.

---

## RESUMEN

La Formación Profesional es uno de los tipos de formación con mayores posibilidades de incorporación al mundo laboral en la actualidad. El Instituto Técnico de Estudios, ITEP, es un centro de formación con un amplio bagaje en el mundo de la FP presencial. La formación a distancia se está revelando como una opción cada vez con mayor auge y posibilidades para determinados perfiles de alumnos que buscan, o bien una incorporación a un puesto de trabajo o necesitan de una actualización de sus procesos laborales.

El presente documento trata de unir todos estos elementos en un proceso de implementación de un sistema que cubra las posibles necesidades que se han detectado después de que se halla llevado a cabo una primera experiencia en el ITEP con algunos módulos de la Formación Profesional a distancia. Se trata de seguir con la misma formación de calidad en FP pero que se pueda cubrir un perfil de alumnado al que antes no se llegaba.

A partir de esa finalidad genérica se fijaron los objetivos generales:

- Diseñar, coordinar y encauzar la implementación y lanzamiento de la modalidad de FP a distancia a través la plataforma Moodle del centro con el fin de consolidarla como una oferta asentada.
- Incrementar el uso de las tecnologías de la información y comunicación como instrumentos habituales de trabajo en todas las áreas de conocimiento ya que estas se hallan en la base de la transformación de nuestra sociedad y, por lo tanto, deben ocupar un lugar central en la formación

El desarrollo del proyecto se ha realizado siguiendo el modelo de diseño instruccional ADDIE (Análisis, Diseño, Desarrollo, Implementación y Evaluación)

Tomando esa primera experiencia del ITEP en la FP a distancia como referencia se analizan en la primera fase las necesidades que se necesitan cubrir. Necesidades en el contexto de la organización, del entorno, del contenido, alumnado y profesorado, de las necesidades formativas y de los recursos, tanto tecnológicos como económicos.

Una vez recogida la información de su análisis se ha concluido dos cuestiones importantes, por un lado que la mayor necesidad es la formación de los actuales docentes, impartiendo todos ellos

modalidad presencial y no estando familiarizados con la metodología de formación a distancia. La metodología más tradicional de la formación presencial sigue estando presente en todos sus procesos y herramientas utilizadas.

La otra conclusión es la total predisponibilidad del ITEP para, no solo solucionar esta cuestión, sino cualquier otra, y también para invertir y aprender en todo lo necesario con miras a ofrecer una FP a distancia con el sello de calidad del centro.

En la segunda fase, la de diseño, se parte de un diseño constructivista/conectivista como modelo pedagógico y se toma el módulo de Comercio Digital correspondiente al Ciclo Formativo de Grado Superior de Comercio Internacional como objeto de aplicación. La razón para la elección de este módulo es que cumple a la perfección las características formativas que queremos implantar en la FP a distancia, combinando los objetivos y destrezas propias de la Formación Profesional con el amplio abanico de herramientas y posibilidades que se ofrecen a los alumnos, a través de Internet, para el trabajo colaborativo.

En esta fase se establecen los objetivos, contenidos y competencias, la estructura, la metodología y estrategias didácticas, la temporalización, el presupuesto, la tipología de los recursos y actividades y el sistema de evaluación del aprendizaje.

Se introducen conceptos en el diseño como el de la gamificación y el de aprender haciendo, donde se le da una especial relevancia como columna vertebradora a las actividades de aprendizaje.

De igual forma se determina lo adecuado de la plataforma basada en Moodle que utiliza el ITEP, la cual favorece una metodología centrada en el alumno, capaz de dotar de las herramientas necesarias para un enfoque colaborativo y social del aprendizaje.

En la fase de desarrollo, dentro del módulo de Comercio Digital, se eligieron dos unidades de trabajo como unidades piloto, la Unidad 1. Internet y la Unidad 4. Elaboración de un plan de Marketing Digital, para mostrar el método de enseñanza y los medios didácticos que se van a utilizar.

Se trabajan especialmente lo referente a los métodos de comunicación dentro de la plataforma entre todos los actores del proceso de enseñanza/aprendizaje. Tanto de forma genérica en la plataforma como específica por unidades de aprendizaje. Se complementan las formas de dinamizar el aula virtual y elaborar los procesos de feedback que mantengan la motivación del alumno dentro de la plataforma. Igualmente se desarrollan los métodos adecuados de evaluación.

Todo ello se traslada y se adapta a la plataforma de aprendizaje, si bien es cierto que en un corto periodo de tiempo ésta va a mudar a Moodleroom de Blackboard.

La fase de implementación buscó desde el inicio servir de modelo para la puesta en funcionamiento de la FP a distancia en todos los módulos. Se explica tanto qué es lo que se pretendía hacer como qué es lo que en realidad se hizo. El primer paso fue la formación al profesorado y personal implicado. No se pudo llevar a cabo por las fechas y la implicación del personal docente en los exámenes de diciembre y solo se hizo con el docente que imparte Comercio Digital en la modalidad presencial. El segundo paso, la información al alumnado sí que se realizó con un resultado aceptable.

Los dos últimos pasos tuvieron que ver con el Tema 1 y la Actividad 1. Se les presentaron a los alumnos y al resto de personal implicado y tuvieron una muy buena acogida en cuanto a metodología, herramientas, diseño, actividades y métodos evaluativos. Se detectó, eso sí, una falta de habitualidad en el uso de herramientas tecnológicas por parte del alumnado, cuestión que se debe considerar en procesos futuros.

La fase de evaluación cierra el modelo ADDIE, se utilizaron diversas herramientas y con su resultado se debe poner de nuevo énfasis en que la viabilidad de su implantación está asegurada pero que hay

que trabajar sobre todo la motivación en los alumnos, creando un material, una metodología y unas actividades específicas para las plataformas virtuales de aprendizaje, que sean capaces de fomentar el trabajo social en el alumnado. En definitiva ir cambiando la mentalidad del proceso de enseñanza/aprendizaje.

Como valoración final se debe indicar que se han cumplido de forma positiva los objetivos previstos, tanto para el ITEP como para el autor del proyecto, ya que este proyecto abre un camino teórico y sobre todo práctico para que se pueda implantar de forma estructurada la FP a distancia en todos los módulos. El documento es un apoyo importante en el diseño futuro del trabajo del centro.

## 2. INTRODUCCIÓN

Desde hace unos años el [Instituto Técnico de Estudios Profesionales \(ITEP\)](#) se ha venido planteando, como institución privada, la posibilidad de ampliar su oferta con la formación a distancia. En 2016 se decide a dar el salto a esta modalidad después de valorar y sopesar por un lado el carácter empresarial de la institución, que encuentra la posibilidad de ampliar su alcance mercantil a alumnos a los que antes no podía llegar, y por otro su interés y motivación en que el tipo de formación ofrecido no sea meramente el considerado "tradicional", sin desdeñar en ningún caso su valor, sino que en su espíritu como entidad está el modernizarse y adaptarse a nuevos escenarios formativos. No se debe obviar el hecho de que en la formación presencial ya se estaba trabajando con las nuevas tecnologías (dispone de una plataforma en Moodle) y se ha intentado implantar metodologías adecuadas a los objetivos perseguidos.

Esta necesidad de ampliación a la formación profesional a distancia ha estado hilvanada por un asesoramiento externo, pero sostenida principalmente en la experiencia y capacidad del cuerpo docente y directivo ya existente en la institución. Esta experiencia en el mundo de la formación a distancia es quizá más reducida, de inicio, de lo que sería conveniente. El ofrecimiento que se le ha hecho de llevar a cabo las prácticas, precisamente en su vertiente virtual, ha sido, por tanto, agradablemente recogido, confiando en que pueda servir como soporte de óptimo lanzamiento, puliendo todo lo que de inicio sea necesario.

Es por tanto el principal objetivo de este proyecto el llevar a cabo, de forma real y tangible, un desarrollo global de formación a distancia dentro de la Formación Profesional reglada de Grado Superior en el Instituto Técnico de Estudios Empresariales.

El objetivo del Instituto es la implantación en toda su extensión de una nueva modalidad de Formación Profesional, a distancia, que cubra un perfil diferente de alumnado; la formación de su profesorado en este tipo de modalidad y la adaptación de los recursos y de los materiales necesarios.

La temática del proyecto girará en torno al diseño del modelo y su implantación y puesta en marcha.

El modelo de referencia escogido para el diseño instruccional es el modelo ADDIE. Es un modelo interactivo por fases. La inicial del nombre de cada fase componen el acrónimo: Análisis, Diseño, Desarrollo, Implementación y Evaluación.

Este proyecto se divide en tres partes, la primera contiene el resumen ejecutivo, la introducción, la contextualización, la justificación y los objetivos del proyecto. La segunda parte expone las diferentes fases citadas del modelo ADDIE, en las cuales se puede observar todo el desarrollo del trabajo. La tercera y última parte integra las conclusiones y la bibliografía.

### 3. CONTEXTUALIZACIÓN

El Instituto Técnico de Estudios Profesionales (ITEP) es un centro de estudios oficial fundado en Madrid en el año 1977 y desde entonces dedicado a la enseñanza, especializándose en Formación Profesional de Grado Medio y Superior. Ofrece igualmente una amplia oferta formativa en Certificados de Profesionalidad, idiomas y formación específica para empresas.



Centros



**Centro Madrid-Embajadores** ☎ 91 473 24 21  
C/ Martín de Vargas, 17 - 28005 Madrid

**Centro Madrid-Puente de Vallecas** ☎ 91 290 84 09  
C/ Francisco Iglesias, 17 - 28038 Madrid

**Centro San Sebastián de los Reyes** ☎ 91 473 24 21  
C/ Real, 97 - 28703 San Sebastián de los Reyes

**Centro Móstoles** ☎ 91 473 24 21

**Ilustración 1. Ubicación de los centros ITEP**

En la actualidad cuenta con cuatros centros en la Comunidad de Madrid, dos en Madrid capital, situados en las zonas de Embajadores y Puente de Vallecas, uno en San Sebastián de los Reyes y uno más en Móstoles. Las prácticas se realizarán en el centro de Puente de Vallecas.

Como se indica en su página web las razones tenidas en cuenta para su ubicación son:

- *"Debe estar cerca de estaciones de metro y RENFE-cercanías, así como de paradas de autobuses. La excelente comunicación de los centros es imprescindible para que tus desplazamientos sean lo más cómodos posibles.*
- *Tiene que contar con los medios didácticos y equipamientos más adecuados para conseguir que tu aprendizaje sea completo a la vez que entretenido, queremos que disfrutes durante tus estudios, que el viernes estés deseando que llegue el lunes.*

- *En el centro debe impartirse exclusivamente Formación Profesional, consideramos que es imprescindible esta especialización para poder contar con los mejores docentes, específicos para cada ciclo formativo.*
- *La capacidad máxima de cada aula o taller se establece en 20 alumnos, porque nuestro compromiso con darte una atención totalmente personalizada es absoluto.*
- *Los títulos que ofrecemos son oficiales, y se imparten con la autorización pertinente del Ministerio y de la Consejería de Educación en el caso de Formación Profesional y del Ministerio y de la Consejería de Empleo en el caso de Certificados de Profesionalidad (Formación Profesional para el Empleo)".*

En la misma página web  se pueden obtener todos los datos necesarios para el conocimiento de la institución

El ITEP tiene como objetivo mejorar o complementar el nivel de estudios de los alumnos y formarles dentro de una profesión para facilitar su acceso al mundo laboral.

Para ello conforman grupos con un máximo de 20 alumnos y cuenta con instalaciones y equipamientos novedosos y adaptados. Igualmente dispone de un profesorado que cuenta con una amplia experiencia docente y profesional.

Ellos han partido de su anterior y fructífera experiencia presencial y de una visión empresarial para lanzar esta formación profesional a distancia, pero carecen de un conocimiento profundo de dicha modalidad, con lo cual se antoja muy necesario el llevar a cabo una planificación detallada y exhaustiva de cómo conseguir los objetivos perseguidos.

El centro carece en la actualidad de un departamento específico para esta formación a distancia y de profesionales formados para llevarla a cabo. Por el contrario sí que es consciente de ello y tiene la mejor y total predisposición de subsanarlo. En esa línea han elaborado consultas a agentes externos que pudieran poner las líneas básicas para poder empezar de forma correcta con la primera incursión en esta modalidad formativa.

Su oferta formativa se encuentra en el [Anexo XXIII](#).

De igual forma, desde 2014, se convirtió en centro preparador de los exámenes PET Y FIRST de Cambridge, que actualmente equivalen, respectivamente, a los niveles B1 y B2 del Marco común europeo de referencia para las lenguas.

El Instituto dispone igualmente de una bolsa de empleo para ayudar a los alumnos y exalumnos a incorporarse al mercado laboral, la misma se gestiona a través de la Agencia de Colocación

Desde hace años también se lleva a cabo actividades de colaboración con las administraciones públicas y en la formación corporativa o para empresas, en este último caso impartiendo cursos de especialización y actualización de sus trabajadores, como sistema de reciclaje profesional o de cualificación de los mismos a través de Certificados de Profesionalidad o títulos de Formación Profesional. Debido a una competitividad cada vez mayor entre las empresas de los diferentes sectores socio-económicos, entendiéndose que la formación de sus trabajadores es una variable clave de éxito empresarial.

### 3.1. SEÑAS DE IDENTIDAD

#### EL CENTRO COMO INSTITUCIÓN EDUCATIVA

La misión del ITEP es la de convertirse en instrumento de cualificación e inserción laboral de calidad adecuándose a los cambios que experimenten las empresas del entorno en la actual sociedad global del conocimiento, con el fin de asegurar que las personas alcancen la excelencia en el desarrollo integral de sus competencias profesionales, satisfaciendo sus expectativas, aspiraciones, necesidades e intereses individuales.

La visión la institución es ofrecer acciones educativas adaptadas a las necesidades del momento y del entorno.

#### PERFIL EDUCATIVO

Se constata que los estudios de Formación Profesional tienen una importancia cada vez más relevante dentro del actual sistema educativo, y constituyen uno de los principales pilares propiciadores del progreso y bienestar.

La Formación Profesional es un servicio educativo de carácter esencial que se ofrece al ciudadano desde la formación básica a lo largo de toda su vida profesional como un proceso permanente.

En este sentido el ITEP surge como proyecto para dar respuesta a una necesidad concreta: formar a personas con las competencias que los distintos sectores sanitarios, sociales y de internacionalización empresarial demandan.

El reto con el que se enfrenta el centro es conseguir que la práctica docente tenga cada día mayor calidad para convertirse en un ejemplo de centro educativo moderno e innovador en el que se respondan las necesidades reales de los ciudadanos, por ello, el propósito actual es convertir al Instituto Técnico de Estudios Profesionales en un centro que ofrezca una Formación Profesional específica y adecuada a dichas necesidades.

## VALORES

La práctica educativa se apoya en una ética pedagógica y en el respeto a los principios constitucionales de libertad, justicia, igualdad y pluralismo político, concretándose en una gestión democrática.

Así mismo dicha práctica debe ser coherente con un conjunto de principios fundamentales que se recogen dentro de los valores de libertad, respeto y tolerancia a todos los miembros de la comunidad educativa, fomento de la autonomía y de la responsabilidad del alumnado, igualdad de oportunidades, equidad, participación, afán de superación y transparencia. Por otro lado el centro entiende que la función básica de la educación es la educación integral del alumnado, potenciando su madurez vocacional, personal y académica.

### 3.2. NECESIDAD FORMATIVA QUE SE VA A ABORDAR

Como se ha comentado anteriormente desde este curso, 2016-2017, el Instituto de Estudios Empresariales (ITEP) ha comenzado a impartir Formación Profesional de Grado Superior en su modalidad a distancia. Al ser el primer año es, obviamente, un año de experimentación y aprendizaje, aunque se cuente ya con el bagaje de la formación presencial.

Han partido de su anterior y fructífera experiencia presencial y de una visión empresarial para lanzar esta Formación Profesional a Distancia, pero carecen de un conocimiento profundo de dicha modalidad, con lo cual se antoja muy necesario el llevar a cabo una planificación detallada y exhaustiva de cómo conseguir los objetivos perseguidos.

Ha sido muy valorable el hecho de que el ITEP apueste por las nuevas tecnologías, dispongan de una plataforma propia en [Moodle](#) que en poco tiempo será sustituida por Moodleroom de Blackboard. Pero sobre todo sean conscientes de la necesidad de implantar las TIC en su sistema formativo, como mejora de éste y como valor diferencial en el mercado.

Como se indicaba el valor para el ITEP es, en la actualidad, capital. Por cuestiones de estrategia empresarial han puesto un alto empeño en que esta modalidad de Formación Profesional salga adelante, ya que consideran que uno de los campos con más posibilidades futuras es el de la formación a distancia.

Su objetivo es que la Formación Profesional a distancia suponga una estrategia diferencial añadida en el ámbito de la formación, lo que les permita crecer como centro educativo. Pero no quedarse solamente en eso, sino que, a su vez, la calidad de este tipo de formación pueda ser un referente desde el inicio. Igualmente esperan crecer en la información proporcionada por los alumnos para mejorar en años venideros.

## 4. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Hace ya algunos años que la Formación Profesional va teniendo una consideración en la opinión pública diferente a la etiquetada durante muchos años atrás. Sobre todo desde que se empiezan a publicar cifras en las que se resalta un incremento en el número de alumnos matriculados. La actual ley LOMCE indica que estudiar FP tiene como fin preparar al alumnado a la actividad en un campo profesional y permitir su progreso en el sistema educativo.

No es un sistema perfecto, ni que no requiera mejoras, pero ofrece amplias posibilidades y puede ser extraordinariamente útil en determinadas circunstancias. Entre las ventajas que puede aportar se puede señalar que:

- Ofrece salidas laborales. Tiene buenos resultados en cuanto a la inserción laboral, según algunas empresas de trabajo temporal algo más del 21% de las ofertas de empleo de tipo cualificado requieren títulos de FP.
- Ofrece una amplia variedad de titulaciones en sectores y ámbitos muy concretos con el añadido de ser una formación muy práctica y enteramente centrada en el puesto de trabajo que se busca cubrir.
- Tiene una etapa de prácticas. Para muchos alumnos es su primer contacto con el mundo laboral y un vehículo de entrada a otras posibilidades laborales.
- Tiene un amplio reconocimiento internacional. En un mundo cada vez más globalizado y dentro de un comercio común como es la Unión Europea, la FP es un tipo de formación que tiene una posición privilegiada para acceder a multitud de puestos de trabajo en el marco internacional.
- Se abren nuevas opciones, todavía en sus albores, pero con buenas perspectivas. Modalidades como la FP Dual o la FP a distancia ofrecen capacidad de ampliar la formación laboral o acceder a estudios más acorde con los intereses y objetivos del alumno.

Contextualizando en la Comunidad de Madrid, y según cifras del informe [Curso escolar 2015-2016: Datos y cifras](#) del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, el número de alumnos matriculado en el curso 2014-2015 en la FP ha sido de 79.748, de los cuales 1.364 lo hicieron en los ciclos formativos de grado medio a distancia y 2.049 lo hicieron en los ciclos formativos de grado superior a distancia. El total de alumnos matriculados a distancia en todas las comunidades autónomas, en el curso 2014-2015, fue de 21.297 en los ciclos medios, lo que supone un incremento del 9,2% y de 34.885 en los de grado superior, con un incremento del 5,6%.

Estas cifras, aparentemente bajas, alientan a pensar que existe todavía un amplio margen de mejora en cuanto a la matriculación de alumnos en la FP a distancia ya que desde el curso 2012-2013 se ha pasado de 28.231 alumnos en ciclos de formación a distancia a un total de 34.885 en el 2014-2015.

Un estudio completo de la información básica acerca de la FP en España se puede encontrar en la [Guía de la Formación Profesional 2016](#) de AULA.

El e-learning se presenta como una de las estrategias formativas que puede resolver muchos de los problemas educativos, que van desde el aislamiento geográfico del estudiante de los centros del saber hasta la necesidad de perfeccionamiento constante que nos introduce la sociedad del conocimiento, sin olvidarnos de las llamadas realizadas sobre el ahorro de dinero y de tiempo que supone, o la magia del mundo interactivo en que nos introduce (Cabero 2006).

Se pueden encontrar muchos [beneficios](#) en la formación profesional a distancia, incluso la propia UOC se ha embarcado en algunos proyectos, como la [Formación Profesional Jesuites UOC](#)

Por tanto facilitar el acceso a los estudios a personas que por cuestiones laborales, geográficas o personales no pueden realizarlos con facilidad es el objetivo de unir formación profesional y formación a distancia.

Dicho todo ello, el ITEP, en constante búsqueda de posibilidades, ha visto la posibilidad de ofrecer también una formación de calidad en este ámbito. Ampliar su valor como institución educativa y mejorar y aumentar su nivel académico, pedagógico y organizativo son horizontes fijados como objetivos en este proyecto.

Sí conviene tener en cuenta dos aspectos (García y Cabero, 2016), el primero que hay pocos estudios que analicen la formación profesional reglada en su modalidad de e-learning y el segundo que esta

modalidad se está revelando como de elevada importancia para la capacitación de las personas en los ámbitos de la formación profesional y la formación profesional para el empleo (Núñez, 2011; Fundación Apel, 20123; Díaz, Álvarez y Rodríguez, 2013; Vega, 2013).

Ahora bien, para asegurar la calidad de sus proyectos de educación a distancia, se debe contar con una propuesta elaborada. Esto implica el diseño de una metodología virtual que sustente los programas a distancia y que garantice resultados exitosos. La metodología virtual de programas y cursos virtuales depende del modelo pedagógico que más le convenga a la institución a cargo de estos programas (Meza, 2012).

El presente documento busca proponer un proyecto pedagógico integral que se ocupe de orientar en las actividades educativas para la puesta en marcha de la formación profesional a distancia, en especial las que se ocupan del diseño curricular, la elaboración de materiales didácticos, de los procesos de estudio y aprendizaje, de las labores de facilitación y apoyo, tanto de índole académica como de servicios, y de los procesos de evaluación del aprendizaje.

Es importante señalar que un modelo pedagógico para la formación profesional a distancia es un documento orientador que debe revisarse permanentemente, de manera que vaya evolucionando con la mejora de la institución, y con los avances científicos que vayan surgiendo.

El propósito, por tanto, será trabajar, entre otros, los siguientes aspectos: aspectos de la *difusión e información*, aspectos sobre el *diseño curricular* y la *programación*, aspectos sobre *cuerpo docente y administrativo* idóneo y formándolo, si es necesario, en la educación a distancia, aspectos relativos a los *materiales* apropiados correspondientes a la modalidad de la educación a distancia, aspectos relativos a la *metodología* que generará una dinámica de interacción entre todas las partes, aspectos relativos al sistema de evaluación, aspectos relacionados con una *infraestructura física y tecnológica* acorde con la modalidad y aspectos de *gestión y recursos*.

## 5. OBJETIVOS DEL PROYECTO

Primero: Diseñar, coordinar y encauzar la implementación y lanzamiento de la modalidad de FP a distancia a través la plataforma Moodle del centro con el fin de consolidarla como una oferta asentada.

Por cuestiones empresariales se ha debido poner en marcha durante este año. Siendo conscientes en el ITEP de esa premura no querían que este primer paso fuese en falso. Y sobre todo están dispuestos a poner todo de su parte para conseguir objetivos. Pero debido a esa consciencia del problema han resuelto que lo mejor es que el centro esté preparado, de forma integral para que se encauce en los sucesivos años.

Por tanto se busca impulsar la formación profesional a distancia de cara a la obtención de títulos oficiales, adoptando las medidas de accesibilidad necesarias para todas las personas, eliminando barreras al estudio y haciéndolo compatible con la vida laboral y familiar.

Ya que con la formación presencial tiene el ITEP cubierto un amplio sector formativo, *se pretendería ampliar ese sector y estaría fundamentalmente, aunque no de forma exclusiva, dirigido a personas mayores de 18 años, pertenecientes ,entre otros, a los siguientes colectivos:* personas empleadas, personas con discapacidad, personas sin posibilidad de movilidad geográfica, mujeres, inmigrantes, etc.

### Sus objetivos específicos

De forma más concreta se pretende:

- Analizar, diseñar e implementar las acciones formativas necesarias para que tanto el actual cuerpo docente de la institución como los que se pudieran incorporar sean capaces de llevar a cabo los objetivos propuestos de acuerdo a la metodología propuesta. Introducir al cuerpo docente en la filosofía de la formación a distancia.
- Planificar e implementar un modelo formativo diferente al de la presencial, dándole un mayor protagonismo al alumno en toda la acción formativa como centro del proceso enseñanza-aprendizaje.
- Ofrecer una oferta educativa que implique una propuesta diferenciadora, actualizada y de calidad con respecto a otros centros de estudios privados.
- Diseñar una nueva metodología, material didáctico, recursos educativos, equipo docente y plataforma tecnológica adecuada.

---

**SEGUNDO:** Incrementar el uso de las tecnologías de la información y comunicación como instrumentos habituales de trabajo en todas las áreas de conocimiento ya que estas se hallan en la base de la transformación de nuestra sociedad y, por lo tanto, deben ocupar un lugar central en la formación.

---

#### Sus objetivos específicos

De forma más concreta se pretende:

- Ampliar la cobertura del alumnado matriculado dando cobertura a perfiles hasta ahora poco interesados en la formación profesional a distancia a través de propuestas flexibles adaptadas a sus necesidades.
- Asegurar que el diseño de las actividades con TIC fomenta la motivación del alumno en la modalidad a distancia.
- Proporcionar un entorno de aprendizaje y recursos colaborativos.
- Implantar la costumbre del uso de las TIC en cualquier proceso de enseñanza-aprendizaje y del papel proactivo del alumno.

## 6. ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES

Se convierte en un punto fundamental en la puesta en marcha de cualquier programa formativo el llevar a cabo un análisis cuidadoso de las necesidades existentes. Su correcta realización proporcionará los datos necesarios que permitan el desarrollo y valoración de una adecuada planificación que asegure los objetivos buscados.

En este proceso de análisis siempre se deben tener en cuenta tres grandes apartados que proporcionaran gran parte de la información:

- Plan de análisis
  - Análisis del entorno, análisis de las necesidades institucionales.
  - Análisis del contenido, alumnado y profesorado. Análisis de las necesidades formativas.
  - Análisis de los recursos. Análisis de las necesidades tecnológicas y económicas
- Criterios y procedimiento de análisis. Instrumentos de recogida de información.
- Análisis de los datos recogidos.

## 6.1. DESCRIPCIÓN DE LOS CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE ANÁLISIS

En cuanto al **análisis del entorno** se busca conocer si existe previamente una planificación sistemática y organizada en la institución sobre el proceso de implantación de la Formación Profesional a distancia, incluyendo de forma concreta planes, metas y acciones, tanto a corto como a medio y largo plazo que se identifique con los objetivos de calidad buscados por el ITEP.

De igual manera se intentará observar el diseño instruccional que permitirá a la institución ofrecer las respuestas más adecuadas en el proceso formativo.

El análisis de **necesidades formativas** es un proceso mediante el cual se detectan y especifican las necesidades de formación tanto a nivel individual como organizativo. Ello supone la utilización de técnicas que permitan separar las voluntades de las necesidades reales y después clasificar cuáles de las necesidades descubiertas son realmente necesidades formativas. Gracias al análisis se identifican las acciones formativas a realizar, se priorizan, se temporizan, se define el enfoque de los contenidos, el perfil de los destinatarios y las metodologías más adecuadas.

Igualmente ofrece información válida y fiable que permite saber dónde se llevará a cabo la acción formativa y con qué apoyos se cuenta desde la organización para que se realice la formación.

El **análisis de los recursos** dará idea del diseño y funcionamiento de los recursos tecnopedagógicos, el hardware y el software existente y necesario para el proyecto, la plataforma, su concepción y posibilidades. Igualmente se debe analizar el coste del proyecto, la viabilidad económica, material y humana necesaria.

El resultado de todo ello debe conducir a decidir la manera de hacer viable el proyecto. Para ello se usará el análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) que ayudará a identificar los aspectos claves de la propuesta. A partir de su muestra se puede evaluar un diagnóstico y las estrategias adecuadas para potenciar o modificar lo que se crea conveniente a la hora de conseguir los objetivos propuestos.

### 6.1.1. HERRAMIENTAS

Se necesita la mayor variedad de datos para poder analizarlos, detectar las necesidades, proponer las actuaciones adecuadas y ofrecer la solución. Para obtener estos datos se siguen las siguientes líneas de recogida de datos.

- Análisis de la normativa: [Orden 1406/2015, de 18 de mayo](#), de la Consejería de Educación, Juventud y Deporte, por la que se regulan en la Comunidad de Madrid las enseñanzas de Formación Profesional en régimen a distancia.
- Entrevista inicial con el director del ITEP para exponer el proyecto.
- Proyecto educativo del centro.
- Programación general anual del ITEP.
- Entrevista con el director del ITEP Vallecas para definir las líneas maestras y la recogida de datos.

- Formulario de recogida de datos a alumnos de los ciclos formativos ya puestos en marcha dentro de la modalidad a distancia.
- Formulario de recogida de datos a docentes de los ciclos formativos de Formación Profesional a distancia y a algunos docentes de formación presencial que en un futuro se prevé que se incorporen a la modalidad a distancia.
- Análisis DAFO.

## 6.2. DESCRIPCIÓN DE LA RECOGIDA DE DATOS

A pesar de que la idea de planificación planeada originalmente no ha podido llevarse a cabo de la manera prevista, se han ido desarrollando las diferentes fases, que quedan recogidas en la tabla siguiente:

FASE DE ANÁLISIS	
Entrevista inicial	13 de julio 2016
Análisis de la normativa	10 de octubre de 2016
Entrevista director ITEP Vallecas	20 de octubre de 2016
Formulario alumnos FP a distancia	22-27 de octubre de 2016
Formulario docentes FP a distancia	22-28 de octubre de 2016
Proyecto educativo del centro	24 de octubre de 2016
Programación general anual ITEP	24 de octubre de 2016

### 6.1.2. DESARROLLO DE LA RECOGIDA

**I) Entrevista inicial con el director del ITEP.** Se realizó una entrevista de **carácter informal** para la presentación del proyecto al director del centro. En esta primera entrevista se mostró a la vez agradecido y muy interesado en que el proyecto se pudiera realizar en su centro, ya que, comentó, al haber puesto en funcionamiento la formación a distancia, podría aportar un amplio marco de colaboración positivo para ambas partes. La entrevista se realizó en el propio centro, donde se pudo ver *in situ* las instalaciones donde se desarrolla la formación presencial.

**II) Análisis de la normativa.** A través de la Orden 1406/2015, de 18 de mayo, de la Consejería de Educación, Juventud y Deporte.

**III) Entrevista director ITEP Vallecas.** Se repitió, en mayor profundidad una entrevista de nuevo de **carácter informal** con el director del ITEP de Vallecas, centro donde se realiza el proyecto. En esta ocasión se plantearon cuestiones generales respecto al funcionamiento en el centro de la FP a distancia, de los módulos ya en marcha, de la matriculación de alumnos en cada uno de ellos y de los sistemas de publicidad llevados a cabo. Igualmente se plantearon cuestiones generales respecto a los objetivos que el centro ha definido, las carencias que han detectado en este tiempo y los proyectos que tienen en mente respecto al crecimiento de esta modalidad formativa.

En el [Anexo I](#) se puede encontrar el desarrollo de la entrevista.

**IV) Formulario alumnos FP a distancia.** Ya hay puestos en funcionamiento diversos módulos, cuatro en concreto, de Formación Profesional a distancia. Estos formularios, *basados en el anonimato y de carácter breve*, permiten obtener sus valoraciones, fundamentales para tomar conciencia de la situación de partida. Igualmente se podrá conocer el perfil de dicho alumnado. El Anexo II muestra el diseño del formulario.

**V) Formulario docentes FP a distancia.** Se busca tanto la implicación como la valoración de los docentes respecto a su experiencia en la FP a distancia. Sobre todo se busca conocer su formación previa en este tipo de formación, su experiencia con la plataforma educativa, sus ideas respecto a las posibilidades que ofrece, opiniones sobre factibles mejoras y diferencias con lo ofrecido en la modalidad presencial. Se decidió también incluir a algunos docentes que, estando aún en presencial, podrían, en un futuro próximo, colaborar en la FP a distancia.

El [Anexo IV](#) muestra el diseño del formulario.

**VI) Proyecto educativo del centro y programación general anual.** Nos permitió conocer, desde el punto de vista de la institución, de las señas de identidad, de sus objetivos, de contexto del desarrollo de la formación y de su modelo organizativo.

## 6.3. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

### 6.3.1. ENTREVISTA CON EL DIRECTOR

El principal dato obtenido fue la predisposición en todos los aspectos para seguir desarrollando una Formación Profesional de calidad. La institución tiene una meridiana claridad en considerar la línea de la formación a distancia como fundamental en sus planes de futuro. Esto pasa, por tanto, por fomentar la aplicación de las TIC en el centro, pero, no solo en el ámbito de la no presencia, sino también en el de la presencial.

Otro dato importante es la puesta sobre la mesa de la necesidad de una formación de profesorado en la modalidad a distancia, formación que pasa por la idea de que se gire hacia un docente con labor de guía, que fomente la colaboración y que ayude al alumno a construir su propio conocimiento, su proactividad.

### 6.3.2. FORMULARIO ALUMNOS FP A DISTANCIA

El objetivo del formulario era conocer, por un lado, dónde se encontraban en las necesidades que tenían los alumnos que ya estaban cursando de su experiencia en el ciclo a distancia, por otro conocer cuál era su perfil. El [Anexo II](#) contiene el modelo de formulario

El formulario se remitió a 20 alumnos de los cuatro módulos de Formación Profesional a distancia. En formulario se dividió en 6 grupos distintos de información, relativos a: el alumno, los materiales, la comunicación, el curso, la interacción y la plataforma. El resumen gráfico significativo de los datos por apartado se encuentra en el [Anexo III](#).

Como conclusión, a la vista de los datos, se puede indicar que los alumnos tienen poca experiencia previa formación a distancia, con lo cual se presupone una dificultad a la hora de comparar, pero que se encuentran satisfechos con las expectativas que traían antes de empezar el ciclo formativo.

Se han adaptado correctamente a las herramientas virtuales, si bien en algunos casos muestran todavía una falta de habitualidad con algunas de ellas. Se han sentido cómodos en la interacción con los compañeros y razonablemente satisfechos de la respuesta del docente a sus necesidades. La valoración del curso en general es bastante satisfactoria.

### 6.3.3. FORMULARIO DOCENTES

Como se ha indicado anteriormente con este formulario se buscaba saber su formación previa en formación a distancia, sus experiencias con las plataformas educativas, sus ideas respecto a las posibilidades que ofrece, opiniones sobre factibles mejoras y diferencias con lo ofrecido en la modalidad presencial. El modelo de formulario se encuentra en el [Anexo IV](#).

El formulario se remitió a 10 docentes de los cuatro módulos de Formación Profesional a distancia, incluyendo a algún docente de formación presencial que se podría incorporar en un futuro a la modalidad a distancia. En formulario se dividió en 8 grupos distintos de información, relativos a: los materiales y la bibliografía, la comunicación en la plataforma, la asignatura, la interacción entre los alumnos, el aprendizaje, la propuesta pedagógica y evaluación y sobre la plataforma.

El resumen gráfico significativo de los datos por apartado se encuentra en el [Anexo V](#).

## 6.4. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS Y PUNTOS CLAVE DEL PROYECTO

### 6.4.1. ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES INSTITUCIONALES

Se debe resaltar de nuevo su predisposición, dato éste muy necesario a nuestro juicio. Sí que se ha podido constatar su preocupación por el *crecimiento basado en la calidad*, y por su apuesta por el diseño de un sistema que permita sostener, perfeccionar y estar a la vanguardia de la FP a distancia, y, sin perder el objetivo como institución privada, aunar sus esfuerzos en conseguir que el alumno se convierta en el centro del aprendizaje, atendiendo a sus perfiles y necesidades. Conseguir, en definitiva, su total preparación para abordar el mundo laboral.

Dotar a la oferta educativa de unas señas de identidad propias, de un modelo distintivo que, mejorándose en el tiempo, imprima una marca de calidad que permita reconocer a la institución.

### 6.4.2. ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES FORMATIVAS

Como explica el director en la última entrevista en profundidad ahora el centro de Vallecas está impartiendo Formación Profesional a distancia en cuatro ciclos formativos, pero con la idea de ampliarlos a corto plazo con otros ciclos.

Siguiendo los parámetros marcados por el Ministerio y la Comunidad de Madrid de nuevo se buscará imprimir una seña propia de la institución a la formación. Se han puesto las bases para que el proyecto de la formación a distancia se inicie de manera sólida. Pero siempre hay algunos puntos que se pueden potenciar.

En cuanto a los **objetivos y competencias** de la formación se debe hacer hincapié en potenciar precisamente la formación en el uso del entorno virtual, en su sentido amplio. Se deben identificar las actividades adecuadas que potencien la motivación del alumnado, haciéndole sentir parte de la propia formación, evitando el posible riesgo del abandono.

En cuanto a la formación al **docente** hay que detectar las posibles carencias para que pueda desarrollar toda su capacidad, hasta ahora mostrada en la formación presencial, y empiece a diseñar

otro modelo de formación. Que sea consciente de su labor de tutor, de guía, de motivador del alumno y de que sus acciones formativas deben dirigirse hacia ese horizonte. Los formularios y la entrevista con el director han ayudado a identificar esas posibles carencias.

En general los docentes se encuentran satisfechos de su labor en la formación a distancia hasta ahora, pero consideran que no le sacan todo el rendimiento posible a la plataforma, mostrando una buena predisposición pero un menor conocimiento de posibles herramientas que pudieran hacer más específica su labor de "tutorización" del alumno. Son conscientes de que necesitan una mayor especialización para eliminar procesos presenciales trasladados tal cual a la formación a distancia.

Pero también formación en el **alumnado**, para que sea consciente de su papel proactivo, responsable de su propio aprendizaje y capaz de resolver problemas y desarrollar competencias.

Gracias a los formularios se ha podido realizar el análisis de la persona, identificando el perfil del alumno, sus intereses, necesidades, motivación, cualificación previa, etc. De igual manera el Proyecto educativo y la Programación general anual también nos han dado una visión de tipo de alumno que suele matricularse en el centro.

Se debe, con todo ello, concluir que el posible alumnado, situado, por norma general, en el abanico de entre 18 y 40 años, en su mayoría trabajadores, cree que es positivo el uso que hasta ahora ha tenido con los ciclos a distancia impartidos por el ITEP, y que su mayor obstáculo ha sido el uso de la plataforma en algunas herramientas debido, fundamentalmente, a que han supuesto para ellos una novedad y en algunos casos una barrera.

Destaca la buena opinión que poseen con respecto a la interacción con los profesores

#### 6.4.3. ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES TECNOLÓGICAS

Se ha podido realizar el análisis de la plataforma, Moodle, llegando a la conclusión de que el centro dispone de la capacidad tecnológica adecuada y suficiente para el proyecto.

En la entrevista con el director se constató que son conscientes de que hay algunas herramientas todavía no implementadas. Pero lo que sí está claro es que, si fuese necesario, hay interés en que espacio de mejora sea adecuado. Y eso nos permite asegurar que para el proyecto este aspecto no debería suponer ningún problema.

#### 6.4.4. ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES ECONÓMICAS

Debido a los pasos dados hasta ahora en la oferta educativa ofrecida por el ITEP se ha podido ir creciendo con buenas expectativas de futuro. Es por ello que se plantearon el poder embarcarse también en una Formación Profesional a distancia.

Este nuevo proyecto se convierte en uno de los pilares del plan de crecimiento de la institución. Se puede ser razonablemente optimista en cuanto al número de alumnos matriculados, debido sobre todo a un plan de análisis y actuación en el cual los planes de marketing, online y offline, y el *social media* han sido fundamentales.

Por ello la dirección del ITEP, tras el estudio de situación y posibilidades, está dispuesta a confiar la inversión de recursos para el crecimiento del proyecto. Son conscientes de que a medida que se

vayan elevando las expectativas la dotación económica debe ser mayor. Pero también consideran que el retorno compensará el esfuerzo.

Dentro de esta inversión está la, ya citada, mejora de la plataforma educativa y del sistema informático, incentivos al profesorado y puesta a disposición de los recursos necesarios para los alumnos.

#### 6.4.5. ANÁLISIS DAFO

Con los datos obtenidos se realiza el análisis DAFO

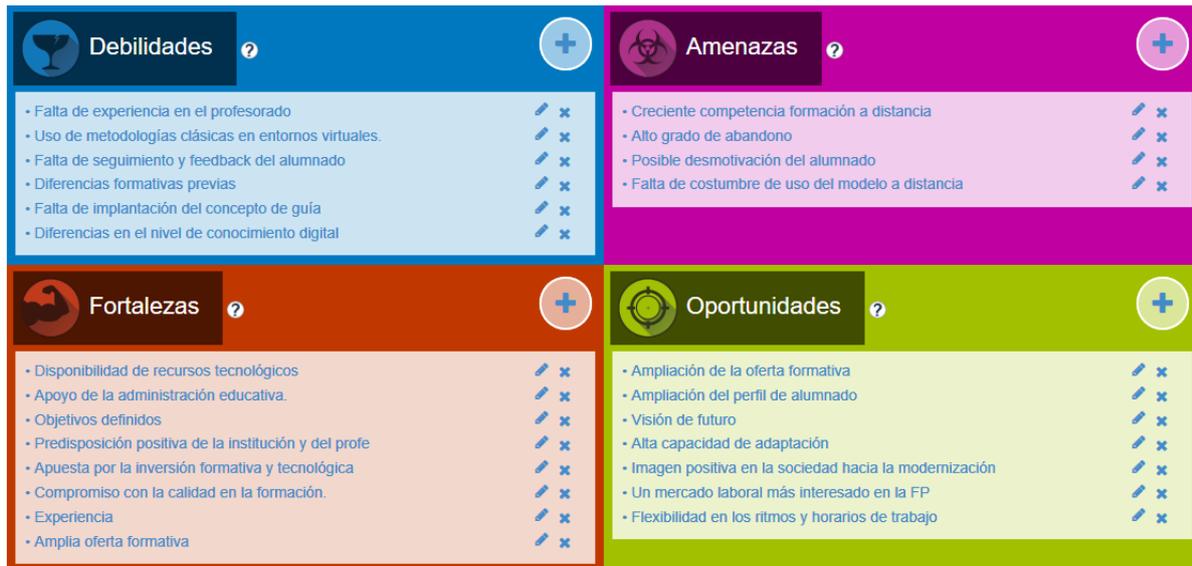


Ilustración 2. DAFO creado con: Dafo ipyme.org

#### 6.4.6. SOLUCIÓN PROPUESTA

A la vista de los resultados del análisis se identifican las necesidades sobre las que hay que trabajar para poder cumplir el objetivo del proyecto.

