

VIRTUALIZACIÓN DEL CURSO MARCA PERSONAL PERTENECIENTE A LAS
FORMACIONES DE VALOR AÑADIDO DEL SERVICIO NAVARRO DE EMPLEO
Y DESARROLLADAS POR LA EMPRESA SISTEMA FORMACIÓN S.L.

RICARDO PULIDO REYES

CONSULTOR / DOCENTE: JORDI SERAROLS

TUTOR/A: KATHERINE OYARCE GODOY

UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA
MASTER EN EDUCACIÓN Y TIC (E-LEARNING)
PROYECTO DE TRABAJO FIN MASTER
ESPECIALIDAD: DISEÑO TECNOPEDAGÓGICO

JUNIO 5 DE 2016

PAMPLONA (NAVARRA), ESPAÑA

ÍNDICE

ÍNDICE.....	2
RESUMEN EJECUTIVO.....	3
Abstract	3
Descripción del proyecto	3
1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. CONTEXTUALIZACIÓN.....	6
3. JUSTIFICACIÓN.....	9
4. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS.....	11
4.1 Objetivo General 1	11
4.1.1 Objetivos Específicos.....	11
4.2 Objetivo General 2	12
4.2.1 Objetivos Específicos.....	12
5. ANÁLISIS DE NECESIDADES.....	12
5.1 Descripción de los criterios y procedimientos de análisis	12
5.2 Descripción de la recogida de datos	13
5.2.1 Instrumentos para el levantamiento de información	17
5.3 Presentación de resultados.....	18
5.3.1 Información aportada por las fuentes primarias: Parte Administrativa	18
5.3.2 Información aportada por las fuentes primarias: Parte Docente.....	19
5.3.3 Información aportada por las fuentes secundarias: Empresas privadas vinculadas al sector tic navarro.....	19
5.6 Conclusiones del análisis de necesidades y puntos clave del proyecto	22
5.8 Puntos Clave para el proyecto	24
5.9 Conclusiones de la fase de análisis de necesidades	26
6. PLANIFICACIÓN	28
6.1 Cronograma de actividades	28
6.2 Presupuesto del proyecto.....	29
7. DISEÑO.....	30
7.1 Enfoque teórico	30
7.2 Diseño de la acción formativa Marca Personal	37
7.2.1 Estructura del contenido	37
7.2.2 Objetivos y competencias de cada actividad propuesta	39
7.2.3 Actividades y Metodología de aprendizaje	40
7.2.4 Recursos de aprendizaje y secuenciación en la acción de aprendizaje.....	42
7.2.5 Actividades supletorias	43
7.2.6 Diseño de la evaluación de aprendizajes	44
7.3 Diseño del entorno tecnológico.....	48
7.3.1 Espacios y herramientas de interacción/comunicación	49
7.3.2 Sistemas de atención y soporte al estudiante	50
7.4 Diseño de los materiales	50
7.5 Diseño de la evaluación	51
7.5.1 Evaluación de la acción formativa	51
8. DESARROLLO	53
8.1 Datos de acceso al producto desarrollado	53
8.1.1 Guía de uso	55
9. IMPLEMENTACIÓN PILOTO Y EVALUACIÓN.....	55
9.1 Descripción de la implementación y evaluación.....	57
9.2 Resultados de la evaluación de la implementación	59
9.3 Evaluación desde la perspectiva del estudiante	59
9.4 Evaluación desde la perspectiva del docente	60
10. CONCLUSIONES GENERALES DEL PROYECTO.....	61
BIBLIOGRAFÍA.....	64
ANEXOS.....	67
Anexo 1: Tabla comparativa de las teorías del aprendizaje.....	67
Anexo 2: Gráficas encuesta de valoración de docentes	68
Anexo 3: Certificación de las prácticas	71

RESUMEN EJECUTIVO

Abstract

Este trabajo pretende virtualizar el curso Marca Personal, organizado por el Servicio Navarro de Empleo, y desarrollado por la empresa Sistema Formación S.L., que a su vez será una guía metodológica para posteriores trabajos de virtualización de cursos. Para ello, se utiliza el modelo instruccional ADDIE (Análisis, Diagnóstico, Desarrollo, Implementación y Evaluación), el cual demostró su eficacia para planificar y organizar una acción formativa.

Los resultados obtenidos se pueden separar en dos grandes áreas, el primero desde lo metodológico, donde se cumplen los objetivos propuestos, y el segundo, desde lo administrativo donde se priorizan los costes de la virtualización.

Palabras Clave: jóvenes, adultos, desempleados, reciclaje profesional, nuevos profesionales, formación no reglada, personal branding, currículum vitae, e-learning, formación online, scorms, moodle, exelearning.

Descripción del proyecto

Sistema Formación S.L., es una empresa privada fundada en el año de 1993, la cual se ha especializado en la formación de profesionales del ámbito de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Su oferta formativa está centrada en las áreas de Informática Técnica y Aplicaciones Sectoriales. En cada área se desarrollan las siguientes temáticas:

- Informática Técnica: Programación, Desarrollo, Sistemas, Seguridad, Organización.
- Aplicaciones Sectoriales: Publicidad, Ingeniería, Arquitectura, Diseño, Administración y Gestión Empresarial, Marketing, Comunicación, Técnicas de Producción Audiovisual, Comercio.