1. **Elaboración de un plan de formación global para el docente en Formación Profesional a distancia, teniendo en cuenta que:**
  - a. En la formación de docentes en educación a distancia, se ha de considerar el contexto actual, en el que hay diferentes formas de ver el mundo, se tiene que considerar cuál es el objetivo de la formación, que no solo consiste en manejar el medio y diseñar materiales de apoyo sin también en un adecuado fundamento teórico, se debe considerar al alumno y sus necesidades. Ante la necesidad actual, se requiere que **los docentes adquieran las competencias necesarias que permitan formar profesionales para un mundo en constante cambio**, lo cual tiene como principal obstáculo la disposición de los propios docentes por transformar los procesos en los que se desenvuelven, ya que tratan de llevar a la distancia las mismas costumbres y solo en el discurso se menciona la intención.

- b. Adecuar la práctica docente no se logra con un solo curso o dominio de la tecnología, se tiene que **transformar también el contexto en que se desenvuelve a los docentes en sus valores y actitudes.**
  - c. Una **buena comunicación con el docente y el estudiante** es necesaria, ya que el dialogo es muy importante, con este se obtienen distintos conocimientos tanto culturales como sociales de cada uno, por tanto el proyecto debe mantener siempre un canal de comunicación abierto para que no se produzcan desmotivaciones ni abandonos en ninguno de los agentes implicados
  - d. El aprendizaje transformativo está basado en las reflexiones e interpretaciones de las experiencias e ideas que el alumno ha experimentado, su fin es comprender por qué vemos el mundo de la manera como lo vemos y sacudir las perspectivas limitativas que llevamos a la experiencia del aprendizaje. Es un aprendizaje de triple vínculo pues implica alterar las perspectivas particulares, las creencias y supuestos que modelan lo que somos y con lo que nos identificamos. En esta relación se desarrolla un nuevo pensamiento, sentimiento y acción, sus miembros tiene una **alta probabilidad de adquirir también no solo los conocimientos que fueron a buscar sino una manera de pensar, sentir y actuar.** Buscamos no solo aprender, sino comprender y crecer.
  - e. El cambio de actitud, la reconstrucción de conocimientos y modos de intervenir en la realidad por parte de los docentes no se logra mediante la transmisión, intercambio de ideas o adaptación de modelos, la vivencia en los espacios donde las experiencias de aprendizaje enriquezcan los modos de pensar y actuar, en un ambiente de respeto, permiten la búsqueda de alternativas. **Continuar experimentando y probando el uso de los medios de comunicación e información,** le permite al docente ir construyendo su propia metodología, así como comprender como se dan los procesos de mediación e interacción diferentes en algunos aspectos a los que está acostumbrado, y en donde el alumno, hoy más que nunca, tiene mucho que aportar.
2. **Elaborar un sistema de evaluación adecuado y de calidad que promueva la motivación para el aprendizaje en el alumnado y la satisfacción de la mejora en el docente.**
  3. **Establecer un sistema de control en la formación que asegure la calidad de la modalidad a distancia y de todos los agentes implicados en el proceso formativo.**

#### 6.4.7. LIMITACIONES DEL PROYECTO Y ESTRATEGIAS

##### LIMITACIONES

- Ha quedado a la vista que el mayor obstáculo a la hora de llevar a cabo el proyecto es la *falta de formación de los docentes en la metodología y herramientas de la formación a distancia.* Parece por tanto claro que este proyecto pretende fundamentalmente dar solución a esta carencia. Las limitaciones van implícitas en el obstáculo, ya que hay que enfrentarse a una falta de tiempo y recursos para la formación en línea por parte de los docentes. Además, como se ha señalado, se necesita hacerles conscientes acerca de la necesidad de la necesidad de una transformación de la metodología tradicional que pudieran estar tentados en trasladar.

En el ITEP muchos de los docentes que imparten docencia en la formación a distancia tienen a su vez otras ocupaciones laborales que le impiden disponer de tiempo extra para actualizar sus conocimientos en materia virtual. Se deben proponer diferentes tipologías de cursos, a distancia y presenciales para ellos donde se colabore en marcar las líneas formativas que se deben mantener en la formación a distancia dentro del ITEP, con la posibilidad de dedicar, al inicio, parte de su tiempo docente a la preparación de la metodología.

- Gran parte de los alumnos que se matriculan en los grados formativos a distancia ofrecidos hasta ahora por el ITEP son altamente vocacionales, y, como se observa, desarrollan una labor profesional paralela a la formación. Una limitación observada es que algunos de ellos creen, por tanto, tener los conocimientos necesarios derivados de su labor en el puesto de trabajo y pueden buscar la obtención del título más por necesidades administrativas que por aspiraciones formativas.

Esto hace que, en algunas ocasiones, se “desenganchen” del proceso formativo buscando únicamente los instrumentos de valoración y obtención de un resultado final. Se considera fundamental por tanto mantener un alto grado comunicativo con estos alumnos y establecer las pautas necesarias, mediante actividades atractivas y que aporten valor, para que sean requisito imprescindible su realización durante el camino formativo hacia la obtención del título.

- Por último indica que la puesta en marcha de los ciclos formativos a distancia en el ITEP ha sido mejor de lo esperado. Esta circunstancia, con todo lo positivo que conlleva, también tiene su lado problemático, ya que el centro se ha visto, en cierta medida, “superado” por esa buena acogida, no pudiendo abarcar en toda su magnitud todos los aspectos que la formación a distancia conlleva.

Para ello una pausa. Durante el período vacacional se necesita la elaboración de un proyecto, como éste o similar, que ayude a analizar, valorar y adoptar los cambios necesarios para años sucesivos. Una auditoría completa del sistema.

---

## ESTRATEGIAS

Tras la confección de la matriz DAFO y el análisis de los datos, llega el momento de establecer las estrategias y los indicadores de éxito que permita evaluar el proyecto. El establecimiento de estrategias supone un ejercicio creativo a partir del conocimiento de la institución; la intención es potenciar los aspectos positivos (fortalezas y oportunidades) al mismo tiempo que se evitan las amenazas externas y se reducen las debilidades internas. En este sentido, las posibles estrategias pueden ser de cuatro tipos diferentes:

- Estrategias FO u ofensivas: suponen aprovechar tanto las fortalezas (internas) como las oportunidades (externas) para alcanzar nuestro objetivo.
- Estrategias FA o defensiva: utilizan las fortalezas de ITEP para minimizar o contrarrestar las amenazas (externas).
- Estrategias DO o reorientación: pretenden superar las debilidades (internas) aprovechando las oportunidades que ofrece el entorno.
- Estrategias DA o de supervivencia: ante las debilidades (internas) y amenazas (externas) a las que se enfrenta la institución, es necesario optar por un cambio para superar ambas situaciones.

Después de realizar el DAFO la estrategia escogida es la **estrategia ofensiva**.



Ilustración 3. DAFO creado con: Dafo ipyme.org

#### 6.4.8. CONCLUSIONES

Apuesta del ITEP por la calidad en la Formación Profesional a distancia, implicándose en la mejora de los aspectos clave señalados de este proyecto:

- Identificar las acciones formativas a realizar en la FP a distancia para mantener la calidad marcada como objetivo y ya buscada en la formación presencial, definiendo el enfoque de los contenidos, la evaluación, la temporalización y la metodología.
- Analizar el perfil del docente y elaborar un plan de formación en la modalidad de a distancia, presentando el contexto de desarrollo, las herramientas los objetivos perseguidos.
- Identificar y analizar el perfil de los alumnos para adecuar determinadas metodologías conducentes a que puedan incorporarse como fin último al mercado laboral.
- Adecuar la plataforma virtual de aprendizaje a los objetivos perseguidos, dotándola de las herramientas que proporcionen un aprendizaje proactivo, colaborativo y motivador.
- Optimizar los recursos humanos, materiales y económicos implicados en todo el proceso.

Por lo analizado en esta parte del proyecto se concluye la viabilidad del proyecto, pero se deben salvar algunos inconvenientes reseñables, como el ya señalado anteriormente.

## 7. PLANIFICACIÓN

### 7.1. INTRODUCCIÓN

Para poder esta fase de diseño se elige un módulo de uno de los ciclos formativos para que sirva como ejemplo dentro del proyecto, el módulo de **Comercio digital** correspondiente al **Ciclo Formativo de Grado Superior de Comercio Internacional**.

La razón para la elección de este módulo es que cumple a la perfección las características formativas que se busca implantar en la FP a distancia, combinando los objetivos y destrezas propias de la Formación Profesional con el amplio abanico de herramientas y posibilidades que se ofrecen a los alumnos, a través de Internet, para el trabajo colaborativo.

## 7.2. PLANIFICACIÓN

### 7.2.1. MODELO DE DISEÑO INSTRUCCIONAL

El modelo adecuado, a la vista de los datos recabados en la fase de análisis, es el **modelo ADDIE**, que es un proceso de diseño instruccional interactivo, en donde los resultados de la evaluación formativa de cada fase pueden conducir al diseñador instruccional de regreso a cualquiera de las fases previas. El producto final de una fase es el producto de inicio de la siguiente fase.

ADDIE es el acrónimo del modelo, atendiendo a sus fases.

---

#### ANÁLISIS

Implica analizar el alumnado, el contenido y el entorno. En la anterior fase de análisis se han recogido los datos a partir de los cuales se obtiene información acerca del perfil de los alumnos. Se sabe por tanto que es un alumno mayoritariamente entre 18 y 30 años, con una franja destacable de entre 20 y 30 años. Fundamentalmente con residencia en la Comunidad de Madrid, lo que implicaría una mayor facilidad de desplazamiento al ITEP físicamente, en caso de ser necesario. La mayor parte tiene una casi inexistente formación previa en la modalidad a distancia. En su gran mayoría son trabajadores en activo con un alto interés vocacional.

Con respecto al contenido, estos módulos ofrecen la posibilidad de obtener una titulación oficial, que marca los contenidos formativos, y que supone en la actualidad una importante vía de acceso al mundo laboral.

Con respecto a los recursos económicos o el apoyo con el que cuentan los alumnos, se conoce que éstos cuentan con la posibilidad de una ayuda económica en forma de becas provenientes tanto de la Comunidad de Madrid como del Ministerio de Educación.

El ITEP por su parte pone a su disposición un EVA, basado en Moodle, y un consultor para que los alumnos buceen en este nuevo entorno de aprendizaje. El EVA lleva asociados una serie de recursos aparte del consultor citado.

En resumen, esta etapa de análisis ha conllevado, entre otras, las siguientes acciones:

- Análisis de las ofertas similares existentes.
- Identificación de lo que tienen que aprender los alumnos o participantes.
- Definición de las características de los destinatarios.
- Redacción de los objetivos generales y específicos.
- Diseño del plan de capacitación.

---

#### DISEÑO

Se ha analizado el proyecto y su pase por las diferentes fases de diseño:

- *Objetivos*: las cuatro funciones clave para los instructores en línea: pedagógica, social, gestora y tecnológica.
- *Evaluación*: en este caso el docente propondrá la evaluación, y además se plantean una serie de herramientas de participación en el módulo.
- *Medios para hacer llegar la información*: el tablón cumple con este fin.
- *Enfoque didáctico*: se centra en el alumno.

- Planificar la formación: se ha decidido que este módulo tenga flexibilidad, pero cumpliendo siempre los mínimos exigidos.
- *Diseñar actividades del alumno*: ya están definidas algunas, como la compartición de actividades a través del foro y participación en debates en base a temas propuestos por el docente.
- *Identificar recursos*: los recursos tecnológicos han sido investigados ya que se ha determinado que el módulo se dará desde un aula virtual en un EVA basado en Moodle y del que ya dispone el ITEP.
- *Toma de decisiones* en torno a la estética, diseño gráfico...

En esta fase, tenemos que decidir el enfoque instruccional.

Existen 4 arquitecturas de diseño: Receptiva, directiva, descubrimiento guiado, exploratoria. Este proyecto se posicionaría en el enfoque de **descubrimiento guiado**, que va ligado a lo visto anteriormente sobre el modelo centrado en el alumno con respecto al proceso, pero centrado en el docente con respecto a los contenidos.

El descubrimiento guiado tiene las siguientes características: formación que ofrece problemas para resolver, oportunidades para probar una habilidad, reflejo en resultados y revisión y posibilidad de corrección.

---

## DESARROLLO

Esta fase es aquella en la que se escribe el texto del módulo didáctico, el storyboard, y se programan las actividades multimedia, de acuerdo con el modo de hacer llegar la información escogida.

Las actividades instruccionales se desarrollan y se prueban y se elabora si es necesario el material del docente y del usuario.

En definitiva, en esta fase se realizarán las siguientes acciones:

- Elaboración de los materiales de capacitación.
- Creación de un prototipo.
- Realización de los materiales del módulo, tutoriales, instrumentos de evaluación, calendario, encuestas pre y post módulo, glosarios, etc.
- Identificación del perfil del tutor que estará a cargo de la actividad de capacitación.
- Búsqueda de materiales audiovisuales que puedan resultar de interés para el módulo.
- Maquetación y diseño del aula virtual.
- Realización de las actividades de difusión, actividades publicitarias, plan de marketing y plan de marketing digital.
- Convocatoria a los participantes.

---

## IMPLEMENTACIÓN

La implementación del proyecto que incluye publicar materiales, formar a docentes e incluir el apoyo a docentes y alumnos.

El proyecto además incluye en su parte de plataforma: mantenimiento, administración de sistemas, revisión de contenidos, ciclos de revisión y apoyo técnico para docentes y alumnos.

En definitiva, en esta fase se realizarán las acciones de:

- Envío de los mensajes de bienvenida y tutoriales.

- Desarrollo del módulo.
- Aplicación de las encuestas pre y post módulo.
- Emisión de certificaciones.
- Convocatoria a participar de otras actividades a los alumnos.

## EVALUACIÓN

Debe realizarse una evaluación durante el proceso (formativa) y al final de la formación (sumativa). En lugar de ubicar esta fase al final del proceso, la evaluación debería realizarse a lo largo de todo él. Esta fase es transversal a las cuatro etapas anteriores.

Sin embargo, debe aplicarse un elemento de evaluación exhaustivo y formal de la evaluación a lo largo del módulo para incluir:

- Nivel 1: Evaluación de los módulos de FP y cómo mejorarlos.
- Nivel 2: Evaluación del conocimiento de los alumnos.
- Nivel 3: Evaluación del proceso de transferencia de la formación.
- Nivel 4: Evaluación del impacto económico del proyecto de la FP a distancia en la institución.

Esta fase:

- Posibilita la revisión, el rediseño y la modificación de estrategias de implementación en función de las necesidades identificadas.
- El producto final es un informe de evaluación.

## 7.3. TEMPORALIZACIÓN. DIAGRAMA DE GANTT.

La fase de planificación debe llevar una adecuada adecuación temporal que permita cumplir con los plazos establecidos en cada una de las tareas del proyecto. Esta temporalización se ha realizado acorde a los plazos previstos en el trabajo final del Máster.

En el diseño del calendario se ha tenido muy en cuenta la flexibilidad, que debe regir la realización de cada tarea, para poder tener en cuenta además las necesidades de todos los actores del proyecto, ITEP, UOC y el autor

Los resultados extraídos de las anteriores fases han proporcionado la visión general requerida para el diseño del calendario de tareas siguiendo el modelo ADDIE

La tabla de temporalización se encuentra en el [Anexo VI](#). El diagrama de Gantt se encuentra en el [Anexo VII](#)

## 7.4. PRESUPUESTO

El coste de proyecto es en este caso variable y difícil de cuantificar ya que no se conoce a priori ni cuántos ni cuáles van a ser los módulos que se van a impartir en la modalidad de FP a distancia.

La valoración por tanto se debe hacer tomando un módulo anual como ejemplo. Siguiendo con el proyecto seguirá siendo viable el de Comercio digital. Hay también tener que en cuenta que tanto los docentes como la plataforma se comparten con la modalidad presencial, con lo cual son de difícil cuantificación exclusiva para la modalidad a distancia. El desarrollo del presupuesto se encuentra en el [Anexo VIII](#).

## 8. DISEÑO

### 8.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Se define un modelo pedagógico como un conjunto de elementos que guían la forma en que debe llevarse a cabo el proceso de enseñanza y de aprendizaje para cumplir con la misión, la visión y los principios estratégicos de la institución, en este caso del ITEP. Es un marco de referencia que incluye teoría de base y una metodología educativa basada en esa teoría.

Un modelo pedagógico que oriente las actividades educativas de una institución, debe explicar qué es la enseñanza distancia en FP, por qué adoptar dicha metodología, para qué se va a implementar esta metodología y cómo va a desarrollarse.

#### CONSTRUCTIVISMO

Nuestra pretensión es utilizar un **modelo pedagógico basado en el constructivismo**. El constructivismo se basa en la participación activa del alumno en la resolución de problemas y el pensamiento crítico respecto a una actividad de aprendizaje que considere relevante y atractiva. El alumno "construye" su propio conocimiento al probar ideas y enfoques basados en su conocimiento y experiencia anteriores, aplicándolos a una nueva situación e integrando el nuevo conocimiento adquirido con construcciones intelectuales preexistentes. **Aprendizaje basado en el alumno**.

Según el enfoque constructivista, el conocimiento no es un reflejo de la realidad, sino una elaboración del ser humano, esta construcción se lleva a cabo con los esquemas que la persona ya posee (conocimientos previos) y los que están en el presente que va a construir. Se puede decir que los conocimientos previos son unidos con los conocimientos actuales, y así se va elaborando el propio conocimiento de acuerdo a las necesidades, que además son puestas en práctica.

Una estrategia adecuada para llevar a la práctica este modelo es "el método de actividades", ya que permite interactuar en situaciones concretas y significativas y estimula el "saber", el "saber hacer" y el "saber ser", es decir, lo conceptual, lo procedimental y lo actitudinal (Bazarra 2010).

En este modelo el rol del docente cambia. Es moderador, coordinador, facilitador, mediador y también un participante más. El constructivismo supone también un clima afectivo, armónico, de mutua confianza, ayudando a que los alumnos y alumnas se vinculen positivamente con el conocimiento y por sobre todo con su proceso de adquisición.

El profesor como mediador del aprendizaje debe:

- Conocer los intereses de alumnos y alumnas y sus diferencias individuales (Inteligencias Múltiples)
- Conocer las necesidades evolutivas de cada uno de ellos.
- Conocer los estímulos de sus contextos: familiares, comunitarios, educativos y otros.
- Contextualizar las actividades.

#### CONNECTIVISMO

En ocasiones se combinará con pinceladas de **Conectivismo**.

El Conectivismo es una teoría pedagógica que se enmarca dentro de la sociedad digital elaborada por George Siemens.

Esta teoría requiere de una metodología basada en la libertad del alumno para construir su modelo de aprendizaje, lo que se llama **PLE (Entornos personales de aprendizaje)**, y de la participación del docente para guiar y ayudar, aconsejar y mostrar. El nuevo rol del docente.

Un PLE "...es el conjunto de herramientas, fuentes de información, conexiones y actividades que cada persona utiliza de forma asidua para aprender" (Adell y Castañeda, 2010)

Es decir, el PLE de las personas se configura por los procesos, experiencias y estrategias que el alumno puede poner en marcha para aprender y, en las actuales condiciones sociales y culturales, está determinado por las posibilidades que las tecnologías abren y potencian.

Eso implica que hoy algunos de esos procesos, estrategias y experiencias son nuevos, han surgido de la mano de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, pero implica también que es deseable que sean utilizados frecuentemente y que sirvan para enriquecer (Adell y Castañeda, 2013)

Este modelo se aplicará a **todos los módulos de Formación Profesional a distancia** que se impartan en el ITEP.

### 8.1.1. CARACTERÍSTICAS

- *Resultados de aprendizaje*: dado el perfil de alumnos pretendidos por el ITEP al que se dirige la formación a distancia, indicar que los resultados del aprendizaje irán en la línea de un modelo centrado en el alumno.
- *Metas y objetivos*: en este caso es el docente el que determina los objetivos, dado que será el encargado de dar indicaciones sobre el módulo, pautas, etc.
- *Estrategia didáctica*: el alumno puede elegir, en parte, la forma de aprendizaje, es decir, es flexible. Lógicamente no se debe perder de vista las indicaciones de la normativa en cuanto a la FP a distancia, pero se considera que la flexibilidad y la capacidad de adaptación aportan una ventaja diferencial.
- *Evaluación*: es el docente quien propone la evaluación y cuáles son los criterios concretos.
- *Función del formador*: con respecto a su función se puede decir que dirige el aprendizaje.
- *Función del alumno*: los alumnos se responsabilizan del aprendizaje dado que se les da a elegir posibilidades de aprendizaje que mejor se adapten a sus necesidades (itinerario y temporalización). De nuevo se deben cumplir los objetivos mínimos y obligatorios marcados por la reglamentación vigente, pero de nuevo se abraza la flexibilidad como estrategia.
- *Entorno de aprendizaje*: los alumnos trabajan individualmente y también en colaboración.

En este caso, es el docente el que da una serie de directrices e instrucciones (Bruner, 1973; Vygotsky, L.S.1978), define los objetivos, etc., aunque está claro que da margen a la participación, al debate y a la compartición de conocimiento, a través de los foros, los debates...

Se debe preguntar cuáles son las necesidades de los estudiantes de estos módulos. El modelo formativo buscará aportar flexibilidad y personalización (elección modo de aprendizaje), interacción y cooperación (foros y debates), pero a su vez todo debe estar basado en una planificación, no dejar todo el control en el alumno.

Evaluando las necesidades formativas es apropiado encuadrar la formación dentro del **modelo envolvente** de Robin Mason, ya que diseñamos módulos donde el alumno tiene cierta libertad y responsabilidad sobre su aprendizaje.

Cada módulo en cada ciclo de FP está diseñado de inicio, pero a través de aportaciones en foros, debates, etc. se va generando y enriqueciendo el contenido, haciéndolo personal y adaptándolo a las necesidades formativas de los alumnos.

#### CUADRÍCULA DE PARADIGMAS PEDAGÓGICOS DE COOMEY Y STEPHENSON

La cuadrícula de Coomey y Stephenson utiliza dos variables: proceso de aprendizaje y contenidos y tareas.



Ilustración 4. Cuadrícula de paradigmas pedagógicos de Coomey y Stephenson

Esta acción formativa se posicionaría en el **cuadrante NE**. El docente es entrenador. Utiliza escalas de tiempo flexibles, oportunidad para que el alumno decida su propio itinerario, ofrece posibilidades de interacción a diferentes niveles (entre los alumnos, del alumno con el docente). Se ve en detalle las cuatro características del cuadrante NE (DIAC):

- *Diálogo*: el docente establece las pautas e indicaciones del módulo para dar apoyo a los alumnos, pero deja en la mano de estos últimos el diálogo y la participación, a través de las herramientas que se ofrecen.
- *Implicación*: a través del foro se comparten actividades de aprendizaje, esto supondrá que los alumnos pueden utilizar estos espacios para generar conocimiento compartido y trabajar en equipo.
- *Apoyo*: el docente propone y da unas pautas iniciales que guiarán al alumno, además ponen a disposición de los alumnos los espacios de debate moderados.
- *Control*: el alumno cuenta con una amplia elección, al disponer de la guía de aprendizaje que proporciona el módulo.

#### 8.1.2. MODALIDAD. PORQUÉ FORMACIÓN A DISTANCIA

Los intentos que se realicen para llevar a cabo proyectos educativos a distancia, deben perseguir la formación completa del alumno, con miras a su inserción en el entorno social y laboral y, por tanto, su contribución al desarrollo social, económico y cultural. Nuestro fin último debe redundar en el afianzamiento de la autoestima del alumno, su crecimiento personal, la potenciación de sus capacidades de liderazgo y el crecimiento de una ética profesional.

Lo anterior es el resultado del cambio del objeto de atención. La educación a distancia se centra en el alumno, es decir que sus programas están concebidos en función de lo que el sujeto que aprende

“debe saber” y no en función de lo que el sujeto que enseña “sabe” o “cree saber”. Esta es la filosofía que se debe aplicar al perfil de alumno analizado como potencial en el ITEP.

**La formación a distancia reconoce al alumno como protagonista constructor de su proceso de aprendizaje.**

## 8.2. DISEÑO TECNOPEDAGÓGICO

### 8.2.1. REGULACIÓN

**El módulo de Comercio digital se encuadra dentro del segundo curso del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Comercio Internacional.** Se impartirá por primera vez en el ITEP durante el curso 2017-2018, dentro del plan LOE.

Esta asignatura está regulada, dentro del ciclo formativo, en las enseñanzas mínimas del Título por el [Real Decreto 1547/2011 de 4 de noviembre](#) (BOE 13.12.2011) y en el currículo de la Comunidad de Madrid por el [Decreto 95/2012, de 30 de agosto](#) (BOCM 06.09.2012).

**Se pretende dar, en la medida de lo posible y sin salirse del obligatorio temario establecido, un enfoque más práctico que el inicialmente marcado por la normativa y más cercano a un mundo, el del comercio digital, muy cambiante, en constante evolución. Se han ido incorporando conceptos nuevos, recientes, tendencias, habilidades y competencias valoradas dentro del mundo profesional.**

### 8.2.2. OBJETIVOS

#### GENERALES

La competencia general de este título consiste en planificar y gestionar los procesos de importación/exportación e introducción/expedición de mercancías, aplicando la legislación vigente, en el marco de los objetivos y procedimientos establecidos.

Siempre dentro del marco definido por las distintas normas reguladoras se trata de que los alumnos sean capaces de aprender las herramientas básicas del comercio digital para mejorar su perfil profesional. Se han incluido contenidos sobre fundamentos de tecnología y mundo digital, elaboración de un plan de marketing digital, definición de la política de comercio electrónico en una empresa, facturación electrónica y emprendimiento.

No se debe dejar de lado el “personal branding”, y ha sido otro de los hilos conductores en las actividades, ya que además de la formación específica en comercio digital los alumnos deben controlar todo lo relacionado con su propio marketing de cara al mundo laboral. Además trabajarán cómo hacer un plan de negocio en caso de que se quiera crear su propio comercio digital. Aprenden a transformar un negocio tradicional en un negocio online o lanzar al mundo de Internet sus propias ideas.

#### ESPECÍFICOS

Los **objetivos específicos** se sintetizan en:

- Elaboración del plan de marketing digital internacional.
- Realización de las tareas básicas para la utilización de Internet.
- Gestión de diversos servicios de Internet.
- Diseño de la política de comercio electrónico internacional.

- Criptografía: clave simétrica, asimétrica y cifrado de clave única.
- Realización de facturas electrónicas internacionales y otras tareas administrativas.
- El desarrollo de la política de comercio electrónico de la empresa. Creación de una tienda virtual.

### 8.2.3. COMPETENCIAS

Las competencias profesionales:

- Utilizar Internet y cualquier otro sistema digital, como plataforma publicitaria y escaparate abierto al mundo que facilita la realización de ventas a cualquier cliente nacional o internacional.
- 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.
- 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.
- 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.
- Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- 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.
- 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.
- Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.
- 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.

### 8.2.4. METODOLOGÍA Y ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

En la actualidad se plantean cambios metodológicos que afectan a la concepción del proceso enseñanza-aprendizaje en su conjunto y a los objetivos perseguidos (Valcárcel, 2005), potenciando la adquisición de competencias y no sólo de contenidos (González y Wagenaar, 2003).

Por otra parte, **los objetos de aprendizaje (OAs)** ofrecen grandes ventajas que han sido analizadas en múltiples estudios dada su modularidad y su posibilidad de reutilización.

*El objetivo planteado, por tanto, es la implementación de un módulo de Formación Profesional a distancia basado en objetos de aprendizaje.* Para ello se sigue un enfoque metodológico que contemple las vertientes de adquisición de conocimientos y competencias, e incidiendo en dotar al módulo de una unidad que permita los objetivos anteriores.

La implementación se realizaría alrededor de una guía docente detallada que debe encauzar el estudio del alumno y su planificación. Para su ejecución, se ha partido de los objetivos fundamentales de la materia, a través de las competencias (transversales, genéricas de comercio y marketing y específicas) y los contenidos.

Aunque este enfoque es bastante tradicional, se han aportado una serie de cambios que diferencian este diseño de muchas iniciativas semejantes. Estos aspectos tampoco pueden ser calificados de forma estricta como novedosos, si bien tratan de dar una respuesta a demandas detectadas de alumnos que puedan seguir este aprendizaje a distancia.

En síntesis se pueden citar las siguientes medidas (Jiménez, 2011):

1. Se ofrece un marco adecuado para recordar y actualizar los conocimientos previos. Para ello se prevé esta fase dentro del cronograma y se dan orientaciones de los conceptos que deben repasarse y con qué medios y se proponen actividades de autoevaluación. Este paso intenta ir más allá de la simple enumeración de lo que los alumnos deberían conocer, sin ningún control de si, en efecto, dominan esos contenidos.
2. La bibliografía proporcionada se debe ofrecer comparada, indicando los aspectos particulares de cada texto, orientándola a las diferentes actividades que debe desempeñar los alumnos. Por ello no se limita a una relación de textos para consultar, lo que suele resultar ineficaz, ya que los alumnos no están acostumbrados a manejar una bibliografía extensa. Sin embargo, dentro de este proyecto, esta competencia se pretende potenciar a partir de una bibliografía comentada de los textos accesibles más significativos. A partir de dicha información, se deberán componer las actividades incluidas en la guía de cada objeto, actividad, de aprendizaje.
3. Las herramientas para lograr las competencias deseadas deben analizarse antes del diseño metodológico. Se podría seguir un esquema similar al planteado en la tabla del [Anexo XX](#).
4. Se establecerían canales de realimentación del alumno, mediante entregas intermedias y medios como la web, discos virtuales o el correo electrónico.
5. Se considera fundamental presentar situaciones de resolución de problemas semejantes a las del mundo profesional, donde los datos pueden ser sobreabundantes o insuficientes.

---

## LA GAMIFICACIÓN EN LAS ACTIVIDADES

Uno de los pilares vertebradores en el desarrollo de esta materia de Comercio digital debe ser la introducción de la **gamificación**.

Durante toda la primera etapa escolar los alumnos aprenden jugando, pero llega un momento en que eso se pierde. Parece lógico que en parte sea así, pero no de forma radical o brusca, sino que el juego se debe adaptar tanto a los conocimientos como a la edad.

Usar mecánicas y estética basadas en juegos. El pensamiento del juego (game thinking) para motivar a hacer, para fomentar el aprendizaje y ensayar la solución de problemas (Karl M. Kapp). **Motivar e incentivar.** Incentivar no por notas sino por logros de necesidades formativas. Aumentar

la participación. Se premia por lo que se aprende. Y se aprende de los errores. El objetivo de conseguir una meta clara y posible, hace perseverar al estudiante.

La gamificación es capaz de atraer la atención del estudiante y consigue una completa inmersión del alumno en la tarea que está realizando, posibilitando que éste decida qué hacer en cada momento, además de favorecer la competitividad y el trabajo colaborativo. A esto se le une el hecho de que durante el juego el jugador obtiene una retroalimentación (feedback) inmediata tras cada acción, lo que le permite el aprendizaje mediante prueba y error, factores deseables en un entorno de aprendizaje constructivista y centrado en el estudiante.

Por último, al contrario de lo que se puede pensar, el docente también tiene posibilidad de intervención tal y como ocurre en la enseñanza tradicional, puesto que con el uso de los videojuegos los participantes dejan rastros que proporcionan al docente pistas sobre el desarrollo de la actividad en el módulo de forma muy precisa que le harán actuar en consecuencia.

En la planificación curricular de esta materia es importante, en alto porcentaje, la elaboración de múltiples prácticas que ayuden a desarrollar los contenidos de aprendizaje. En la actualidad, y debido a la utilización de plataformas de aprendizaje y de múltiples herramientas virtuales gran número de esas prácticas se encontrarán disponibles en cualquier momento para que los alumnos puedan reforzar sus conocimientos.

De esta forma se pretende elaborar un sistema gamificado para la asignatura, llevando a través de hojas de cálculo un ranking de participación de los alumnos, de forma individual y grupal. Se establecen unas **mecánicas de juego** que contienen una *colección* de logros y recompensas, *puntos* con los que se consigue fidelizar al alumno en la tarea, un *ranking* que establece la clasificación compartida por todos los alumnos, y un *nivel* que da credibilidad a los progresos curriculares en las tareas asignadas al estudiante y la *progresión*.

Igualmente se crean las **dinámicas de juego**, donde se fomenta la *competición* y el *cooperativismo*, la *solidaridad*, la *recompensa* y el *estatus*. Por último se desarrollan los **componentes del juego**, es decir, los *logros*, que cumplen con la finalidad de despertar el interés en los alumnos, los *avatares*, las *insignias*, los *desbloques* y las *recompensas*.

Nuestros alumnos todavía se están acercando en su mayoría a las nuevas tecnologías, por lo que se optó por un **modelo de diseño instruccional ADDIE**. En cierta medida se ha modificado ya que una de las características de ADDIE es su enfoque conductista.

---

## ESTRATEGIAS DOCENTES

Este módulo que no es solo la materia, sino que también debe haber un rediseño del docente, adaptándose a un entorno no presencial. Por tanto el docente virtual debe actuar como moderador del proceso enseñanza-aprendizaje.

El docente no es solo un aplicador de herramientas tecnológicas sino que debe dominar también habilidades pedagógicas y comunicativas.

---

## GESTIONAR Y ORGANIZAR EL PROCESO DE APRENDIZAJE

Se trata de obtener una mayor optimización del papel del docente como **asesor, mediador, moderador y encargado de la temporalización y de la evaluación de las actividades de aprendizaje propuestas**.

En este sentido se ha incidido en la importancia capital de llevar a cabo el plan formativo propuesto (y mediatizado en gran parte por la normativa vigente) y su aplicación en el tiempo necesario para que se pueda desarrollar durante el módulo.

Los alumnos tendrán cumplida información acerca de los objetivos, contenidos, metodología y sistema evaluativo tanto en una **guía que será entregada al inicio del módulo**, como **a través de la plataforma** y la publicación de las diversas actividades.

Desde la plataforma los alumnos estarán informados en todo momento de cualquier novedad o contingencia. Esto **sirve como tablón de noticias**, donde se les mantendrá informados igualmente de la publicación de las actividades y sus fechas. El espacio de los documentos de trabajo contendrá dichas actividades, donde el alumno podrá ver de qué trata cada actividad así como las fechas significativas de la misma.

Se ha pensado igualmente un espacio en la página como **foro de debate**. Por último, el **correo electrónico** servirá de buzón personal para la comunicación con cada alumno.

Las valoraciones posteriores de cada actividad se les harán llegar a los estudiantes a través del correo electrónico.

---

## DINAMIZAR EL PROCESO DE APRENDIZAJE

En este sentido el docente se encargará de resolver y anticipar cualquier tipo de duda que fuese surgiendo, así como plantear opciones, posibilidades e incluso retos en la realización, animando a la realización de las actividades y recordando su importancia y los objetivos trabajados. Se realizará un feedback de cada una de las actividades o de los temas tratados, haciéndoles llegar los aspectos positivos o los mejorables.

La interacción y motivación a la participación debe ser constante a través del feedback realizado en la plataforma y los servicios de comunicación personal y grupal.

---

## MOTIVAR E INTERACTUAR

Es premisa indispensable buscar que el alumno de la FP a distancia vea el módulo como útil en su futuro laboral y personal. El desarrollo de sus habilidades.

No se trata por tanto de buscar la forma más adecuada de motivar, sino de crear el entorno más adecuado, crear las condiciones que faciliten que sea el propio alumno el que encuentre en sí mismo la motivación.

Dentro de este contexto se han indicado ya algunas de las pautas que se van a utilizar en el módulo, como por ejemplo la **gamificación**. Otro factor interesante para el docente sería ser capaz de transmitir al alumno una sensación de **autonomía**, de que controla su propio aprendizaje y que tiene **libertad** para conseguir sus objetivos.

Fomentar la percepción en el alumno de que es **capaz de hacer**, y que además es capaz de hacerlo **en relación con otros**. El alumno es parte del entorno de aprendizaje, debe sentir que **está presente** en el aprendizaje.

### 8.2.5. ACTIVIDADES

Las actividades se han entendido como la *principal columna vertebradora del proceso de aprendizaje dentro de la materia en combinación con la gamificación*.

Se tiene en cuenta la definición de Cabero (Cabero y Román, 2006) para considerar las actividades de aprendizaje como *“aquellas propuestas de trabajo dirigidas a los estudiantes que les ayudan a comprender, analizar, sintetizar y valorar los contenidos propuestos en los diferentes materiales y convertir la información librada en bruto en un conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes relativas a la materia trabajada”*.

Para su diseño se parte de los principios que, desde una perspectiva general, garantizan la realización de buenas prácticas educativas, y que se deben contemplar como referentes para crear acciones formativas de calidad soportadas en la formación a distancia.

Abordando el tema de los principios (Pallof et al. 2003) se presentan una serie de principios y lecciones que de ellos se desprenden para la puesta en funcionamiento de acciones formativas en la red, las cuales garantizan el éxito de buenas prácticas educativas

Los principios que deben considerarse para la formación en línea se encuentran en la tabla del [Anexo XXI](#).

Bajo este prisma se han elaborado 13 actividades para su realización a lo largo de la duración del módulo y que constituyen el soporte del proceso de aprendizaje. Vienen también a complementar el proceso evaluativo de la materia junto con las pruebas de examen. Fundamentalmente lo que ha buscado con el diseño de estas actividades es lograr un concepto muy valorado: **LA MOTIVACIÓN**. Sin ella no sería posible el aprendizaje, no se puede enseñar lo que no se quiere aprender.

Se les proporcionará, desde la plataforma, a los alumnos el diseño, en un documento PDF, de cada una de las actividades. Este documento contiene, al menos, el **nombre de la actividad**, el **objetivo competencial trabajado**, la **forma de realización de la actividad**, el **formato de entrega**, la **temporalización establecida** y los **criterios de valoración** de la actividad. En algunas de ellas se encuentra también una serie de **recursos, bibliografía e informaciones complementarias** necesarias para su realización. En el [Anexo IX](#) se pueden encontrar completas todas las actividades y en el [Anexo X](#) un ejemplo del feedback ofrecido a los alumnos en este caso para la valoración de la Actividad 12.

## TEMPORALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	OBJETIVO	DINÁMICA	DURACIÓN	VALORACIÓN
Creación de identidad digital	Ser consciente de la importancia de la identidad digital, gestionarla	Individual	5 días	No valorable
Creación de grupos de trabajo	Fomentar el trabajo colaborativo	Individual / grupal	6 días	No valorable
Realización de un mapa mental	Relacionar contenidos y utilizar herramientas de análisis	Grupal	22 días	20 %
Búsquedas en Google	Practicar las diferentes técnicas de recuperación de información	Individual	1 día	5 %
Email marketing	Trabajar diferentes herramientas para conocer las técnicas del email marketing	Grupal	15 días	15 %
Pechakucha	Repaso de conceptos anteriores	Individual	14 días	10 %
Participación en el foro	Fomentar la capacidad crítica y analítica y el razonamiento en las exposiciones grupales y ejercicio de coevaluación	Individual	22 días	10 %
Creación de una página web	Trabajar herramientas de creación web y de personal branding	Individual	21 días	20 %
Ensayo de investigación	Practicar habilidades académicas de comunicación escrita y conocer en profundidad las redes sociales	Individual	19 días	20 %
Presencia en redes sociales	Manejo y técnicas de difusión y aportación en redes sociales	Individual	58 días	10 %
Creación de una Mobile App	Trabajo con herramientas de creación de aplicaciones para dispositivos móviles	Individual	11 días	15 %
Las publicidad en web	Conocimiento y exposición a través de Periscope de conceptos de publicidad en páginas web	Grupal	Sin fecha determinada	5 %
Creación de una tienda virtual	Trabajo con diferentes herramientas para crear un comercio on line	Individual	16 días	20 %

Conviene dejar claro que en cada módulo el resto de la valoración, el 50 % restante, corresponde al examen.

La temporalización de las actividades se ha resumido en la tabla anterior y viene especificada también en cada una de las actividades se encuentran en el [Anexo IX](#).

En la plataforma los alumnos tienen a su disposición un calendario donde se van marcando las fechas claves de cada una de las actividades así como de cualquier evento de la materia. En cada una de las actividades, en su temporalización, se ha contemplado de forma efectiva el tiempo de estudio. El tiempo del docente para realizar el **feedback** siempre es de **cinco días** máximo después de la fecha de finalización de la actividad.

Un ejemplo de una de las plantillas utilizadas para ese feedback, en concreto para la valoración de la actividad de la creación de la página web. Se envía por correo a los alumnos. Se encuentra en el [Anexo XI](#).

## 8.2.6. APARTADOS, SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN

El módulo de Comercio digital tiene una duración de 65 horas

### ÍNDICE DE APARTADOS DEL MÓDULO

APARTADO	OBJETIVO	DURACIÓN	EVALUACIÓN
Realización de tareas básicas para la utilización de Internet	Acercarse al conocimiento básico de Internet como canal e instrumento del comercio electrónico	7 horas	Rúbrica evaluativa de las actividades 3 y 4 Examen escrito
Gestión de diversos servicios de Internet	Conocer en profundidad los servicios que ofrece Internet para su correcta utilización en el proceso de comercio electrónico	7 horas	Examen escrito Discusiones en foro
Realización de facturas electrónicas internacionales y otras tareas administrativas	Estructurar el proceso de generación y envío de facturas de modo totalmente electrónico	7 horas	Generación de una factura electrónica Prueba escrita de conceptos
Elaboración del plan de marketing digital internacional	Realizar los objetivos y la planificación de estrategias y acciones de marketing para nuestro comercio digital	20 horas	Rúbrica evaluativa de las actividades 5 a 12. Examen escrito Presentación de proyecto.
Definición de la política de comercio electrónico internacional de una empresa	Diseño completo de una tienda virtual	24 horas	Rúbrica evaluativa de la actividad 13. Examen escrito. Redacción de proyecto.

### DESARROLLO DE APARTADOS

Los apartados están regulados en la norma y se encuentra su desarrollo en el [Anexo XXIV](#).

## 8.2.7. RECURSOS

Es básica la potencialidad de las herramientas gratuitas que se encuentran en la red, y debido a la firme defensa del software libre, se ha tenido como uno de los objetivos primordiales el descubrimiento a los alumnos de todo este mundo de herramientas y de posibilidades, haciendo especial hincapié en el mundo Google.

Se usará, por ejemplo, una página web construida con [Google Sites](#) para poder utilizar herramientas de analítica web como [Google Analytics](#) y para conocer otras necesarias como, [Google Search Console](#).

Se irán variando los recursos en función de las actividades propuestas y de los objetivos buscados.

ACTIVIDAD	RECURSO
IDENTIDAD DIGITAL	ABOUT.ME
MAPA CONCEPTUAL	GLIFFY
CONCEPTOS DE CORREO ELECTRÓNICO	KAHOOT
BÚSQUEDAS	GOOGLE
LISTAS DE DISTRIBUCIÓN	MAILCHIMP, PSMAILER
DEBATE	FORO PLATAFORMA
PECHAKUCHA	POWERPOINT, PREZI
PÁGINA WEB	GOOGLE SITES
ANALÍTICA WEB	GOOGLE ANALITYCS, GOOGLE SEARCH CONSOLE, GOOGLE TRENDS
SITE PERSONAL	WIX
REDES SOCIALES	FACEBOOK, TWITTER, LINKEDIN
MOBILE MARKETING	COMO DIY, UPPLICATION
PUBLICIDAD EN WEB	PERISCOPE
COMERCIO DIGITAL	SHOPIFY, PALBIN, JIMDO

La plataforma está diseñada en entorno **Moodle**. Moodle es una plataforma de aprendizaje a distancia en software libre.

Tiene una relativamente grande y creciente base de usuarios. Moodle es un sistema de gestión de la enseñanza (también denominado "Entorno Virtual de Enseñanza-Aprendizaje (EVEA)", es decir, una aplicación diseñada para ayudar a los educadores a crear cursos de calidad en línea.

## 8.2.8. ROL DOCENTE/DISCENTE

### EL ALUMNO

Cabero, J. (2006) considera que "el estudiante de e-learning deberá dominar una serie de destrezas: conocer cuándo hay una necesidad de información, identificar esta necesidad, saber trabajar con diferentes fuentes y sistemas simbólicos, dominar la sobrecarga de información, evaluarla y discriminar su calidad, organizarla, tener habilidad para la exposición de pensamientos, ser eficaz en el uso de la información para dirigir el problema, y saber comunicar la información encontrada a otros".

Esto reafirma en la idea de que el alumno va a ser el centro del proceso de enseñanza/aprendizaje, el constructor de su propio aprendizaje. Como se señalaba al hablar del modelo formativo y ahora se reitera: el alumno "construye" su propio conocimiento al probar ideas y enfoques basados en su conocimiento y experiencia anteriores, aplicándolos a una nueva situación e integrando el nuevo conocimiento adquirido con construcciones intelectuales preexistentes. **Aprendizaje basado en el alumno.**

### EL DOCENTE

Es el docente el que **propone, orienta y facilita el aprendizaje** a un alumno que ya contiene una experiencia determinada y que por lo tanto, es capaz de construir su propio conocimiento, basado en su propio bagaje y en las diferentes actuaciones propuestas por el docente. El módulo se realiza con un aprendizaje dinámico, dónde se gradúa la formación en función de las características del perfil del alumno

El docente propondrá diferentes actividades a lo largo del módulo para que los alumnos puedan ir aprendiendo a medida que recopilan, estructuran, analizan, sintetizan, exponen y comparten la información necesaria.

## Competencias pretendidas

Se busca fundamentalmente desarrollar, en los docentes de los módulos de Formación Profesional a distancia, las siguientes **competencias**:

- 1) **Competencias tecnológicas**: Se refiere a aquellas habilidades necesarias para gestionar y emplear recursos tecnológicos para el diseño, desarrollo y evaluación del módulo, así como tener la capacidad para estar actualizado y aprender nuevos programas informáticos.
- 2) **Competencias de diseño**: Se refiere a la habilidad para aplicar metodologías pedagógicas y didácticas, para el diseño de las instrucciones y el contenido del módulo, de forma que resulten atractivos para guiar a los alumnos en su aprendizaje. Es fundamental que el formador conozca teorías del aprendizaje, para poder realizar un diseño adecuado de la formación.
- 3) **Competencias tutoriales**: Se refiere a la habilidad para proporcionar asistencia técnica, resolver las posibles dudas que puedan surgir a lo largo del módulo en el menor tiempo posible.
- 4) **Competencias de gestión**: Se refiere a la capacidad de poseer conocimientos y habilidades para la coordinación de los equipos de trabajo.

### 8.2.9. DISEÑO DE LA INTERACCIÓN

En el proceso de comunicación e interacción se establecen redes sociales a partir de la construcción del conocimiento y el aprendizaje social, procesos en los que intervienen las dimensiones cognitiva, afectiva y social.

Anderson (2003) profundiza en que la interacción es un concepto complejo que se puede tratar desde diferentes perspectivas. Las interacciones se han valorado en la educación presencial como procesos que ocurren en las aulas; ahora se estudia asincrónicamente, ya que se ha incluido el concepto de mediación a partir del uso de medios digitales.

Este autor presenta diversos tipos de interacciones, entre las cuales destaca las siguientes:

- Alumno-docente. Este tipo de interacción propicia el diálogo entre asesor y estudiante y contribuye a la motivación para el aprendizaje.
- Alumno-alumno. Esta interacción fomenta el trabajo colaborativo entre iguales, con intercambio de ideas y contenidos.
- Alumno-contenido. Es la manera como el estudiante interacciona con los contenidos de aprendizaje para procesarlos y aplicarlos desde su experiencia y contexto, y establece un diálogo cognitivo entre sus experiencias y los nuevos aprendizajes. En ella se utilizan textos y recursos bibliográficos para favorecer la interacción...

Dentro de este contexto es fundamental establecer la importancia de los **feedbacks** dentro de la modalidad a distancia de la FP donde el docente no se encuentra de forma presencial, lo que supone una ruptura con la concepción tradicional puesta en práctica por la mayoría de los alumnos a lo largo de sus anteriores etapas formativas.

El feedback nos va a permitir reunir y compartir información para intentar mejorar el funcionamiento del aprendizaje. Es decir, un proceso activo, donde docente y alumnos tengan la posibilidad de sugerir propuestas de mejora de forma efectiva en ambas direcciones.

La comunicación e interacción es posible a través de las diferentes herramientas sincrónicas y asincrónicas de las que disponen los módulos en la plataforma: correo, foros de discusión y chats, cuestionarios

- 1.- *Correo electrónico*: es igual en su funcionamiento a cualquier solución de las existentes en el mercado. La diferencia fundamental con los otros correos es que este sólo está disponible para los usuarios de la plataforma. Permite la comunicación directa y privada con el resto de los participantes virtuales.
- 2.- *Foro de debate*: esta herramienta asíncrona es un espacio destinado a la discusión de temas relacionados con las asignaturas. En cada módulo se encuentran varios foros, unos creados por defecto y otros por el docente de la asignatura.
- 3.- *Chats*: permite la comunicación sincrónica, lo que facilita la realización de sesiones interactivas. Se considera una herramienta de gran utilidad para plantear dudas a los compañeros del curso y también para ofrecer soluciones a las dudas de otros.
- 4.- *Cuestionarios*: herramienta asíncrona que nos permite una evaluación rápida de los conocimientos de los alumnos en determinados momentos del aprendizaje o en determinados temas en los que se deben tener datos reales de su asimilación.

## 8.3. DISEÑO TECNOLÓGICO

### 8.3.1. ENTORNO VIRTUAL DE APRENDIZAJE

El entorno tecnológico construye a través de la plataforma integrada en el site del ITEP y que, como se ha comentado, se basa en Moodle.

Cada vez que un alumno sube una tarea, o completa una entrada al diario en respuesta a un objetivo planteado, una persona del equipo de tutores leerá su envío, lo evaluará y le dará una respuesta para ayudarle a mejorar su trabajo, en caso de que sea necesario. Los tutores también suelen participar en los foros que pueden existir en un curso, así que podrás realizarle preguntas y discutir con ellos cualquier asunto relacionado con el curso. Además, los estudiantes que están inscritos en un mismo espacio, podrán tomar parte en la discusión para que se puedan desarrollar esfuerzos colaborativos.

Moodle es una aplicación Web a la que se accede por medio de cualquier navegador Web (Mozilla Firefox, Google Chrome, Opera, etc.). Esto quiere decir que, además de disponer de conexión a Internet, hay que conocer la dirección Web (URL) del servidor donde se encuentre alojado Moodle <http://www.itep.es/campus/>



Ilustración 5. Pantalla de entrada al campus del ITEP

### 8.3.2. HERRAMIENTAS DE INTERACCIÓN

En la plataforma diseñada se pueden encontrar diferentes herramientas de interacción entre el docente y el alumno.

- Bloque de novedades: se utiliza para informar de las noticias recientes publicadas por el docente o el tutor.
- Bloque de últimas noticias: donde se podrá encontrar información sobre las actividades recientes del curso.
- Tablón: el docente podrá utilizar este espacio para orientar en el proceso de aprendizaje de cada uno de los módulos, ofreciendo una información puntual y a tiempo.
- Foros: elemento donde ubicar los debates entre los alumnos con la participación/moderación del docente sobre los temas académicos que en cada momento sean necesarios.
- Correo electrónico: espacio de comunicación de incidencias, de dudas, información personal y cualquier circunstancia que merezca un comentario más privado.
- Feedback: una herramienta fundamental en la formación a distancia, se utilizará para el seguimiento y orientación del alumno en su proceso de aprendizaje, para comunicar el proceso evaluativo. El feedback se producirá en cada una de las actividades, en los exámenes, proyectos y en cualquier momento que se pueda considerar adecuado.

### 8.3.3. DISEÑO DE LOS MATERIALES

En la plataforma se utilizarán los siguientes materiales:

- Se publicará el plan docente.
- Se incluirá una guía de utilidad para el estudiante.
- Se irán indicando las diferentes actividades en su momento de temporalización.
- Se publicará un calendario detallado con los eventos señalados.
- Se irán publicando los diferentes documentos de apoyo necesarios para cada módulo.
- Se incluirán enlaces de interés a diferentes aspectos tanto de la materia como del comercio electrónico en general.
- Contenidos audiovisuales, vídeos con diferentes casos analizados de comercio y marketing digital.
- Herramientas de gamificación, del tipo Kahoot!, por ejemplo.
- Fichas autoevaluativas y de seguimiento y de evaluación entre iguales, del trabajo colaborativo.

## 8.4. DISEÑO DE LA EVALUACIÓN

Existe una normativa reguladora que establece igualmente los criterios de evaluación para cada módulo profesional, en este caso Comercio digital, concretando cuáles deben ser en cada uno de los apartados de trabajo. El claustro docente del debe consensuar la manera en que se va a llevar a cabo la evaluación. Los procedimientos a través de los cuales se realizarán las evaluaciones del alumnado en la actualidad las siguientes:

- a) Realización de tareas y trabajos durante el módulo, en el que se evalúe el “saber hacer” atendiendo a los objetivos y resultados de aprendizaje observados para este módulo. Estos trabajos deberán ser presentados por el alumno en los plazos establecidos. Estos trabajos se realizarán de forma individual o en grupo, según se establezca. No obstante, en los trabajos presentados en grupo se observará el grado de participación de los alumnos. y se tendrán en cuenta criterios como su presentación dentro del plazo establecido.
- b) Pruebas objetivas de control teórico-prácticas. Estas serán de realizadas de forma personal e individual, que conduzcan a una profundización en la evaluación y calificación del alumno. Estas pruebas serán fundamentalmente conducentes a evaluar el “saber hacer” sobre las competencias profesionales y personales y sociales establecidas para este ciclo formativo.

Los ciclos formativos tienen un carácter eminentemente práctico tal como se indica en su desarrollo prevaleciendo “el saber hacer”.

---

## TIPO DE EVALUACIÓN

En este proyecto se va a llevar a cabo, con las herramientas que se comentan más adelante tanto una evaluación procesual como final.

La evaluación procesual va a permitir:

- a. Hacer un seguimiento continuo del proceso de aprendizaje de cada uno de los alumnos, a lo largo del proceso de enseñanza/aprendizaje y no sólo al final del mismo.
- b. Posibilitar el perfeccionamiento del proceso didáctico y metodológico, a través de la interacción del docente en un momento en que todavía son viables las modificaciones.
- c. Conocer progresivamente los resultados de los aprendizajes y corregir sus defectos.
- d. Emitir un juicio específico a tiempo indicando el nivel de aprovechamiento y poniendo de manifiesto las dificultades más notables.
- e. Orientar y ayudar a los estudiantes a superar las dificultades encontradas.
- f. Verificar a través de pruebas específicas las actividades de aprendizaje.

La evaluación final permitirá:

- a) Conocer y valorar el logro de los objetivos generales del módulo.
- b) Comprobar el desarrollo de las capacidades de los estudiantes.
- c) Posibilitar la promoción al curso siguiente o las prácticas en empresas.
- d) Emitir un informe global de las actividades desarrolladas.

### 8.4.1. OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

La tabla con los objetivos del aprendizaje se encuentra en el [Anexo XXV](#).

### 8.4.2. RECURSOS DE EVALUACIÓN

La evaluación implica la descripción de un objeto (aprendizaje, enseñanza o currículo) y la identificación de fortalezas y debilidades, la comprensión de los problemas más relevantes relacionados con aquello que se está evaluando. Implica, a partir de esta comprensión, ajustar o reorientar la acción. A través de la evaluación se obtiene información que orienta la toma de decisiones para mantener y mejorar lo que está bien y para resolver lo que está mal.

La evaluación se concibe como un proceso a través del cual se diferencian los logros en términos de aprendizaje y los estándares mínimos aceptables de desempeño, considerando las condiciones en que éste se realiza.

---

## POSIBILIDADES

Se deben introducir diferentes métodos que puedan ayudar a mejorar el sistema evaluativo. Cómo debe realizarse el proceso evaluativo:

### SEGÚN EL MOMENTO:

*Evaluación diagnóstica:* Se realiza antes de los nuevos aprendizajes, para conocer las ideas previas de los alumnos (saberes y competencias) sobre los que anclarán los conocimientos nuevos. *En nuestro caso se evaluó mediante una prueba en forma de test los conceptos básicos del comercio digital para observar el grado de conocimiento previo de los alumnos.*

*Evaluación sumativa:* Es la que se efectúa al final de un ciclo, abarcando largos períodos temporales, para comprobar si han adquirido las competencias y saberes que permitan promover de curso al alumno, o acreditar conocimientos mediante certificaciones. Es el juicio final del proceso, con visión retrospectiva, observando el producto del aprendizaje. *En nuestro caso se elabora una prueba al final de cada evaluación, donde se combinan preguntas tipo test con preguntas de respuesta abierta y con respuestas en forma de gráficos o esquemas.*

*Evaluación formativa:* Se da dentro del proceso para obtener datos parciales sobre los conocimientos y competencias que se van adquiriendo y permite, dicha información, la toma de decisiones pedagógicas (avanzar en el programa o retroceder, cambiar estrategias metodológicas, quitar, simplificar o agregar contenidos, etcétera). *Las actividades han ido dando la visión necesaria para realizar este tipo de evaluación.*

### SEGÚN LOS INSTRUMENTOS USADOS Y LOS ASPECTOS A EVALUAR:

*Evaluación holística:* abarca al alumno como un todo, y a su aprendizaje como una totalidad, es una apreciación globalizadora. *Es tomada en cuenta por el docente para la valoración individualizada, con su correspondiente ponderación en la nota.*

*Evaluación informal:* sin usar técnicas formales y estructuradas, sino por la observación del comportamiento individual del alumno y su interacción con el grupo. *En nuestro caso ha tenido una especial relevancia factores tales como el compromiso, la socialización, la corrección, aportaciones personales, ayudas...*

*Evaluación continua:* Se basa en la observación del alumno y de su actitud frente al aprendizaje usando técnicas formales e informales.

*Evaluación cuantitativa:* Sólo considera lo que se aprendió, en una simple apreciación matemática. *Se debe ofrecer, por imperativo de las normas, una nota numérica al final de cada evaluación y al final de la materia.*

*Evaluación cualitativa:* Evalúa lo que se aprendió, cómo se aprendió y para qué se aprendió. De nuevo las actividades proporcionan los datos necesarios. *Es muy importante la valoración del esfuerzo, del dónde se parte y a dónde se llega. Se valora, mediante las diferentes herramientas, como la observación, el interés y el cómo el alumno aprende.*

### SEGÚN QUIEN SEA EL AGENTE EVALUADOR:

*El docente es el que sigue teniendo la potestad para la aplicación última de los criterios evaluativos, pero se opta optado por ir incluyendo, con más posibilidades en el futuro, otras posibilidades, como la autoevaluación y la coevaluación. Al final de cada actividad se ha realizado un trabajo de*

autoevaluación individual, de reflexión sobre el trabajo realizado, donde los alumnos han intentado averiguar los puntos en común que tenía su trabajo con lo solicitado en las actividades, y el grado alcanzado, y sobre todo se han analizado los errores, aprendiendo de ellos. Posteriormente se ha puesto en común mediante un foro.

Por otro lado se incluyó una coevaluación en la [Actividad 7](#), donde los alumnos han valorado la anterior actividad realizada mediante una participación en el foro de la plataforma. Si bien este aspecto se debe trabajar con mucho cuidado, diseñando herramientas y métodos para evitar desvíos en la coevaluación, ya que los estudiantes tienden habitualmente a una valoración alta esperando lo mismo de sus compañeros. Evitan las críticas negativas esperando no recibirlas ellos.

De igual manera deben articularse maneras de enseñar a los alumnos qué es lo que se valora y qué se espera de la valoración, cómo influye en el aprendizaje y los aspectos de mejora que se pueden obtener. Ese es un trabajo importante en un sistema virtual.

---

## EL EPORTAFOLIO Y EL BPORTAFOLIO

Una de las herramientas que se considera implantar es la inclusión de un eportafolio. El portafolio según Barberá (Barberá et al., 2006) puede considerarse una herramienta utilizada en el sistema de enseñanza-aprendizaje ya que consiste en “una selección de evidencias/muestras (que forman un dossier o una carpeta) que tiene que recoger y aportar el estudiante a lo largo de un período de tiempo determinado y que responde a un objetivo concreto. Estas evidencias permiten al alumno demostrar que está aprendiendo, a la vez que posibilitan al docente un seguimiento del progreso de este aprendizaje. Las evidencias tienen que acompañarse de una justificación y una reflexión del estudiante en la que se ponga de manifiesto la relación entre la evidencia y el aprendizaje”.

Los portafolios por lo tanto, sirven como elemento de evaluación de las competencias del estudiante y permiten al docente ver si el estudiante ha trabajado lo suficiente y si ha desarrollado correctamente el aprendizaje de la materia en estudio. De este modo un portafolio puede cumplir todos los propósitos evaluativos. Contiene una cantidad/calidad elevada de información del proceso de enseñanza aprendizaje, motivo suficiente para considerarlo un método eficaz de evaluación.

Se busca conseguir que el alumno desarrolle competencias transversales tales como: aumento de la capacidad reflexiva, capacidad de planificación, expresión escrita, reflexión sobre el tiempo invertido en el trabajo y los logros conseguidos, capacidad crítica, autoaprendizaje, disciplina en la forma de trabajar, capacidad para poner en práctica los conocimientos adquiridos y promover mayor implicación del alumnado.

*Mejoras esperadas:* el eportafolio servirá para guiar al estudiante en su actividad y en la percepción de sus propios progresos. Estimulará al estudiante para que no se conformen con los primeros resultados, sino que se preocupen por el proceso de aprendizaje. Desarrollará la capacidad para localizar información, para formular, analizar y resolver problemas.

*Impacto sobre la docencia:* tiene un carácter cooperativo ya que implica tanto al docente como al estudiante en el desarrollo del proceso. Es de esperar que los alumnos que se decanten por el uso de esta metodología llevarán más al día la materia y esto se refleje positivamente en los resultados obtenidos. Debido a que el docente tendrá que ir revisando aquello que el alumno vaya incluyendo en el portafolio la carga docente del docente aumenta. Mayor seguimiento de los conocimientos adquiridos por el alumno.

## PARTES

Las siguientes partes son necesarias en el diseño del eportafolio:

- **CARÁTULA:** Cada alumno debe hacer una presentación de sí mismo, esta presentación debería contener sus datos personales y un breve comentario sobre si es la primera vez que estudia Marketing digital y qué cree que contiene la materia así como las posibilidades que le ve en el mercado laboral.
- **REFLEXIÓN Y ANÁLISIS DEL APRENDIZAJE:** Cada alumno deberá hacer una reflexión relativa al proceso de aprendizaje en la que indicará aspectos relacionados con el tiempo que ha empleado en hacer las actividades, la dificultad o facilidad que le ha supuesto su realización... Las actividades están ya previamente reseñadas en un apartado anterior de este documento y desarrolladas en el [Anexo IX](#).
- **SEGUIMIENTO Y FECHAS:** Están especificadas tanto en la tabla resumen de las Actividades como en el [Anexo IX](#).

---

## EL BPORTAFOLIO

En ese proceso innovador se debería introducir también otros conceptos relacionados sobre todo con una parte importante del comercio y el marketing digital, las redes sociales. En ese sentido se propone también la utilización de un bportafolio

Un bportafolio es un eportafolio basado exclusivamente en plataformas de blogging y redes sociales. Ello permitirá una mejora y ampliación del conocimiento basado en los siguientes puntos que permiten los blogs (García, 2012). Tiene características tales como:

- Interacción social, ya que los alumnos y docentes tendrían sus reflexiones personales en formatos abiertos.
- Desarrollo de la evolución del aprendizaje y acumulación/asimilación de conocimientos al tener los blogs formato de cronología inversa (la publicación más nueva queda arriba y las antiguas van desplazándose).
- Organización mediante categorías y etiquetas para clasificar las reflexiones y aprendizajes.
- Autonomía, ya que permite un uso personal y autónomo de su gestor de contenidos (el blog).
- Reflexión, ya que los estudiantes se familiarizan con los estándares y las palabras clave para describir cada uno de sus artículos.
- Identidad digital, ya que los medios sociales que pueden enlazarse en los blogs (o siendo los blogs parte de los mismos) ayudan a mejorar su reputación digital.

La característica distintiva del bportafolio se asocia al blogfolio donde la evaluación acompaña todo el proceso, de tal manera que se puedan ir introduciendo cambios durante dicho proceso.

---

## LA ERÚBRICA

El segundo método que requiere de su inclusión en el proceso evaluativo es el de la erúbrica.

### CONCEPTUALIZACIÓN

Las rúbricas son «guías de puntuación usadas en la evaluación del desempeño de los estudiantes que describen las características específicas de un producto, proyecto o tarea en varios niveles de rendimiento, con el fin de clarificar lo que se espera del trabajo del alumno, de valorar su ejecución y de facilitar la proporción de feedback» (March, 2010:24). Las erúbricas son las rúbricas diseñadas e implementadas a través de tecnologías digitales.

Una rúbrica tiene tres características fundamentales: criterios de evaluación, una escala de valoración y una estrategia de calificación.

Los criterios de evaluación son el componente más importante de la rúbrica y tienen como finalidad establecer cuáles son los elementos sobre los que se va a basar la evaluación del aprendizaje y, por consiguiente, ofrecer al estudiante los aspectos esenciales de la tarea que serán objeto de valoración por parte del docente. Estos criterios pueden tener el mismo peso o un peso diferente, dentro de la rúbrica, según la relevancia que, según el docente, tiene cada uno de ellos para la evaluación del aprendizaje.

La escala de valoración describe diferentes características de la tarea de evaluación a realizar por el estudiante, de manera gradual. De este modo, se especifican diferentes niveles de realización de las actividades para cada uno de los criterios de evaluación.

La estrategia de calificación puede ser holística o analítica. En la estrategia holística el evaluador aplica todos los criterios de evaluación y ofrece, al final, un juicio global único de carácter cualitativo. En la estrategia analítica se puntúa cada uno de los criterios según el peso y la escala de valoración para obtener una calificación final de carácter cuantitativo (Popham, 1997).

## RESULTADOS

Efectos del uso de las rúbricas en la mejora de las competencias del estudiante (Panadero & Jonsson, 2013):

- Incremento de la transparencia. Las rúbricas contribuyen a clarificar los requerimientos de una tarea de evaluación e identifica sus componentes. Muestra con mayor claridad los criterios de evaluación y ayuda a comprender lo que se espera del alumno, es decir, a interpretar con mayor exactitud las expectativas del docente (Andrade & Boulay, 2003; Reynolds-Keefer, 2010; Reddy & Andrade, 2010; Navarro & González, 2010)
- Reducción de la ansiedad. Los estudiantes aumentan su confianza sobre sus capacidades para desarrollar las tareas de evaluación y consideran que es más fácil gestionar las actividades requeridas. Las rúbricas contribuyen a evitar que los alumnos no concluyan sus tareas por sentirse «bloqueados», fundamentalmente, porque conocen qué resultados se esperan de ellos y cómo están relacionados con sus calificaciones (Andrade & Du, 2005; Reddy & Andrade, 2010; Panadero, Tapia, & Huertas, 2012)
- Ayuda al proceso de retroalimentación. Para los estudiantes la rúbrica les aporta un feedback muy útil sobre sus realizaciones y trabajos de evaluación. También les permite reflexionar sobre su propia actividad a partir de los criterios y valoraciones que encuentran en la rúbrica (Andrade & Du, 2005).
- Mejora de la autoeficacia del estudiante. Varios estudios encontraron que la autoeficacia se incrementa con el uso de las rúbricas, siempre que los estudiantes reciben feedback del docente sobre sus resultados, a través del cual pueden obtener una visión más realista de sus avances o la ausencia de ellos. (Panadero, Tapia & Huertas, 2012; Andrade, Wang, Du & Akawi, 2009)
- Fomento de la autorregulación del estudiante. Las rúbricas facilitan tanto la planificación como la auto-evaluación. Los estudiantes perciben la rúbrica como una herramienta útil y un punto de referencia para planificar su acción (como una receta de cocina o un mapa geográfico). Además, las rúbricas ayudan a controlar y valorar el progreso de la tarea antes de realizarla, mientras se lleva a cabo y una vez concluida. Disminuye el nivel de «evitación

de la autorregulación» derivada de emociones negativas como la ansiedad, lo cual repercute en un mejor aprendizaje gracias a una mayor atención en la corrección de errores. (Panadero et al., 2012; Reynolds-Keefer, 2010; Andrade & Du, 2005).

### PROPUESTA DE ERÚBRICA

Bajo estos parámetros, en este rediseño de la asignatura proponemos un ejemplo de erúbrica para evaluar la primera actividad, la creación de la identidad digital.

El objetivo de esta herramienta es que la tecnología se ponga al servicio de la pedagogía y se facilite el proceso de evaluación tanto al docente como a los estudiantes; de esta forma, el alumnado puede participar en el mismo a través de estrategias participativas, como la autoevaluación y la evaluación entre iguales.

En el [Anexo XII](#) podemos encontrar un ejemplo de propuesta de erúbrica para la Actividad 1 relativa a la creación de la identidad digital

## 9. DESARROLLO

El objetivo genérico del proyecto es hacer viable la implantación de la Formación Profesional a distancia en el Instituto Técnico de Estudios Profesionales, ITEP desde un punto de vista coherente con el itinerario de docencia elegido en el máster.

El objetivo específico es adaptar, como proyecto piloto, el módulo de Comercio Digital Internacional correspondiente al segundo curso del ciclo formativo de Comercio Internacional a distancia. Esta adaptación se realizará en la plataforma de Moodle existente, componiendo toda la estructura de la asignatura. Dicha plataforma va a ser sustituida en breve por una nueva versión basada en Moodlerooms de Blackboard.

En el ITEP, como se ha señalado anteriormente, se observa la necesidad de que los docentes que van a participar en la FP a distancia reciban formación específica que apoye, incentive o fomente un proceso permanente de conceptualización, experimentación y diseño creativo en los cursos de sus respectivos módulos, así como la elaboración de materiales educativos, orientado a fortalecer iniciativas e intereses con respecto a la implementación de las tecnologías de la información y la comunicación.

Hay que generar en la plataforma virtual un escenario donde las actividades se conviertan en el punto clave, tanto del aprendizaje como de la evaluación, una evaluación del proceso de aprendizaje de competencias, fomentando, siempre que sea posible, el trabajo colaborativo. Es fundamental para evitar la temida sensación de "aislamiento" del alumno en entornos virtuales de aprendizaje y para poder observar la construcción conjunta del conocimiento.

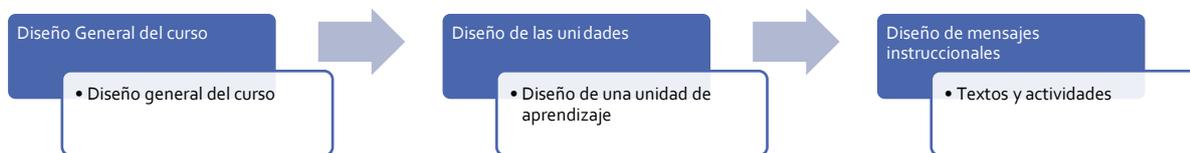
---

### OBJETIVOS (Sabogal, 2009)

- Se buscará desarrollar elementos de carácter conceptual, metodológico y práctico que permitan comprender los procesos de diseño de un curso completamente virtual.
- Abordar de una manera teórico-práctica los requerimientos para el diseño de una unidad de aprendizaje prototipo del curso en la plataforma Moodle.
- Diseñar diferentes tipologías de actividades orientadas a una formación centrada en el aprendizaje utilizando metodologías de trabajo colaborativo, análisis de casos y desarrollo de proyectos.

- Diseño de recursos o materiales educativos orientados a una formación centrada en el aprendizaje y no en la enseñanza.
- Establecer la conveniencia de utilizar objetos de aprendizaje como recursos educativos en las diferentes modalidades de formación propuestas
- Elaborar procesos que permitan definir una metodología de diseño tecnopedagógico que retome las condiciones de contexto que se encuentran presentes en la institución (enfoque hacia la formación presencial), y aporte a la conceptualización de lo que será la modalidad de formación virtual en la institución considerando el enfoque pedagógico que tiene la Formación Profesional, las formas de valoración y evaluación de los aprendizajes y la cultura educativa propia de la organización.
- Diseñar los elementos del entorno virtual de aprendizaje en la unidad prototipo, y la navegación o características del interfaz en la plataforma, herramientas de interactividad, comunicación y actividades de acuerdo con la secuencia de objetivos

En esta fase se actúa como diseñadores de contenido, dividiendo el desarrollo en tres etapas:



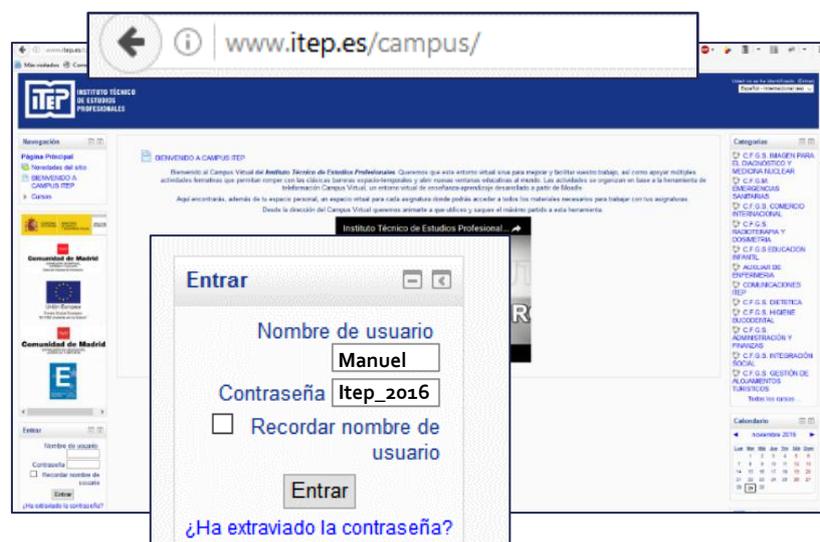
En estas etapas se realizarán las siguientes acciones:

- Realización de los materiales docentes, guía, instrumentos de evaluación, calendario del curso, encuestas, materiales de apoyo.
- Diseño de las herramientas de evaluación.
- Realización de actividades.
- Diseño del aula virtual.

Como resultado se obtiene:

- Plan docente.
- Actividades de aprendizaje.
- Herramientas evaluativas.

## 9.1. DATOS DE ACCESO



Seleccionar, una vez dentro:



## 9.2. INFORME DE DESARROLLO

### 9.2.1. ACCIONES

Para llevar a cabo el desarrollo del curso dentro de la plataforma se han tenido en cuenta una serie de premisas que posteriormente deberán ser consensuadas con los diferentes agentes a la hora de llevar a cabo la implementación del proyecto, sobre todo en la parte de docencia con los responsables del ITEP y el cuerpo docente de FP a distancia.

Se busca dar unas pautas, a partir de lo elaborado hasta ahora en el proyecto, para que cada docente sepa qué y cómo llevar a cabo la planificación de cada uno de sus módulos.

Y así se han desarrollado las dos unidades didácticas.

#### DEFINICIÓN DE DOMINIO DE APRENDIZAJE Y DEL OBJETIVO DE LA UNIDAD

Se indica el dominio de aprendizaje principal al que está asociado el objetivo de la unidad: *impartir conocimiento, desarrollar una habilidad o competencia y cambiar una actitud frente al aprendizaje*

En base a este dominio, se especifica el objetivo de la unidad teniendo en cuenta que éste debe ser expresado en términos cuantificables.

#### SELECCIÓN DEL MÉTODO DE ENSEÑANZA Y LOS MEDIOS DIDÁCTICOS A UTILIZAR

Este punto es clave, una adecuada selección del método de enseñanza que el docente quiera plasmar en su desarrollo del módulo y los medios didácticos que utilizara, ya que esto determinará lo atractivo que pueda resultar el curso para el alumno.

La **Unidad 1. Internet**, tiene una combinación de conocimientos que el alumno debe adquirir sobre Internet como medio de comunicación, canal de distribución y entorno de interacción. De igual manera se potencia la habilidad de moverse en ese nuevo paradigma de la comunicación y por último se inicia el proceso de cambio de aprendizaje, pasando de la memorización a la construcción.

Por su parte la **Unidad 4. Elaboración de un plan de Marketing Digital**, aun teniendo también la asunción de conocimientos como algo básico, trabaja más el lado creativo del alumno con una especial relevancia de las actividades que desarrollen competencias laborales requeridas. Igualmente se sigue trabajando el cambio en el proceso de aprendizaje.

#### ¿QUÉ CONTENIDOS?

Se refiere al tipo de contenidos que se enseñarán en cada unidad, pudiéndose elegir o combinar entre: asimilar **conceptos**, analizar **casos** y desarrollar un **proyecto**

#### ¿CÓMO?:

Indica la forma en que se presentará ese contenido. Varias formas para elegir la más adecuada en cada caso:

- **Exposición:** se presenta el contenido sin permitir mayor interacción con el participante. Esto puede ser realizado a través de la lectura de un texto o documento, combinados con dibujos o fotografías, audio y/o video.

- **Actividad:** el contenido se presenta de manera que el alumno pueda ejercitar conceptos de manera interactiva y didáctica a través de un juego o analogía. Los medios que pueden usarse son: textos combinados con dibujos, fotografías, animación en 3D, aplicaciones, etc.
- **Simulación:** esta forma es más recomendada cuando el objetivo está asociado con el desarrollo de habilidades ya que permite al participante practicar los contenidos en un ambiente cercano a la realidad, por ejemplo, se puede simular ser una empresa en un mercado concreto con unos objetivos perseguidos.

## ¿QUIÉNES?

Para los alumnos que participen en las actividades se puede elegir entre:

- **Individual:** la actividad debe ser realizada sólo por el participante sin interacción directa con el instructor u otros participantes.
- **Tutorial:** es aquella en que la actividad es guiada por el docente
- **Grupal:** esta actividad puede ser desarrollada por varios participantes.

Para esto se propone que se puedan usar los siguientes medios:

- Correo electrónico
- Grupos de discusión, foros
- Videoconferencia
- Compartición de aplicaciones

### Propuestas para desarrollar esta tarea:

Hay que tener en cuenta que el curso se hará más atractivo y entretenido para el participante mientras más posibilidades de interacción tenga. El módulo debe ser lo más simple y breve posible, incluso en la presentación de contenidos complejos. Por tanto se incluyen aquellos elementos (textos, ilustraciones, etc.) que sean relevantes para el logro de las metas de aprendizaje deseadas.

## EVALUACIÓN

Se debe determinar qué actividades y tareas van a ser evaluadas. Y fundamental que se indiquen: los objetivos perseguidos el peso en la nota, la temporalización, los recursos necesarios y se incluya la rúbrica evaluativa. Así se ha realizado en las actividades correspondientes a las dos unidades.

## DISEÑO DE MENSAJES INSTRUCCIONALES

Se debe seleccionar el material para desarrollar los mensajes instruccionales

Tomando como base el objetivo y la selección de medios de cada ficha para unidad de aprendizaje, se buscará material que pueda servir como fuente para el desarrollo de los mensajes instruccionales.

### 9.2.2. GUÍA DE USUARIO

#### ASPECTOS GENERALES

Como se ha comentado anteriormente es fundamental mantener la motivación del alumno para obtener los objetivos formativos propuestos. En el desarrollo del proyecto es por tanto fundamental mantener en todo momento un feedback adecuado y potenciar la figura del docente como guía, como apoyo, pero que sea el alumno en que vaya generando su propio aprendizaje, manteniendo esa mezcla que resulta de la metodología constructivista y conectivista. Para ello se ha diseñado:



Ilustración 6. Guía didáctica al inicio del módulo

- Un plan docente, **una guía didáctica** que, al inicio del curso, se ofrecerá a todos los alumnos para que contextualicen su plan de aprendizaje.

En definitiva se facilitará una base de interacción con pautas y objetivos comunes que ayuden a los docentes y alumnos a disponer de las mismas metas dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Servirá al docente como método de diseño para seleccionar, ordenar y exponer todos los contenidos, objetivos, criterios de evaluación, etc. que se llevarán a cabo a lo largo de todo el curso.

Además para el alumno será una herramienta planificadora del estudio para el curso, ya que dispone de toda la información necesaria para poner en marcha su propio proceso de trabajo.

- De igual forma se dará una especial relevancia a las actividades. No hay que "sorprender" con nuevas informaciones a lo largo del curso, por ello se debe conocer desde el inicio una **temporalización de las actividades** que permita que alumno pueda ir programando su ritmo de trabajo.
- Una carpeta, denominada **de recursos generales**, que se irá complementado a lo largo del curso, y donde el alumno puede también aportar, con todo lo que durante el período lectivo pueda ser de interés: links, informes, libros, noticias...
- **Calendario**, con todos los eventos relevantes para tener una visión general de la estructura de trabajo.
- **Búsqueda en foros**, para recuperar información acerca del tema que se esté trabajando.
- **Últimas noticias** para que los alumnos tengan cumplida información de todo lo relativo a la vida del aula.
- **Aviso de eventos próximos**, como complemento al calendario y como sistema de alarma frente a las tareas que se aproximen.



Ilustración 7. Calendario

- **Actividad reciente**, para dejar constancia de los últimos cambios que se hayan producido en la plataforma y que sean de relevancia para alumnos y profesores.
- **Mensajes**, es fundamental mantener la comunicación activa entre todos los agentes intervinientes en la plataforma, por tanto el acceso a los mensajes es un punto capital.



Ilustración 8. Zona de mensajes

### 9.2.3. POR UNIDADES

En el módulo de Comercio Digital Internacional perteneciente al ciclo superior de Comercio Internacional se han escogido dos temas para mostrar la estructura que tendrán y que, por extensión, será la que se exportará como línea de diseño en la plataforma.

#### ESTRUCTURA

Además de lo expuesto en el punto anterior, materiales generales, en cada una de las unidades la estructura es la siguiente:

- Se desarrolla al inicio el contenido del tema, anticipando los puntos fundamentales que se van a tratar.
- En cada uno de los temas, en este igualmente, se adjunta uno o varios PDF que servirán como material de apoyo durante el desarrollo del tema.
- Se suministran vínculos de acceso a páginas desde donde el alumno podrá ir complementando los conocimientos tratados, investigando por su parte y construyendo el universo donde se desarrolla el aprendizaje del tema. Muchas de estas páginas contienen información, imágenes, vínculos o vídeos explicativos.

Es fundamental en cada tema la realización de las actividades. Una o varias que complementarán el proceso de aprendizaje. Cada una de estas actividades estará delimitada en tiempo y valoración y siempre acompañada de un PDF explicativo y de una rúbrica de evaluación para que el alumno conozca qué objetivos se persiguen en cada una de ellas.

En el [Anexo IX](#) del proyecto están pormenorizadas todas las actividades de las que se compone el módulo.

Para algunas de estas actividades se suministra, en caso necesario, una documentación adicional que ayude a llevarla a cabo y contextualice mejor el objetivo perseguido

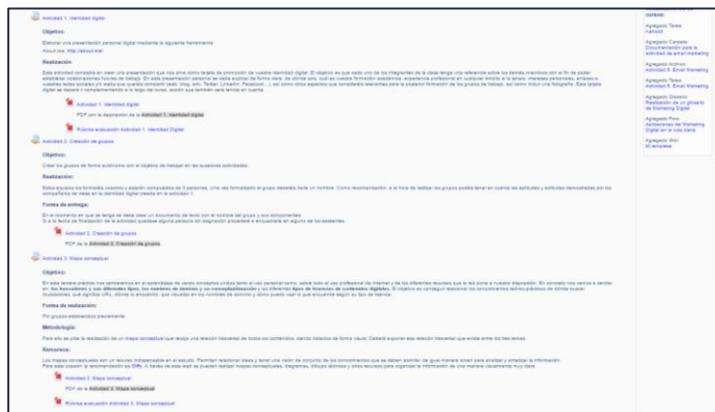
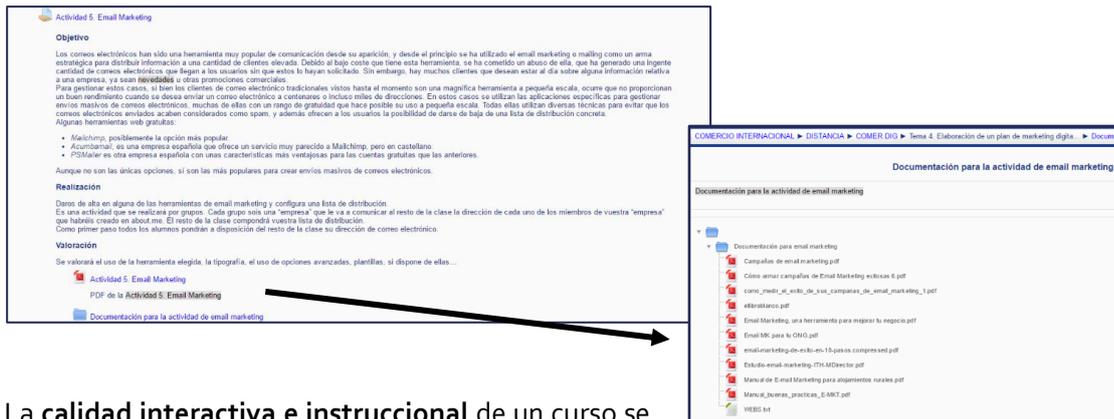


Ilustración 9. Presentación de las actividades del Tema 1 en la plataforma



La calidad interactiva e instruccional de un curso se basan en una utilización inteligente y creativa de los medios didácticos disponibles en una plataforma como Moodle.