En el año de 1995, Sistema Formación S.L. es homologada por los Servicios Públicos de Empleo, habilitándola para la organizar y realizar acciones de Formación para el Empleo y de Desarrollo Profesional de trabajadores en activo.

El 14 de mayo de 2015, el Servicio Navarro de Empleo expide la resolución 41E/2015, la cual organiza las formaciones de Valor Añadido, dirigidas a personas en búsqueda activa de empleo, y/o profesionales recién egresados, con el ánimo de potenciar sus habilidades y

proporcionar herramientas para posicionar un perfil laboral dentro de los requerimientos actuales que demandan las tic.

Igualmente, la empresa deberá diseñar tales formaciones atendiendo requerimientos metodológicos tales como: practicidad de la formación y participación activa del alumno.

Del contexto descrito anteriormente, Sistema Formación S.L. se plantea llevar al ámbito del e-learning las formaciones de Valor Añadido, empezando por el desarrollo de la marca personal o Personal Branding.

Este tema prevé proporcionar herramientas metodológicas y tecnológicas, de cara a crear un perfil laboral competente, atractivo y enmarcado dentro de las TIC.

Para desarrollar el proyecto, Sistema Formación S.L. asume la adopción del modelo instruccional ADDIE (Análisis, Diagnóstico, Diseño, Implementación y Evaluación), para desarrollar cada etapa del proceso de virtualización de acciones formativas.

El diseño de la acción formativa implica tomar decisiones tales como: definir el perfil del usuario de la formación, seleccionar los contenidos, desarrollar un marco metodológico de aprendizaje, diseñar actividades de aprendizaje, implementar sistemas de evaluación y finalmente de retroalimentación por parte del alumno.

Otro aspecto a considerar, el cual requirió especial atención, fue el control de los costes en el diseño de la acción formativa y la implementación, ya que la empresa atravesaba una situación de insolvencia financiera, llegando a realizar despidos de la plantilla de trabajadores, así como la búsqueda de inyecciones de capital para reestructurar la empresa.

El aspecto financiero indujo a decisiones tales como: uso de recursos didácticos de libre distribución en la red, adopción de una plataforma LMS gratuita para implementar la acción formativa, y cargar los costes justos para mantener un ROI positivo dentro de la ejecución del proyecto.

Finalmente y atendiendo las necesidades tanto de la acción formativa, como las dificultades económicas de la empresa, la acción formativa es implementada y probada por un grupo de voluntarios, los cuales dan un concepto positivo (previos ajustes de forma y fondo) para ser utilizada con el grupo final de usuarios.

1. INTRODUCCIÓN

Sistema Formación S.L., es una empresa dedicada a la formación de profesionales en el área de las TIC. Su accionar se desarrolla en los siguientes ámbitos:

- Informática Técnica: Programación, Desarrollo, Sistemas, Seguridad, Organización.
- Aplicaciones Sectoriales: Publicidad, Ingeniería, Arquitectura, Diseño, Administración y Gestión Empresarial, Marketing, Comunicación, Técnicas de Producción Audiovisual, Comercio.

En el año de 1995, la empresa es homologada por el Servicio Navarro de Empleo, la cual la habilita para organizar acciones formativas orientadas a la búsqueda de empleo y desarrollo profesional, tanto para trabajadores en activo como de aquellos que están buscando trabajo. Estos cursos se denominan, formaciones de Valor Añadido.

Así pues, la Directora Gerente del Servicio Navarro de Empleo, mediante Resolución 41E/2015 del 14 de mayo, aprobó la convocatoria de subvenciones públicas para 2015, en el marco del subsistema de formación profesional para el empleo, para formación dirigida prioritariamente a personas desempleadas y al colectivo Garantía Juvenil.

Para el desarrollo y mejoramiento de las acciones formativas descritas, Sistema Formación S.L., requiere la virtualización de las formaciones de Valor Añadido, específicamente la de Personal Branding, ajustándose a los requerimientos metodológicos (v.g. acciones grupales) señalados por el Servicio Navarro de Empleo.

Para este trabajo se ha escogido el modelo de gestión ADDIE (Análisis, Diseño, Desarrollo, Implementación y Evaluación), ya que en el centro de cada etapa esta la evaluación como un elemento que genera retroalimentación y por ende, mejoramiento al resultado final. Esta característica en el modelo ADDIE, permite que la siguiente etapa del proceso se pueda abordar con elementos ya probados, lo cual evitará errores y minimizará imprevistos en la fase de implementación.

El modelo ADDIE se describe en las siguientes etapas:

Análisis. Es el paso inicial, consiste en analizar las características del alumnado, evaluar sus necesidades de aprendizaje, el entorno necesario para el desarrollo de la acción

formativa y las necesidades a contenidos a desarrollar. El resultado debe ser una descripción de una situación física y/o virtual, y las necesidades formativas.