Ilustración 10. Material de apoyo para la actividad

Estos medios didácticos se clasifican en dos grandes grupos dependiendo de la simultaneidad de la comunicación entre el docente y los alumnos:

**Medios asincrónicos:** son aquellos en que no se necesita interactuar con terceros de manera simultánea. El alumno puede acceder a este tipo de medios cuando lo estime conveniente, permitiendo de esa manera flexibilizar la forma en que sigue el curso. Dentro de esta clase se clasifican: textos, formularios, documentos, dibujos, fotografías, animaciones 3D, audio, video, correo electrónico, grupos de discusión...

**Medios sincrónicos:** son aquellos que requieren la interacción simultánea de por lo menos dos personas, pudiendo ser entre el docente y los alumnos o entre los mismos alumnos. En esta clase se encuentran la conversación en línea (chat), la videoconferencia o el compartir aplicaciones. La desventaja de este tipo de medios es que requieren de una programación previa por parte de los involucrados lo que se contrapone al beneficio de la flexibilidad de horario de los medios asincrónicos.

Se introducirán estos medios con la finalidad de dinamizar el trabajo dentro del aula y sobre todo de potenciar el aprendizaje colaborativo.



Ilustración 11. Utilización de medios sincrónicos

Se usan medios externos como Kahoot! para fomentar la gamificación, estableciendo dinámicas de juego con rankings y espíritu a la vez competitivo y colaborativo. También, en esa misma línea colaborativa, se proponen actividades de Wiki, foros o realización de glosarios especializados en Marketing.

Muy importante la **variedad en el uso de recursos** dentro del desarrollo de los temas. Igualmente en la anterior fase de diseño se vio que cada actividad tiene sus propios recursos.

## 9.3. EVALUACIÓN

### 9.3.1. EVALUACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Las diferentes actividades de las que se compone el módulo son acompañadas siempre de una **rúbrica** que se da a conocer a los alumnos desde el momento en que se inicia cada unidad didáctica. La temporalización de las actividades también se encuentra al inicio del módulo dentro de la plataforma

Al final del ciclo formativo, tal y como se indicó en la fase de diseño, se logrará también la utilización del eportafolio y del bportafolio.

### 9.3.2. EVALUACIÓN DEL DESARROLLO

Se ha elaborado una encuesta para la obtención, medición y valoración de los datos que permitan tomar las decisiones necesarias antes de la implementación del proyecto. Se puede encontrar en el [Anexo XIII](#).

## 9.4. VIABILIDAD

A la hora de analizar la viabilidad del proyecto se consideran diferentes partes

- **Alcance del proyecto**

En el desarrollo se ha tenido en cuenta la solución del problema planteado de inicio en el ITEP: la puesta en marcha de la FP a distancia y la necesidad de la definición proyecto de futuro, de calidad y competitivo, cubriendo sobre todo la parte relativa a las posibles carencias en cuanto a formación del profesorado. Esta debilidad se detectó durante la fase de análisis y quedó reflejada en el DAFO.

El **desarrollo de la propuesta formativa** elaborada **hace viable** cubrir especialmente las necesidades de reforzar este aspecto. Un elemento interesante ha sido el ir consensuando algunas de las soluciones propuestas con el tutor del ITEP además de las necesarias pautas del tutor de la UOC.

- **Análisis de la situación.**

En anteriores fases, sobre todo en la del análisis, se vio la necesidad expuesta y se valoró el punto de partida. La conclusión fundamental es que se estaba aplicando en este primer año alguna metodología docente remanente aún de la formación presencial que lastraba toda la calidad posible en la FP a distancia. Igualmente no había formación en el profesorado específica para dicha formación virtual.

El **desarrollo de un módulo en la plataforma Moodle hará viable** a tener una visión más contextualizada de lo que se busca. Unido este desarrollo a lo ya expuesto en la fase de diseño.

- **Definición de requisitos.**

Las distintas entrevistas con el tutor del ITEP, la ya mencionada guía del tutor de la UOC y los datos extraídos mediante formularios y encuestas de los perfiles del alumnado y sus opiniones han permitido enmarcar el punto de partida y el lugar al que llegar.

El **desarrollo viene a aunar todos los aspectos** que atañen a los diferentes integrantes del proyecto **haciendo viable** la consecución de un objetivo común.

- **Determinación del enfoque.**

Para cada problema existe una solución. El desarrollo trata de exponer la máxima cantidad de alternativas para evaluar la solución más adecuada en cada momento teniendo en cuenta todos los factores que incidan en el problema.

**El desarrollo ha pretendido hacer viable** todo lo que en la estructura existente es positivo y considerar otras posibilidades que sumen al conjunto final. Se ha tenido en cuenta la plataforma existente, se ha valorado su sustitución por otra más actual, se ha aprovechado el valor de los recursos docentes disponibles y se han propuesto soluciones de mejora en la formación.

- **Viabilidad económica.**

A pesar de que la apuesta del ITEP ha sido fundamental y total hacia la modalidad a distancia de la FP se ha intentado minimizar el impacto económico que siempre supone un cambio hacia adelante. **El desarrollo del presupuesto** siempre ha estado dentro de los límites aceptables y en proyecto, desde un punto de vista económico, se puede asumir por parte del ITEP.

Por todo ello, y de forma consensuada con el tutor del ITEP, se considera que existen todos los elementos de juicio para considerar viable la implementación de un módulo piloto en el ITEP para la FP a distancia.

## 10. IMPLEMENTACIÓN

El objetivo primordial que se buscaba con la implementación piloto del proyecto es poder valorar si todo lo diseñado teóricamente va a poder funcionar en la práctica. Saber si la posibilidad de llevar la FP a distancia en el ITEP tal y como se ha pensado en el proyecto podría ser factible y sobre todo conocer cómo se desarrollaría, qué problemas se pueden encontrar y cómo darles la mejor solución. De igual manera se busca involucrar a todos los actores del proyecto para que emitan sus opiniones, consideraciones, ideas, críticas y mejoras al proceso y al resultado final.

Se han mantenido conversaciones con los responsables directivos del ITEP para buscar el mejor momento, dentro de las posibilidades, para llevar a cabo dicha implementación piloto. Hay que considerar que durante la semana del 12 al 16 de diciembre se han llevado a cabo los exámenes correspondientes al primer parcial tanto del primero como del segundo curso de FP en los diferentes módulos formativos.

Por ello se consensó que, para no incomodar en el proceso docente normal, se solicitara a los alumnos del módulo de Comercio Digital Internacional correspondiente al segundo curso del ciclo formativo de Comercio Internacional en modalidad presencial que contribuyesen con alguna actividad ya realizada previamente en su clase. Que participaran en el proyecto como si realmente fuesen alumnos del mismo módulo y ciclo pero en modalidad a distancia.

Esta participación se ha llevado a cabo en la semana del 19 al 22 de diciembre, habiendo terminado ya sus exámenes y descendiendo la carga lectiva hasta retomar con fuerza el año que viene después de las vacaciones.

De igual manera se solicitó al docente encargado de la modalidad presencial que tomase el mando de la modalidad a distancia para valorar y trabajar en dichas actividades como si realmente impartiese dicha modalidad. El docente ya conocía el funcionamiento de la plataforma por haber venido usándola para algunos trámites.

Hay que resaltar la disposición tanto de los alumnos de la modalidad presencia como de su docente que se prestaron gustosamente a participar y valorar su experiencia. De igual forma hay que de nuevo destacar las facilidades otorgadas tanto por el centro, representado en su director, como por parte del resto del personal: docentes, coordinadores, administrativos e informáticos.

El resultado final será una valoración de todas las partes implicadas que se obtendrá de una serie de encuestas que ofrecerán la posibilidad de conocer su opinión dentro de la participación en el proyecto y que ayudarán a valorar los posibles cambios y mejoras en el proceso.

## 10.1. PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN Y EVALUACIÓN

Hay que distinguir claramente entre qué es lo que se pretendía hacer y qué es lo que se ha podido llevar a cabo. En este apartado se refleja lo que se pretende conseguir. En el apartado siguiente se observa qué se ha realizado y se verán las diferencias respecto a lo que en esta propuesta se tenía pensado conseguir.

### 10.1.1. TABLA DE PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN

El proyecto, en consonancia con lo descrito hasta ahora en las fases anteriores, tiene como meta el poner en marcha una implementación piloto que pudiera servir de modelo para la puesta en funcionamiento de la FP a distancia en todos los módulos ofrecidos en el ITEP.

La propuesta tiene el siguiente desarrollo:

Fecha	Objetivo	Modalidad	Recursos	Evaluación	Implicación
5-8 diciembre	Información al profesorado y personal implicado	Presencial / A distancia	Envío email, charla, manual, ejercicios, plataforma	Conclusiones en grupo. Encuestas	Autor del proyecto Docentes ITEP Tutor ITEP Personal implicado
12-16 diciembre	Información al alumnado	Presencial / A distancia	Envío email, charla, manual, ejercicios, plataforma	Conclusiones en grupo. Encuestas	Autor del proyecto Docente módulo presencial Alumnos Comercio Internacional
19-20 diciembre	Tema 1. Internet	A distancia / Presencial	Material de apoyo, plataforma, correo electrónico, tutorías	Control con herramienta Kahoot!	Autor del proyecto Docente módulo presencial Alumnos Comercio Internacional
19-22 diciembre	Actividad 1. Identidad digital	A distancia	Material de apoyo, plataforma, correo electrónico, tutorías	Docente módulo presencial / Autor del proyecto	Autor del proyecto Docente módulo presencial Alumnos Comercio Internacional

*El primer paso es la información al profesorado y personal implicado.* Como se ve es esencial en la propuesta empezar por la formación del futuro profesorado implicado. Esta formación, como primera parte de la implementación, expondrá el nuevo papel del docente en relación al rol del tutor en los entornos virtuales de aprendizaje. Planteará las nuevas competencias y habilidades: la necesidad de estar preparado para mantener “vivos” los espacios comunicativos, facilitar el acceso a los contenidos, generar un dialogo efectivo con los participantes y entre los participantes, de modo que se favorezca el aprendizaje activo y la necesidad de construir un conocimiento colaborativo.

Para ello se convoca a todos los docentes y personal implicado en la FP a distancia y a los que probablemente formen parte de ella en cursos venideros para llevar a cabo una serie de charlas. Esta convocatoria se realizará mediante un correo electrónico a través de la plataforma.

En estas charlas se les entregará, si no disponían de él, un manual de uso de la plataforma, y se realizarán diferentes ejercicios prácticos de manejo de la plataforma. Se debatirán y se consensuarán diferentes modelos formativos adecuados, herramientas individuales y colaborativas y sistemas evaluativos.

*El segundo paso es la información al alumnado.* De la misma forma, y siendo conscientes de que muchos de los alumnos no tenía una habitualidad previa en el uso de la plataforma, se programa durante la semana de exámenes, y con la idea de que en ese tiempo no se avanzará ya materia de las distintas asignaturas, unas charlas presenciales donde, además de poner en contexto del proyecto a los alumnos, se les enseñará el funcionamiento de un Entorno Virtual de Aprendizaje.



Ilustración 12. Correo de convocatoria a los alumnos

Su realización será tanto de manera presencial como de manera virtual, desde fuera de las aulas, aprovechando que podría ser algo distinto en el ritmo de esa semana de evaluación y que incluso podría ser positivo para descargar tensión y modificar el eje de sus preocupaciones.

*Tercer paso.* Se programa volver a ver el primer tema del módulo que, por ser el más alejado en el tiempo y el menos específico se considera el más adecuado para su repaso.

La diferencia es que ahora se hará de manera virtual con el objetivo de que los alumnos observen las diferencias a la hora de trabajar en ambos ámbitos.

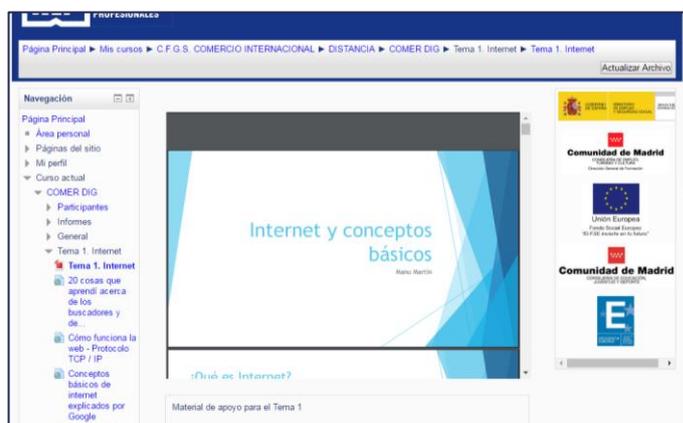


Ilustración 13. Material de lectura en PDF para el Tema 1

*Cuarto y último paso.* De igual manera durante la semana previa a las vacaciones de Navidad, se les pide que vayan realizando la primera actividad propuesta, desde el proyecto, en la plataforma, la actividad de la identidad digital. Sus objetivos, estructura y forma de realización y entrega se le explicarán durante las sesiones del 12 al 16.

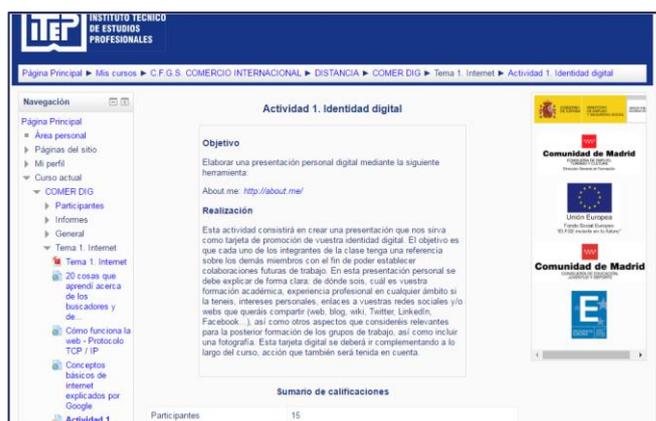


Ilustración 14. Pautas de realización de la Actividad 1

Se elige esta actividad, que no habían realizado en la modalidad presencial, porque servirá en futuras actividades, lleva un nexo de unión con propuestas futuras como una página web personal, una actividad de email marketing en un rol de empresa o una tienda virtual. Además se trabajaría con esta identidad digital el “personal branding” y su realidad digital con vistas al acceso al mundo laboral.

Lógicamente se incidirá a los alumnos en que, aunque es proyecto viable a corto plazo, en lo que estaban participando es todavía un proyecto y que, por tanto, su actividad no tendrá un reflejo valorativo en las calificaciones oficiales.

### 10.1.2. PROPUESTA DE EVALUACIÓN

#### EVALUACIÓN DOCENTE

Con el objetivo de que los docentes y demás personal afectado pudieran efectuar una evaluación del proyecto, se procedió a hacerles llegar a todos ellos la documentación necesaria para que pudieran utilizar y gestionar sin problemas la plataforma del ITEP que se iba a usar durante la charla que se iba a mantener entre los días 5 y 8 de diciembre

Además, se diseñó un cuestionario, con respuesta de elección, diferenciado en dos partes: la evaluación de la plataforma y la evaluación de los contenidos pedagógicos (contenidos y procesos docentes).

Se utilizaron modelos similares a los gestionados en la tercera fase del proyecto, el análisis, ya que es un objetivo similar. Se encuentra en el [Anexo XIV](#).

Ambos documentos, se enviaron previamente al director del ITEP para que, posteriormente se los hiciera llegar a los profesionales participantes en este proceso, de tal manera que se garantizara el anonimato de la información.

En cuanto a la valoración de la plataforma el objetivo es evaluarla en su conjunto y en cuanto a la valoración pedagógica su objetivo es conocer la opinión acerca de los contenidos de la formación y de los procesos de enseñanza/aprendizaje en un entorno virtual.

En cuanto al feedback mantenido con los docentes se pretendía en esta propuesta de valoración que se hiciese durante los días dedicados a las charlas y que fuese “in situ” donde se recogieran todos los comentarios, valoraciones, críticas, sugerencias e intercambio de puntos de vista que sobre el trabajo en la plataforma y del proceso de la formación a distancia realizasen los participantes.

## EVALUACIÓN ALUMNOS

En cuanto a las tareas realizadas por los alumnos y su valoración del proyecto presentado el proceso de valoración queda recogido en la siguiente tabla.

Valoración proceso formativo	Materiales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PDF Tema 1. Internet</li> <li>• Vínculos               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Libro digital</li> <li>○ Vídeo</li> <li>○ Web</li> </ul> </li> </ul>
	Actividades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividad 1. Identidad digital</li> <li>• Actividad 2. Creación de grupos</li> <li>• Actividad 3. Mapa conceptual</li> </ul>
	Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rúbricas evaluativas</li> <li>• Kahoot! interactivo</li> </ul>
	Feedback	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Charla explicativa</li> <li>• Correo electrónico</li> </ul>
Valoración de los recursos tecnológicos utilizados		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de las actividades en la plataforma</li> <li>• Valoración de la entrega de actividades</li> </ul>
Valoración de la respuesta del alumnado al proyecto		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formulario, participación, motivación y resultados</li> </ul>

De igual manera se realizó un formulario para que los alumnos pudiesen aportar su destacada valoración acerca de la experiencia que habían tenido. En general eran alumnos que con una relación muy escasa o puntual con las nuevas tecnologías y poco habituados a utilizarlas, en algunos casos reacios, y muy enganchados todavía al sistema más tradicional de clases magistrales donde su papel estaba claramente definido en el aula como tomadores de apuntes. El formulario de valoración se encuentra en el [Anexo XV](#).

Pero justamente por esa circunstancia su opinión se presentaba como un gran banco de información con amplias posibilidades de ser analizada.

Del total de alumnos matriculados 8 respondieron a tiempo al formulario

## 10.2 DESCRIPCIÓN DE IMPLEMENTACIÓN Y EVALUACIÓN

### 10.2.1. IMPLEMENTACIÓN

En este punto se debe entonar un mea culpa con respecto a las fechas escogidas, si bien es cierto que la temporización del TFM así las ha enmarcado, se podrían haber previsto por parte del autor del proyecto de una forma más exacta. Estas fechas han sido especialmente complejas por varias razones, la primera que era una semana de exámenes, tanto para los alumnos como para los docentes y el centro, y la segunda que el aroma a Navidad estaba ya muy cercano e impregnaba sin remedio el ambiente. Ambos conceptos se han mezclado.

La semana escogida ha tenido el hándicap de la casi coincidencia con la semana de exámenes. Esto ha conllevado que los alumnos hayan disminuido su asistencia dentro de la modalidad presencial tanto la semana anterior a los exámenes, como la propia semana de exámenes como la posterior y última del año. Hay que aclarar que durante la semana de exámenes, cuando en la materia presencial correspondiente no coincida con su examen, se prevé continuar con el ritmo docente habitual, es decir, hay clase de forma habitual.

Por ello los resultados se han realizado sobre un muestreo menor en cuanto a número de alumnos, ciertamente animosos, pero con dificultades para separar su total inmersión mental en los exámenes de una provechosa ayuda en esta fase del proyecto

Por ejemplo la tarea evaluativa a través de Kahoot! del Tema 1 la realizaron 13 alumnos. Aun así se les solicitó su colaboración tanto en la entrega de actividades y seguimiento de la materia en la plataforma como en, a lo que se le ha dado mayor relevancia, su valoración de la experiencia.

Se tomó como punto de partida recordar el primer tema del módulo que ellos han estado siguiendo en modalidad presencial. Pero hacerlo desde el punto de vista de la formación a distancia. La experiencia se ha llevado a cabo, con todos los inconvenientes descritos, durante los días del 19 al 22 de diciembre.

Durante los días previos se estuvo en contacto con el docente encargado de la modalidad presencial en dicho módulo para informarle del proyecto y para involucrarle en las posibles mejoras y sugerencias que pudiera hacer al proyecto. Aceptó gustoso la invitación y consideró muy importante los aspectos positivos que el trabajo en la plataforma podría tener para los alumnos.

Se acordó con él tener una primera experiencia en el repaso del primer tema del módulo: Internet, conceptos básicos. Consideró este tema como adecuado ya que, por experiencias de años anteriores, al ser un tema novedoso para los alumnos en el segundo año muchos de los conceptos caían rápidamente en el olvido y esta podría ser una buena manera de refrescarlos. La inclusión de diversos vídeos y enlaces desde la plataforma, de temas de ayuda y de documentos complementarios y su disponibilidad constante para el repaso, también fue valorada de forma positiva.

De igual forma se consideró por ambas partes como muy interesante la actividad propuesta relativa a la identidad digital y adecuada para ser valorada, ya que es una actividad que no requiere mucho tiempo, es relativamente fácil de realizar, y se le puede sacar mucho partido en actividades posteriores y en la realidad laboral del propio alumno.

De forma consensuada con la dirección del centro, se establecieron unos días durante la semana de exámenes, aprovechando las materias que ese día no tenían pruebas de evaluación, para explicarles a los alumnos de Comercio Digital Internacional en qué iba a consistir la experiencia y el grado de participación que iban a tener.

Durante esa semana los alumnos pudieron familiarizarse con un entorno virtual, hasta ahora desconocido salvo para la consulta de notas. Además de conocer exactamente en qué consistía un entorno virtual de aprendizaje, se familiarizaron con espacios de debate y trabajo colaborativo como son los foros o la wiki y que comenzaran a ser activos en su proceso de aprendizaje, construyendo conocimiento y no simplemente limitándose a recibir información sin más.

---

## INCONVENIENTES

Uno de los puntos importantes de este proyecto es, al pertenecer al itinerario de docencia, implementar las pautas necesarias para que los docentes que van a participar en la FP a distancia reciban la formación necesaria para conseguir que obtengan la autonomía necesaria para realizar, manteniendo la calidad, la elaboración de todos los materiales y recursos educativos que les permita implementar en sus diferentes módulos las tecnologías de la información y la comunicación de forma óptima.

Debido al momento temporal en el que se desarrolla este proyecto fue inviable la formación de los docentes como hubiera sido deseable. Estaban inmersos en pleno proceso de realización y posterior corrección de exámenes.

La idea era converger en los procesos para la implementación genérica y más amplia del proyecto piloto y de su temporalización, habiendo sido necesario realizar los siguientes documentos:

- Documento de contextualización de la propuesta
- Presentación explicativa sobre el proyecto.
  - Redacción de una presentación en diapositivas de ejemplos de aplicaciones tecnológicas educativas, experiencias piloto en otros contextos educativos, tendencias actuales...
- Elaboración del cuestionario evaluador de la satisfacción
- Explicación en la plataforma Moodle del proyecto piloto.
- Elaboración de los documentos de ayuda que aparecerían en la plataforma para los docentes.
- Adjudicación de los permisos pertinentes de acceso a Moodle como estudiantes a todos los formadores que participasen.
- Implementación, coordinación y tutorización del plan piloto.
- Valoración de los datos obtenidos.
- Elaboración de una propuesta de mejora en base a las carencias detectadas en el análisis de valoración.

En definitiva, y para vencer alguna mínima reticencia que pudiera existir, se realizará una “campaña de marketing” dando a conocer las bondades y mejoras que derivarán de la implementación con el fin de “ganar adeptos a la causa”. Fomentar un primer contacto, sin temor, con la plataforma por parte de los docentes no acostumbrados y potenciar una acogida satisfactoria.

Cualquier sugerencia/comentario por parte de los docentes debe ser tenido muy en cuenta, ya que son ellos los que mejor conocen el contexto de desarrollo de la enseñanza dentro del ITEP y su opinión vendrá cargada de puntos de vista que posiblemente desde fuera se pudieran escapar.

No todo ello ha sido viable y por tanto el cuestionario previsto entre los docentes, al no poder haberse llevado a cabo este paso, se ha tenido que realizar exclusivamente con el responsable de la FP presencial del módulo de Comercio Digital Internacional.

#### TABLA DE IMPLEMENTACIÓN REAL

Anteriormente se había desarrollado la tabla de propuesta de implementación, se obtiene ahora la comparativa de cómo se realizó:

Fecha	Objetivo	Modalidad	Recursos	Evaluación	Implicación
8-9 diciembre	Consensuar posturas con docente de presencial	Presencial	Entrevista		Autor del proyecto Docente módulo Comercio Digital en modalidad presencial
12-16 diciembre	Información al alumnado	Presencial / A distancia	Curso, manual, ejercicios, plataforma	Conclusiones en grupo. Encuestas	Autor del proyecto Docente módulo presencial Alumnos Comercio Internacional
19-20 diciembre	Tema 1. Internet	A distancia / Presencial	Material de apoyo, plataforma, correo electrónico, tutorías	Control con herramienta Kahoot!	Autor del proyecto Docente módulo presencial Alumnos Comercio Internacional
19-22 diciembre	Actividad 1. Identidad digital	A distancia	Material de apoyo, plataforma, correo electrónico, tutorías	Docente módulo presencial / Autor del proyecto	Autor del proyecto Docente módulo presencial Alumnos Comercio Internacional

Como se puede observar, salvo el primer apartado, explicado en el punto anterior de inconvenientes, los demás se ha desarrollado temporalmente según lo previsto. Este primer punto no realizado ha supuesto un hándicap importante que se ha intentado suplir con la formación e información al docente encargado del módulo de Comercio Digital.

### 10.2.2. EVALUACIÓN

#### INFORMACIÓN AL ALUMNADO

Durante la semana del 12 al 16 de diciembre se llevaron a cabo diversas sesiones informativas, charlas, con los alumnos donde se les informó del proyecto y se debatieron diversas posturas en relación con la enseñanza a distancia y concretamente con la FP a distancia. Igualmente se trabajó con la plataforma y con las posibilidades que les ofrecía.

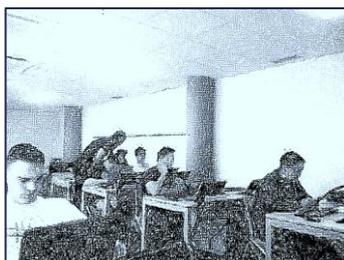


Ilustración 15. Descanso en una de las sesiones informativas con los alumnos

Estas sesiones con los alumnos han resultado de una gran utilidad, ya que ha permitido conocer las ideas que los actores del aprendizaje tenían al respecto del proyecto, una ayuda importante en la evaluación de la implementación.

La mayoría de los asistentes que, en los días que duraron, osciló entre 8 y 9 alumnos de media, se mostraron muy interesados en poder llevar a cabo la FP a distancia en algún módulo posterior o valoraron positivamente la posibilidad de haber realizado el mismo que estaban haciendo y se interesaron por la plataforma y por las diversas herramientas y posibilidades.

Aunque casi en su totalidad dejaron a la vista que les supondría un esfuerzo personal casi mayor que el que estaban realizando y que les producía algo de "miedo" en cambio a un sistema donde no hubiese un sistema tradicional de docente y donde no estuviesen "encima de ellos" para que pudiesen realizar su trayectoria.

#### VALORACIÓN DEL TEMA 1

El Tema 1 se centró en Internet, sus conceptos básicos, usos, protocolos, tipos de redes, buscadores... Se complementó el material teórico con herramientas de apoyo como vínculos a webs, vídeos, etc. Se puede ver la presentación de dicho tema en la plataforma en el [Anexo XVI](#).

Para la valoración del Tema 1 se construyó, tal y como estaba previsto un "control" a través de una herramienta interactiva como Kahoot Este "control" fue diseñado por el docente del módulo presencial. La valoración se realizó el día 20 de diciembre a los alumnos.

En el [Anexo XVII](#) se puede observar el resultado de la valoración que se realizó con Kahoot! del Tema 1. Internet a los 13 alumnos asistentes.

El resultado de la implementación fue positivo en este aspecto, ya que el grado de satisfacción de los alumnos fue alto, no quizá tanto la participación, pero esta innovación en la forma de valorar un "control" les resultó atractiva y motivante, sobre todo desde el punto de vista de la competición y

de la gamificación. Esto reafirma la idea de que se deben introducir más mecánicas de juego tanto en la construcción del aprendizaje como en la evaluación de los resultados.

### 10.2.3. VALORACIÓN ACTIVIDAD 1 IDENTIDAD DIGITAL

La Actividad 1 tuvo una menor respuesta por parte de los alumnos, y solo 8 de ellos hicieron llegar al profesor su vínculo a través de la plataforma

Para la valoración de esta primera actividad se diseñó una rúbrica en la plataforma. Esta valoración la llevó a cabo el autor del proyecto el 23 de diciembre, después de tener cerrado el plazo de recepción.

La presentación de la Actividad 1 y su rúbrica se encuentra en el [Anexo XVIII](#).

El resultado de la implementación de esta primera actividad fue también positivo, su realización se desarrolló en tiempo y forma previstos y además supuso también un descubrimiento motivante tanto para los alumnos en su realización y finalidad como para el docente del módulo de presencial que se mostró satisfecho con las posibilidades futuras.

## 10.3. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN

### 10.3.1. RESULTADOS GENERALES

La valoración de la implementación es positiva a la vista de los datos obtenidos de las diferentes herramientas evaluativas.

El escenario planteado en el proyecto piloto ha venido a reforzar la estructura constructivista en la que se basaba y contribuye a que sea el alumno el que edifique su propio conocimiento y a que sea el docente el que aplique su labor fundamental de guía en dicha edificación.

La implementación ha generado tanto en el autor del proyecto como en los agentes del ITEP implicados un alto grado de optimismo con su desarrollo, observando múltiples posibilidades y capacidad de mejora en la calidad de enseñanza que se pretende.

De igual manera para el autor del proyecto ha sido interesante proponer, y que así se vea, un giro paulatino hacia unas formas de desarrollo del aprendizaje más acorde con las concepciones actuales y más afines a un uso educativo de la tecnología.

A partir de los datos extraídos de los alumnos en su evaluación hay que considerar que el uso de las TIC es inherente al FP, obviamente para la docencia en línea, pero para la FP por ser un tipo de formación basada en las competencias, en las habilidades, en el saber hacer, y eso es lo que se busca, fomentar la capacidad individual para resolver los problemas.

Como aspecto negativo indicar que, al contrario de algunas creencias, los alumnos de estas edades, 18-19-20 años, no tiene unas competencias digitales generalizadas ni una inmersión tecnológica completa.

De igual manera, en el lado menos positivo de la balanza destacar que no ha sido posible valorar en todo su contexto determinados aspectos que se buscaban a priori.

Las actividades perseguían sobre todo un trabajo colaborativo, posibilitar el desarrollo de habilidades relacionadas con la autorregulación, la planificación y el espíritu crítico. El hecho de haber realizado solo la primera de ellas y con un número muy reducido de alumnos ha imposibilitado llevarlo a cabo.

### 10.3.2. DESARROLLO Y EVALUACIÓN DOCENTE

El encargado de responder al formulario diseñado en la propuesta de implementación fue el docente del módulo de Comercio Digital. El resultado se encuentra en el [Anexo XXII](#).

Su valoración acerca del proyecto fue muy positiva, tanto en el planteamiento como, sobre todo, en las herramientas de evaluación que se iban a llevar a cabo en las diferentes actividades. Este trabajo con actividades también despertó curiosidad en matrimonio con las diferentes herramientas TIC aplicadas al e-learning que se iban utilizando en cada una de ellas y sobre todo con otras muchas posibilidades que se abrían para el desarrollo de la materia y la motivación de los alumnos.

Este docente tiene una habitualidad en el uso de herramientas ofimáticas y de manejo en Internet y correo electrónico, con lo cual ha sido más fácil su introducción en el mundo de los entornos virtuales de aprendizaje.

El contenido pedagógico desarrollado también fue muy positivamente valorado, viendo la posibilidad de ir incorporando métodos de trabajo tratados para la formación presencial que va a seguir llevando a cabo.

En la parte considerada como mejorable se habló del diseño de la plataforma, demasiado espartano a su juicio y con dificultad de utilización en algunos casos. Se le comentó que ya estaba en marcha el cambio a una plataforma Moodle, acción de la que ya estaba informado y que creía necesaria.

De igual manera en algunas ocasiones la plataforma actual se ha revelado lenta en algunos procesos y con una estructura poco amigable. De todas formas tampoco se incidió demasiado en estas cuestiones, tanto positivas como negativas, de la plataforma debido al inminente cambio programado.

### 10.3.3. DESARROLLO Y EVALUACIÓN ALUMNOS

La asistencia a las charlas informativas del uso de la plataforma a las que se les había convocado mediante un correo electrónico a través de la plataforma no fue todo lo fructífera que se hubiese deseado. De un total de 15 alumnos matriculados la asistencia estuvo en una media de 9 alumnos, si bien es cierto que no todos los días eran exactamente los mismos, con lo que ello supone de pérdida en el trabajo de los conceptos programados.

En cuanto a la Tema 1 proyectado como tema de repaso en la implementación piloto hay que decir que la experiencia fue positiva a pesar de los inconvenientes citados. En un ambiente agradable y propicio se pudo dar un enfoque diferente al trabajo realizado anteriormente en la modalidad presencial. Se buscó que los alumnos fuesen exponiendo cómo veían ellos ahora Internet, cuál era su idea y en qué había cambiado con respecto al momento en que empezaron el módulo.

Para esta ocasión se optó por un sistema de evaluación diferente al tradicional examen escrito. Su evaluación se hizo a través de una herramienta interactiva como Kahoot! que introducía el concepto de gamificación dentro del trabajo de la plataforma. Servía también como una primera aproximación tanto para el profesorado como para los alumnos de nuevas herramientas de trabajo en el proceso de enseñanza/aprendizaje.



Ilustración 16. Kahoot! del Tema 1

Se mantuvo durante el tiempo dedicado al tema abierta la posibilidad de establecer una comunicación fluida a través del correo electrónico, pero, quizá por la todavía costumbre del sistema presencial, no se produjo de la forma esperada y se utilizó tan solo en una ocasión por uno de los alumnos. Es de suponer que el hecho de que fuese un proyecto piloto de carácter puntual, sin reflejo valorativo oficial, también influyó en los alumnos.

Sí es cierto que por parte del docente se animó a través de la herramienta del correo electrónico a los alumnos a que hiciesen llegar cualquier duda o comentario que tuviesen. Se encuentra en el [Anexo XIX](#) la valoración.

En general los alumnos estaban bastante satisfechos con la experiencia, destacando sobre todo los contenidos y las actividades. El soporte y el diseño eran valorados en menor medida, aunque ellos no estaban al tanto de los futuros cambios en la plataforma.

En la gráfica se observa que la medición de los ítems relativa a los recursos utilizados, los contenidos, las actividades, la utilidad de las actividades y la valoración general es altamente positiva, la que los 8 alumnos dieron el máximo de puntuación.

Aun siendo esto muy a tener en cuenta no hay que pasar por alto que en algunos elementos se debe trabajar más, no porque hay habido alguna persona con un criterio que otorga poca valoración, sino porque el hecho de no haber obtenido la máxima puntuación implica que existe posibilidad de mejora. Y eso es muy importante, tener siempre presente qué se puede mejorar.

A la luz de estos resultados se puede considerar que los dos primeros, diseño y estructura, se van a modificar con la entrada en breve tiempo de Moodlerooms, lo que hará que ambos ítems ganen y se fortalezcan. Algo más preocupante es la falta de información, no solo porque dos alumnos de ocho consideren que se podría haber hecho mejor, sino porque es un elemento esencial. Si ya se sabe cuál es el déficit ya se sabe mucho. Es muy complicado poner solución, a lo que no se conoce que es un problema. Ahora viene la parte "fácil", ponerle remedio.

En sucesivas ocasiones, cuando se pase de la implementación al modelo real, se cuidará, se ideará y se diseñarán diferentes estrategias comunicativas integradas en la nueva plataforma y en modelo formativo impartido por el ITEP.

#### 10.3.4. VALORACIÓN DEL PERSONAL IMPLICADO

Con respecto al personal implicado no se pudo realizar un formulario valorativo y se procedió a entablar entrevistas informales con el responsable informático del centro, parte del personal administrativo y con el director del centro.

En general ya eran conscientes todos ellos de la necesidad de iniciar el camino complementario en el ITEP de la FP a distancia. La concienciación de aunar esfuerzos remando en esa misma dirección

está presente desde hace tiempo ya que tanto en diversas reuniones previas como en los primeros proyectos desarrollados de los módulos a distancia el resultado ha sido satisfactorio.

En la filosofía del ITEP, de la que participan todos ellos, está en seguir ofreciendo, ganando a la vez calidad, la innovación que el sector requiere y orientándose hacia el perfil del alumno más adecuado para cubrir las necesidades reales de las empresas que faciliten su incorporación al mercado laboral.

Por tanto, aunque en algunas actividades el esfuerzo será mayor, como por ejemplo en la parte informática, están abiertos a cualquier sugerencia y mejora y, en ese sentido, el proyecto fue acogido satisfactoriamente, valorando incluso posibilidades futuras de colaboración.

***A todos ellos se les preguntó su opinión personal e informal acerca del proyecto iniciado por el ITEP en cuanto a la FP a distancia.***

*En la parte informática era interesante conocer si el responsable del centro creía viable, desde un punto de vista técnico, el llevar a cabo el proyecto.*

*El director del centro trasladó de nuevo su ilusión acerca del proyecto en el que están puestas muchas expectativas tanto docentes como empresariales, e indicó que el ITEP estaba trabajando duramente en ponerse al día y ofrecer unas posibilidades formativas variadas y atractivas.*

*El beneficio que iba a suponer para los alumnos la utilización de las nuevas tecnologías y su adaptación a la formación a través de Internet fue un punto muy valorado por todos los entrevistados.*

*Es cierto que tanto el responsable informático como el personal administrativo del centro veían que esta nueva etapa iba a suponer un esfuerzo mayor por su parte, pero están convencidos de que dicho esfuerzo, mucho mayor ahora al principio, iba a redundar en asegurar una oferta formativa de calidad en el tiempo.*

*Todos ellos tenían claro que este reto no podría valorarse en un corto espacio de tiempo, y que iniciaban una andadura a corto/largo plazo y que solo entonces podrían ver los resultados, que, eso sí, estaban seguros que iban a ser positivos.*

*Destacaron también todos ellos su total implicación en la tarea.*

## 10.4. EVALUACIÓN FINAL DEL PROYECTO

### 10.4.1. CONSECUCIÓN DE OBJETIVOS

Este proyecto tiene como objetivo, desde un punto fundamentalmente docente, poner en funcionamiento la posibilidad de tener extendida a todos los ciclos de FP impartidos por el ITEP la posibilidad de su impartición a distancia

Anteriormente el ITEP había ya realizado un análisis de necesidades con la colaboración de formadores externos a la institución y alumnos que habían realizado, anteriormente, cursos en el centro y eran conscientes de la necesidad de fomentar la motivación en los alumnos para la FP, la creación de material destinado específicamente a un EVA y una metodología docente adecuada, fomentar el trabajo colaborativo entre alumnos y alumnos profesores y la disposición de profesorado formado en la modalidad a distancia.

A todo este abanico de necesidades se procedió a llevar a cabo este proyecto, planteado entre otras cosas también como una experiencia muy positiva tanto para el centro como para el autor del proyecto, utilizando herramientas y recursos TIC que fomentaran el trabajo colaborativo,

actividades que resultaran motivantes destinadas a la ampliación del propio conocimiento y la autogestión de su propio aprendizaje.

Asimismo, se han diseñado tareas individuales y en grupo que favorecen una reflexión activa aprovechando las potencialidades de esta metodología, ajustando la temporización de la formación.

Y por último, se ha querido dar respuesta a la falta de motivación, un caballo de batalla, ofreciendo actividades participativas, gamificación, material audiovisual, feedback y seguimiento por parte del docente.

De la evaluación de los docentes, aunque haya sido más a través de las conversaciones individuales de carácter informal que de una reunión conjunta que no se pudo llevar a cabo, sí que hay que hacer mención específica de su valoración positiva respecto a la plataforma, contenidos pedagógicos y los procesos docentes propuestos, incidiendo en algunos aspectos de mejora que se han efectuado, además de considerar, algunos de ellos, como sugerencias para puesta en práctica de la formación en un futuro próximo.

Dicho todo esto se debe valorar el grado de consecución de los objetivos delimitados en la fase 2, propuesta de actuación, de este proyecto:

Objetivo general	Objetivo específico	Grado de consecución		
		Descartado	Viable a posteriori	Implantado
<b>Diseñar, coordinar y encauzar la implementación y lanzamiento de la modalidad de FP a distancia a través la plataforma Moodle del centro con el fin de consolidarla como una oferta asentada</b>				<input checked="" type="checkbox"/>
	Analizar, diseñar e implementar las acciones formativas necesarias para que tanto el actual cuerpo docente de la institución como los que se pudieran incorporar sean capaces de llevar a cabo los objetivos propuestos de acuerdo a la metodología propuesta. Introducir al cuerpo docente en la filosofía de la formación a distancia.			<input checked="" type="checkbox"/>
	Planificar e implementar un modelo formativo diferente al de la presencial, dándole un mayor protagonismo al alumno en toda la acción formativa como centro del proceso enseñanza-aprendizaje.			<input checked="" type="checkbox"/>
	Ofrecer una oferta educativa que implique una propuesta diferenciadora, actualizada y de calidad con respecto a otros centros de estudios privados.		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Diseñar una nueva metodología, material didáctico, recursos educativos, equipo docente y plataforma tecnológica adecuada.			<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Incrementar el uso de las tecnologías de la información y comunicación como instrumentos habituales de trabajo en todas las áreas de conocimiento ya que estas se hallan en la base de la transformación de nuestra sociedad y, por lo tanto, deben ocupar un lugar central en la formación.</b>			<input checked="" type="checkbox"/>	
	Ampliar la cobertura del alumnado matriculado dando cobertura a perfiles hasta ahora poco interesados en la formación profesional a distancia a través de propuestas flexibles adaptadas a sus necesidades.		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Asegurar que el diseño de las actividades con TIC fomenta la motivación del alumno en la modalidad a distancia.			<input checked="" type="checkbox"/>
	Proporcionar un entorno de aprendizaje y recursos colaborativos.			<input checked="" type="checkbox"/>
	Implantar la costumbre del uso de las TIC en cualquier proceso de enseñanza-aprendizaje y del papel proactivo del alumno.			<input checked="" type="checkbox"/>

### 10.4.3. IMPACTO PARA LA ORGANIZACIÓN

En términos generales se considera que se han cumplido los objetivos propuestos y se han cubierto las necesidades detectadas inicialmente. La opinión tanto de los profesionales del ITEP en su extensión como de los alumnos corrobora esta afirmación. Conviene recordar las necesidades planteadas al inicio del proyecto:

#### NECESIDADES INSTITUCIONALES

El ITEP busca un *crecimiento basado en la calidad* y para ello apostaba por un sistema que buscase la vanguardia en la FP a distancia sin perder calidad ni su objetivo como institución privada.

El proyecto ha buscado mejorar esa calidad e ir adaptándola a unas señas de identidad propias del centro ya que ha potenciado una metodología didáctica obliga a los alumnos a enfrentarse con las dificultades y mejorar su competencia, en todos los casos, mediante una actividad más intensa y una actitud más proactiva en la construcción del conocimiento.

La elaboración del proyecto ha abierto nuevas puertas sobre todo en la metodología docente a distancia para el centro y el ITEP considera que sería muy viable su implantación. La idea es, cuando esté terminado, llevarlo a todo el equipo directivo para ver su posible adaptación en un futuro.

#### NECESIDADES FORMATIVAS

Uno de los puntos detectados como más necesitados de mejora. Si la calidad de la formación impartida en modalidad presencial es alta de la misma manera se busca igualarlo en la modalidad a distancia. Es lógico pensar que desde su inicio no se puede alcanzar, pero existe el convencimiento de que se puede llegar en un medio plazo y para ello se están poniendo los medios. Este proyecto es uno más.

En él se han definido unos criterios que guíen la selección de recursos y la necesidad de compartirlos y reutilizarlos de una manera eficiente por parte de todos los implicados

Los criterios han sido definidos de manera general para garantizar una calidad y una coherencia con el marco conceptual de referencia. La creación de un espacio compartido para los recursos y actividades diseñadas ya supone un avance para su reutilización.

Dado que la parte tecnológica de este objetivo ha quedado alcanzada y será mejorada en un futuro, y la parte de gestión de los docentes presenta una buena predisposición, se prevé un uso del tiempo más eficiente y un más óptimo aprovechamiento de los recursos generados en un corto/medio plazo.

Se ha diseñado un sistema que se adapte a los diferentes perfiles de alumnos analizados previamente. Pero básicamente se ha trabajado en el proyecto para cubrir la necesidad de formación del equipo docentes actual y futuro. La necesidad de formación en la docencia a distancia es fundamental.

#### ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES TECNOLÓGICAS

En el análisis de las necesidades se consideraba que la actual plataforma basada en Moodle era un entorno adecuado para poder llevar a cabo la formación a distancia.

En el tiempo de desarrollo de este proyecto se ha tenido noticia de que dicha plataforma se va a mejorar sustancialmente con la implantación de Moodlerooms de Blackboard.

## ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES ECONÓMICAS

El proyecto no va a suponer un impacto económico no asumible por el ITEP, sobre todo después de que uno de los elementos capitales, la plataforma, ya tenga la aprobación de mejora comentada.

El resto estaba previamente aceptado y la disposición del ITEP siempre ha sido muy positiva en este aspecto. En las conversaciones que durante la elaboración del proyecto se han mantenido con el tutor ha quedado claro que existe una total viabilidad económica del proyecto.

La idea sigue siendo que el retorno esperado siempre superará el esfuerzo realizado.

### 10.4.4. PROPUESTAS DE MEJORA

Es un punto muy positivo ya solamente el hecho de plantear propuestas de mejora. Mejorar implica la capacidad de analizar, desarrollar y evaluar el funcionamiento del proyecto. Esta implementación no ha tenido el tiempo suficiente para poder revelarse como especialmente solvente a la hora de determinar el comportamiento de todo el proyecto, pero sí ha dejado visos de poder ser especialmente útil en el ITEP para conseguir sus objetivos con respecto a la FP a distancia.

Después de esta fase de implementación y evaluación hay que destacar como propuestas de mejora las siguientes:

- El centro debe hacer especial hincapié en la mejora de la formación de los docentes que se van a encargar de los diferentes módulos de FP a distancia, sobre todo en lo relativo a las metodologías didácticas y la aplicación de las nuevas tecnologías en el campo de la formación. Su conocimiento, uso, posibilidades, etc. También en lo relativo al uso de Entornos Virtuales de Aprendizaje.  
Un aspecto importante dentro de esta formación a los docentes es enseñarle un cambio en la mentalidad, en el paso de la costumbre de la clase magistral, y en cierto modo cerrada, a la metodología a distancia.  
Aceptar por su parte su rol de guía, instructor... es también un trabajo necesario que implica igualmente una actualización constante de su metodología. Pintar de color constructivista las, a veces grises, guías didácticas del docente
- Se ha realizado un esfuerzo para adecuar la plataforma a los requerimientos de consecución de objetivos por parte del ITEP, con lo cual todavía no se puede calibrar cómo será el uso de esa nueva plataforma. A día de hoy un aspecto a mejorar sería el uso de dicha plataforma en dispositivos móviles, con la posibilidad de incorporar también una aplicación específica.
- De una manera similar se requiere una mejora en el uso del entorno tecnológico por parte de los alumnos. El uso de dispositivos móviles, habitual en estas edades, no implica que conozcan la tecnología móvil. Aún queda mucho por aprender. Por ello es conveniente no solo formar a los alumnos en el uso de un EVA, sino facilitarles también talleres prácticos del uso de la tecnología, no como asignatura, sino como un complemento, quizá de forma presencial, al inicio del curso. Darles exclusivamente manuales, sean en soporte papel o digital, se ha revelado como poco productivo. Si se quiere que aprendan tienen que hacer.
- La retroalimentación también es un aspecto a mejorar. El canal de comunicación en la formación virtual debe ser explotado en mayor medida, con el fin de evitar los ya conocidos riesgos de la soledad del alumno o del abandono por dejadez. Todavía hay margen de mejora en las ideas acerca de llegar al alumno para motivarle.

- Las actividades deben ir ganando peso con respecto a la formación teórica. En las clases presenciales tradicionalmente ha habido un mayor espacio ocupado por el saber y menor ocupado por el hacer. Quizá sea el momento y el lugar para que eso se revierta.
- Otro aspecto muy importante es la evaluación. En este sentido se deben unificar los criterios evaluativos y la forma de llevarlos a cabo. Siempre respetando la libertad de cada contexto y de cada docente.
- Por último tener en cuenta también la necesidad de que no solo los alumnos trabajen en un entorno colaborativo sino que los docentes, todos, implicados en la FP a distancia también tengan un trabajo colaborativo previo donde definan las líneas directrices de trabajo, la metodología, los objetivos comunes entre módulos, los recursos compartidos y el sistema evaluativo.

## 11. CONCLUSIONES

- Existe una total implicación de la dirección y componentes del ITEP, así lo avala la colaboración, el grado de implicación, la acogida del proyecto y los recursos económicos que se han invertido en una nueva plataforma que se pondrá en marcha y nuevas campañas de difusión de la oferta formativa del centro que se diseñarán para la modalidad a distancia.
- La dirección, los docentes con los que se ha podido hablar, y la experiencia con el alumnado no dudan en calificar de positiva experiencia de la FP a distancia y el grado de concienciación de todas las partes implicadas. Así los datos obtenidos durante el proyecto, en las entrevistas y en los formularios elaborados. Son datos muy a destacar ya que una buena experiencia abre las puertas para una posible implantación real.
- Los mayores problemas se prevén, quizá, en el colectivo de docentes que cambiarán de formación presencial a formación a distancia, serán los que más dificultades encuentren, y los que más necesiten de un sistema de formación previo que no se ha podido llevar a cabo en la implementación. Aunque de igual manera se mantiene el optimismo, se podrá solucionar en poco tiempo ya que son conscientes de las ventajas que supone.
- Todos los agentes implicados parece que son conscientes de la efectividad de los entornos virtuales de aprendizaje después de trabajar en el proyecto. Sin ánimo de excluir parece que el futuro de la construcción del aprendizaje pasa por el uso de las nuevas tecnologías, pero no solo como un soporte tecnológico.
- El proyecto ha sido razonablemente muy bien aceptado y ha creado un grado de optimismo y motivación que, de igual manera, ha repercutido en el autor del proyecto, el cual no esperaba tanta predisposición por parte de todo el centro. Si bien es cierto que no se ha podido llevar a cabo la implementación en todo el contexto deseado y queda ese pequeño asomo de ansia en no haber podido realizar todo lo ideado.

## 12. BIBLIOGRAFÍA

### REFERENCIADA

- Adell Segura, J. & Castañeda Quintero, L. (2010) "Los Entornos Personales de Aprendizaje (PLEs): una nueva manera de entender el aprendizaje". En Roig Vila, R. & Fiorucci, M. (Eds.) *Claves para la investigación en innovación y calidad educativas. La integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y la Interculturalidad en las aulas. Stumenti di ricerca per l'innovazioni e la qualità in ambito educativo. La Tecnologie dell'informazione e della Comunicaciones e l'interculturalità nella scuola*. Alcoy: Marfil – Roma TRE Università degli studi
- Anderson, T. (2003), "Modes of Interactions in Distance Education: Recent Developments and Researches Questions", en Moore, M. y Anderson, W. (eds.), *Handbook of Distance Education*, Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum Associates, pp. 129-144.
- Barberà, E.; Bautista, G.; Espasa, A.; Guasch, T. (2006). Portfolio electrónico: desarrollo de competencias profesionales en la Red. En A. BADIA (coord.). Enseñanza y aprendizaje con TIC en la educación superior. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC). Vol. 3, n.º 2. Recuperado de [http://www.uoc.edu/rusc/3/2/dt/esp/barbera\\_bautista\\_espasa\\_guasch.pdf](http://www.uoc.edu/rusc/3/2/dt/esp/barbera_bautista_espasa_guasch.pdf)
- Bruner, J. (1973). *Going Beyond the Information Given*. New York: Norton
- Cabero, J. (2003). Las nuevas tecnologías en la actividad universitaria. *Píxel-Bit. Revista de Medios y educación*, 20.pp 81-100
- Cabero, J. (2006). Bases pedagógicas del e-learning. RUSC. Universities and knowledge society journal, 3(1). doi: <http://dx.doi.org/10.7238/rusc.v3i1.265>
- Castañeda, L. y Adell, J. (eds.). (2013). Entornos personales de aprendizaje: claves para el ecosistema educativo en red. Alcoy: Marfil. Recuperado de <http://www.um.es/ple/libro/>
- Datos y cifras. Curso escolar 2015/2016 (2015). Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Recuperado de: <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/educacion/indicadores-publicaciones-sintesis/datos-cifras/Datosycifras1516esp.pdf>
- Díaz, M. D., Álvarez, E., y Rodríguez, A. (2013). Ecosistemas de formación autónomos en el desarrollo profesional del pedagogo. *Pixel-Bit. Revista de medios y educación*, 43, 99-112. doi: <http://dx.doi.org/10.12795/pixelbit.2013.i43.05>
- Fernández March, A. (2010). La evaluación orientada al aprendizaje en un modelo de formación por competencias en la educación universitaria. *REDU: Revista de Docencia Universitaria*, 8(1). Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=3996629>
- Fundación Apel. (2013). El impacto de e-learning en el sistema de la Formación Profesional para el Empleo. Málaga: Vértice.
- García Marcos, C. J., y Cabero Almenara, J. (2016). Evolución y estado actual del e-learning en la Formación Profesional española. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 19(2), pp. 167-191. doi: <http://dx.doi.org/10.5944/ried.19.2.15800>
- García, I (2012). *Hacia una evaluación integral con ePortafolio por evidencia y bPortafolio*. Relada (Revista Electrónica de ADA), Vol. 6 (4) 2012. Recuperado de <http://polired.upm.es/index.php/relada/article/download/1920/1925>
- González, J.; Wagenaar, R. (2003). *Tuning Educational Structures in Europe*. Informe Final. Bilbao: Universidad de Deusto. Recuperado de [http://tuningacademy.org/wp-content/uploads/2014/02/TuningEUI\\_Final-Report\\_SP.pdf](http://tuningacademy.org/wp-content/uploads/2014/02/TuningEUI_Final-Report_SP.pdf)

- Guía Formación Profesional 2016 (2016). Semana de la educación. Aula, Salón Internacional del estudiante y de la oferta educativa. Madrid: IFEMA. Recuperado de: [http://www.ifema.es/PresentacionInet/groups/public/documents/formulario/if\\_100195.pdf](http://www.ifema.es/PresentacionInet/groups/public/documents/formulario/if_100195.pdf)
- Guitert, M. (2000). Principios a tener en cuenta para una buena práctica pedagógica de tecnología y de educación a distancia. Editorial Lumen–Magisterio.
- Jiménez, F. (2011). Diseño de una asignatura para su impartición a distancia manteniendo las directrices del EEES. Madrid: Universidad Politécnica. Recuperado de <http://www.eduonline.ua.es/jornadas2008/comunicaciones/2A2.pdf>
- Jonsson, A.; Svingby, G. (2007). The use of scoring rubrics: Reliability, validity and educational consequences. *Educational Research Review*, 2(2): 130-144. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1016/j.edurev.2007.05.002>
- Marcelo García, Carlos, (2009). E-learning en la formación para el empleo: ¿qué opinan los usuarios? *Revista de Educación*. (355). mayo-agosto 2011, pp. 285-308. Recuperado de: [http://www.revistaeducacion.educacion.es/re355/re355\\_12.pdf](http://www.revistaeducacion.educacion.es/re355/re355_12.pdf).
- Mason, R. (1998). Models of Online Courses. *ALN Magazine*, Vol. 2, 2. Recuperado de <http://universidadabierta.org/descargas/mason.pdf>
- Meza, J (2012). Modelo pedagógico para proyectos de formación virtual. Bonn: Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH. Recuperado de <https://giz21.giz.de/ibt/var/app/wp342P/1522/wp-content/uploads/2013/02/Ebook-final.pdf>
- Núñez, T. (2011). Entornos virtuales de enseñanza aprendizaje (EVEA): formación profesional. *EduTec-e, revista electrónica de tecnología educativa*, 0(37). Recuperado de: <http://www.edutec.es/revista/index.php/edutec-e/article/view/389>
- Núñez, T. (2011). Entornos virtuales de enseñanza aprendizaje (EVEA): formación profesional. *EduTec-e, revista electrónica de tecnología educativa*, 37. Recuperado de: <http://www.edutec.es/revista/index.php/edutec-e/article/view/389>
- Panadero, E.; Jonsson, A. (2013). The use of scoring rubrics for formative assessment purposes revisited: A review. *Educational Research Review*, 9(0): 129-144. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1016/j.edurev.2013.01.002>
- Sabogal, A (2009) Diseña su curso en un entorno virtual Moodle. Memoria del proyecto de aplicación profesional. UOC. Recuperado de <http://docplayer.es/8996970-Disene-su-curso-en-un-entorno-virtual-moodle-flor-aurora-sabogal-urresty.html>
- Sáez, J. (2010). Informe sobre la Formación Profesional a distancia en España. Organización, oferta, metodología y herramientas software utilizadas. Parte 1a. Introducción y ámbito autonómico. *Revista de Educación a Distancia*, 0(25). Recuperado de: <http://revistas.um.es/red/article/view/125291>. Parte 2ª. 2Ámbito nacional, resumen y conclusiones. Recuperado de: <http://www.um.es/ead/red/26/saez2.pdf>
- Varcárcel, M (2005). Implicaciones docentes de la Convergencia Europea en Educación Superior. Talleres de formación para la Convergencia Europea. Madrid, 21 - 22 junio de 2005
- Vega, N. (2013). Asesorías innovadoras en recursos humanos para las PYMES mediante el uso de la red de internet. *Revista Nacional de Administración*, 4(1), 85-100. Recuperado de: <http://investiga.uned.ac.cr/revistas/index.php/rna/article/view/535>
- Vygotsky, L (1978) Interaction between learning and development. In Gauvain & Cole (Eds.) *Readings on the development of children*. New York: Scientific American Books, pp 33-40. Recuperado de [http://www.colorado.edu/physics/phys4810/phys4810\\_fa08/4810\\_readings/vygot\\_chap6.pdf](http://www.colorado.edu/physics/phys4810/phys4810_fa08/4810_readings/vygot_chap6.pdf)

---

## CONSULTADA

- Agueda, J. I., y Cabero, J. (2013). Tecnologías y medios para la educación en la e-sociedad. Madrid: Alianza
- Area, M., y Adell, J. (2009). E-learning: enseñar y aprender en espacios virtuales. En J. de Pablos (coord.), La formación del profesorado en la era de internet. (391- 424). Málaga: Aljibe.
- Boneu, J.M. (2007). Plataformas abiertas de e-learning para el soporte de contenidos educativos abiertos». Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC). Vol. 4, n 1. UOC. Recuperado de <http://www.uoc.edu/rusc/4/1/dt/esp/boneu.pdf>
- Cabero, J., y Gisbert, M. (2005). La formación en Internet. Guía para el diseño de materiales didácticos. Sevilla: Eduforma.
- Guitert, M.; Romeu, T. (2011). La formación en línea: un reto para el docente. Cuadernos de pedagogía, 418, 77-81. Disponible en: [https://dl.dropboxusercontent.com/u/22342944/METIC\\_UOC/guitert\\_romeu\\_2011.pdf](https://dl.dropboxusercontent.com/u/22342944/METIC_UOC/guitert_romeu_2011.pdf)
- Martín, B., y Rodríguez, D. (2012). La evaluación de la formación universitaria semipresencial y en línea en el contexto del EEES mediante el uso de los informes de actividad de la plataforma Moodle. RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 15(1), 159-178. Recuperado de <http://revistas.uned.es/index.php/ried/article/viewFile/782/692>
- Salinas, J. (2004). Cambios metodológicos con las TIC: estrategias didácticas y entornos virtuales de enseñanza aprendizaje. Recuperado de [http://gte.uib.es/pape/gte/sites/gte.uib.es.pape.gte/files/DB4\\_bordon56.pdf](http://gte.uib.es/pape/gte/sites/gte.uib.es.pape.gte/files/DB4_bordon56.pdf)

## 13. TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Ubicación de los centros ITEP .....	9
Ilustración 2. DAFO creado con: Dafo ipyme.org .....	20
Ilustración 3. DAFO creado con: Dafo ipyme.org .....	23
Ilustración 4. Cuadrícula de paradigmas pedagógicos de Coomey y Stephenson .....	29
Ilustración 5. Pantalla de entrada al campus del ITEP .....	39
Ilustración 6. Guía didáctica al inicio del módulo .....	50
Ilustración 7. Calendario .....	50
Ilustración 8. Zona de mensajes .....	51
Ilustración 10. Presentación de las actividades del Tema 1 en la plataforma .....	51
Ilustración 11. Material de apoyo para la actividad .....	52
Ilustración 12. Utilización de medios sincrónicos .....	52
Ilustración 14. Correo de convocatoria a los alumnos .....	56
Ilustración 15. Material de lectura en PDF para el Tema 1 .....	56
Ilustración 16. Pautas de realización de la Actividad 1 .....	57
Ilustración 18. Descanso en una de las sesiones informativas con los alumnos .....	61
Ilustración 19. Kahoot! del Tema 1 .....	64
Ilustración 20. Contenido del Tema 1 .....	130
Ilustración 21. Parte del Tema 1 presentado en la plataforma .....	130
Ilustración 22. Parte del contenido del material teórico para el Tema 1 .....	130
Ilustración 23. Resultado del vínculo del Tema 1 a un libro .....	131
Ilustración 24. Resultado por alumnos de la valoración del Tema 1 hecha con Kahoot! .....	131
Ilustración 25. Resultado del vínculo del Tema 1 a un vídeo .....	131
Ilustración 26. Resultado global de la valoración del Tema 1 hecha con Kahoot! .....	132
Ilustración 27. Resultado de la valoración del Tema 1 hecha con Kahoot! .....	132
Ilustración 28. Presentación en la plataforma de la Actividad 1. Identidad digital .....	133
Ilustración 29. Rúbrica en la plataforma de la Actividad 1. Identidad digital .....	133
Ilustración 30. Correo informativo .....	134
Ilustración 31. Ejemplo de resultado Actividad 1. Identidad digital .....	134
Ilustración 32. Resultado de la valoración del alumnado .....	134

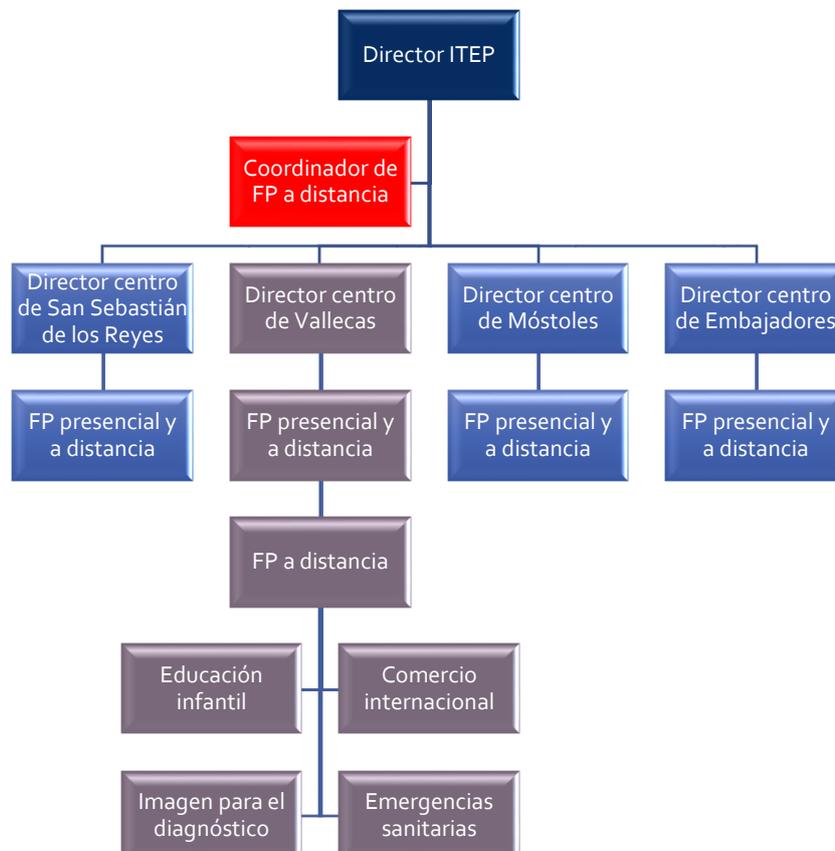
## 14. ANEXOS

### I. ENTREVISTA PERSONAL AL DIRECTOR DEL ITEP

Lógicamente antes del inicio del proyecto ya se tuvo un acercamiento, conversaciones, con el director del ITEP, Alfonso Martínez, para presentarle la propuesta de proyecto y conocer sus impresiones al respecto. De nuevo es conveniente reiterar la total predisposición a colaborar y a que el desarrollo de la propuesta no se quede solo en proyecto sino que se pueda tomar como documento que aporte ideas y posibilidades al centro en la puesta en marcha de la Formación Profesional a distancia.

Se fijó una entrevista en mayor profundidad para el día 20 de octubre donde se trataron tanto temas previamente delineados como se abordaron diferentes aspectos que complementaban la información requerida.

De nuevo por parte del director se pone de manifiesto la línea de apoyo y colaboración expresada anteriormente. Se le solicita al director un documento sobre la misión, misión y valores del centro, así como si disponen de algún documento que marque las líneas educativas del centro. Se compromete a enviar por correo dicha información. Indica que este es el primer año que se ha llevado a cabo la Formación Profesional a distancia, pero que llevan ya bastante informándose, recabando datos y desarrollando las líneas maestras para ponerla en marcha con garantías. Un valor incuestionable del centro es la calidad en la formación y no podía observar una mengua con respecto a la que se ofrece en modalidad presencial. Su valoración acerca del desarrollo es positiva, aunque son conscientes de que aún tienen margen de mejora.



La siguiente cuestión gira en torno a la estructura del ITEP. Alfonso indica que el centro donde se va a llevar a cabo el proyecto es, tal y como se había señalado, la sede de Vallecas. El ITEP dispone de otras tres sedes, en San Sebastián de los Reyes, Móstoles y Embajadores, todas ellas en Madrid y, al igual que la de Vallecas, dependientes del mismo director, que lo es para todo el ITEP. Cada centro tiene a su vez su propio director, siendo Alfonso el de Vallecas. También existe la figura de un coordinador, para todos los centros, de la FP a distancia.

En todos los centros se imparte Formación Profesional, tanto presencial como, ya también, a distancia. En concreto el centro de Vallecas es el que imparte los ciclos a distancia de Educación infantil, Comercio internacional, Imagen para el diagnóstico y Emergencias Sanitarias. En la actualidad cuentan con 70, 24, 45 y 100 alumnos a distancia, respectivamente.

En la actualidad la regulación de la Formación Profesional a distancia no requiere de un sistema de tutorías presenciales, y tan solo el examen final pedirá la presencia del alumno en un aula. Si bien es cierto que el ITEP, en algunos módulos formativos, debido a sus características formativas, ha puesto a disposición de los alumnos la posibilidad de tener tutorías presenciales.

Un punto importante era conocer el perfil del alumnado al que se ha dirigido el ITEP para la puesta en marcha de la FP a distancia y la forma en que se ha llegado a dicho alumnado.

El perfil que primero se tuvo en cuenta eran alumnos que estuviesen trabajando, habitualmente de mayor edad que en la presencial, y que por esas obligaciones laborales no pudieran acudir a esa formación presencial. Sobre todo trabajadores que tuvieran experiencia pero, o bien no tenían la titulación adecuada, o tenían una titulación diferente a la requerida en su puesto de trabajo. De hecho es uno de los perfiles marcados como prioritarios por el Ministerio de Educación.

Pero se han encontrado en estos primeros cursos que ese perfil ha sido más acusado solo en algunos ciclos formativos, como por ejemplo el de Educación infantil, pero que, sin embargo, en otros ciclos, y esto llama la atención, han tenido alumnos que han optado por la formación a distancia sin estar en situación de empleo, con edades más habituales en la formación presencial.

Un detalle que salió en la conversación fue el hecho de que en alguno de los módulos formativos se ha percibido que el alumnado, posiblemente por la costumbre de estudio adquirida previamente, seguía con la dinámica de la formación presencial, requiriendo textos y apuntes para estudiar y presentarse a un examen presencial, denotando dificultad para un cambio en la metodología.

Para hacerles llegar la oferta formativa el ITEP ha elaborado diferentes estrategias de marketing y campañas publicitarias. Uno de los pilares básicos ha sido los posicionamientos SEO y SEM en Internet. Desde su departamento de informática se ha trabajado el *social media* marketing, con amplia presencia en las redes sociales. Se ha hecho un seguimiento y análisis de la procedencia de los alumnos tanto matriculados como de los que solamente hayan solicitado información acerca de la FP a distancia.

Complementariamente se han seguido otras vías como la publicidad en autobuses. Consideran, acertadamente, que una adecuada inversión publicitaria es fundamental y que proporciona un retorno de inversión en forma de alumnos matriculados muy importante.

En esa línea de la inversión el director destacó también la necesidad de ir adecuando en todo lo que pueda ser necesario la plataforma educativa de la que disponen actualmente a las mejoras que pudieran ser convenientes.

En la entrevista se acordó que lo mejor sería proporcionar un acceso a dicha plataforma, en todos los ciclos formativos, para que, con el perfil de alumno, se pueda observar detenidamente su funcionamiento, analizando su situación actual para posteriores propuestas de optimización.

Otro tema tratado en la entrevista fue el relativo a los docentes participantes en esta experiencia que han llevado a cabo por primera vez de la FP a distancia. Posiblemente este sea un aspecto donde quede más margen de trabajo.

El profesorado encargado de la modalidad a distancia es el mismo que el de la presencial. Consideran que tienen la suficiente capacidad para llevar a cabo el reto y que, dados los buenos resultados en todos los aspectos hasta ahora en la modalidad presencial, se puede seguir depositando la confianza en ellos para este proyecto.

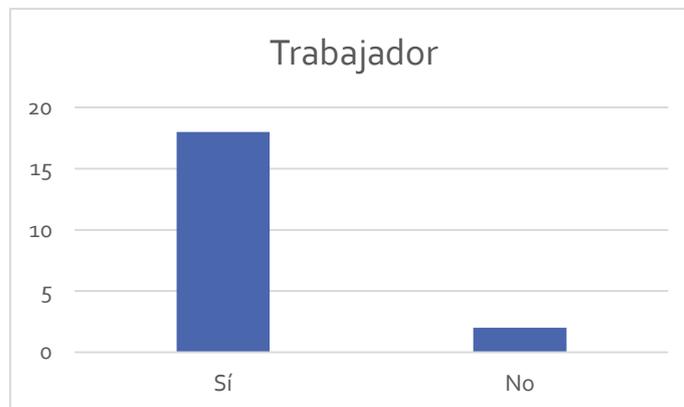
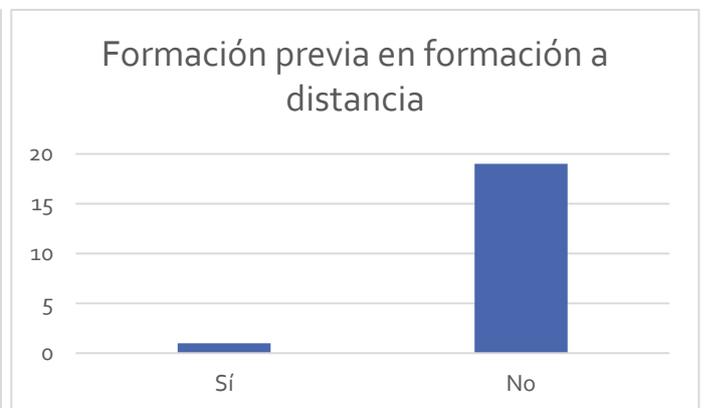
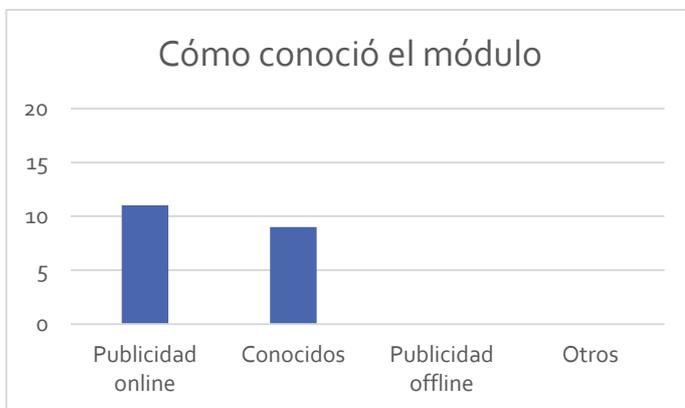
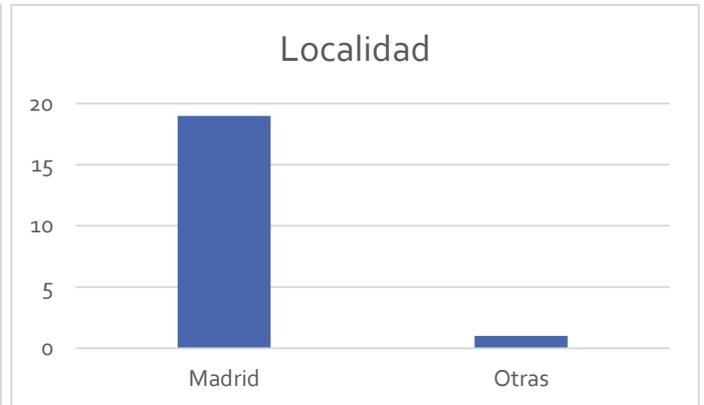
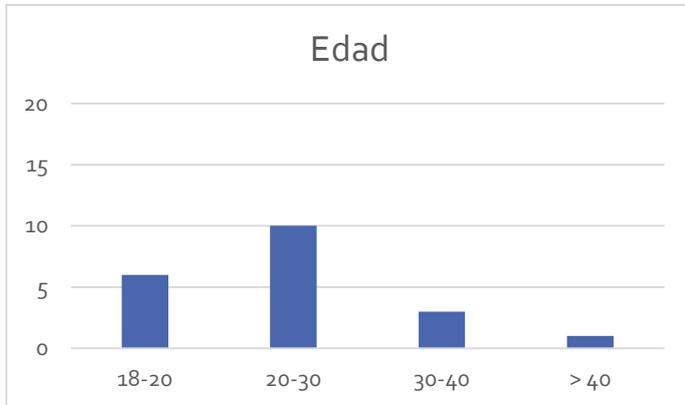
Previamente se han mantenido varias reuniones con los docentes para ir llegando a consensos en cuanto a cómo desarrollar la FP a distancia, temarios, actividades, evaluación, uso de la plataforma... Pero consideran que han sido líneas muy generales y que todavía hay mucho margen de mejora. Por tanto sería conveniente que el proyecto hiciese un especial hincapié en el análisis de las necesidades docentes.

## II. FORMULARIO ALUMNOS FP A DISTANCIA

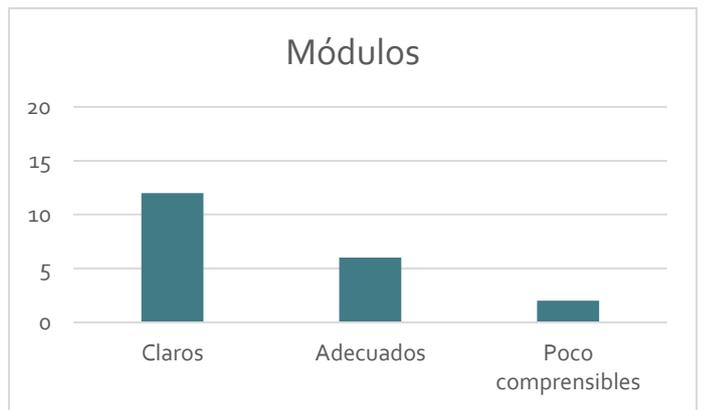
DATOS ESTADÍSTICOS		
Edad		
Localidad		
Cómo conoció el módulo	Publicidad online	<input type="checkbox"/>
	Publicidad offline	<input type="checkbox"/>
	Conocidos	<input type="checkbox"/>
	Otros	<input type="checkbox"/>
Formación previa en modalidad a distancia	Sí	<input type="checkbox"/>
	No	<input type="checkbox"/>
Trabaja	Sí	<input type="checkbox"/>
	No	<input type="checkbox"/>
MÓDULOS Y BIBLIOGRAFÍA		
Módulos	Claros	<input type="checkbox"/>
	Adecuados	<input type="checkbox"/>
	Poco comprensibles	<input type="checkbox"/>
Bibliografía y recursos	Excesivos	<input type="checkbox"/>
	Adecuados	<input type="checkbox"/>
	Pocos	<input type="checkbox"/>
COMUNICACIÓN		
Respuestas del profesor	Con demora	<input type="checkbox"/>
	A tiempo	<input type="checkbox"/>
Trabajo en foros	Pertinente	<input type="checkbox"/>
	No pertinente	<input type="checkbox"/>
Interacción con el profesor	Con demora	<input type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
EL CURSO		
El curso cumplió sus expectativas	Poco	<input type="checkbox"/>
	Adecuadamente	<input type="checkbox"/>
	Mucho	<input type="checkbox"/>
INTERACCIÓN CON LOS COMPAÑEROS		
La interacción con los compañeros fue	Escasa o nula	<input type="checkbox"/>
	Frecuente	<input type="checkbox"/>
	Intensa	<input type="checkbox"/>
LA PLATAFORMA		
Acceso	Difícil	<input type="checkbox"/>
	Adecuado	<input type="checkbox"/>
	Fácil	<input type="checkbox"/>
Descarga de contenidos	Difícil	<input type="checkbox"/>
	Adecuado	<input type="checkbox"/>
	Fácil	<input type="checkbox"/>
Acceso a foros	Difícil	<input type="checkbox"/>
	Adecuado	<input type="checkbox"/>
	Fácil	<input type="checkbox"/>
Avisos	No utiliza	<input type="checkbox"/>
	Necesario	<input type="checkbox"/>
	Útil	<input type="checkbox"/>
Utilidad de los tutoriales	Poco didácticos	<input type="checkbox"/>
	Didácticos	<input type="checkbox"/>
	No utiliza	<input type="checkbox"/>
Chat	Difícil	<input type="checkbox"/>
	Adecuado	<input type="checkbox"/>
	Fácil	<input type="checkbox"/>
Espacios que más utiliza	Clase y bibliografía	<input type="checkbox"/>
	Avisos	<input type="checkbox"/>
	Correo interno	<input type="checkbox"/>
	Chat	<input type="checkbox"/>
	Foros	<input type="checkbox"/>
	Comunicaciones externas	<input type="checkbox"/>

### III. RESULTADO FORMULARIO RECOGIDA DE ALUMNOS FP A DISTANCIA

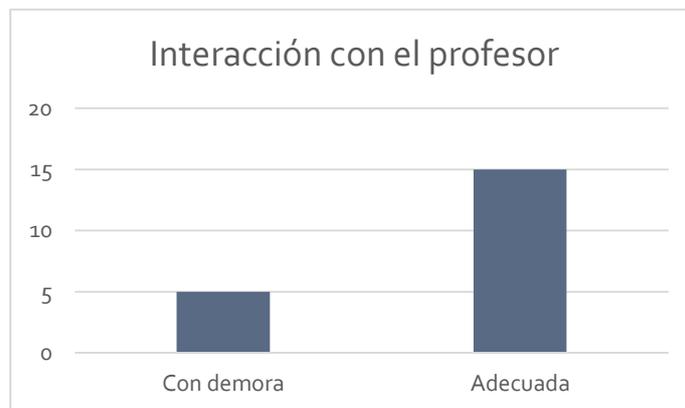
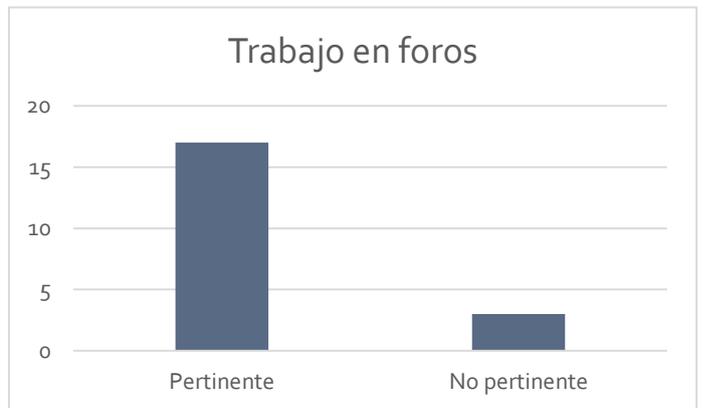
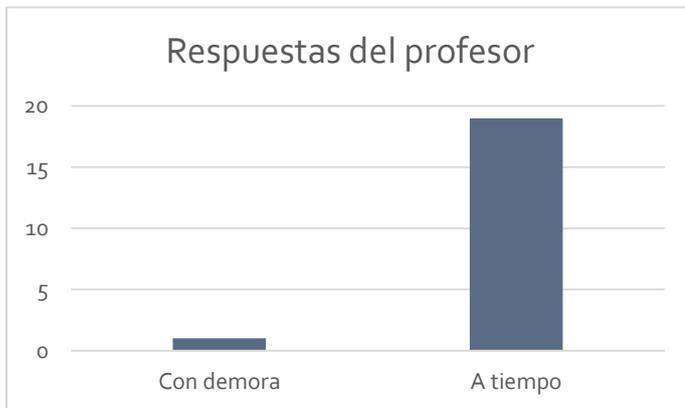
#### ALUMNOS, PERFIL



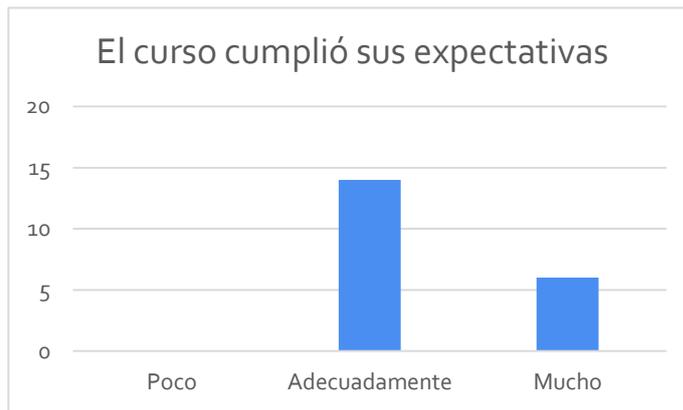
MATERIALES. SATISFACCIÓN



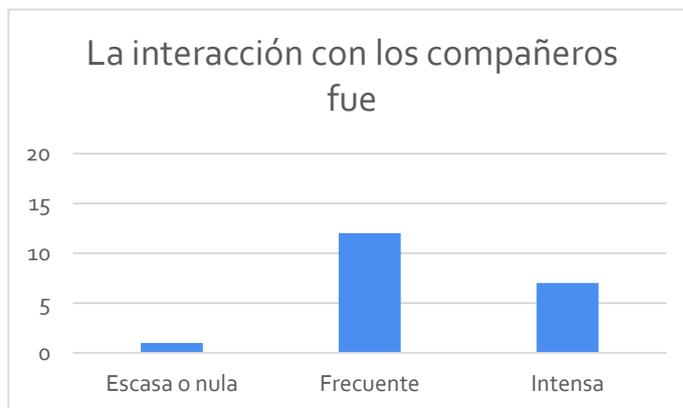
COMUNICACIÓN



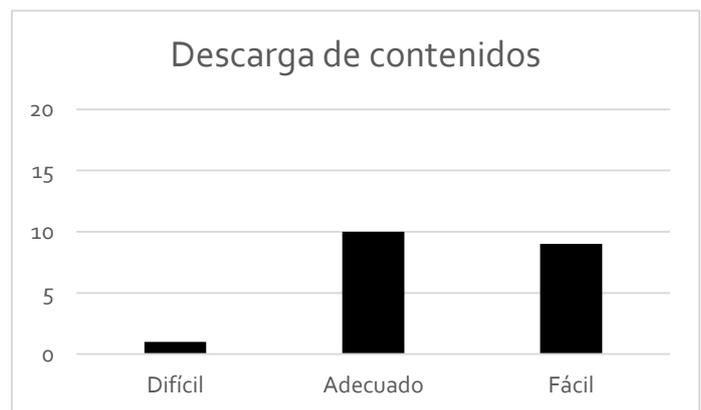
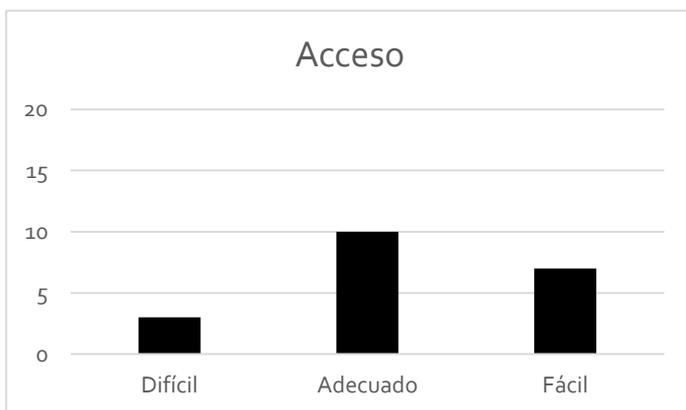
EL CURSO