Diseño. La siguiente etapa consiste en desarrollar el programa del curso, haciendo énfasis en el modelo de aprendizaje, y seguidamente se planificará la secuenciación de los contenidos previstos.

Desarrollo. Esta es una etapa de la producción, se producirán todos los contenidos, ayudas didácticas y materiales requeridos en cada fase de la acción formativa.

Implementación. Como su nombre lo indica, es la prueba piloto o ejecución de la acción formativa, la cual contará con la participación activa de los alumnos.

Evaluación. Esta es una fase que se desarrolla en cada etapa del modelo ADDIE, por lo cual los resultados se miran como el cúmulo de experiencias necesarias para el desarrollo de la etapa siguiente.

La virtualización del curso Personal Branding o Marca Personal, le permitirá al encargado o director de formaciones, tener un referente metodológico para virtualizar las acciones formativas que se requieran a futuro en la empresa.

Este trabajo se desarrollará alrededor del modelo ADDIE, y cada uno de sus elementos será una fase dentro de este proyecto. De esta manera se espera armonizar el trabajo que implica ejecutar el modelo descrito, junto con las necesidades de formación de la empresa Sistema Formación S.L.

2. CONTEXTUALIZACIÓN

Sistema Formación es una empresa privada fundada en el año de 1993, especializada en la formación de profesionales pertenecientes al sector de las TIC.

En cuanto a la estructura de personal, actualmente la empresa cuenta con 2 cargos de planta fija y el director general, el resto de la plantilla se contrata por demanda, es decir, cuando se requiere realizar algún curso de formación.

La empresa ha llevado a cabo dos procesos de reorganización, el primero de costes operativos y el segundo de la plantilla de personal; el primero de ellos se llevó a cabo en el año 2012, el cual incluyó el cambio de la sede, la cual se trasladó al domicilio actual de la empresa: Parque Empresarial de Ansoáin, Calle Berriobide 38, 1º, of. 113, Código Postal 31013, Ansoáin – Navarra.

El segundo cambio se ha llevado a cabo en el 2016, en el cual se ha prescindido de personal administrativo. En la actualidad la empresa vive una fuerte desaceleración en su ritmo de crecimiento de usuarios y estudiantes, aspecto que le sitúa frente a desafíos tales como, reordenamiento económico, administrativo y misional. Este último tiene que ver con la búsqueda de nuevos entornos de crecimiento, estrategias de formación y desde luego la incursión en el campo del e-learning.

No obstante, es importante decir que Sistema Formación S.L., ha sido parte importante del escenario TIC en Navarra. Está asociada a ATANA, Asociación de Empresas Navarras de tic, fundada en el año 2002, que personaliza los intereses de las empresas TIC de la Comunidad Foral de Navarra ante organismos públicos y privados. ATANA también fomenta la investigación, capacitación empresarial y promoción del Sector en los mercados nacionales y extranjeros.

Según el sitio web de ATANA, "...La asociación es el máximo referente asociativo e integrador de esfuerzos y capacidades en las tecnologías referidas a su actividad en el ámbito de la Comunidad Foral de Navarra. ATANA agrupa a más de 60 empresas que desarrollan, investigan, producen y/o comercializan productos relacionados con las Tecnologías de la Información, Comunicación y la Electrónica. En términos de ocupación, los trabajadores de las empresas asociadas suman alrededor de 1.450 personas..."

Para el año 2013, mediante el convenio de formación entre ATANA y la CEN (Confederación de Empresarios de Navarra), se impartieron 7 cursos con una subvención del 100%, en los cuales participaron 104 alumnos, acumulando 265 horas de formación. De estas capacitaciones, Sistema Formación desarrolló 3 cursos: Desarrollo de Aplicaciones Móviles Android, Desarrollo de Aplicaciones Web con JAVA AJAX y API's de Android. Estos cursos acumularon 80 horas de capacitación y contaron con la participación de 48 estudiantes.

Con relación a la dinámica del sector TIC en Navarra, es destacable que, para el año 2013, existían un total de 34 empresas, las cuales dan empleo a 4000 personas, 56% de ellas, licenciadas.

La estructura del sector TIC en Navarra es la siguiente:

- Tecnología de la información: 59%
- Contenidos Digitales: 24,2%

- Fabricación de componentes electrónicos: 5,9%

En cuanto al volumen de negocios de estas empresas, el 21% de las empresas tic, facturan entre € 250.000 y € 1 millón, y otro 11% más de € 1 millón al año.

Ante la dinámica estructural y el volumen de negocios que acumula la Comunidad Foral de Navarra al año 2013, la dirección de Sistema Formación S.L. apuesta porque la situación actual sea una coyuntura puntual, y plantearse así un nuevo escenario con propuestas acordes a las necesidades del mercado.

Parte de esta solución pasa por continuar trabajando para el Ayuntamiento y para el Servicio Navarro de Empleo, pero con propuestas diferenciadoras en el sector, dentro de ellas la incursión en el e-learning, que a pesar de que se han anunciado algunos cursos en la web, estos no tienen ningún desarrollo o divulgación significativa.