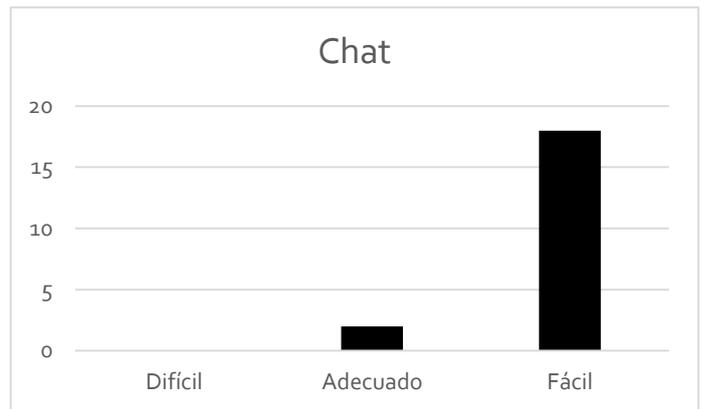
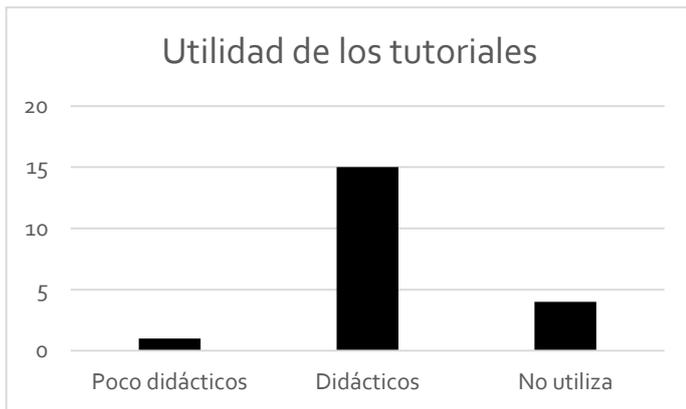
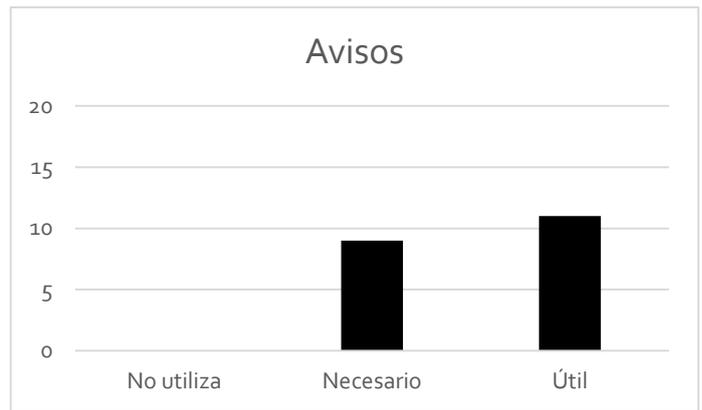
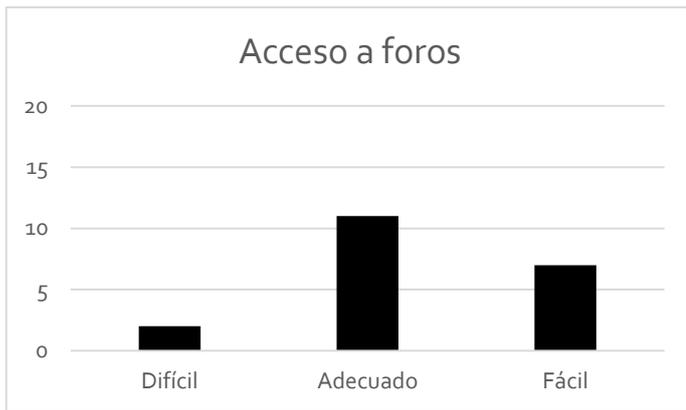


INTERACCIÓN CON LOS COMPAÑEROS



LA PLATAFORMA



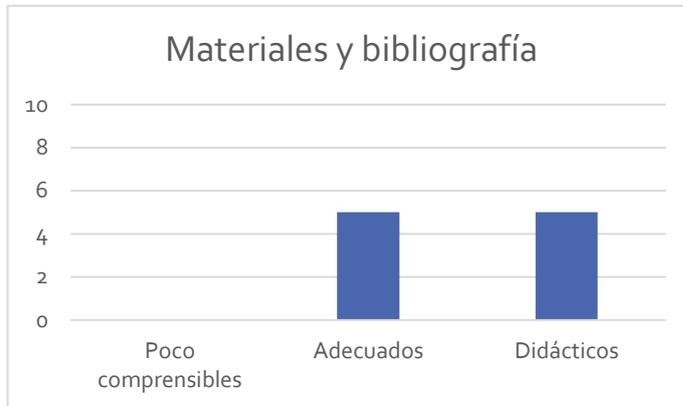


## IV. FORMULARIO DOCENTES

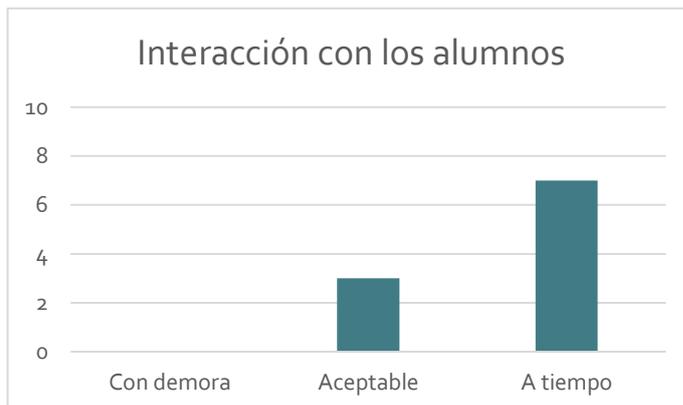
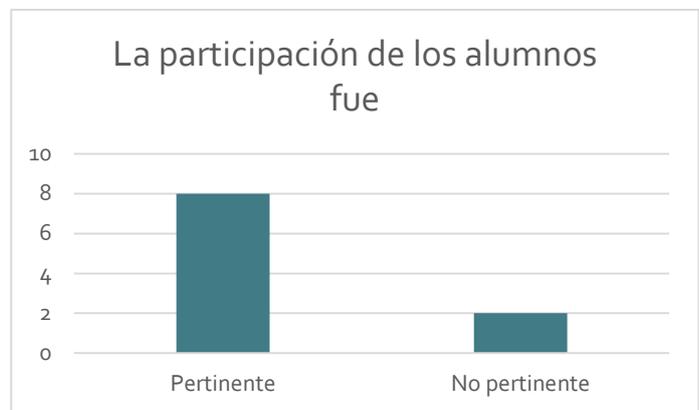
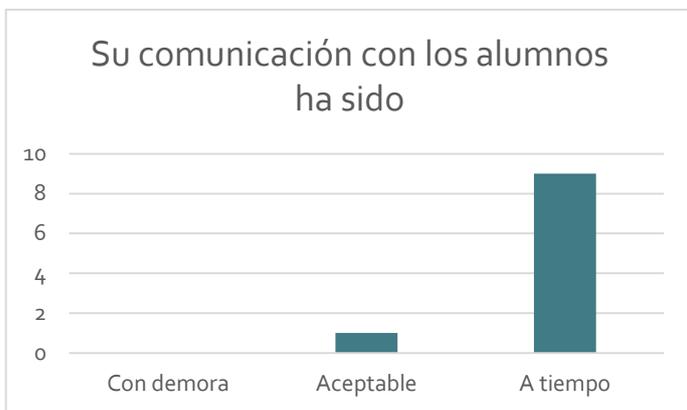
MATERIALES		
Materiales y bibliografía	Poco comprensibles	<input type="checkbox"/>
	Adecuados	<input type="checkbox"/>
	Didácticos	<input type="checkbox"/>
LA COMUNICACIÓN EN LA PLATAFORMA		
Su comunicación con los alumnos ha sido	Con demora	<input type="checkbox"/>
	Aceptable	<input type="checkbox"/>
	A tiempo	<input type="checkbox"/>
La participación de los alumnos fue	Pertinente	<input type="checkbox"/>
	No pertinente	<input type="checkbox"/>
La interacción con los alumnos fue	Con demora	<input type="checkbox"/>
	Aceptable	<input type="checkbox"/>
	A tiempo	<input type="checkbox"/>
LA ASIGNATURA		
La asignatura cumplió sus expectativas	Poco satisfactoriamente	<input type="checkbox"/>
	Satisfactoriamente	<input type="checkbox"/>
	Muy satisfactoriamente	<input type="checkbox"/>
LA INTERACCIÓN ENTRE LOS ALUMNOS		
Cumplió sus expectativas	Poco satisfactoriamente	<input type="checkbox"/>
	Satisfactoriamente	<input type="checkbox"/>
	Muy satisfactoriamente	<input type="checkbox"/>
EL APRENDIZAJE		
Cree que ayudó en el proceso de aprendizaje	Nada	<input type="checkbox"/>
	Poco	<input type="checkbox"/>
	Mucho	<input type="checkbox"/>
ACTIVIDADES PROPUESTAS		
Seleccione las actividades propuestas	Plan de trabajo	<input type="checkbox"/>
	Actividades individuales	<input type="checkbox"/>
	Actividades grupales	<input type="checkbox"/>
	Foros	<input type="checkbox"/>
	Intervino en los foros	<input type="checkbox"/>
	Acciones de motivación	<input type="checkbox"/>
	Evaluaciones individuales	<input type="checkbox"/>
Evaluaciones grupales	<input type="checkbox"/>	
TIPO DE EVALUACIÓN REALIZADA		
Seleccione los tipos de evaluación que se han realizado	Sumativa	<input type="checkbox"/>
	Continua	<input type="checkbox"/>
	Mixta	<input type="checkbox"/>
	Autoevaluación	<input type="checkbox"/>

## V. RESULTADO FORMULARIO RECOGIDA DOCENTES FP A DISTANCIA

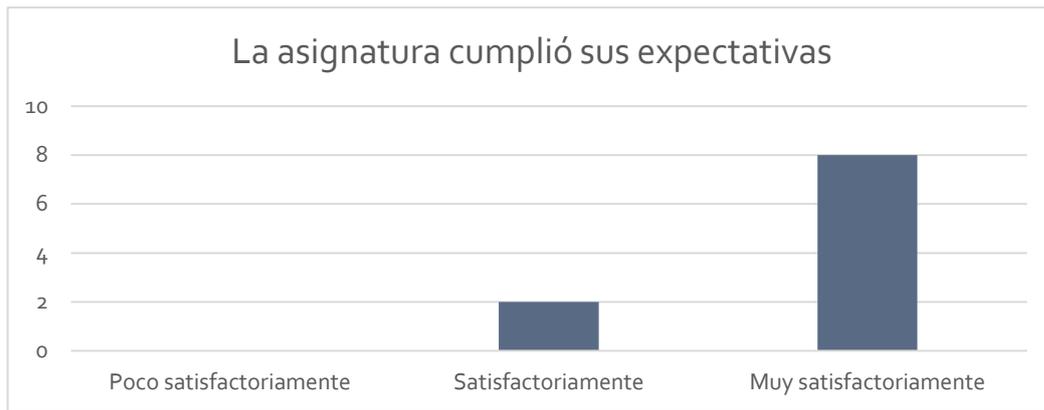
### LOS MATERIALES



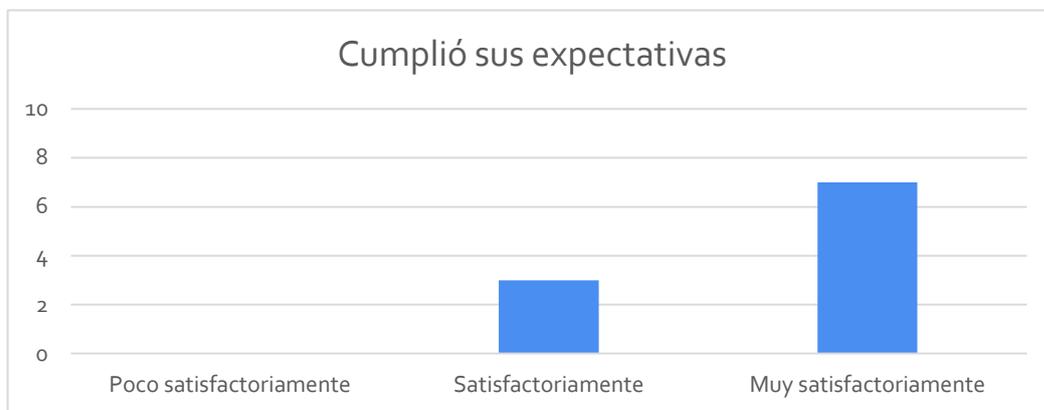
### LA COMUNICACIÓN EN LA PLATAFORMA



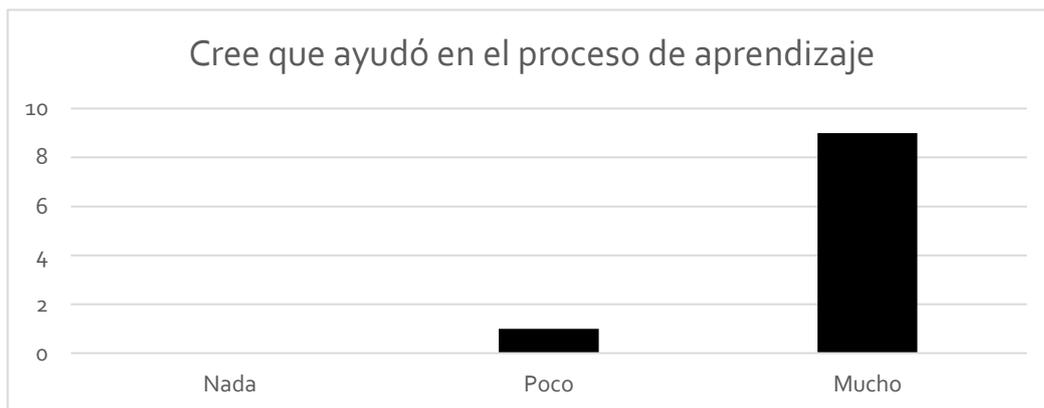
LA ASIGNATURA



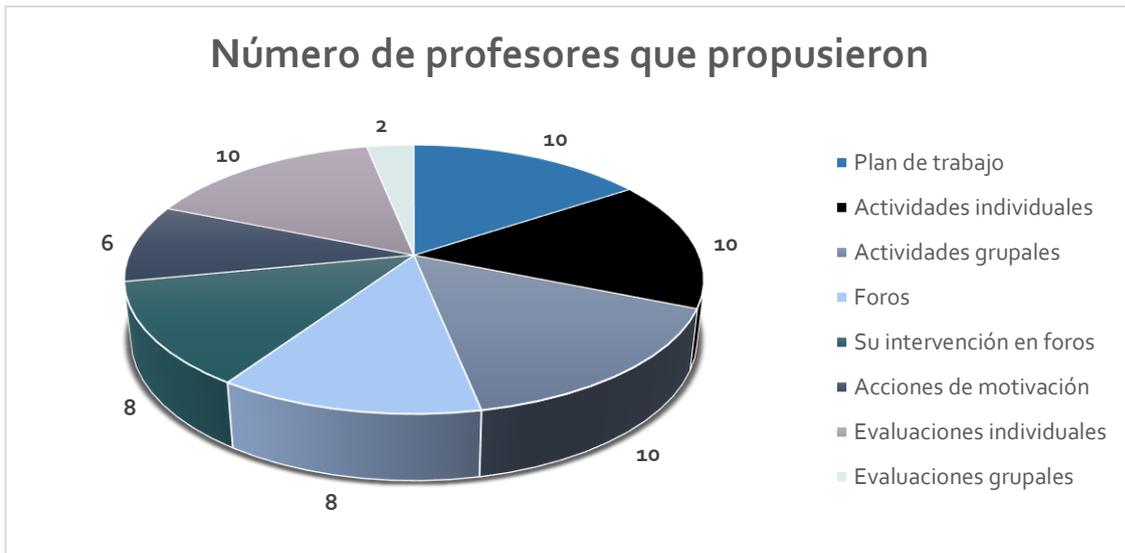
LA INTERACCIÓN ENTRE LOS ALUMNOS



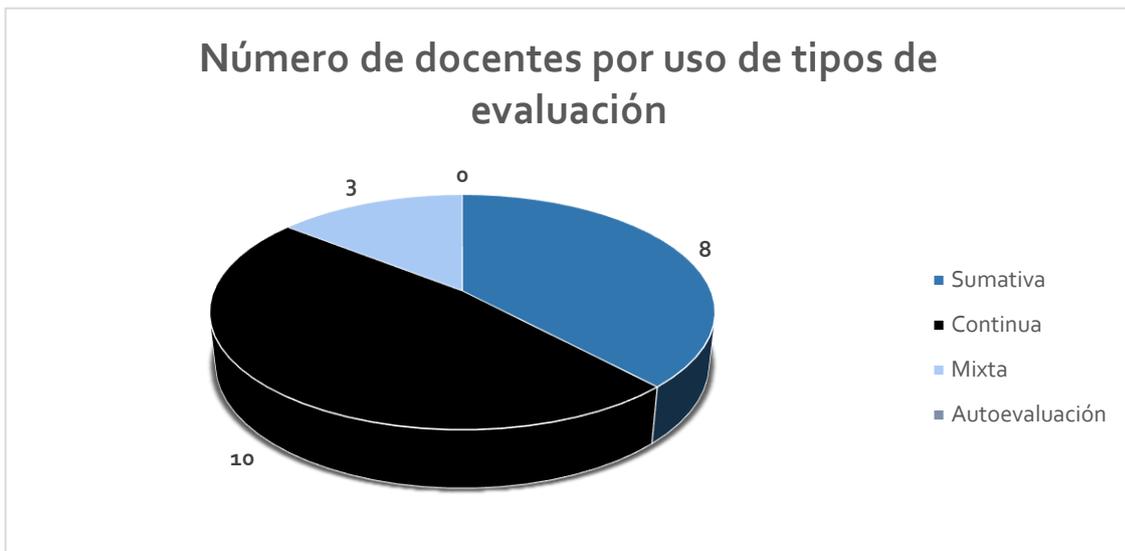
EL APRENDIZAJE



PROPUESTA PEDAGÓGICA



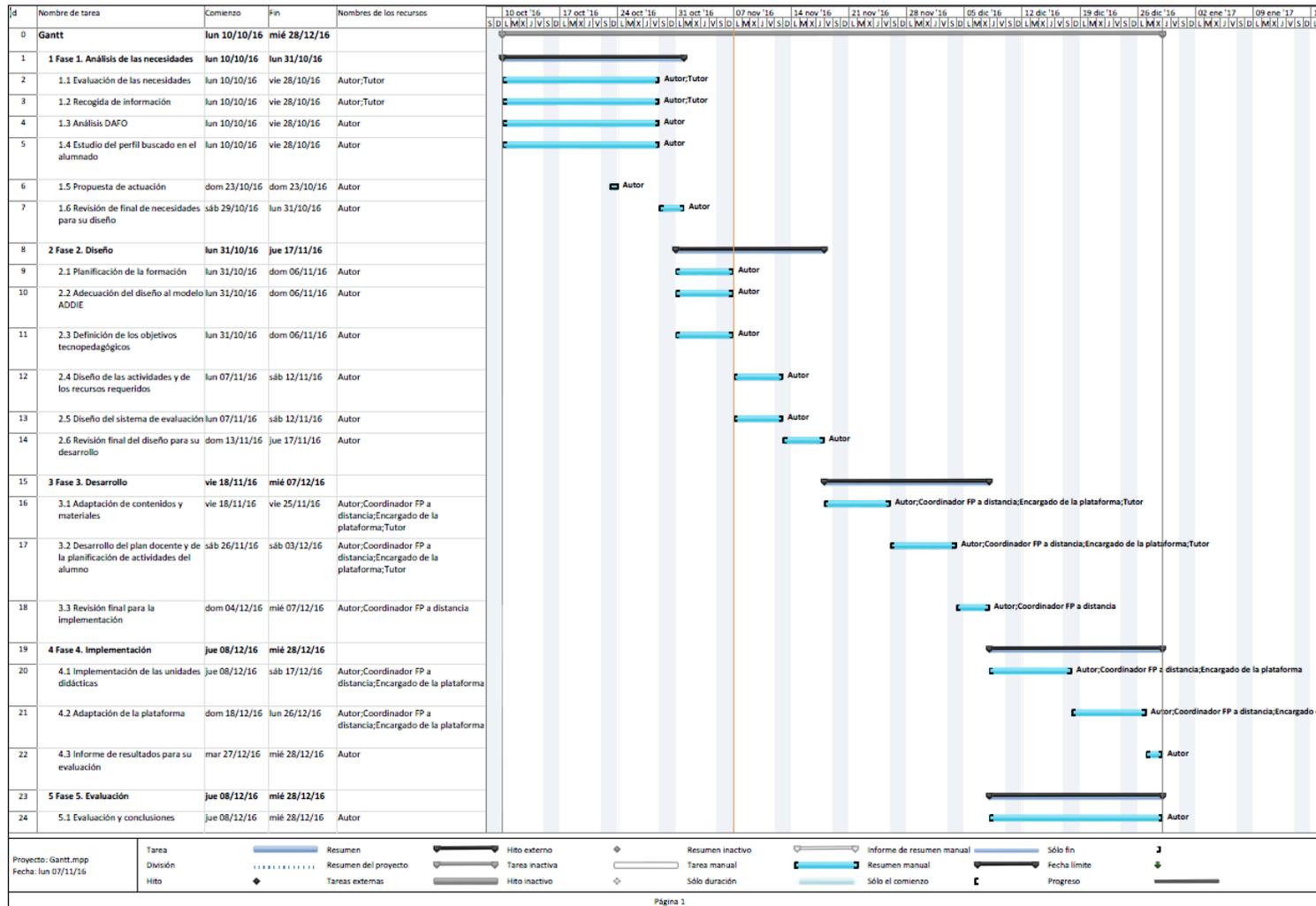
EVALUACIÓN



## VI. TEMPORALIZACIÓN

NOMBRE DE TAREA	COMIENZO	FIN	ENCARGADO	OUTPUT
<b>Fase 1. Análisis de las necesidades</b>	<b>lun 10/10/16</b>	<b>lun 31/10/16</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis institucional, formativo y tecnológico.</li> <li>• Análisis DAFO.</li> <li>• Planificación de la formación.</li> <li>• Solución propuesta.</li> <li>• Limitaciones del proyecto y estrategias de actuación.</li> </ul>
Evaluación de las necesidades	lun 10/10/16	vie 28/10/16	Autor; Tutor	
Recogida de información	lun 10/10/16	vie 28/10/16	Autor; Tutor	
Análisis DAFO	lun 10/10/16	vie 28/10/16	Autor	
Estudio del perfil buscado en el alumnado	lun 10/10/16	vie 28/10/16	Autor	
Propuesta de actuación	dom 23/10/16	dom 23/10/16	Autor	
Revisión de final de necesidades para su diseño	sáb 29/10/16	lun 31/10/16	Autor	
<b>Fase 2. Diseño</b>	<b>lun 31/10/16</b>	<b>jue 17/11/16</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elección y justificación del modelo formativo.</li> <li>• Elección y justificación del modelo de diseño instruccional.</li> <li>• Diseño de la evaluación.</li> <li>• Planificación de actividades.</li> <li>• Solución de incidencias.</li> <li>• Modificaciones para el desarrollo.</li> </ul>
Planificación de la formación	lun 31/10/16	dom 06/11/16	Autor	
Adecuación del diseño al modelo ADDIE	lun 31/10/16	dom 06/11/16	Autor	
Definición de los objetivos tecnopedagógicos	lun 31/10/16	dom 06/11/16	Autor	
Diseño de las actividades y de los recursos requeridos	lun 07/11/16	sáb 12/11/16	Autor	
Diseño del sistema de evaluación	lun 07/11/16	sáb 12/11/16	Autor	
Revisión final del diseño para su desarrollo	dom 13/11/16	jue 17/11/16	Autor	
<b>Fase 3. Desarrollo</b>	<b>vie 18/11/16</b>	<b>mié 07/12/16</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elección y justificación del modelo formativo.</li> <li>• Elección y justificación del modelo de diseño instruccional.</li> <li>• Diseño de la evaluación.</li> <li>• Planificación de actividades.</li> </ul>
Adaptación de contenidos y materiales	vie 18/11/16	vie 25/11/16	Autor; Coordinador FP a distancia; Encargado de la plataforma; Tutor	
Desarrollo del plan docente y de la planificación de actividades del alumno	sáb 26/11/16	sáb 03/12/16	Autor; Coordinador FP a distancia; Encargado de la plataforma; Tutor	
Revisión final para la implementación	dom 04/12/16	mié 07/12/16	Autor; Coordinador FP a distancia	
<b>Fase 4. Implementación</b>	<b>jue 08/12/16</b>	<b>mié 28/12/16</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración del plan docente.</li> <li>• Elaboración de la secuenciación de actividades.</li> <li>• Propuesta de adaptación al entorno virtual de aprendizaje.</li> <li>• Informe de resultados y propuestas de mejora</li> </ul>
Implementación de las unidades didácticas	jue 08/12/16	sáb 17/12/16	Autor; Coordinador FP a distancia; Encargado de la plataforma	
Adaptación de la plataforma	dom 18/12/16	lun 26/12/16	Autor; Coordinador FP a distancia; Encargado de la plataforma	
Informe de resultados para su evaluación	mar 27/12/16	mié 28/12/16	Autor	
<b>Fase 5. Evaluación</b>	<b>jue 08/12/16</b>	<b>mié 28/12/16</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe de resultados.</li> <li>• Informe de conclusiones.</li> <li>• Evaluación del proyecto.</li> <li>• Autoevaluación</li> </ul>
Evaluación y conclusiones	jue 08/12/16	mié 28/12/16	Autor	

## VII. DIAGRAMA DE GANTT



## VIII. PRESUPUESTO

Perfil	Tareas	Facilitador	Honorario/hora	Horas estimadas por módulo	Subtotal
Diseñador instruccional	Análisis de necesidades definición y concepción del producto, objetivos de aprendizaje, estructura del contenido, desarrollo de storyboard, control de producción...	Proyecto	28,00 €	40	1.120,00 €
Project manager	Control del proyecto en todas sus fases, definición de workflows, evaluación final.	Proyecto	28,00 €	10	280,00 €
			Honorario/módulo		
Director creativo	Diseño de interfaz y navegación del módulo	ITEP/Proyecto	50,00 €	Basado en 1 interfaz	50,00 €
	Diseño de gráficos del módulo	ITEP/Proyecto	50,00 €	Basado en 20 gráficos por modulo	50,00 €
	Diseño multimedia (video, tutoriales, etc.)	ITEP/Proyecto	20,00 €	Basado en 1 video por módulo	20,00 €
Locuciones	Aporta narración auditiva a los módulos, habitualmente hablados	ITEP/Proyecto	10,00 €	Basado en 10 minutos de locución	10,00 €
Experto de contenido/Tutor	Colabora con el diseñador instruccional para desarrollar contenidos de acuerdo a los estándares y procedimientos establecidos por el ITEP. Además hace las funciones de e-tutor moderando, asistiendo a los usuarios con sus dudas de contenido y corrigiendo los casos.	ITEP	12,00 €	40	480,00 €
Administrador de módulo	Responsable de gestionar los accesos tras el pago de las tasas, los certificados de capacitación, el calendario, la recepción de tareas, el foro, etc.	ITEP	15,00 €	50	750,00 €
Servicio técnico	Responsable de asistir a los participantes, docentes e institución con problemas técnicos, ej.: acceso, soporte técnico ad hoc, etc.	ITEP	70,00 €	40	2.800,00 €
Otras inversiones			Honorario/módulo		
Recursos materiales y funcionamiento	Partida que engloba tanto los <b>recursos materiales</b> tales como el material administrativo o publicitario físico, como los <b>recursos de funcionamiento</b> tales como la estimación de las necesidades del módulo para el alojamiento en servidor y para la conexión a internet o a la conexión eléctrica	ITEP	330,00 €	Basado en 65 horas de módulo	330,00 €
Imprevistos	10 % de 65 horas	ITEP	28,00	6,5	182,00 €
Coste total del módulo desde cero					6.072,00 €

## IX. ACTIVIDADES

COMERCIO DIGITAL  
COMERCIO INTERNACIONAL  
FP GRADO SUPERIOR

---

# Actividad 1

## Identidad digital

---

### *Objetivo*

Elaborar una presentación personal digital mediante la siguiente herramienta:

About.me: <http://about.me/>

Esta presentación es un ejercicio valorable para la nota.

### *Realización*

Esta actividad consistirá en crear una presentación que nos sirva como tarjeta de presentación de vuestra identidad digital. El objetivo es que cada uno de los integrantes tenga una referencia sobre los demás miembros con el fin de poder establecer colaboraciones futuras de trabajo. En esta presentación personal se debe explicar de forma clara: de dónde sois, cuál es vuestra formación académica, experiencia profesional en cualquier ámbito si la tenéis, intereses personales, enlaces a vuestras redes sociales y/o webs que queráis compartir (web, blog, wiki, Twitter, LinkedIn, Facebook...), así como otros aspectos que consideréis relevantes para la posterior formación de los grupos de trabajo, así como incluir una fotografía.

### *Forma de entrega*

En el momento en que se tenga se debe copiar la URL asignada por About.me en un documento de texto con vuestro nombre y subirla al espacio común creado para el curso en la plataforma.

---

## COMERCIO DIGITAL COMERCIO INTERNACIONAL FP GRADO SUPERIOR

---

# Actividad 2

## Creación de grupos

---

### *Objetivo*

Crear los grupos de forma autónoma con el objetivo de trabajar en las siguientes actividades.

### *Realización*

Estos equipos los formaréis vosotros y estarán compuestos de 3 personas. Una vez formalizado el grupo deberéis darle un nombre. Como recomendación a la hora de realizar los grupos podréis tener en cuenta las aptitudes y actitudes demostradas por los compañeros en la identidad digital creada durante la Actividad 1.

### *Forma de entrega*

En el momento en que se tenga se debe crear un documento de texto con el nombre del grupo y subirlo al espacio común creado para el curso en la plataforma, en la carpeta correspondiente a la actividad 2: Grupos.

Si a la fecha de finalización de la actividad quedase alguna persona sin asignación se procederá a designar la composición del grupo.

## COMERCIO DIGITAL COMERCIO INTERNACIONAL FP GRADO SUPERIOR

---

# Actividad 3

## Creación de mapa mental

---

### *Objetivo*

En esta tercera práctica nos centraremos en el aprendizaje de varios conceptos unidos tanto al uso personal como, sobre todo, al uso profesional de internet y de los diferentes recursos que la red pone a nuestra disposición. En concreto nos vamos a centrar en: **los buscadores y sus diferentes tipos**, los **nombres de dominio y su conceptualización** y los diferentes **tipos de licencias de contenidos digitales**. El objetivo es conseguir relacionar los conocimientos teórico-prácticos de dónde buscar (buscadores), qué significa la URL donde lo encuentro (nombres de dominio) y cómo puedo usar lo que encuentre (tipos de licencia).

### *Forma de realización*

Por grupos (establecidos previamente).

### *Metodología*

Para ello se pide la realización de un [mapa conceptual](#) que recoja una relación transversal de todos los contenidos, siendo tratados de forma visual. Deberá exponer esa relación transversal que existe entre los tres temas.

### *Recursos*

Los mapas conceptuales son un recurso indispensable en los estudios. Os van a permitir relacionar ideas y tener una visión de conjunto de los conocimientos que han de asimilar; y también analizar y sintetizar la información.

Para esta ocasión la recomendación es [Gliffy](#). A través de esta web puede realizar mapas conceptuales, diagramas, dibujos técnicos y otros recursos para organizar la información de una manera clara.

Otras opciones que pudieran ser de vuestro gusto:

- [Text 2 Mind Map](#). Esta herramienta *online* gratuita crea mapas conceptuales de manera automática mientras escribes. Solo tienes que teclear los conceptos en distintos niveles de tabulación, y la propia web estructura la información de manera gráfica.

- [Bubble.us](#). Con solo registrarte, este recurso *online* te permite crear mapas conceptuales de manera individual, y también colaborativa, exportarlos como imagen y compartirlos en Internet. Además, los puedes personalizar con las formas y colores que elijas.
- [Popplet](#). Disponible en la web y para iPad, ayuda a pensar y organizar las ideas de una manera visual. Ofrece múltiples opciones de personalización, así como la posibilidad de añadir fotos, videos o dibujos de tu ordenador o de la Red.
- [Wise Mapping](#). Otro editor online totalmente gratuito. Para utilizarlo solo hay que registrarse. Su utilización es sencilla y ofrece numerosas opciones para estructurar los mapas conceptuales.
- [Creately](#). Avalada por numerosas instituciones educativas, esta aplicación está disponible en distintos formatos, que incluyen la versión app y la versión en línea. Además de facilitar el trabajo colaborativo en la realización de los mapas conceptuales en tiempo real, destaca por su uso intuitivo y las numerosas plantillas que incorpora.
- [Mindomo](#): Recurso muy versátil para generar recursos infográficos y crear mapas conceptuales. Es necesario registrarse y ofrece la posibilidad de archivarlos en el ordenador e integrarlo con Google Apps.
- [Cmaptools](#): Herramienta ideal para ejercitar la síntesis de los contenidos y estructurar las relaciones existentes entre ellos. Es totalmente gratuita.
- [Lovelycharts](#): Aplicación gratuita con la que se pueden crear diagramas, organigramas y otros mapas conceptuales con aspecto profesional.
- [MindMeister](#): Aplicación con la que se pueden crear mapas conceptuales e incorporar enlaces y documentos. Para descargar el programa es necesario registrarse.

### Forma de entrega

Se deberá entregar en el Drive un documento de texto con el nombre del grupo y la URL del mapa conceptual realizado. Un solo archivo por grupo.

### Evaluación

Para poder realizar el mapa conceptual como trabajo de grupo se recomienda un trabajo tanto síncrono como asíncrono. Es decir, utilizad las herramientas de que disponéis para no tener que estar cada miembro del grupo desarrollando la actividad al mismo tiempo. Será valorable que haya una coordinación entre los miembros, que se utilicen herramientas colaborativas, como Drive, correo, videoconferencias, etc.

En definitiva, junto con la elaboración del mapa conceptual se tendrá en cuenta la capacidad del trabajo en grupo que demuestren sus componentes.

Se le dará especial importancia a la *relevancia de los conceptos recogidos*, a la *adecuación de las relaciones establecidas entre conceptos*, a la *inclusión de conectores* (debidamente etiquetados/categorizados) para

aclarar las interrelaciones, a la *corrección formal*: buena estructura y organización y a la *aportación de recursos visuales complementarios*

La valoración se hará de forma conjunta entre vosotros y el profesor. Considerad que es la primera de las actividades que va a tener un reflejo directo en la nota. También será la primera actividad que afectará al ránking de grupos.

### *Materiales web de referencia*

- [http://www.hipertexto.info/documentos/tipos\\_buscador.htm](http://www.hipertexto.info/documentos/tipos_buscador.htm)
- <http://es.creativecommons.org/blog/cc-es/mv/>
- <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuadern5/elena.htm>
- <https://support.google.com/a/answer/2573637?hl=es>
- [http://www.tecnicas-de-estudio.org/aprendizaje/como\\_realizar\\_un\\_mapa\\_conceptual.htm](http://www.tecnicas-de-estudio.org/aprendizaje/como_realizar_un_mapa_conceptual.htm)
- <http://cmap.ihmc.us/docs/elaboracionmapaconceptual.php>

### *Ejemplos de mapa conceptual*

- <http://www.gliffy.com/go/publish/image/9304047/L.png>
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Mapa\\_conceptual#/media/File:Mapa\\_conceptual.jpg](https://es.wikipedia.org/wiki/Mapa_conceptual#/media/File:Mapa_conceptual.jpg)
- <https://liquidos.files.wordpress.com/2007/10/proyecto-investigacion-liquido.jpg>

# COMERCIO DIGITAL

## COMERCIO INTERNACIONAL

### FP GRADO SUPERIOR

---

## Actividad 4

### Búsquedas en Google

---

#### Objetivo

Práctica de los sistemas de búsquedas en Google.

#### Forma de realización

Crea una carpeta llamada BÚSQUEDAS (+ tu nombre) y un documento de Word con el nombre de BÚSQUEDAS (+ tu nombre) para almacenar la información que busques en internet. Cuando termines sube la carpeta (con la palabra BÚSQUEDAS + TU NOMBRE) a la plataforma, en concreto a la carpeta llamada Ejercicio de búsquedas. Utiliza el navegador Chrome.

De cada una de las búsquedas debes realizar un pantallazo que pegarás en el documento de Word. Salvo en las que se indique otra cosa. Recuerda indicar a qué punto pertenece cada pantallazo. En cada pantallazo deben verse claramente los criterios utilizados para realizar la búsqueda.

#### Prácticas

1. **Busca tu nombre** en Google, ¿qué aparece?
2. **¿Qué es un foro?** *Busca la información en Google.* Busca tres foros diferentes de coches.
3. **¿Qué es un blog?** *Busca la información en Google.*
4. Vamos a probar **diferentes combinaciones de búsquedas**, usa las **pestañas** para poder **comparar resultados**:
  - a. Referencia de búsqueda: talleres reparación Madrid (comprueba el AND implícito)
  - b. Busca variaciones en el orden: Madrid reparación talleres y reparación Madrid talleres
  - c. Busca: TALLERES reparación Madrid
  - d. Busca: talleres de reparación en Madrid
  - e. Busca: talleres reparación, Madrid
  - f. Busca: talleres reparación Madrid, ¿ves más resultados que con el acento?
  - g. Busca: talleres reparación Madrid, ¿Qué sucede?
5. Buscar "almacén" en [www.google.es](http://www.google.es) y en [www.google.com.ar](http://www.google.com.ar), ¿diferencias?

6. Busca **documentación en .pdf desde el 2010 hasta hoy relacionada con carpintería pero no metálica** usando los operadores correspondientes en el omnibox.
7. Vamos a probar **diferentes búsquedas avanzadas**, usa las **pestañas** para poder **comparar resultados**:
  - a. Referencia de búsqueda: *talleres reparación Madrid*
  - b. Busca: *talleres de reparación en Madrid* (la frase exacta y en ese orden)
  - c. Busca: (que contenga) *talleres* (o que contenga) *reparación Madrid*
  - d. Busca: *talleres reparación* (pero que no sean de) *Madrid*
  - e. Busca: *precios cambio ruedas* (que valgan entre 100 y 400 €)
  - f. Busca: *cambiar aceite* (solo queremos tipos de ficheros .PDF)
8. Busca páginas donde se hable de **Dulcinea, la tuneladora más grande del mundo** (no queremos que salgan páginas de El Quijote).
9. Busca páginas donde aparezca sólo la **Dulcinea del Quijote**. Averigua cuál era su nombre real.
10. Queremos buscar clubes atléticos de cualquier deporte menos de fútbol.
11. Queremos buscar museos de la ciudad de Valencia, pero que no sean de arte. *En este ejercicio solo debes apuntar en el documento de Word 3 museos encontrados y sus horarios de visita.*
12. Buscaremos ahora información sobre el club de frontón de Leganés.
  - a. Emplea primero las palabras: club frontón Leganés.
  - b. Emplea en una segunda búsqueda la frase: "club de frontón" Leganés"

¿A tu criterio, cuál es la más eficiente? (coloca el pantallazo en el documento de Word solo de la que creas más eficiente)
13. Busca tú mismo información sobre *un pueblo que se llama Almodóvar*. Realiza la búsqueda de manera que no salga **ninguna página de Pedro Almodóvar**, el cineasta. *En este ejercicio copia en el documento de Word una fotografía del pueblo.*
14. Busca **Libia** en Google:
  - a. Después presta atención a la columna de la izquierda y haz que aparezcan **solo noticias** en los resultados de búsqueda.
  - b. Por último, utilizando también la columna de la izquierda, haz que aparezcan **solo las noticias del último mes**.

Busca el **nombre** de estas "cosas" (tenéis la fotografía en la carpeta de la plataforma):



## COMERCIO DIGITAL COMERCIO INTERNACIONAL FP GRADO SUPERIOR

---

# Actividad 5

## Creación de listas de distribución

---

### *Objetivo*

Los correos electrónicos han sido una herramienta muy popular de comunicación desde su aparición, y desde el principio se ha utilizado el email marketing o mailing como un arma estratégica para distribuir información a una cantidad de clientes elevada. Debido al bajísimo coste que tiene esta herramienta, se ha cometido un abuso de ella, que ha generado una ingente cantidad de correos electrónicos que llegan a los usuarios sin que estos lo hayan solicitado. Sin embargo, hay muchos clientes que desean estar al día sobre alguna información relativa a una empresa, ya sean novedades u otras promociones comerciales.

Para gestionar estos casos, si bien los clientes de correo electrónico tradicionales vistos hasta el momento son una magnífica herramienta a pequeña escala, ocurre que no proporcionan un buen rendimiento cuando se desea enviar un correo electrónico a centenares o incluso miles de direcciones. En estos casos se utilizan las aplicaciones específicas para gestionar envíos masivos de correos electrónicos, muchas de ellas con un rango de gratuidad que hace posible su uso a pequeña escala. Todas ellas utilizan diversas técnicas para evitar que los correos electrónicos enviados acaben considerados como spam, y además ofrecen a los usuarios la posibilidad de darse de baja de una lista de distribución concreta.

### *Herramientas web gratuitas*

Algunas herramientas web gratuitas:

- [Mailchimp](#), posiblemente la opción más popular.
- [Acumbamail](#), es una empresa española que ofrece un servicio muy parecido a Mailchimp, pero en castellano.
- [PSMailer](#) es otra empresa española con unas características más ventajosas para las cuentas gratuitas que las anteriores.

Aunque no son las únicas opciones, sí son las más populares para crear envíos masivos de correos electrónicos.

### *Realización*

Daros de alta como grupo en alguna de las herramientas de email marketing y configurad una lista de distribución. La opción más recomendable es PSMailer, pero puedes hacerlo con cualquiera.

Es una actividad que se realizará por grupos. Cada grupo sois una "empresa" que le va a comunicar al resto de los alumnos la dirección de cada uno de los miembros de vuestra "empresa" que habréis creado en About.me. El resto de los compañeros compondrán vuestra lista de distribución.

### *Forma de entrega*

Deberéis enviar un correo al docente y a otras direcciones que elijáis con el diseño del email como si fuera realmente una acción de marketing con el objetivo de fidelizar clientes.

### *Valoración*

Se valorará el uso de la herramienta elegida, la tipografía, el uso de opciones avanzadas, plantillas, si dispone de ellas...

---

## COMERCIO DIGITAL COMERCIO INTERNACIONAL FP GRADO SUPERIOR

---

# Actividad 6

## PechaKucha

---

### *Objetivo*

Cuando os piden realizar un resumen sobre un tema concreto lo más seguro es que a la mayoría os venga a la cabeza realizar una presentación con un número indeterminado de diapositivas donde predominaría el texto sobre la imagen. En esta ocasión se trata que cambiéis el chip y explotéis vuestro lado más creativo.

Debéis coger las ideas más importantes y representativas para realizar una presentación que sirva de resumen a todo lo visto durante este primer trimestre. De igual manera debe servir para que repaséis los conceptos de cara al examen.

La presentación se debe hacer siguiendo el formato [PechaKucha](http://www.pechakucha.org/watch) que consiste en: 20 diapositivas (cada diapositiva será una imagen) y en cada diapositiva debe haber una explicación verbal vuestra de una duración de 20 segundos (por diapositiva), de esta forma conseguiréis una presentación-resumen que no durará más de 6:40 minutos. Básicamente se trata de sustituir el texto abusivo en las diapositivas por vuestra voz. Aquí tenéis algunas presentaciones que siguen este formato (van con audio):

<http://www.pechakucha.org/watch> y <https://madpechakucha.wordpress.com/>

### *Forma de realización*

La actividad es de carácter individual. Deberéis enviar un archivo de texto con la URL de enlace a YouTube donde habréis alojado vuestro vídeo. El envío se realizará al correo del profesor.

### *Realización*

No hay una herramienta específica para crear una presentación PechaKucha, sino que se puede hacer con cualquier herramienta de edición de video o de presentación multimedia, siempre que ajustéis la transición y el contenido de las diapositivas a los requerimientos de este formato (cada una de las 20 diapositivas debe ser una imagen y se tiene que ver durante 20s). Como nosotros no haremos la presentación presencialmente, deberéis incluir en cada diapositiva un audio donde expliquéis lo que queréis decir con aquella diapositiva

¿Cómo podéis hacer lo anterior? Podéis utilizar muchos programas distintos:

- Prezi (<https://prezi.com>) – Actualmente sólo dejan 14 días de prueba.
- Emaze (<https://www.emaze.com/es/>)
- Wideo (<http://wideo.co/es/>)
- VoiceThread (<http://voicethread.com/>)
- **PowerPoint**

Lo más recomendable sería utilizar PowerPoint o Prezi, porque la idea final es que podáis hacer un vídeo con la presentación y colgarlo en un canal de YouTube.

Al ser una presentación con imágenes os dejamos alguna recomendación, aunque ya las conocéis, para la obtención de imágenes.

## Creative Commons

Todo lo que encontréis en internet no se puede utilizar de forma libre ya que los derechos de autor siguen existiendo en el mundo digital, por eso lo mejor es buscar contenido que esté sujeto a licencias Creative Commons o que sean libres de derechos de autor.

Podéis conseguir imágenes sin copyright de muchos lugares distintos, no sólo de la página de búsqueda de [Creative Commons](#), también en: <http://www.actiludis.com/?p=11317>, y en [Pixabay](#).

**Importante: deberéis incluir una dpositiva (la número 21) donde sí que tendréis que añadir texto, concretamente los datos relativos a cada una de las imágenes que hayáis elegido para el PechaKucha, su referencia. Para ello utilizaréis las siguientes pautas**

### *Como citar imágenes según el estilo APA*

Las imágenes utilizadas en cualquier trabajo al igual que cualquier otra información, debe ser citada adecuadamente. De acuerdo al manual de Estilo APA (6ª ed. en Inglés o 3ª ed. en español) se pueden citar las imágenes de la siguiente forma.

**Primero se debe identificar los elementos principales.**

- Autor – Apellido, Inicial.
- Año de creación – (2011)
- Título del trabajo (tipo de trabajo) – [fotografía], [Imagen] [Mapa] etc.

**Algunos Ejemplos:**

**Formato Básico para Citar Imagen**

*Apellido, Nombre. (2010). Título del trabajo [fotografía]. Recuperado de <http://www.www.www>*

**Formato Básico para Citar Imagen (Sin autor)**

*Título del trabajo [fotografía]. (2010). Recuperado de <http://www.www.www>*

**Formato Básico para Citar Imagen (Sin autor, ni título, ni fecha)**

*[Imagen o fotografía sin título de descripción del trabajo]. Recuperado de <http://www.www.www>*

Ejemplo: *[Imagen de aves volando]. Recuperado de <http://www.www.www>*

### Contenidos

El objetivo de este PechaKucha es que seáis capaces de ordenar, concretar y categorizar los conceptos que hemos trabajado a lo largo de este trimestre. Será un resumen de lo visto y realizado y os servirá para repasar y tener más claros y ordenados los conceptos a los que os enfrentaréis durante la prueba de examen.

Podéis dedicar cada una de las diapositivas a un solo concepto o utilizar, si no fuese suficiente, dos diapositivas. Recordad que aunque solo sea una imagen tenéis 20 segundos por diapositiva para expresar oralmente lo que consideréis necesario.

Entre los conceptos que os pueden servir os recuerdo algunos de ellos (solamente a modo informativo, no tenéis que ceñiros a éstos, tenéis libertad para hablar de los que queráis y os parezcan más relevantes):

- Internet. Qué es, su historia
- Cómo funciona internet
- Arquitectura cliente/servidor
- Los protocolos. Protocolo TCP/IP
- Dirección IP
- Proxy
- Dominios de internet, nombres de dominio. DNS.
- Tipos de conexión a internet
- Seguridad WIFI
- Navegadores
- Buscadores y sus tipos
- Conceptos de búsqueda en Google
- Licencias de contenidos digitales
- El correo electrónico. Email marketing
- Protocolo FTP. Transmisión de archivos por internet
- Transmisión de archivos mediante servidores de descarga directa tipo MEGA.
- Cloud storage. Drive, Dropbox, Icloud... Servicios añadidos.
- Redes P2P

- Archivos comprimidos. Formatos PDF y ZIP
- Otros servicios de internet. Gestión de calendarios. Contenidos multimedia.

### *Valoración*

Presentación completa, conceptos bien elegidos, definidos y elaborados, unión entre conceptos, uso correcto de la herramienta de presentación digital, PechaKucka completo, claro y con imágenes propias, libres o con licencia Creative Commons correctamente referenciadas y entrega de la actividad dentro de los plazos requeridos.

---

## COMERCIO DIGITAL COMERCIO INTERNACIONAL FP GRADO SUPERIOR

---

# Actividad 7

## Intervención en el foro

---

### *Objetivo*

Iniciamos la vuestra participación en el foro de la plataforma. Esta actividad tiene como objetivo el intercambio de opiniones y el aprendizaje de los sistemas de comunicaciones colaborativos. El trabajo con los foros y la capacidad de respuesta ante los comentarios.

Dentro del marketing digital una de las tareas más delicadas es la atención, mediante herramientas de comunicación, a los “clientes”. En este caso vosotros seréis los “clientes” y, a la vez, los “moderadores”. Tendréis que exponer vuestro PechaKucha y a la vez criticar, de forma constructiva, el de los demás participantes. Debemos exponer y aprender de los demás, y aprender igualmente a manejar situaciones de halagos y críticas.

El objetivo por tanto es trabajar la atención al cliente de una empresa sobre su opinión del producto que le hemos ofrecido. El producto es nuestro PechaKucha y de esta forma conoceremos si los demás están interesados en él y su opinión.

### *Forma de realización*

La actividad es de carácter individual. La actividad se divide en dos partes:

- 1. Unión al foro y primer mensaje con vuestro nombre y el vínculo público hacia vuestro PechaKucha para que pueda ser visto por los demás integrantes del foro.**
- 2. Dos intervenciones, como mínimo, donde analicéis, de forma constructiva, dos PechaKucha de los demás compañeros. Indicando qué cosas destacaríais tanto en el plano positivo como en el plano de corrección, es decir, que se debería, a vuestro juicio, corregir en dicho Pecha Kucha. Podéis en cualquier momento aclarar o utilizar el foro para resolver cualquier duda o realizar cualquier comentario que podáis necesitar.**

### *Valoración*

Para la valoración de esta actividad se tendrán en cuenta varios factores:

- Respeto a las fechas que se establezcan.
- Calidad de las contribuciones en el trabajo.
  - Expresión, claridad de exposición y extensión adecuada.
  - Contenido pertinente, adecuadas críticas constructivas.
  - Formato de intervenciones académicamente adecuado. Recordad que estáis en un Ciclo de Grado Superior y que por tanto vuestra forma de trabajo y vuestra actitud se deben adaptar a este contexto. En esta actividad es muy importante tener esto en cuenta para que la valoración sea la adecuada. Si en el algún momento alguno de los miembros no mantuviese la adecuada actitud sería expulsado del foro.
- Frecuencia de participación, número de intervenciones constructivas.
- Actitud co-constructiva:
  - Proactividad en el grupo,
  - Colaboración en la construcción de conceptos con el resto de compañeros.

## COMERCIO DIGITAL COMERCIO INTERNACIONAL FP GRADO SUPERIOR

---

# Actividad 8

## Creación página web personal

---

### *Objetivo*

Aprender el manejo de herramientas para la creación de páginas web alojadas en servidores gratuitos con la finalidad de poder realizar posteriormente una analítica web.

Al mismo tiempo se pretende complementar el concepto de identidad digital comenzado durante la actividad 1 con la realización de una página web de carácter personal. Posteriormente continuaremos trabajando el concepto de **Marca Personal o Personal Branding**.

**Marca Personal o Personal Branding** es un concepto de desarrollo personal consistente en **considerarse uno mismo como una marca**, que al igual que las marcas comerciales, debe ser elaborada, transmitida y protegida, con ánimo de diferenciarse y conseguir mayor éxito **en las relaciones sociales y profesionales** (fuente: [Wikipedia](#)). La **Marca Personal o Personal Branding** nos permite romper el paradigma tradicional de tener que adaptarnos a las diferentes oportunidades que se nos presentan (un empleo o un proyecto), y nos da la pauta para saber si esas oportunidades son realmente compatibles con nosotros.

### *Realización*

Esta actividad consistirá en:

- Primero elaborar un diseño de la información y la distribución. Antes de crear y promocionar tu marca personal debes conocerte bien a ti mismo. ¿Por qué? Porque si no conoces bien lo que eres capaz de hacer ni lo que realmente quieres conseguir en tu vida personal y profesional mucho menos sabrás como planificar tu estrategia de personal branding.  
Responde con sinceridad las siguientes preguntas: ¿en qué soy bueno?; ¿qué cosas hago mejor que la mayoría de gente?; ¿qué me diferencia del resto de profesionales?; ¿Cuáles son mis habilidades y destrezas?; ¿Cuál es el medio en el que me siento más a gusto?; ¿estoy preparado para “la fama” / ser conocido por otros?; ¿qué cosas me hacen disfrutar como un niño?; ¿cuáles son las actividades que cuando me pongo con ellas parece que el tiempo pase volando?; ¿qué trabajo estaría dispuesto

a hacer sin cobrar?; ¿Cuál es mi trabajo soñado?; y otras preguntas por el estilo. Una vez respuestas y plasmadas en papel ya tendrá una imagen bastante certera de tu verdadero “yo”.

Antes de construir cualquier producto, cualquier servicio, cualquier marca (incluida la marca personal) es vital definir una estrategia. Puedes tener el mejor de los productos, el mejor de los servicios o la mejor marca del mundo, que si no sabes cómo “venderla” no sirve de nada. De todas maneras, como todo en la vida, no puedes pecar de exceso, ya que una planificación demasiado exhaustiva, ralentiza el proceso demasiado.

En relación a la Marca Personal o Personal Branding hay que empezar contestando una serie de preguntas:

En primer lugar:

- ¿Quién soy?
- ¿Qué quiero hacer?
- ¿Qué objetivos quiero lograr?

Una vez tengas las respuestas a estas preguntas, tienes que seguir definiendo:

- ¿Qué puedo ofrecer a los demás?
  - ¿Cuáles son mis valores personales?
  - ¿Quién es mi perfil de cliente/contacto profesional?
  - ¿Cómo lo comunico?
- Una vez que tenemos claro hacia donde vamos, tenemos que saber de que herramientas disponemos. Si hace unos años bastaba con imprimirse tarjetas de visita y un curriculum vitae, en el entorno actual, además del networking, cobra especial importancia la presencia que tengamos en Internet. Internet, actualmente, ofrece una cantidad de opciones mareante, y gran parte de ellas son gratuitas y con un poder de viralización soberbio para crear una buena Marca Personal o Personal Branding.  
Por tanto la segunda parte es en el aprendizaje del manejo de dos herramientas gratuitas para la creación de páginas web, creando el site personal, y poder profundizar después en diversas herramientas de analítica web. Para este primer objetivo manejaremos [Google Sites](#) y [Wix](#).

### *Forma de entrega*

La presentación de la página web hecha con Google Sites o con Wix (se puede elegir cualquiera de las dos herramientas). En el momento en que se tenga se debe copiar la URL asignada en un documento de texto con vuestro nombre y enviarla por correo electrónico al docente. A partir del envío la página web se podrá ir mejorando constantemente y eso será también valorable en un futuro. Aunque tengamos tiempo para realizar la página, es muy importante que desde ahora se empiece a diseñar la estructura y contenidos, ya que este trabajo es fundamental para conseguir correctamente el objetivo último.

La página se irá complementando con el trabajo que iremos realizando con las redes sociales.

**Recordad:**

- Utiliza un bolígrafo y papel para escribir todo lo que desees que tenga la página. Una lluvia de ideas es una manera perfecta de organizar los pensamientos. La tecnología puede dejarse de lado por un momento.
- Echa un vistazo a otros sitios web interesantes: tanto desde un punto de vista de diseño como de contenido. Toma notas de lo que te gusta de esas páginas y de lo que no te gusta.
- Una vez que se tiene una versión borrador de la página, pregunta a gente de confianza para que den su opinión sobre la misma. Esto puede proporcionar puntos de vista muy valiosos, ya que desde fuera se ve un proyecto de forma muy diferente.
- La elección de imágenes son aspectos fundamentales para conseguir una página de aspecto profesional. Hay muchísimas fotografías gratuitas hoy en día: lo mejor es echar un vistazo a [Creative Commons](#), para fotografías, y a [Clker](#) (página en inglés), para elementos de clip art. No descartes utilizar fotografías propias.
- Así mismo, resulta muy útil tener un programa de edición para poder editar y cambiar el tamaño de las imágenes. Una alternativa profesional y gratuita es [Gimp](#).
- Para dar una impresión profesional a los visitantes de la página debe utilizar formularios de contacto, en lugar de direcciones de correo electrónico.

## COMERCIO DIGITAL COMERCIO INTERNACIONAL FP GRADO SUPERIOR

# Actividad 9

## Ensayo de investigación

### *Objetivo*

A lo largo del módulo hemos desarrollado las competencias necesarias para profundizar algo más en un campo moderno, actual y de gran utilidad: el marketing en las redes sociales (MKRRSS). Las actividades previas realizadas nos permiten acercarnos a este campo con conocimiento y detalle.

Esta actividad consta de la elaboración de un ensayo de investigación, entendido como el desarrollo del tema, evidenciando el resultado de clarificar y exponer cómo se encuentra actualmente el panorama del marketing en las redes sociales. Como premisa fundamental partimos de que un ensayo debe estar rigurosamente documentado y fundamentado.

Por tanto los objetivos que se deben trabajar son los que profundizan en el tema y desarrollan competencias de escritura académico-científica.

### *Realización*

Esta actividad constará, por tanto, de dos puntos importantes, a saber:

- 1) Plasmar un trabajo de investigación. Estamos desarrollando una materia de un ciclo formativo de grado superior, equiparado a una formación universitaria, en poco tiempo os enfrantereis al mundo laboral real. Por ello es necesaria la práctica en investigación y la conclusión adecuada y experta de ideas y opiniones. Para ello se debe investigar, consultar bibliografía y fuentes y sintetizar de forma clara los aspectos más relevantes. El ensayo es la forma adecuada para plasmar un trabajo mental elaborado. Debe tener, como tal, obligatoriamente referencias y bibliografía. Para ello deberéis tener en cuenta y sobre todo, utilizar, la norma de citas y referencias APA, en su 6ª edición, que podéis encontrar en:

[http://www.cifcomlatinoamerica.com/Presentacion\\_Estilo\\_APA\\_6ta\\_Edicion.pdf](http://www.cifcomlatinoamerica.com/Presentacion_Estilo_APA_6ta_Edicion.pdf)

Las citas dentro del texto se realizarán como indica la APA y realizando la llamada a las Referencias, las notas al pie sólo se emplearán cuando sea necesaria la ampliación o aclaración de un aspecto concreto (pero no para incluir la referencia en sí). El ensayo puede incluir Tablas y Gráficos, en su pie

se indicará el número de la figura y su título para que pueda ser localizada con agilidad en las referencias (pueden incluir un subapartado de ilustraciones). Si la ilustración es de elaboración propia las referencias sólo recogerán su número y título, si proviene de otro autor/a se indicará igualmente en este punto.

- 2) Profundizar, clarificar y exponer los conceptos básicos y las actuales tendencias del MK en las RRSS. Tenéis libertad para orientar el ensayo de la manera que estiméis conveniente, pero por ayudaros a establecer un esquema de partida os puedo aportar algunos puntos que podéis investigar y desarrollar en el cuerpo del ensayo:
  - a. Qué es una red social. Orígenes. Tendencias futuras.
  - b. Tipos de redes sociales.
  - c. Información relevante para el marketing que se obtiene de las redes sociales.
  - d. Las estrategias de marketing en RRSS. Medición de la estrategia. Herramientas de análisis.
  - e. Como se usa cada red social.
  - f. El valor para la marca de un seguidor en la red social.
  - g. Casos de éxito en marketing en las redes sociales.
  - h. Errores de gestión en la reputación online.

Como os digo son solamente unas pinceladas, no os ciñáis exclusivamente a ellos. Demostrad vuestra capacidad a la hora de escogerlos, moldearlos, ampliarlos...

### *Forma de entrega*

El ensayo debe cumplir, escrupulosamente, las indicaciones que se dan a continuación para obtener una valoración positiva.

#### **Aspectos formales:**

- **Extensión:** Entre 10 y 20 páginas. No se pueden sobrepasar las 20 páginas incluyendo todos los apartados y elementos de vuestro documento.
- **Título:** El título de un ensayo no es algo trivial, suele ser una de las parcelas más difíciles de acotar pues debe encerrar la esencia del trabajo, un título debe dar una idea clara y concisa de lo que el lector va a encontrar. Las claves son: breve, claro y preciso. No son pocos los autores que recomiendan definirlo una vez terminado el ensayo.
- **Portada:** La portada en el ensayo aporta información (lo aclaran los documentos de referencia de esta Actividad), la portada es un elemento más del ensayo, no es atrezzo. Dada la extensión propuesta suele ser fórmula recomendada que la portada integre también el abstract, que no es sólo un breve resumen, también puede indicar al lector de forma argumentada los puntos que se trabajarán evitando así incluir un índice posterior ganando nuevamente terreno a la extensión.

- **Presentación/Introducción:** En este apartado lo fundamental es el planteamiento del problema, recordad el estilo de escritura científica. Debemos provocar incógnitas, incertidumbres, inquietudes, es decir, justificamos la pertinencia y necesidad de nuestro estudio y despertamos el interés del lector. Usualmente incluye un párrafo que hace las veces de "título extendido", que desarrolla algo más la idea, y una serie de puntos relevantes que serán el pie del desarrollo posterior.
- **Fundamentación:** Puede no aparecer de forma explícita y estar incluida dentro del apartado de Introducción (o el proceso inverso, incluir las incógnitas en la Fundamentación). Aquí debemos situar nuestro estudio, en qué punto se encuentran otros/as autores/as, a dónde apuntan las actuales investigaciones o corrientes al respecto. Si hacemos un símil con los procesos de investigación sería el Estado del Arte (es un ejemplo a nivel didáctico pues nuestra actividad debe tener una dimensión diferente). Es posible que no tengamos que llamar al apartado "Fundamentación" tal cual, imaginad que en vuestra presentación habláis de las TIC en la Sociedad actual, quizás (siguiendo el ejemplo) llamemos a esta justificación "Sociedad del Conocimiento" y situamos así el estudio de forma certera hablando del contexto.
- **Desarrollo/Cuerpo:** Incluirá todos los apartados y epígrafes que estiméis, en ellos debéis desarrollar esos puntos clave que iniciábamos en la Introducción. Aquí se valora especialmente la producción propia.
- **Conclusiones:** Recogemos las ideas principales y resolvemos las incógnitas. Aquí se valora la capacidad crítica, culminar un ensayo suele conllevar la apertura de nuevas líneas a posibles nuevos ensayos futuros.
- **Formato:** Obligatoriamente se utilizará letra Arial de 10 puntos, con un interlineado de 1,5 líneas y márgenes de 2,54 cm en una hoja DIN A4.

El ensayo debe entregarse en formato PDF remitiéndolo como archivo adjunto al correo habitual del docente.

### Valoración

Los criterios que se tendrán en cuenta serán:

- 1) Presentación de la temática
- 2) Fundamentación
- 3) Elaboración propia
- 4) Capacidad crítica
- 5) Capacidad de síntesis
- 6) Estructura del texto
- 7) Claridad de expresión
- 8) Citas bibliográficas

g) Presentación

*Importante*

Se tendrá especial consideración con el tema del plagio. En caso de existir indicio de que se haya producido se procederá a invalidar la actividad con la consiguiente repercusión en la nota.

## COMERCIO DIGITAL COMERCIO INTERNACIONAL FP GRADO SUPERIOR

# Actividad 10

## Mejora de presencia en redes sociales

### Objetivo

En la actividad anterior, el ensayo, hemos trabajado los conceptos básicos del marketing en redes sociales. En el final del anterior trimestre os habéis creado un perfil en las tres principales redes sociales sobre las que vamos a trabajar: Facebook, Twitter y LinkedIn. Esta actividad tiene como objetivo trabajar vuestra presencia, vuestra personal branding, vuestra identidad 2.0 desde este momento y hasta el final del presente trimestre. Deberéis por tanto, a la luz de lo aprendido hasta ahora y poniendo en práctica lo investigado en el ensayo, realizar todas las acciones que las diferentes redes sociales citadas os permitan para mejorar vuestro posicionamiento personal. El conseguirlo es la finalidad principal de esta actividad.

### Realización

Esta actividad constará de dos tareas:

- 3) Comunicar vuestras direcciones creadas, la dirección de vuestros perfiles en Facebook, Twitter y LinkedIn, con la finalidad de ver a día de hoy cómo están y poder evaluar los cambios posteriormente. *De la misma forma en vuestro About.Me y en vuestra web personal creada deben aparecer reflejados los vínculos.* Dicha comunicación se hará mediante un correo al docente donde se detallarán dichas direcciones.
- 4) Realizar las acciones que consideréis conveniente, aprovechando todas las herramientas de las redes sociales Facebook, Twitter y LinkedIn, para mejorar vuestra identidad digital. Para ello debéis fijaros objetivos. Entre los que podréis tener en cuenta destacamos los siguientes:
  - a. PRESENCIA Y ACTUALIZACIÓN SISTEMÁTICA. Participar. Como hemos comentado no hay peor cosa que crear un perfil en cualquier red social y abandonarlo. Debemos fomentarlo y hacerlo crecer, está en nuestra mano. Además debemos hacer esas aportaciones, como mínimo, una vez por semana (pudiéndonos ayudar de herramientas de publicación automática como Hootsuite, de la que ya hemos hablado).
  - b. APORTAR CONTENIDO DE CALIDAD. Participar, pero no por el hecho de hacerlo, sino aportando vuestra propia seña de identidad, aportando contenido. Siempre se puede

incluir una imagen para atraer más la atención, pero recuerda que deben ser imágenes propias o de libre distribución.

- c. **MANTENER UNA ACTITUD EN LA RED ACTIVA.** Mantener una red activa, abierta, participativa y dar las gracias a los que opinan sobre nuestras publicaciones. Es importante tener atendidos a nuestros seguidores, fidelizarlos. Es más difícil fidelizar a un "cliente" que atraer a uno nuevo.
- d. **RESPETAR SIEMPRE LA OPINIÓN.** Se debe mantener siempre una actitud respetuosa con quien no esté de acuerdo contigo y exprese críticas negativas.
- e. **ESTAR AL DÍA.** Se pueden crear alertas sobre temas de interés para utilizarlos con información personal como aportes, participando en publicaciones de otras personas o empresas, realizando aportes constructivos que fortalezcan nuestra imagen.
- f. **GESTIONAR Y SELECCIONAR VUESTRAS ELECCIONES.** El poder del clic. No podemos dar un "me gusta", una "recomendación" o cualquier otra acción sin valorar antes su conveniencia. Tenemos el poder de elegir cuándo y a qué le digo que estoy de acuerdo.

**IMPORTANTE: Deberéis entregar un pequeño informe con los objetivos que os hayáis fijado en cada una de las redes sociales y las acciones que habéis llevado a cabo para mejorar vuestra identidad digital.**

### *Forma de entrega*

Como hemos comentado antes para la **primera parte**, comunicación de las direcciones de perfil de las tres redes sociales, se hará mediante un correo donde se detallen las direcciones.

Para la **segunda parte** un informe de las actividades realizadas siguiendo las pautas de actividades anteriores.

### *Valoración*

Para esta actividad se tendrá en cuenta los siguientes criterios de valoración

- Correcta creación de los perfiles
- Comunicación de la dirección de dichos perfiles dentro de la fecha fijada
- Calidad y variedad de las acciones que se hayan realizado en las tres redes sociales (Facebook, Twitter y LinkedIn) para aumentar y mejorar la presencia.
- Informe explicativo de dichas acciones.

---

## COMERCIO DIGITAL COMERCIO INTERNACIONAL FP GRADO SUPERIOR

---

# Actividad 11

## Utilización de herramientas para crear apps para el marketing móvil (mobile marketing)

---

### *Objetivo*

El marketing móvil o mobile marketing es un conjunto de técnicas y formatos para promocionar productos y servicios utilizando los dispositivos móviles como canal de comunicación. Esta nueva vertiente del marketing ha sido el resultado del auge de la telefonía móvil y sus grandes capacidades como método para captar y fidelizar clientes. Por ello, se ha convertido en fundamental redefinir y crear nuevas relaciones con nuestros clientes móviles para conseguir buenos resultados en la conversión final tanto de la tienda física como online.

Además, los smartphones o teléfonos inteligentes han sumado infinidad de ventajas que han disparado las posibilidades del mobile marketing; geolocalización, personalización, acceso a internet, email marketing, aplicaciones móviles, almacenamiento de cupones Passbook, notificaciones Push geolocalizadas, etc... En esta actividad vamos a trabajar el conocimiento de cómo desarrollar una app para nuestro móvil a través de herramientas gratuitas que nos ofrecen durante tiempo limitado versiones casi completas.

### *Realización*

Esta actividad consistirá en crear una app para móvil utilizando alguna de las dos herramientas web que se os proporcionan. La app puede ser de cualquier tipo de negocio, producto o servicio. Debido a las limitaciones, por de ser herramientas gratuitas, lo más recomendable sería crear una app con el fin de dar a conocer un negocio e intentar fidelizar al cliente. En ambos casos son herramientas DIY. Estas letras que hacen referencia a la expresión anglosajona "Do It Yourself" se refieren a la posibilidad de hacer cosas uno mismo. En nuestro caso a realizar apps para móvil sin necesidad de saber programar.

Las dos herramientas que podéis utilizar son [Upplication](#) y [Como DIY](#). Mi recomendación es que utilizéis Como DIY, os va a dar muchas más posibilidades.

### *Upplication*

Upplication es una «startup» española con sede en Madrid que permite que las pequeñas y medianas empresas puedan crear sus propias aplicaciones móviles sin necesidad de tener conocimientos de

programación. De momento, las producciones salidas de este contenedor se centran en los dos principales sistemas operativos del mercado (iOS y Android). Lanzada oficialmente en octubre de 2013, la herramienta ha permitido la creación de más de 3.000 aplicaciones por parte de empresas como MotoUrban, Trapatapa, AJE Madrid o Sampru Inmobiliarias (estas aplicaciones las podéis encontrar en Google Play y Apple Store, por si las queréis ver). Los sectores de la moda y la restauración son los mayoritarios del conjunto de todas las aplicaciones creadas con esta herramienta hasta la fecha, lo que os puede una idea para hacer la app.

**Es importante tener en cuenta que para su uso gratuito hay que registrarse y después disponéis de 15 días para la prueba gratuita. Antes de registraros lo idóneo es hacer un boceto acerca de la app que queréis obtener. En el caso de que os hubiérais registrado ya y hubiese empezado a contar el tiempo, podéis, para tener tiempo de sobra, volver a crearos una cuenta en Upplication con una dirección de correo distinta. La idea es que no os registréis hasta que no tengáis claro qué vais a hacer.**

### Como Diy

Este creador de apps, fundado en Israel en 2010, presume de mantener activas más de un millón de apps en todo el mundo, con lo que resulta ser uno de los peces gordos en el sector. Ofrece una serie opciones muy interesantes como tarjetas de fidelización, integración de agendas, comercio electrónico, opiniones de los usuarios y creación de eventos. La mayor parte de sus ejemplos en la galería de aplicaciones son restaurantes, bandas musicales y otras organizaciones que desarrollan eventos.

Como DIY ofrece siete plantillas diferentes que puedes combinar con siete estilos de navegación. También puedes combinar colores, imágenes de fondo e iconos con tus propias imágenes artísticas. El editor está bien organizado y es fácil de usar. Su rango de prestaciones es uno de los más extensos y los diseños son destacables.

**Al igual que con la anterior herramienta es importante tener en cuenta que para su uso gratuito hay que registrarse y después disponéis en este caso de 30 días para la prueba gratuita. Antes de registraros lo idóneo es hacer un boceto acerca de la app que queréis obtener. En el caso de que os hubiérais registrado ya y hubiese empezado a contar el tiempo, podéis, para tener tiempo de sobra, volver a crearos una cuenta en Como Diy con una dirección de correo distinta. La idea es que no os registréis hasta que no tengáis claro qué vais a hacer.**

### *Forma y tiempo de entrega*

Podéis usar cualquiera de las dos herramientas que se han comentado, recordad que en una disponéis de 15 y en la otra de 30 días de forma gratuita. Valoradlo. Os permitirá cada aplicación compartir un vínculo para ver cómo quedaría la app. **Ese vínculo es el que deberéis proporcionar en un correo electrónico. El vínculo debe estar operativo el día que lo enviéis. Aseguraros de ello.**

## Valoración

Para esta actividad se tendrá en cuenta los siguientes criterios de valoración

- Originalidad de la aplicación dentro de las posibilidades de las herramientas.
- Comunicación del vínculo dentro de la fecha fijada y operatividad del mismo.
- Utilización de las diferentes posibilidades de la herramienta de creación.
- Enfoque adecuado al marketing móvil.

## Anexo

Otras herramientas para crear aplicaciones de marketing móvil

AdianteApps	Aplicarium	App Press
AppArchitect	Appery.io	AppMachine
Apps Builder	AppBar	Appscend
AppGyver	AppMakr	AppsMakerStore
Appsme	AppYourself	AppyPie
Business Apps	CreaApp	Firebase
GoodBarber	iBuildApp	Infinite Monkeys
Mobile Roadie	Mobincube	My Apps
Octopus Apps	ShoutEm	Telerik AppBuilder
Wiziapp		

## COMERCIO DIGITAL COMERCIO INTERNACIONAL FP GRADO SUPERIOR

---

# Actividad 12

## Publicidad en web. Presentación en PowerPoint y emisión a través de la aplicación Periscope.

---

### *Objetivo*

En esta Actividad perseguimos varios objetivos. El primero es el trabajo y conocimiento de dos temas importantes dentro del marketing digital: **los formatos de display publicitarios y sus modelos de contratación** y el conocimiento de la **compra programática**. El segundo objetivo es la utilización y manejo de la herramienta PowerPoint para realizar presentaciones. El tercer objetivo es la utilización y el conocimiento de la aplicación móvil Periscope, la cual utilizaremos para emitir en directo la presentación que hagais con la ayuda del PowerPoint. El último objetivo es seguir potenciando el trabajo de personal branding en las redes sociales, ya que tendréis que publicitar el evento de la presentación que vais a realizar con el PowerPoint sobre alguna de los temas elegidos en vuestras redes sociales para analizar posteriormente el impacto que ha tenido.

### *Realización*

Para esta actividad debemos seguir los siguientes pasos:

1. Elección de tema de la presentación de entre los propuestos y que se especifican más adelante.
2. Creación de una cuenta de Periscope (aplicación móvil que podéis encontrar dentro de Google Play y de Apple Store) desde la cual emitiréis la presentación.
3. Difusión y publicidad del evento de la presentación dentro de vuestras redes sociales: Facebook, Twitter y LinkedIn..
4. Realización de la presentación dentro de la plataforma de la presentación en PowerPoint. Dicha presentación deberá tener una duración de aproximadamente cinco minutos, independientemente del número de diapositivas utilizado. La presentación se emitirá posteriormente en directo por la aplicación Periscope.
5. Análisis de la repercusión del evento transmitido en vuestras redes sociales.

## Temas para elegir

Tenemos dos grandes temas para elegir, podéis optar por realizar la presentación de uno de los dos temas, lo cual nos llevaría a una presentación más general, o también podréis optar por desarrollar con algo más de profundidad alguno de los puntos correspondientes a esos dos grandes temas.

1. *Formatos de display en páginas web. Tipos y explicación.*
  - 1.1. *Modelos de contratación.*
  - 1.2. *Publicidad online. Funcionamiento de parte vendedora y de la parte comparadora.*
2. *La compra programática. Qué es y cómo funciona.*
  - 2.1. *AdExchange*
  - 2.2. *El RTB (Real Time Bidding)*

## Valoración

Para esta actividad se tendrá en cuenta los siguientes criterios de valoración

- Recopilación de información acerca del tema elegido.
- Adecuada realización de la presentación en PowerPoint.
- Capacidad de síntesis, colaboración, trabajo y consecución de los objetivos propuestos, tanto de la pareja como de cada miembro individualmente.
- Adecuados métodos de publicidad del evento dentro de las redes sociales de cada miembro.
- Preparación correcta de la presentación para su emisión por Periscope.
- Adecuada consecución de la emisión.
- Análisis de la repercusión del evento en las redes sociales propias de cada alumno.

## COMERCIO DIGITAL COMERCIO INTERNACIONAL FP GRADO SUPERIOR

# Actividad 13

## Principios básicos para la creación de una tienda virtual

### Objetivo

Iniciamos la última actividad del módulo, la Actividad 13 con el objetivo de trabajar las competencias básicas para la creación de una tienda virtual. La trabajaremos desde dos aspectos, por un lado desarrollaremos un informe de creación. Por otro lado crearemos la tienda virtual desde alguna de las plataformas elegidas.

En definitiva lo que se busca es que diseñéis la tienda virtual y a la vez vayáis recogiendo todo lo que hacéis en un documento que deberá entregarse junto con la tienda diseñada.

### Realización

Primer aspecto. Plan de negocio:

- Este primer apartado consistirá en la elaboración de un informe que recoja los aspectos básicos tenidos en cuenta para llevar a cabo la realización de la tienda virtual. Habitualmente tenéis libertad para escoger el tema, pero en esta ocasión ya vendrá marcado, la tienda ha de ser una **panadería**. Podéis enfocarlo desde cualquier punto de vista, ese será uno de los aspectos más valorados, que le déis un toque personal, la ventaja competitiva, que busquéis vuestra USP (unique selling proposition). Usad los conocimientos del resto de las asignaturas de Comercio Internacional para volcarlos en la propuesta. En este informe especificaréis cuál es la competencia con la que os enfrentáis y el público objetivo que buscáis.

Debe contener recogidos, por lo menos, los siguientes aspectos:

- Nombre y logo de la tienda y su explicación, el porqué.
- Explicación de la identidad corporativa.
- Criterios de elección de la plataforma donde ubicáis la tienda.
- Explicación del diseño de la tienda.
- El catálogo de productos ofrecidos.
- Colocación de los productos en el escaparate.
- Formas de entrega.
- Explicación de la fijación de precios.
- Formas de cobro.

- Atención al cliente.
- Formas de captación de clientes, porqué su elección. Formas de promoción.
- Fidelizaciones.
- Estrategias de posicionamiento y análisis.

Segundo aspecto. Tienda virtual.

- Este segundo apartado nos llevará a realizar la tienda virtual. Ya tenemos nuestro negocio, queremos abrir una panadería online. Debemos darle el enfoque que deseamos y elegir la plataforma sobre la que la asentaremos. Debéis valorarlas, informaros primero y elegid después. La elección debe estar razonada en el documento adjunto, tened en cuenta los días de prueba gratuitos que os ofrecen y las prestaciones que os van a dejar utilizar. Trabajaremos sobre algunas opciones de plataformas *liveCommerce Cloud*, son diferentes soluciones SaaS muy consolidadas, como, por ejemplo, [Shopify](#), [Palbin](#) y [Jimdo](#)

### *Forma y tiempo de entrega*

La actividad es individual. El documento explicativo debe entregarse en formato PDF a través del correo electrónico, siguiendo la norma habitual de trabajo. No habrá en este caso una extensión prefijada para el documento, queda a vuestra elección. Ya hemos trabajado en otras actividades la redacción de documentos y por tanto ya conocéis la mecánica y el marco en el que debe encuadrarse.

El vínculo de acceso a la tienda se remitirá igualmente a través del correo electrónico y debe ser totalmente accesible durante al menos 5 días desde la fecha de entrega. Con esto quiero decir que lo tengáis en cuenta a la hora de realizar la tienda en la plataforma. Una posibilidad es probar algunas opciones y ver posibilidades con una cuenta de correo y posteriormente, con más tiempo realizar la tienda definitiva con otra cuenta para tener mayor disponibilidad temporal.

### *Valoración*

Para esta actividad se tendrá en cuenta los siguientes criterios de valoración

- Aplicación en la actividad de los conocimientos de marketing tratados durante el curso.
- Razonamiento en la elección de la plataforma.
- Elección y desarrollo de la USP.
- Elaboración y contenido del documento.
- Diseño y elaboración de la tienda. Objetivos y características.

**X. EJEMPLO DE FEEDBACK. VALORACIÓN DE LA ACTIVIDAD 12.**

<b>Objetivo</b> <b>Competencia</b>	No se contempla el objetivo <b>0 puntos</b>	Se han realizado limitados intentos pero sin conseguir el objetivo <b>1 punto</b>	Realización adecuada del objetivo previsto <b>2 puntos</b>	Objetivo bien proyecta y con excelente ejecución <b>3 puntos</b>
Trabajo dentro de la plataforma			✓	
Información recopilada			✓	
Presentación de PowerPoint		✓		
Síntesis, colaboración y consecución de objetivos				✓
Publicidad del evento	✓			
Emisión por Periscope			✓	
Repercusión en redes sociales		✓		

## XI. PLANTILLA VALORACIÓN

IDENTIFICACIÓN DEL MATERIAL			
	URL:		
	Nombre del alumno:		
	Fecha de consulta:		
	Software de creación:		
VALORACIÓN			
CONCEPTO		VALOR	NOTA
CONTENIDO		50%	
	Adecuación al objetivo de identidad digital personal	15%	
	Cuidado de la expresión escrita	10%	
	Existe modo de contacto	5%	
	Claridad en la presentación personal	10%	
	Existen aportaciones personales destacadas	10%	
	Enlaces a redes sociales personales	NA	NA
ASPECTO		27%	
	Estética adecuada (colores, iconos, tipos de menú, etc.)	10%	
	Aspecto claro y motivador a la acción	2%	
	Diseño responsivo (adecuación a dispositivos móviles)	5%	
	Enlaces a otras webs	3%	
	Existencia de elementos multimedia	3%	
	Aprovechamiento de los recursos del software de creación	4%	
NAVEGACIÓN		23%	
Adecuación al navegador:			
	Google Chrome	3%	
	Mozilla Firefox	2%	
	Internet Explorer	1%	
	Microsoft Edge	1%	

	Safari	1%	
	Otros	NA	NA
Avance y retroceso entre páginas		3%	
Situación (el usuario sabe siempre donde está)		2%	
Tiene sitemap		1%	
Dispone de buscador interno		1%	
Facilidad de acceso y rapidez de carga		3%	
Hipertextualidad (desde la página principal se accede a todas las páginas que contiene)		1%	
Navegación intuitiva y bien diseñada		4%	
FACTOR CORRECCIÓN FECHA ENTREGA		10%	

<b>PUNTUACIÓN FINAL</b>

## XII PROPUESTA DE ERÚBRICA PARA LA ACTIVIDAD 1

	Requiere mejoras o puntos	Satisfactorio 1 punto	Bueno 2 puntos	Excelente 3 puntos
<b>Fuentes</b>	Las fuentes no son documentadas en forma precisa ni son registradas en mucha de la información o en las imágenes	Registros cuidadosos y precisos son mantenidos para documentar el origen del 75%-85% de la información e imágenes en la presentación	Registros cuidadosos y precisos son mantenidos para documentar el origen del 85%-95% de la información en la presentación	Registros cuidadosos y precisos son mantenidos para documentar el origen del 95%-100% de la información de la presentación
<b>Estética y organización</b>	El formato de la presentación y la organización del material es confuso	La presentación tiene la información bien organizada	La presentación tiene un formato atractivo y una información bien organizada	La presentación tiene un formato excepcionalmente atractivo y una información bien organizada
<b>Fotografías e imágenes</b>	Las imágenes y fotografías no van con el texto y aparentan haber sido escogidas sin orden	Las imágenes y fotografías van bien con el título, pero hay muy pocas y la presentación parece tener un texto demasiado denso	Las imágenes y fotografías van bien con el texto, pero hay muchas que se desvían del mismo	Las imágenes y fotografías van bien con el texto y hay una buena combinación de texto y gráficos
<b>Ortografía</b>	Más de 3 errores	Menos de 4 errores	1 error	No hay errores
<b>Argumentación</b>	No presentación no es convincente ni invita a la acción	La presentación es convincente pero no invita a la acción	La presentación es convincente e invita a la acción	La presentación impacta, es convincente e invita a la acción
<b>Contenido y precisión</b>	El contenido es mínimo y tiene varios errores en los hechos	Incluye información esencial pero contiene errores	Incluye información básica sin errores	La información es adecuada, profunda y detallada. Sin errores y bien estructurada
<b>Uso de herramientas, originalidad</b>	Se aportan únicamente los contenidos propuestos. Usa ideas de otras personas pero no lo acredita. No hay ideas originales	Se aporta al menos un contenido adicional a lo solicitado o se utiliza una herramienta diferente a las habituales. No hay casi evidencia de ideas originales	Se aportan contenidos adicionales a los solicitados utilizando al menos una herramienta diferente a las habituales. Trabajo con cierta originalidad	Se aportan múltiples contenidos adicionales a los solicitados y se utiliza más de una herramienta diferente a las habituales. Las ideas son creativas e ingeniosas
<b>Resolución de problemas del personal branding en las redes sociales</b>	No se observa ningún problema	Se aportan propuestas en el uso de redes sociales, gestión de la identidad personal, administrando el grado de privacidad, valorando la dimensión social y actuando de forma cívica y legal, respetando las normas de Netiqueta y propiedad intelectual	Se hacen varias aportaciones referentes al uso de las redes y la gestión de la identidad personal ajustándose a su realidad personal y futuro profesional, valorando la dimensión social y actuando de forma cívica y legal, respetando las normas de Netiqueta y propiedad intelectual	Se analiza y sintetiza el uso de redes sociales, gestionándolas para cumplir unos objetivos personales y profesionales, adecuándolas a sus realidades personales y dirigiéndolas hacia un futuro buscado. Se valora la dimensión social y actuando de forma cívica y legal, respetando las normas de Netiqueta y propiedad intelectual
<b>Esfuerzo</b>	El resultado final demuestra que el alumno no puso esfuerzo palpable	El trabajo final demuestra que faltó esfuerzo	El trabajo final demuestra que el alumno pudo poner mayor esfuerzo	El trabajo final demuestra un alto grado de esfuerzo en el alumno

## XIII. ENCUESTA DE EVALUACIÓN DEL DESARROLLO



Estimado/a alumno/a,

Para nosotros es muy importante conocer cómo se ha desarrollado el curso desde el punto de vista de sus participantes. Ése es el objetivo de este cuestionario. Por favor, invierte unos pocos minutos de tu tiempo para ayudarnos a mejorar.