Como punto de partida, la empresa desea construir un referente metodológico, que sea válido para el desarrollo de acciones formativas futuras. El proceso partirá con las formaciones anteriormente mencionadas, de Valor Añadido, las cuales tienen su origen en la resolución 41E/2015 del 14 de mayo.

Estas formaciones deben desarrollarse bajo la modalidad grupal, orientándose al desarrollo de competencias para la búsqueda de empleo y competencias de empleabilidad.

En el caso de la formación de competencias para la búsqueda de empleo, las temáticas a desarrollar son:

- Marca personal
- Redes sociales
- Portales de empleo
- Entrevista de selección
- Mercado Laboral
- DAFO

Para las competencias para la empleabilidad, los temas a desarrollar son:

- Adaptación al cambio
- Iniciativa
- Motivación y entusiasmo
- Orientación al cliente y a los resultados

- Resolución de conflictos
- Trabajo en Equipo
- Confianza en sí mismo
- Empatía
- Emprendimiento

Por otra parte debe mencionarse que, desde el año 2013 se empezaron a desarrollar cursos que otorgan certificados de profesionalidad, para Gestión Comercial de Ventas, Implantación y Animación de Espacios Comerciales (ambos de la Familia Profesional de Comercio y marketing) y Administración y Diseño de Redes Telemáticas (Informática y Comunicaciones). Dichos cursos cuentan con subvención del 100% del Gobierno de Navarra.

La oferta formativa en la modalidad presencial supera los 20 cursos, entre los cuales se mencionan: Word Press Avanzado, Infografías con Illustrator, Desarrollo de aplicaciones móviles para iOS y Android, Diseño Web, Recursos Humanos (Trinity), Diseño editorial, entre otros.

No obstante en la página web de la empresa (www.sistemaformación.com), en el apartado de e-learning se anuncian 64 cursos de formación, los cuales no tienen ningún servicio de promoción o asistencia, por ende estos cursos no se encuentran activos.

3. JUSTIFICACIÓN

Con base en la descripción de la situación actual de la empresa y su entorno, Sistema Formación S.L. se plantea nuevos retos desde varios frentes de trabajo, el primero de ellos es lograr la viabilidad económica y administrativa y el segundo, reorganizar las formaciones, de manera que le permitan construir una oferta diversificada en educación TIC.

Como aspecto a destacar, debe mencionarse que la escuela tiene una infraestructura robusta en informática, posee amplias aulas dotadas con sistemas Windows, Linux o Apple, además se cuenta con diversos recursos didácticos, tales como, pizarras digitales, proyectores, sistemas de audio y vídeo. En general, la escuela tiene un amplio conjunto de herramientas (hardware y software) TIC para el desarrollo de sus objetivos de diversificación de la oferta formativa y por ende de las formaciones.

De igual manera, es necesario considerar lo relativo al software y hostings. La escuela tiene licenciado el software con el cual se trabaja, además se cuenta con varios servidores remotos para realizar pruebas de desarrollos web y aplicaciones del lado del servidor, servidor-usuario. También debe señalarse que se prefieren las tecnologías de libre uso, tales como openoffice, author, vlc, xcode, apache, entre otros, para desarrollar temáticas tanto de diseño como de ingeniería o redes.

Respecto del personal docente, la escuela siempre ha contado con profesores de reconocida trayectoria profesional, que puedan certificar su formación, pero sobre ello, que acreditan experiencia y vigencia en el sector del cual proceden.

En resumen, el entorno de trabajo, el hardware, el software, los docentes, la metodología de trabajo y uso de las TIC, son variables de las cuales se tiene una amplia experiencia en su manejo y ejecución en entornos presenciales.

Pero si bien, todo lo referente a los aspectos físicos de las TIC y su aplicación en educación presencial tienen un amplio desarrollo, no puede decirse lo mismo desde una experiencia con el e-learning. Estamos frente a una empresa de trayectoria y reconocimiento sectorial en Navarra, y que desde esas fortalezas se puede construir una oferta formativa en e-learning competitiva. Justamente este trabajo se enfoca a eso, a virtualizar un curso con todos los elementos del diseño tecnopedagógico, el cual pueda ser usado como marco de referencia para trabajos de virtualización posteriores, logrando así el objetivo de desarrollo en e-learning previsto.

En cuanto a los beneficios que puede traer consigo la estrategia de virtualizar contenidos y formaciones son múltiples. El primero de ellas es la eficacia de las formaciones a distancia, frente a las formaciones presenciales, según las investigaciones realizadas por Clark (1983), no existe una diferencia significativa en los resultados del aprendizaje soportada en medios electrónicos que de manera presencial, por lo tanto, el punto de atención debería centrarse en la instrucción misma, es decir, centrarse en la metodología del aprendizaje.

Aún más significativos son los estudios realizados por Cheng, Lehman y Armstrong (1991) y Bruning, Landis, Hoffman, Grosskopf (1993), donde encontraron que las motivaciones de los estudiantes a distancia son superiores, logrando objetivos de aprendizaje más altos.

Debe entonces resaltarse las oportunidades y ventajas que supone la virtualización de formaciones, considerando que esta es tan eficaz como los modelos tradicionales. Para Montse y Giménez (2012), las oportunidades que supone un modelo de educación virtual son:

- Ampliación de los destinatarios de la formación a nuevos segmentos de población
- Deslocalización de la formación
- Incursión en nuevos mercados
- Flexibilización de la formación
- Ampliación de la oferta formativa
- Posicionamiento estratégico

Respecto de las ventajas, se pueden mencionar:

- Flexibilidad de la formación: Estas pueden adaptarse a las necesidades de los usuarios, es decir, puede incluir un modelo mixto de aprendizaje (presencial – virtual), las fechas de inicio se adaptan a las necesidades del cliente y además podrán hacerse contenidos a medida.
- Creación de un modelo de aprendizaje adaptado a un colectivo específico
- Aprendizaje de un nuevo modelo y hábitos de aprendizaje, el aprendizaje en red genera comportamientos más selectivos a la hora de buscar contenidos en la red
- Expedición de certificados de profesionalidad, en el caso de las convocatorias realizadas por el Servicio Navarro de Empleo

4. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

4.1 Objetivo General 1

- Diseñar el curso de Marca Personal bajo la modalidad de e-learning, creando dinámicas colaborativas entre los participantes.

4.1.1 Objetivos Específicos

- Favorecer la interacción entre, participantes, tutor y contenidos, para desarrollar las competencias previstas para el curso.
- Motivar a todos los agentes que intervienen en el proceso de aprendizaje, para utilización de las tic como un medio de aprendizaje en el corto y largo plazo.

4.2 Objetivo General 2

- Conseguir la viabilidad del proyecto de cara a ser replicado en otras experiencias de aprendizaje

4.2.1 Objetivos Específicos

- Generar una experiencia de aprendizaje positiva en los participantes.
- Ampliar la oferta formativa de la empresa, creando cursos enfocados al desarrollo de competencias de los participantes.

5. ANÁLISIS DE NECESIDADES

5.1 Descripción de los criterios y procedimientos de análisis

Para desarrollar una estrategia de formación orientada por los lineamientos del e-learning, primero se deben identificar las necesidades que harán posible un adecuado diagnóstico y formulación del diseño de formación final.

Dicha exploración aportará información sobre:

- Perfil del usuario,
- Características de formación escolar
- Habilidades y destrezas en el campo de las tic,
- Recursos físicos para desarrollar la acción formativa
- Recursos tecnológicos, humanos y financieros
- Entornos indispensables para desarrollar la acción formativa.

Una vez obtenida la información necesaria, se procederá a analizar las variables observadas, tales como: las personas sujetas de formación, el entorno virtual a diseñar, los métodos de participación, control y evaluación, los materiales didácticos y contenidos y los docentes que intervendrán en la formación; lo anterior dará paso a un diseño viable y consistente con las necesidades de la empresa y del usuario final.

Para realizar los análisis descritos, y previa realización de cualquier diseño de formación posible, antes habrá que considerar tres elementos para el análisis de información:

- La realización de los instrumentos para levantar la información.
- Levantamiento de la información en sus diversas fuentes.
- Análisis de resultados y presentación de resultados.

En general, se pretende que toda la información recogida y analizada, aporte indicios sobre cómo desplegar cada elemento de un diseño tecnopedagógico, requerida para el desarrollo de la acción formativa, Personal Branding.

Para Ornellas A. y Romero M. (2012), los elementos que definen un diseño tecnopedagógico son:

- Definición de objetivos
- Selección de contenidos
- Diseño de e-actividades
- Recursos y materiales de aprendizaje
- Temporización de la acción formativa
- Evaluación y seguimiento

Bajo estos criterios se levantará la información, que posteriormente servirá de insumo para la siguiente fase del proyecto.

5.2 Descripción de la recogida de datos

El presente análisis prevé utilizar las siguientes herramientas para realizar la toma de información:

- Fuentes primarias: Entrevistas a empleados y/o docentes de la empresa
- Fuentes secundarias: Consulta a las agremiaciones donde se aglutinen las empresas del sector TIC de Navarra
- Uso de la matriz DAFO como instrumento para organizar y analizar la información

Las anteriores fuentes serán utilizadas para determinar el grado de desarrollo o avance en los cuales se encuentra cada uno de los elementos que, según Ornellas y Romero (2012), conforman un diseño tecnopedagógico.

Posteriormente y para analizar la información, se debe considerar la naturaleza de los datos a recopilar, en este caso, se debe señalar que son datos e información de orden cualitativo, ya que no existe una medición cuantitativa específica que evidencia las necesidades del proyecto. Los únicos indicadores que son de naturaleza numérica son los indicadores financieros, los cuales, según la Directora Katherine Oyarce Godoy, evidencian una pérdida importante de mercado y en consecuencia, unos menores ingresos para la empresa. Más allá de la coyuntura económica, que no es objeto de este estudio, no existen más indicadores cuantitativos. En este contexto queda claro que la empresa esta incorporando nuevos servicios y modalidades de formación para ofertar más opciones al mercado existente.