Para que te resulte más cómodo expresar tu opinión, el cuestionario es anónimo.

Muchas gracias por tu colaboración.

**1**

**Campus virtual: ¿resulta su manejo claro y accesible?**

Puntuación del 1 al 5, siendo 1 la mínima valoración y 5 la máxima

1  
 2  
 3  
 4  
 5

**2**

**¿El material didáctico proporcionado es claro y comprensible?**

Puntuación del 1 al 5, siendo 1 la mínima valoración y 5 la máxima

1  
 2  
 3  
 4  
 5

**3**

**¿Los ejercicios propuestos refuerzan la adquisición de conocimientos?**

Puntuación del 1 al 5, siendo 1 la mínima valoración y 5 la máxima

1  
 2  
 3  
 4  
 5

**4**

**¿La metodología del curso permite la organización del tiempo dedicado al trabajo personal?**

Puntuación del 1 al 5, siendo 1 la mínima valoración y 5 la máxima

2  
 3  
 4  
 5

**5**

**En el caso de que hayas asistido a tutorías grupales voluntarias, ¿te han parecido útiles y suficientes?**

Puntuación del 1 al 5, siendo 1 la mínima valoración y 5 la máxima

1  
 2  
 3  
 4  
 5

**6**

**¿Cómo valorarías la organización del curso en cuanto a Jefatura de Estudios, Coordinación y Dirección?**

Puntuación del 1 al 5, siendo 1 la mínima valoración y 5 la máxima

1  
 2  
 3  
 4  
 5



## XIV. FORMULARIO DE VALORACIÓN POR EL DOCENTE

LA PLATAFORMA		
Acceso	Difícil	<input type="checkbox"/>
	Adecuado	<input type="checkbox"/>
	Fácil	<input type="checkbox"/>
Claridad de la estructura planteada	Mucha	<input type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poca	<input type="checkbox"/>
Utilidad de los recursos ofrecidos	Mucha	<input type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poca	<input type="checkbox"/>
Adecuación de las actividades	Muy adecuadas	<input type="checkbox"/>
	Adecuadas	<input type="checkbox"/>
	Poco adecuadas	<input type="checkbox"/>
Temporización adecuada	Mucho	<input type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poco	<input type="checkbox"/>
Herramientas de evaluación adecuadas	Muy adecuadas	<input type="checkbox"/>
	Adecuadas	<input type="checkbox"/>
	Poco adecuadas	<input type="checkbox"/>
Viabilidad de aplicación a la materia impartida del proyecto	Mucho	<input type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poco	<input type="checkbox"/>
VALORACIÓN PEDAGÓGICA		
Adecuación de los contenidos	Mucho	<input type="checkbox"/>
	Adecuados	<input type="checkbox"/>
	Poco	<input type="checkbox"/>
Utilidad de los recursos empleados	Mucha	<input type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poca	<input type="checkbox"/>
Adecuación de las tareas y de los tipos de actividad	Mucha	<input type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poca	<input type="checkbox"/>
Adecuación de la planificación	Muy adecuada	<input type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poco adecuada	<input type="checkbox"/>
Utilidad y adecuación de las herramientas de evaluación	Mucha	<input type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>

	Poca	<input type="checkbox"/>
Fomento del trabajo colaborativo y de la construcción del aprendizaje	Muy adecuado	<input type="checkbox"/>
	Adecuado	<input type="checkbox"/>
	Poco adecuado	<input type="checkbox"/>
<b>LA PLATAFORMA</b>		
Acceso	Difícil	<input type="checkbox"/>
	Adecuado	<input type="checkbox"/>
	Fácil	<input type="checkbox"/>
Claridad de la estructura planteada	Mucha	<input type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poca	<input type="checkbox"/>
Utilidad de los recursos ofrecidos	Mucha	<input type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poca	<input type="checkbox"/>
Adecuación de las actividades	Muy adecuadas	<input type="checkbox"/>
	Adecuadas	<input type="checkbox"/>
	Poco adecuadas	<input type="checkbox"/>
Temporización adecuada	Mucho	<input type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poco	<input type="checkbox"/>
Herramientas de evaluación adecuadas	Muy adecuadas	<input type="checkbox"/>
	Adecuadas	<input type="checkbox"/>
	Poco adecuadas	<input type="checkbox"/>
Viabilidad de aplicación a la materia impartida del proyecto	Mucho	<input type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poco	<input type="checkbox"/>
<b>VALORACIÓN PEDAGÓGICA</b>		
Adecuación de los contenidos	Mucho	<input type="checkbox"/>
	Adecuados	<input type="checkbox"/>
	Poco	<input type="checkbox"/>
Utilidad de los recursos empleados	Mucha	<input type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poca	<input type="checkbox"/>
Adecuación de las tareas y de los tipos de actividad	Mucha	<input type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poca	<input type="checkbox"/>
Adecuación de la planificación	Muy adecuada	<input type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poco adecuada	<input type="checkbox"/>

Utilidad y adecuación de las herramientas de evaluación	Mucha	<input type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poca	<input type="checkbox"/>
Fomento del trabajo colaborativo y de la construcción del aprendizaje	Muy adecuado	<input type="checkbox"/>
	Adecuado	<input type="checkbox"/>
	Poco adecuado	<input type="checkbox"/>

## XV. FORMULARIO DE VALORACIÓN POR EL ALUMNADO

FORMULARIO DE VALORACIÓN		
Valoración de la plataforma como soporte de aprendizaje	1	<input type="checkbox"/>
	2	<input type="checkbox"/>
	3	<input type="checkbox"/>
Diseño claro del módulo en la plataforma	1	<input type="checkbox"/>
	2	<input type="checkbox"/>
	3	<input type="checkbox"/>
Facilidad y rapidez de navegación. Usabilidad	1	<input type="checkbox"/>
	2	<input type="checkbox"/>
	3	<input type="checkbox"/>
Los recursos funcionan y no tiene errores	1	<input type="checkbox"/>
	2	<input type="checkbox"/>
	3	<input type="checkbox"/>
La estructura invita al aprendizaje	1	<input type="checkbox"/>
	2	<input type="checkbox"/>
	3	<input type="checkbox"/>
Información de uso adecuada	1	<input type="checkbox"/>
	2	<input type="checkbox"/>
	3	<input type="checkbox"/>
Contenidos útiles y aplicables	1	<input type="checkbox"/>
	2	<input type="checkbox"/>
	3	<input type="checkbox"/>
Actividades interesantes y útiles, bien expuestas	1	<input type="checkbox"/>
	2	<input type="checkbox"/>
	3	<input type="checkbox"/>
Utilidad de las actividades con respecto al tema	1	<input type="checkbox"/>
	2	<input type="checkbox"/>
	3	<input type="checkbox"/>
Sistemas de valoración adecuados	1	<input type="checkbox"/>
	2	<input type="checkbox"/>
	3	<input type="checkbox"/>
Considerarías la posibilidad de iniciar un módulo de FP a distancia	1	<input type="checkbox"/>
	2	<input type="checkbox"/>
	3	<input type="checkbox"/>
Valoración global de la experiencia	1	<input type="checkbox"/>
	2	<input type="checkbox"/>
	3	<input type="checkbox"/>

XVI. ELEMENTOS VALORATIVOS TEMA 1



Ilustración 17. Contenido del Tema 1

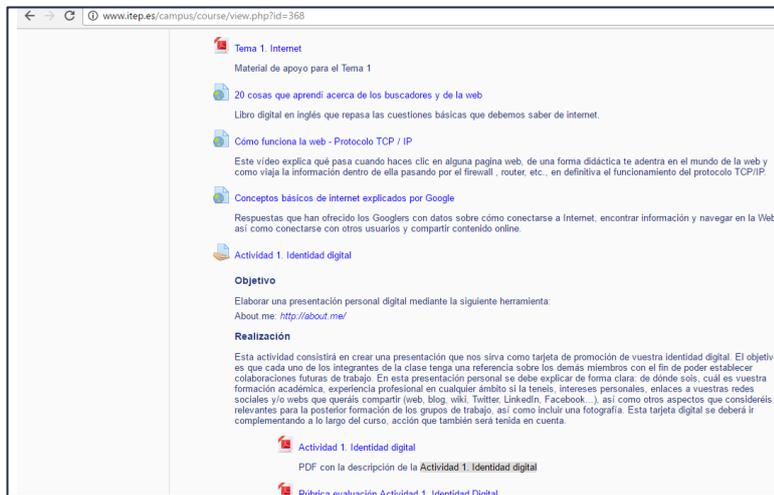


Ilustración 18. Parte del Tema 1 presentado en la plataforma

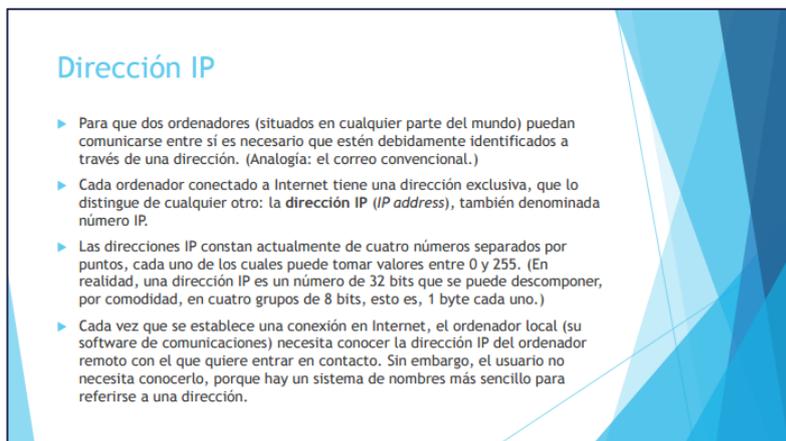


Ilustración 19. Parte del contenido del material teórico para el Tema 1

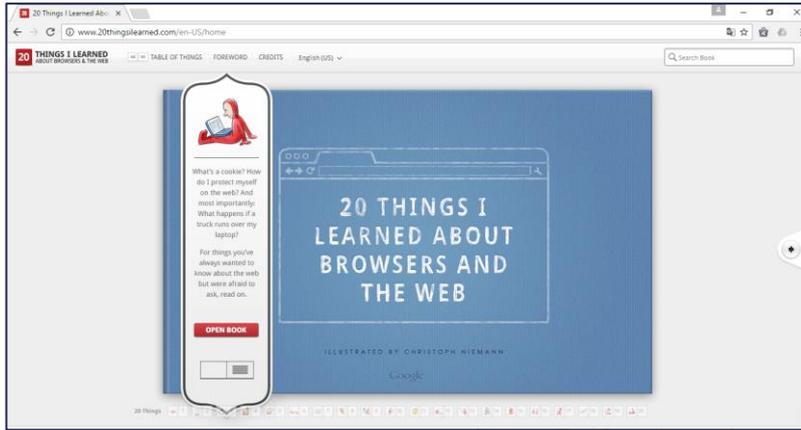


Ilustración 20. Resultado del vínculo del Tema 1 a un [libro digital en inglés](#) que repasa cuestiones básicas de Internet

Rank	Players	Total Score (points)	Correct Answers	Incorrect Answers
1	ALBERTO ABE	3072	5	4
2	ADRI	3048	5	4
3	JUAN	2960	4	5
4	JARQUE	2861	4	4
5	NATALI	2236	3	6
6	ANA ACON	2116	3	4
7	MARÍA ABIA	2072	3	7
8	JORGE	1950	3	4
9	ESTHER RODRÍGUEZ	1940	3	5
10	MARCOS	1744	3	1
11	CRIS	1357	2	6
12	ALI	1348	2	6
13	DAVID	669	1	4

Ilustración 21. Resultado por alumnos de la valoración del Tema 1 hecha con Kahoot!

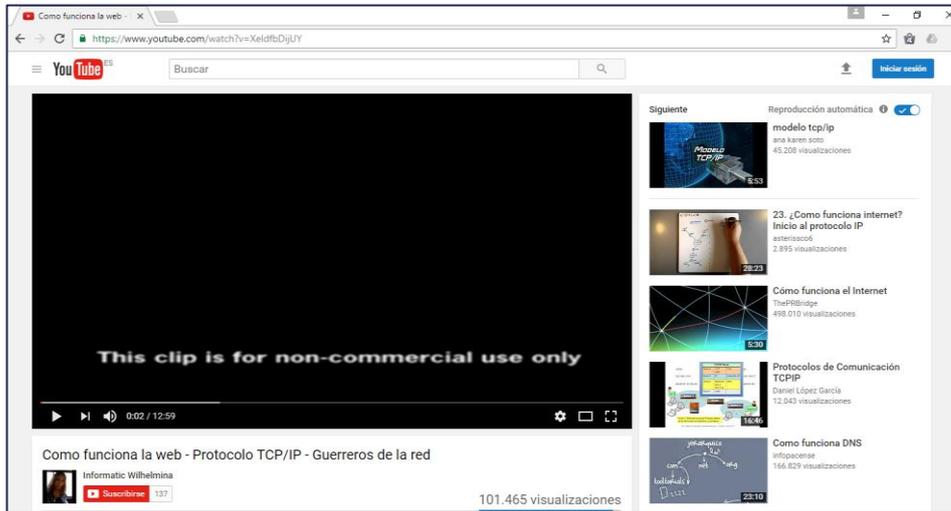


Ilustración 22. Resultado del vínculo del Tema 1 a un [vídeo](#) que repasa cuestiones básicas del funcionamiento de Internet

## XVII. RESULTADOS VALORACIÓN CON KAHOOT! DEL TEMA 1

1	<b>Internet</b>	
2	Played on	20 Dec 2016
3	Hosted by	ManuMartin
4	Played with	13 players
5	Played	10 of 10 questions
6		
7	<b>Overall Performance</b>	
8	Total correct answers (%)	40,59%
9	Total incorrect answers (%)	59,41%
10	Average score (points)	2097,92 points
11		
12	<b>Feedback</b>	
13	How fun was it? (out of 5)	0,00 out of 5
14	Did you learn something? (out of 5)	0,00 out of 5
15	Do you recommend it? (out of 5)	0,00 out of 5
16	How do you feel?	<span style="color: green;">●</span> 0,00% Positive <span style="color: orange;">●</span> 0,00% Neutral <span style="color: red;">●</span> 0,00% Negative
17		
18	Switch tabs/pages to view other result breakdown	
19		

Ilustración 23. Resultado global de la valoración del Tema 1 hecha con Kahoot!

Rank		Players	Total Score (points)	Q1	Internet es una red de ordenadores	Q2	El protocolo TCP/IP es un protocolo de...	Q3	Escoge todos los servicios que utilizan Internet	Q4	El protocolo IMAP...
1	ALBERTO ABE	3072	0		642	envío y recepción de datos	0	Páginas web	0	Es un protocolo de recepción de correo electrónico	
2	ADRI	3048	0		632	envío y recepción de datos	0	Páginas web	501	Descarga solo información básica y el mensaje cuando se pide	
3	JUAN	2900	0		875	envío y recepción de datos	0	Páginas web	0	Es un protocolo de recepción de correo electrónico	
4	JARQUE	2881	0		800	envío y recepción de datos	0		786	Descarga solo información básica y el mensaje cuando se pide	
5	NATALI	2238	0		627	envío y recepción de datos	0	Ninguna es correcta	0	Es un protocolo de recepción de correo electrónico	
6	ANA ACON	2116	0		601	envío y recepción de datos	0		841	Descarga solo información básica y el mensaje cuando se pide	
7	MARIA ABIA	2072	0	Todas son correctas	783	envío y recepción de datos	0	Páginas web	609	Descarga solo información básica y el mensaje cuando se pide	
8	JORGE	1950	0		0		0	Páginas web	0		
9	ESTHER RODRÍGUEZ	1940	0		0	envío de datos	693	Todas son correctas	722	Descarga solo información básica y el mensaje cuando se pide	
10	MARCOS	1744	0		0		0		0		
11	CRIS	1357	0		0	Todas las afirmaciones son correctas	0	Páginas web	0	Es un protocolo de recepción de correo electrónico	
12	ALI	1348	0		601	envío y recepción de datos	0	Ninguna es correcta	0		
13	DAVID	509	0		0		0		0	Descarga todos los correos del servidor a la aplicación	

Ilustración 24. Resultado por alumnos y por las primeras cuestiones de la valoración del Tema 1 hecha con Kahoot!

## XVIII. VALORACIÓN DE LA ACTIVIDAD 1. IDENTIDAD DIGITAL

**Actividad 1. Identidad digital**

**Objetivo**

Elaborar una presentación personal digital mediante la siguiente herramienta:  
 About.me: <http://about.me/>

**Realización**

Esta actividad consistirá en crear una presentación que nos sirva como tarjeta de promoción de vuestra identidad digital. El objetivo es que cada uno de los integrantes de la clase tenga una referencia sobre los demás miembros con el fin de poder establecer colaboraciones futuras de trabajo. En esta presentación personal se debe explicar de forma clara: de dónde sois, cuál es vuestra formación académica, experiencia profesional en cualquier ámbito si la tenéis, intereses personales, enlaces a vuestras redes sociales y/o webs que queráis compartir (web, blog, wiki, Twitter, LinkedIn, Facebook...), así como otros aspectos que consideréis relevantes para la posterior formación de los grupos de trabajo, así como incluir una fotografía. Esta tarjeta digital se deberá ir complementando a lo largo del curso, acción que también será tenida en cuenta.

**Actividad 1. Identidad digital**  
 PDF con la descripción de la **Actividad 1. Identidad digital**

**Rúbrica evaluación Actividad 1. Identidad Digital**

**Ilustración 25. Presentación en la plataforma de la Actividad 1. Identidad digital**

	Reglas para la puntuación			
	La puntuación mínima posible para esta rúbrica es de 0 puntos(s) y se convertirá en la nota mínima posible en este módulo (que es cero) a menos que la escala se utilice. La puntuación máxima es de 27 punto(s) y se convertirá en la nota máxima posible. Puntuaciones intermedias se convertirán y redondearán a la calificación más cercana disponible. Si se utiliza una escala en lugar de una calificación, la puntuación se convertirá en los elementos de la escala como si fueran números enteros consecutivos.			
<b>Fuentes</b>	Las fuentes no son documentadas en forma precisa ni son registradas en mucha de la información o en las imágenes 0 puntos	Registros cuidadosos y precisos son mantenidos para documentar el origen del 75%-85% de la información e imágenes en la presentación 1 puntos	Registros cuidadosos y precisos son mantenidos para documentar el origen del 85%-95% de la información en la presentación 2 puntos	Registros cuidadosos y precisos son mantenidos para documentar el origen del 95%-100% de la información de la presentación 3 puntos
<b>Estética y organización</b>	El formato de la presentación y la organización del material es confuso 0 puntos	La presentación tiene la información bien organizada 1 puntos	La presentación tiene un formato atractivo y una información bien organizada 2 puntos	La presentación tiene un formato excepcionalmente atractivo y una información bien organizada 3 puntos
<b>Fotografías e imágenes</b>	Las imágenes y fotografías no van con el texto y aparentan haber sido escogidas sin orden 0 puntos	Las imágenes y fotografías van bien con el título, pero hay muy pocas y la presentación parece tener un texto demasiado denso 1 puntos	Las imágenes y fotografías van bien con el texto, pero hay muchas que se desvan del mismo 2 puntos	Las imágenes y fotografías van bien con el texto y hay una buena combinación de texto y gráficos 3 puntos
<b>Ortografía</b>	Más de 3 errores 0 puntos	Menos de 4 errores 1 puntos	1 error 2 puntos	No hay errores 3 puntos
<b>Argumentación</b>	No presentación no es convincente ni invita a la acción 0 puntos	La presentación es convincente pero no invita a la acción 1 puntos	La presentación es convincente e invita a la acción 2 puntos	La presentación es impactante, es convincente e invita a la acción 3 puntos
<b>Contenido y precisión</b>	El contenido es mínimo y tiene varios errores en los hechos 0 puntos	Incluye información esencial pero contiene errores 1 puntos	Incluye información básica sin errores 2 puntos	La información es adecuada, profunda y detallada. Sin errores y bien estructurada 3 puntos
<b>Uso de herramientas, originalidad</b>	Se aportan únicamente los contenidos propuestos. Las ideas de otras personas pero no lo son. No hay ideas originales 0 puntos	Se aporta al menos un contenido adicional a lo solicitado o se utiliza una herramienta diferente a las habituales. No hay casi evidencia de ideas originales 1 puntos	Se aportan contenidos adicionales a los solicitados utilizando al menos una herramienta diferente a las habituales. Trabajo con cierta originalidad 2 puntos	Se aportan múltiples contenidos adicionales a los solicitados y se utiliza más de una herramienta diferente a las habituales. Las ideas son creativas e originales 3 puntos
<b>Resolución de problemas del personal</b>	No se observa ningún problema Resolución de problemas	Se aportan propuestas en el uso de redes sociales creativas 1 puntos	Se hacen varias aportaciones individuales al uso de... 2 puntos	Se analiza y sintetiza el uso de redes sociales 3 puntos

**Ilustración 26. Rúbrica en la plataforma de la Actividad 1. Identidad digital**

## XIX. VALORACIÓN DEL ALUMNADO



Ilustración 27. Correo informativo



Ilustración 28. Ejemplo de resultado Actividad 1. Identidad digital

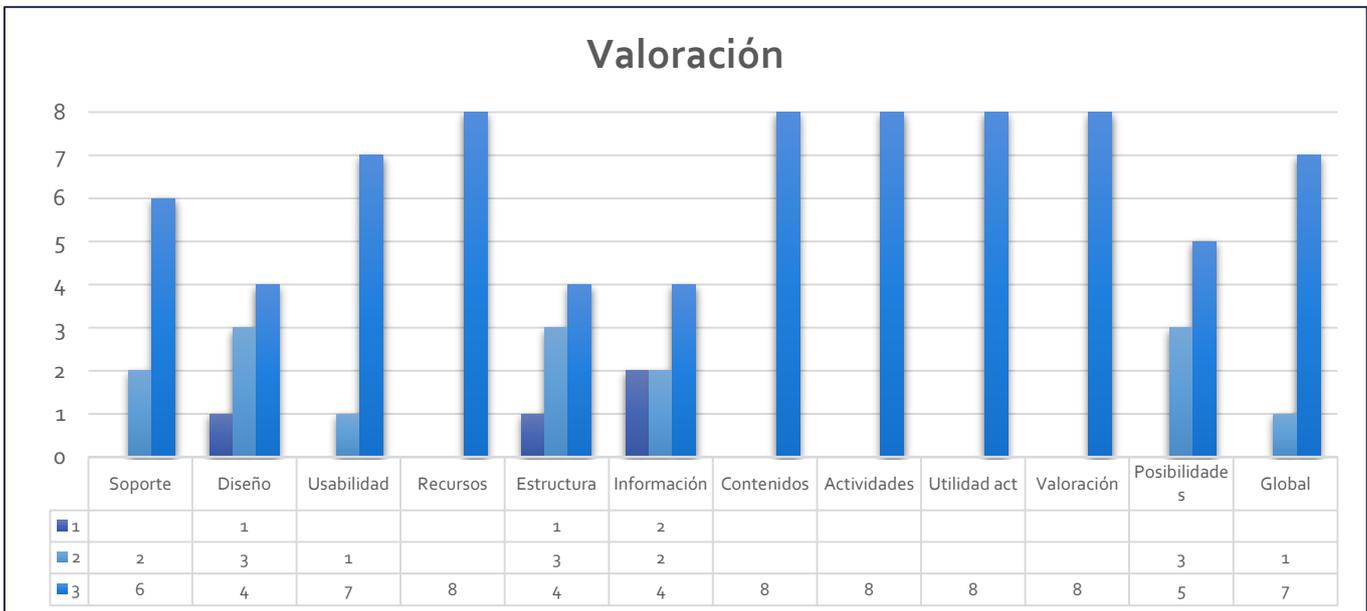


Ilustración 29. Resultado de la valoración del alumnado

## XX. HERRAMIENTAS PARA LOGRAR LAS COMPETENCIAS

	Conceptos teóricos	Estudio dirigido	Técnicas de discusión	Aprendizaje basado en problemas	Estudio de casos	Trabajo en grupo
<b>COMPETENCIAS INSTRUMENTALES</b>						
Capacidad de análisis y síntesis			✓	✓	✓	
Resolución de problemas			✓	✓	✓	
Capacidad de organizar y planificar				✓	✓	✓
Toma de decisiones				✓	✓	✓
Comunicación oral y escrita			✓			✓
Habilidades de gestión de la información						✓
Conocimientos básicos de la profesión	✓	✓			✓	✓
<b>COMPETENCIAS INTERPERSONALES</b>						
Capacidad crítica y autocrítica			✓	✓	✓	✓
Trabajo en equipo			✓		✓	✓
Habilidades interpersonales			✓		✓	✓
Capacidad de trabajar en un equipo multidisciplinar			✓		✓	✓
Apreciación de la diversidad			✓		✓	✓
<b>COMPETENCIAS SISTÉMICAS</b>						
Capacidad de aprender	✓	✓				✓
Habilidad para trabajar de forma autónoma	✓	✓				✓
Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica		✓	✓	✓	✓	✓
Capacidad para adaptarse a nuevas situaciones		✓	✓	✓	✓	✓
Habilidades de investigación		✓				✓
Preocupación por la calidad		✓				✓
Liderazgo			✓		✓	✓
Capacidad para generar nuevas ideas (creatividad)			✓	✓	✓	

## XXI. PRINCIPIOS PARA LA FORMACIÓN EN LÍNEA

Principio	Lección
<b>Principio 1. La buena práctica anima al estudiante a tomar contacto</b>	Lección para la instrucción en línea: el instructor debe ofrecer guías claras con la facultad para la interacción con los estudiantes
<b>Principio 2. La buena práctica anima la cooperación entre los estudiantes</b>	Lección para la instrucción en línea: una discusión bien diseñada facilita significativamente la cooperación entre los estudiantes
<b>Principio 3. La buena práctica facilita un aprendizaje activo</b>	Lección para la instrucción en línea: el estudiante debe presentar proyectos durante el módulo
<b>Principio 4. La buena práctica implica un feedback rápido</b>	Lección para la instrucción en línea: el instructor necesita ofrecer dos tipos de feedback: de información y de acuse (de haber recibido la información)
<b>Principio 5. La buena práctica pone énfasis en el tiempo en la tarea</b>	Lección para la instrucción en línea: los módulos en línea necesitan una fecha tope
<b>Principio 6. La buena práctica comunica elevadas expectativas</b>	Lección para la instrucción en línea: se provocan tareas, ejemplos de caso y alabanzas comunicando la calidad de los trabajos
<b>Principio 7. Las buenas prácticas respetan los diversos talentos</b>	Lección para la instrucción en línea: se permite a los estudiantes que elijan los temas de los proyectos y se deja que emerjan diferentes puntos de vista

## XXII. RESPUESTA DOCENTE FORMULARIO IMPLEMENTACIÓN

LA PLATAFORMA		
Acceso	Difícil	<input type="checkbox"/>
	Adecuado	<input type="checkbox"/>
	Fácil	<input checked="" type="checkbox"/>
Claridad de la estructura planteada	Mucha	<input checked="" type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poca	<input type="checkbox"/>
Utilidad de los recursos ofrecidos	Mucha	<input checked="" type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poca	<input type="checkbox"/>
Adecuación de las actividades	Muy adecuadas	<input checked="" type="checkbox"/>
	Adecuadas	<input type="checkbox"/>
	Poco adecuadas	<input type="checkbox"/>
Temporización adecuada	Mucho	<input type="checkbox"/>
	Adecuada	<input checked="" type="checkbox"/>
	Poco	<input type="checkbox"/>
Herramientas de evaluación adecuadas	Muy adecuadas	<input checked="" type="checkbox"/>
	Adecuadas	<input type="checkbox"/>
	Poco adecuadas	<input type="checkbox"/>
Viabilidad de aplicación a la materia impartida del proyecto	Mucho	<input checked="" type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poco	<input type="checkbox"/>
VALORACIÓN PEDAGÓGICA		
Adecuación de los contenidos	Mucho	<input checked="" type="checkbox"/>
	Adecuados	<input type="checkbox"/>
	Poco	<input type="checkbox"/>
Utilidad de los recursos empleados	Mucha	<input checked="" type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poca	<input type="checkbox"/>
Adecuación de las tareas y de los tipos de actividad	Mucha	<input checked="" type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poca	<input type="checkbox"/>
Adecuación de la planificación	Muy adecuada	<input type="checkbox"/>
	Adecuada	<input checked="" type="checkbox"/>
	Poco adecuada	<input type="checkbox"/>
Utilidad y adecuación de las herramientas de evaluación	Mucha	<input checked="" type="checkbox"/>
	Adecuada	<input type="checkbox"/>
	Poca	<input type="checkbox"/>
Fomento del trabajo colaborativo y de la construcción del aprendizaje	Muy adecuado	<input checked="" type="checkbox"/>
	Adecuado	<input type="checkbox"/>
	Poco adecuado	<input type="checkbox"/>

## XXIII. OFERTA FORMATIVA DEL ITEP

### CICLOS FORMATIVOS EN MODALIDAD PRESENCIAL (TITULACIONES OFICIALES)

- Técnico en Emergencias Sanitarias, Técnico Superior en Imagen para el Diagnóstico y Medicina Nuclear
- Técnico Superior en Radioterapia y Dosimetría
- Técnico Superior en Educación Infantil
- Técnico Superior en Transporte y Logística
- Técnico Superior en Comercio Internacional
- Técnico Superior en Actividades Físicas y Animación Deportiva
- Técnico Superior en Integración Social
- Técnico Superior en Higiene Bucodental, Técnico Superior en Dietética
- Técnico Superior en Administración y Finanzas
- Técnico Superior en Asistencia a la Dirección (Secretariado)
- Técnico Superior en Gestión de Alojamientos Turísticos

### CICLOS FORMATIVOS EN MODALIDAD A DISTANCIA (TITULACIONES OFICIALES)

- Técnico en Emergencias Sanitarias
- Técnico Superior en Educación Infantil
- Técnico Superior en Imagen para el Diagnóstico y Medicina Nuclear
- Técnico Superior en Comercio Internacional

### CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD

- Certificados de Profesionalidad de Atención sociosanitaria a personas dependientes en instituciones sociales
- Certificados de Profesionalidad de Atención sociosanitaria a personas en el domicilio.

### RESTO DE OFERTA FORMATIVA

Desde 2013, y con la colaboración del Instituto Técnico de Comercio Internacional, se ofrece formación en el ámbito de la internacionalización de la empresa, cubriendo de esta manera una clara necesidad actual, altamente demandada.

## XXIV. APARTADOS MÓDULO COMERCIO DIGITAL

### A) REALIZACIÓN DE TAREAS BÁSICAS PARA LA UTILIZACIÓN DE INTERNET:

- Internet. Características, origen y evolución.
- La World Wide Web:
  - Hipertexto.
  - Página web, sitio web y portal.
  - Estándares de WWW, URL, HTML, http y https. Otros estándares.
- Funcionamiento: servidores y clientes:
  - Protocolo TCP/IP. Direcciones IP.
  - Dominios de la red: nombres de dominios y servidores de dominio.
  - Proveedores de servicios de Internet.
- Modos de acceso a Internet y configuración del acceso para diferentes tipos de redes: cableadas, inalámbricas, de telefonía móvil. Otros modos de acceso.
- Las intranets y las extranets. Características y ventajas de utilización.
- El navegador web:
  - Elementos principales de la ventana del navegador.
  - Funcionamiento y uso.
  - Navegadores más utilizados.
- Búsqueda de información nacional e internacional en la red
- Los buscadores web:
  - Características y funcionalidades.
  - Motores de búsqueda e índices, buscadores temáticos, multibuscadores y metabuscadores.
  - Principales buscadores del mercado actual.
  - Técnicas de búsqueda. Conceptos básicos de búsqueda con operadores, sintaxis especiales de búsqueda, la opción de búsqueda avanzada, los servicios adicionales y las herramientas específicas.

**Este primer apartado del módulo tendrá una duración de 7 horas. Para su evaluación se tendrá su inclusión en el examen del primer parcial y las actividades 3 y 4. El alumno tendrá a su disposición el material correspondiente en la plataforma.**

### B) GESTIÓN DE DIVERSOS SERVICIOS EN INTERNET:

- Correo electrónico. Generalidades. Componentes y su funcionamiento:
  - Direcciones de correo electrónico. Elementos y características.
  - Estructura de los mensajes. Elementos de la cabecera y del cuerpo del mensaje.
- Correo web y correo POP3. Ventajas e inconvenientes.
- El correo web:
  - Creación y configuración de una cuenta. Reglas.
  - Las funciones básicas de leer, responder y enviar.
  - Organización, clasificación y búsqueda de mensajes.
- Correo POP3. Clientes de correo más utilizados. Su utilización:

- Configuración del cliente de correo. Reglas.
- Gestión y mantenimiento de mensajes: envío, recepción, clasificación y búsquedas.
- Correo no deseado.
- Listas de distribución.
- Transferencia de archivos a través de Internet. Su utilización.
- Servidores FTP y FTPS. Características y funcionamiento.
- Carga y descarga de archivos a través de un cliente de FTP: navegadores web o aplicaciones específicas.
- Redes P2P (peer to peer). Aplicaciones más utilizadas.
- Los foros internacionales. Leer y escribir en un foro. Normas de uso.
- Los grupos de discusión internacionales.
- Weblogs, blogs o bitácoras.
- Redes sociales internacionales. Características de las principales redes sociales.
- Redes sociales internacionales para empresas. Tipos de cuentas. Gestión de los distintos tipos de cuentas.
- Características y elementos de una página. Añadir elementos a una página de una red social internacional.
- Comprar y vender en redes sociales internacionales.
- Otros servicios de Internet: mensajería instantánea, noticias, vozIP, de audio y vídeo. Otros servicios.

**Este segundo apartado del módulo tendrá una duración de 7 horas. Para su evaluación se tendrá su inclusión en el examen del primer parcial. El alumno tendrá a su disposición el material correspondiente en la plataforma.**

### C) REALIZACIÓN DE FACTURAS ELECTRÓNICAS INTERNACIONALES Y OTRAS TAREAS ADMINISTRATIVAS:

- Factura electrónica. Aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal.
- Programas de facturación electrónica. Aplicaciones gratuitas y de pago.
- Seguridad: Firma electrónica reconocida. Autoridades certificadoras.
- Relación con otras empresas y organismos públicos: banca electrónica, ministerios con atribuciones en comercio internacional y páginas de los servicios de hacienda sobre aduanas.
- Instituciones que tienen que ver con el comercio internacional: Organización Mundial del Comercio (OMC), Unión Europea, Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) y cámaras de comercio entre otras. Información, servicios y trámites a través de Internet.
- Seguridad en Internet:
  - Amenazas: virus informáticos, suplantación de identidad (pishing), espías (spyware), correo no deseado (spam). Otras amenazas.
  - Recomendaciones frente a amenazas: Actualizaciones automáticas, los programas antivirus, cortafuegos, proxys, antiespías y antispam. Otras recomendaciones.

**Este tercer apartado del módulo tendrá una duración de 7 horas. Para su evaluación se tendrá su inclusión en el examen del primer parcial. El alumno tendrá a su disposición el material correspondiente en la plataforma.**

#### D) ELABORACIÓN DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL INTERNACIONAL:

- Desarrollo del plan de marketing digital internacional. Similitudes y diferencias con el plan de marketing tradicional.
- Herramientas estratégicas de marketing digital:
  - Estrategia de cartera: Cross marketing. Políticas de captación: proceso de creación de una marca.
  - Estrategia de segmentación: Marketing one-to-one.
  - Estrategia de fidelización: Marketing relacional y gestión de la relación con los clientes (CRM). Características específicas del cliente online internacional.
- Planes de acción de marketing digital. Acciones de comunicación:
  - Promoción online y offline de la web exportadora.
  - Herramientas de posicionamiento en buscadores internacionales: email marketing, marketing en buscadores (SEM), optimización para motores de búsqueda (SEO) y campañas en páginas afines.
  - Marketing viral.
- Evaluación del rendimiento del Plan de Marketing. Análisis de estadísticas y medición de resultados.
- Planes de acción de marketing digital. Acciones de distribución: Marketing internacional de afiliación.
- Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros.
- Internet TV, videoblogs y web TV, entre otros.

**Este cuarto apartado del módulo tendrá una duración de 20 horas, y correspondería con las actividades numeradas de 5 a 12. Para su evaluación se tendrá en cuenta la valoración de dichas actividades y su inclusión en el examen del primer parcial.**

#### E) DEFINICIÓN DE LA POLÍTICA DE COMERCIO ELECTRÓNICO INTERNACIONAL DE UNA EMPRESA:

- Diseño de una tienda virtual internacional.
- Modelos de negocio digital. Portales horizontales, B2B, B2C. Otros modelos.
- Selección del nombre de dominio. Registro de dominios. Renovación de dominios. Transferencia de dominios. Conocer el dueño de un dominio.
- Escaparate web. Catálogo electrónico.
- Control logístico de las mercancías vendidas online.
- La reclamación como instrumento de fidelización del cliente.
- La importancia financiera de la reclamación.
- Medios internacionales de pago electrónico y pagos en línea. Tarjetas de crédito, tarjetas de débito, Dinero electrónico, tarjetas inteligentes, tarjetas pre-pago, PayPal, entre otros.
- Periodo de reflexión y cancelaciones.

- Seguridad en las transacciones electrónicas. Criptografía y cifrado (encriptación).  
Conceptos básicos:
  - Cifrado de clave compartida o simétrica. Cifrado de clave única.
  - Cifrado de clave pública o asimétrica.
- Firma digital. Certificados digitales. Obtención, uso y renovación.
- DNI electrónico.
- Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction. Otros negocios.

**Este quinto apartado del módulo tendrá una duración de 24 horas, y correspondería con la actividad numerada como 13. Para su evaluación se tendrá en cuenta la valoración de dicha actividad y su inclusión en el examen del segundo parcial.**

## XXV. OBJETIVOS DEL APRENDIZAJE

1. CONOCIMIENTO. El estudiante será capaz al terminar el módulo de:		
Objetivos	Métodos de enseñanza o actividad del estudiante	Evaluación o feedback
Recordar la terminología básica del módulo.	Asignación de lecturas, prácticas, demostraciones, vídeos, etc.	Exámenes de elección múltiple. Actividades.
Describir los conceptos fundamentales del comercio electrónico.	Asignación de lecturas, prácticas, ejemplificación, etc.	Relacionar correctamente los conceptos, etc. en debates; escribir composiciones (ensayos), etc.
Enumerar alguna de las utilizaciones del módulo en la actividad laboral	Contactar con empresas, elaborar campañas de marketing, crear tiendas virtuales, medios de pago...	Evaluación informativa del proyecto.
Identificar principios y aplicaciones de temas conexos.	Estudios generales; lecturas preparatorias	Síntesis de datos procedentes de diversas fuentes.
2. HABILIDADES El estudiante debería demostrar la capacidad de:		
Escribir de una manera clara, legible y lógica.	Ensayos, investigación, lecturas...	Valoración informativa.
Expresar clara y persuasivamente su personalidad, haciendo juicios independientes	Intervenir en debates, en grupos de discusión contrastar puntos de vista; utilizar la discusión para exponer y convencer.	Feedback por otros estudiantes y docente, por ejemplo, comparar y contrastar preguntas en exámenes; evaluación de debates.
Obtener, seleccionar y organizar eficientemente la información.	Utilización de bibliotecas virtuales, búsquedas en Internet; resúmenes, etc.; preparación para ensayos, proyectos.	Valoración informativa de cada actividad
<b>Demostrar creatividad y pensamiento imaginativo.</b>	<b>Actividades de creación de campañas de marketing y de una tienda virtual Proyecto; abordando problemas sin resolver; utilizar conceptos originales en las discusiones</b>	<b>Valoración de los ítems establecidos previamente para la creación de cada actividad. Evaluación del método utilizado a la hora de abordar los problemas.</b>
<b>Colaborar eficazmente con los demás en un equipo</b>	Proyectos conjuntos; role playing; grupos de discusión para conocer mejor las interacciones dentro del grupo.	Evaluación del comportamiento del estudiante en un grupo por el docente y otros estudiantes.
<b>Demostrar flexibilidad, por ejemplo, reproduciendo con cambios patrones de conocimiento.</b>	Exponer nuevas ideas (no aceptar todo lo dado como un hecho).	Valoración de las aportaciones propias a cada actividad
3. ACTITUDES Los estudiantes demostrarían cada vez más:		
<b>Entusiasmo por el aprendizaje.</b>	Lecturas no asignadas; aportaciones propias extraídas de la actividad diaria fuera de la plataforma	Repercusión de la actividad, proponer nuevos problemas para la interconexión de conocimientos.
<b>Interés y preocupación por la exactitud y lo "bien hecho"</b>	Investigar y contrastar conceptos e informaciones; comprobar continuamente los resultados propios	Aportaciones en las herramientas de la plataforma y a las actividades
<b>Interés por la problemática moral, social, económica, política y científica relacionados con el tema.</b>	Estudios generales; algunos proyectos; discusiones sobre valores.	Desde los escritos y discusiones del estudiante.

XXVI. CERTIFICADO DE PRÁCTICAS



**Certificado de desarrollo de prácticas curriculares en el Máster en Educación y TIC (e-learning)**

Ei/La Sr/Sra ALFONSO MARTINEZ BALBOA....., con DNI 48374089-Z y con cargo DIRECTOR..... en el centro/empresa/institución INSTITUTO TECNICO DE ESTUDIOS PROFESIONALES II con domicilio en C/ FRANCISCO IGLESIAS, 17 y CIF B-85243871....., habiendo desarrollado la función de tutor/a de prácticas en el mencionado centro.

**CERTIFICA**

Que el Sr/Sra Manuel Jesús Martín Serrano, con DNI 07955160N ha desarrollado la asignatura de *Prácticas externas del Máster en Educación y TIC* de la Universitat Oberta de Catalunya, en el marco del centro citado anteriormente y durante el periodo de octubre a diciembre de 2016.

Y para que así conste a los efectos oportunos, firmo en Madrid, a 20 de diciembre de 2016.

(Firma y sello)

Fdo: Alfonso MARTINEZ BALBOA  
 Director