Según Saiz R. (2004), se entiende por análisis cualitativo de información, todo aquella reflexión resultante de la dinámica de interacciones, situaciones, fenómenos u objetos de la realidad estudiada, que el investigador recoge a lo largo de su proceso de investigación y que poseen un contenido informativo útil para los objetivos perseguidos en la misma. Cabe anotar que, de estas observaciones también se pueden construir y generar datos numéricos en función de los fenómenos observados, por ejemplo, su periodicidad, relevancia, frecuencia, y toda aquella escala de organización que se considere oportuna y objetiva.

Teniendo en cuenta que en la investigación cualitativa se usan instrumentos tales como, la entrevista, cuestionarios con preguntas abiertas y cerradas, observación de situaciones, entes gubernamentales que acopien información, agremiaciones, bibliotecas, diarios e Internet, los datos que se obtienen no son valores numéricos, sino textos que interpretan un contexto. Por ende, la investigación cualitativa es la interpretación objetiva de fenómenos, procesos, situaciones, aplicada al tema de estudio.

El resultado de estas observaciones, son reflexiones y comprobaciones que se realizan con el objetivo de extraer un significado veraz del objeto de estudio.

Para poder sistematizar toda la información observada, Saiz R. (2004), sugiere la aplicación de un método de cinco pasos:

1. **Revisión permanente y reducción de datos:** Este etapa consiste en simplificar la información y sus fuentes de manera que se pueda trabajar con información confiable y objetiva.
2. **Disposición y transformación de datos:** Este paso será útil para instruir las relaciones entre conceptos o procesos. Se trata de organizar la información y reconocer sus relaciones.
3. **Análisis de contenido:** Esta etapa consiste en descubrir el significado de las relaciones establecidas en la etapa anterior.
4. **Obtención de resultados y conclusiones:** Alcanzar conclusiones significa comprender el orden e interdependencia de las variables observadas, para luego construir un modelo mejorado de las observaciones obtenidas.
5. **Verificación de conclusiones:** Consiste en corroborar que las conclusiones se ajustan a la realidad observada.

Pero este no es el único método o pasos para hacer análisis cualitativo de información, Fernández, Lissette (2006) de la Universitat de Barcelona, sugiere una secuencia de cuatro pasos que se transcriben a continuación:

Obtener la información: a través del registro sistemático de notas de campo, de la obtención de documentos de diversa índole, y de la realización de entrevistas, observaciones o grupos de discusión.

Capturar, transcribir y ordenar la información: la captura de la información se hace a través de diversos medios. Específicamente, en el caso de entrevistas y grupos de discusión, a través de un registro electrónico (grabación en cassettes o en formato digital). En el caso de las observaciones, a través de un registro electrónico (grabación en vídeo) o en papel (notas tomadas por el investigador). En el caso de documentos, a través de la recolección de material original, o de la realización de fotocopias o el escaneo de esos originales. Y en el caso de las notas de campo, a través de un registro en papel mediante notas manuscritas. Toda la información obtenida, sin importar el medio utilizado para capturarla y registrarla, debe ser transcrita en un formato que sea perfectamente legible.

Codificar la información: codificar es el proceso mediante el cual se agrupa la información obtenida en categorías que concentran las ideas, conceptos o temas similares

descubiertos por el investigador, o los pasos o fases dentro de un proceso (Rubin y Rubin, 1995). Los códigos son etiquetas que permiten asignar unidades de significado a la información descriptiva o inferencial compilada durante una investigación. En otras palabras, son recursos mnemónicos utilizados para identificar o marcar los temas específicos en un texto. Los códigos usualmente están "pegados" a trozos de texto de diferente tamaño: palabras, frases o párrafos completos. Pueden ser palabras o números, lo que el investigador encuentre más fácil de recordar y de aplicar. Además, pueden tomar la forma de una etiqueta categorial directa o una más compleja (ej: una metáfora).

Los códigos se utilizan para recuperar y organizar dichos trozos de texto. A nivel de organización, es necesario algún sistema para categorizar esos diferentes trozos de texto, de manera que el investigador pueda encontrar rápidamente, extraer y agrupar los segmentos relacionados a una pregunta de investigación, hipótesis, constructo o tema particular. El agrupar y desplegar los trozos condensados, sienta las bases para elaborar conclusiones.

Integrar la información: relacionar las categorías obtenidas en el paso anterior, entre sí y con los fundamentos teóricos de la investigación.

El proceso de codificación fragmenta las transcripciones en categorías separadas de temas, conceptos, eventos o estados. La codificación fuerza al investigador a ver cada detalle, cada cita textual, para determinar qué aporta al análisis. Una vez que se han encontrado esos conceptos y temas individuales, se deben relacionar entre sí para poder elaborar una explicación integrada. Al pensar en los datos se sigue un proceso en dos fases. Primero, el material se analiza, examina y compara dentro de cada categoría.

Luego, el material se compara entre las diferentes categorías, buscando los vínculos que puedan existir entre ellas.

Finalmente, es importante señalar que a efectos de ejecución del presente proyecto se consideró pertinente ajustar las búsquedas y análisis al procedimiento señalado por Saiz R. (2004)

5.2.1 Instrumentos para el levantamiento de información

A continuación se describirá la estructura de cada uno de los instrumentos a aplicar, según la tipificación de la fuente.

Fuentes Primarias

Se realizará dos tipos de cuestionarios, uno aplicado a docentes y otro aplicado al personal directivo/administrativo de la empresa.

Las preguntas a realizar al personal directivo/administrativo son:

1. ¿Conoce la naturaleza y en qué consiste el desarrollo pedagógico que el Servicio Navarro de Empleo le solicita a la empresa?
2. ¿Conoce las bondades de los sistemas de formación virtual?
3. ¿Cómo gestionará los derechos de autor de los contenidos a desarrollar?
4. ¿La virtualización del curso Marca Personal pretende ser aplicada a otras formaciones?
5. ¿Esta la empresa en capacidad de asumir los retos administrativos, operativos y económicos que implica el desarrollo de una nueva modalidad de formación?

Las preguntas a realizar al cuerpo docente son:

1. ¿Cómo se plantean los objetivos y competencias para los temas a desarrollar?
2. ¿Cuál o cuáles fuentes consultas para seleccionar los contenidos?
3. ¿Cómo planificas las actividades que planteas en clase?
4. ¿Quién y cómo se desarrollan los recursos y materiales de aprendizaje?
5. ¿Si bien la temporización de las acciones formativas están determinadas por Sistema Formación, existe alguna flexibilidad en el manejo del tiempo? ¿Si se pierde alguna clase, cómo se recupera?
6. ¿Cómo se realizan las actividades de evaluación? ¿Existe la figura de repesca para los estudiantes que no hayan logrado los objetivos?

Fuentes Secundarias

Según los diferentes organismos del Gobierno de Navarra, se pudo establecer que la información del sector tic se acumula en los siguientes entes:

Cámara de Comercio de Navarra

<http://www.camaranavarra.com/>

Fundación MODERNA

<http://www.modernanavarra.com/>

Asociación de Empresas Navarras de TIC

<http://www.atana.org/es/>

SODENA invest in Navarra

<http://investinnavarra.com/>

Posterior a las consultas en fuentes primarias y secundarias, se construirá una matriz DAFO que refleje el trabajo realizado, y de esta manera ver cuáles son las necesidades del proyecto, así como los aspectos que requieren mayor atención.

A su vez se irán describiendo aquellas limitantes encontradas, y la manera de cómo fueron superadas.

5.3 Presentación de resultados

5.3.1 Información aportada por las fuentes primarias: Parte Administrativa

El proceso de recolección de información se preveía como un tarea difícil de concretar, dadas las circunstancias actuales de la empresa Sistema Formación S.L.. Según la directora de formación, Katherine Oyarce Godoy, afirma que la empresa está en quiebra y tratando de negociar una salida financiera, y por ende buscando la viabilidad en el mercado.

Actualmente, su administrador y director general Ramón Gurmendi Olabiaga, se encuentra en Madrid buscando un socio de negocios para impulsar y/o traspasar la empresa. Así pues, las tensiones laborales, económicas y financieras, hacen que la

información no fluya, ya que al parecer toda la información toma el carácter de reservado para el nuevo socio.

No obstante, en los meses de diciembre de 2015 y enero de 2016, la empresa mostró gran interés por la virtualización de algunos cursos que se impartían de manera regular al Servicio Navarro de Empleo, aportando información sobre el perfil del usuario final y sus necesidades de formación. Así pues, es evidente el contraste que genera la situación actual de la empresa, por un lado existe interés por incursionar en el campo del e-learning, y por otra parte las dificultades económicas imposibilitan la ejecución de tareas relacionadas con el tema.

5.3.2 Información aportada por las fuentes primarias: Parte Docente

Sin posibilidades reales de acceder a la información, se buscó hablar con algunos docentes, que de manera informal quisieran aportar su experiencia como docentes en el centro de formación. Finalmente se pudo contactar con el profesor de la asignatura de flash CS6.

La exploración aportada fue valiosa, dejando en evidencia toda la información que se pretendía recopilar, es decir, todo aquello relacionado con los elementos relacionados al diseño tecnopedagógico: Definición de objetivos, contenidos, recursos pedagógicos, actividades, formación de los docentes, entre otros.

5.3.3 Información aportada por las fuentes secundarias: Empresas privadas vinculadas al sector tic navarro.

En las fuentes secundarias se pudo evidenciar la composición del sector tic navarro, sus subsectores más dinámicos, el nivel de facturación y principales mercados.

Como información complementaria, se pudo establecer que empresas como SODENA, dinamiza los capitales riesgo para el inicio de proyectos innovadores del sector, esta gestión de recursos proviene de los fondos del Gobierno de Navarra.

A continuación se presenta la matriz DOFA con todos los hallazgos observados.

5.4 Matriz DAFO

Debilidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Las actividades de formación en la empresa son nulas 2. Los actuales ingresos de la empresa no permiten su operación o viabilidad 3. La rentabilidad de las actividades de formación asociadas al Servicio Navarro de Empleo, no supera los 2.500€ por convocatoria asignada (dos asignadas a marzo 2016) 4. El software para la enseñanza de diseño gráfico, estuvo licenciado hasta 2013 en la suite Adobe CS4, a partir de la versión CS5 no está licenciada. 5. El sistema operativo Windows, no está licenciado en todos los ordenadores. 6. No todos los docentes de los cursos de formación presencial, cuenta con experiencia para entornos virtuales de formación 7. No todos los materiales didácticos utilizados en la formación, tienen el derecho de autor para su uso 8. Según extrabajadores de la empresa, Sistema Formación cerrará probablemente en los meses de mayo o junio 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La estructura del sector tic, según el estudio Modelo Económico MODERNA, Desarrollo para Navarra del año 2013, lo componen las siguientes actividades: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Tecnologías de la Información: 59% ❖ Creación de Contenidos Digitales: 24% ❖ Fabricación de componentes electrónicos: 6% ❖ Otros sectores (Creativos – Agencias - ...) 11% 2. La viabilidad de la empresa depende de búsqueda de un nuevo socio capitalista, o del traspaso de la misma a un tercero 3. El mercado potencial de estudiantes ha disminuido sensiblemente por causas asociadas a la crisis económica española y los efectos sobre la capacidad de consumo de bienes y servicios 4. La empresa enfrenta posibles demandas por despido a trabajadores
Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Reconocida experiencia en la formación presencial de perfiles laborales asociados al sector tic 2. Buen nombre en el entorno sectorial 3. Participación activa en formaciones sectoriales 4. Homologación por parte del Servicio Navarro de Empleo, como centro de formación para el empleo 5. Conocimiento pleno del usuario final, información aportada externamente por el Servicio Navarro de Empleo 6. Amplias instalaciones físicas 7. Infraestructura de hardware: amplia y operativa 8. El cuerpo docente se contrata únicamente bajo la siguiente política: Formación certificada, experiencia en el sector tic y vigencia laboral acreditada. 9. Buen clima laboral del personal docente 10. El material de formación y ayudas didácticas siempre se dan en soporte impreso y medio digital 11. La metodología de trabajo se centraba mayoritariamente en el trabajo activo del alumno 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las empresas más dinámicas del sector tic, pertenecen al segmento de los sistemas de control y regulación de energía renovable y sistemas de información geográfica 2. Según el estudio, Guía-TIC de SODENA invest in Navarra, el sector de las energías renovables tiene una gran demanda por su alta eficacia y calidad 3. Según el estudio, Modelo Económico MODERNA, Desarrollo para Navarra, el sector de las tic emplea acerca de 4000 personas, de las cuales el 56% son licenciados. 4. El mismo estudio señala que, el volumen de negocios del 21% de las empresas pertenecientes al sector de las tic de Navarra, facturan entre 250.000€ y 1 millón €, y el 11% tiene una facturación de más de € 1 millón al año 5. SODENA es una sociedad (Navarra) pública de responsabilidad limitada, que apoya la gestión de proyectos tic, la cual gestionó al año 2010 un capital riesgo por 350 millones de euros.

5.5 Análisis PREN

Reducir Debilidades	Anular Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ampliar el portafolio de servicios de formación de la empresa, incorporándose a sectores de mayor dinámica económica 2. Evitar posibles sanciones y/o multas por el uso indebido de software pirata, mediante dos acciones: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Los costes asociados a la compra de licencias de software pueden ser más baratas si se adquieren por volumen ❖ Buscar software libre para temas de diseño gráfico, y para temas de gestión administrativa usar open office 3. Minimizar los costes operativos tales como, uso de papelería, costes de arrendamiento, etc. Convertir los costes fijos en variables, es decir, que los costes operativos se generen en la medida en que el servicio se preste. 4. Crear una guía para el uso de las tic en entornos de formación virtual, tanto para docentes como para nuevos alumnos. 5. Pagar y/o crear los materiales didácticos de formación 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buscar la apertura de nuevos mercados, locales, nacionales, intracomunitarios y extracomunitarios 2. Teniendo en cuenta que el sector tic navarro exporta bienes y servicios tanto a Europa como a América del sur, la empresa debería capitalizar esas experiencia, consultado a los entes del gobierno navarro encargados del registro de flujos comerciales intra y extracomunitarios 3. Rediseñar el plan de negocios de la empresa, ya sea de cara a gestionar ayudas en fondos de capital riesgo, o bien en la consecución de nuevos socios 4. Crear mecanismos de financiación educativa, externos (líneas de crédito educativo para educación), para nuevos estudiantes 5. Analizar los costes de las fuentes de financiación de liquidez como por ejemplo el factoring 6. Crear un fondo (1% de las utilidades) para el manejo de contingencias legales, contractuales futuras, a fin de evitar dilatados procesos de demanda
Potenciar Fortalezas	Incrementar Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudiar los mecanismos de transformación institucional para expedir titulaciones FP Oficiales 2. Crear jornadas de formación en temas de e-learning, y/o mobile learning para los docentes 3. Crear y gestionar en la nube espacios y repositorios de materiales educativas, de manera que el estudiante los pueda descargar, una vez empieza el ciclo de formación 4. Crear el modelo de formación virtual, aprovechando las infraestructuras tecnológicas instaladas, la experiencias de los docentes, y la buena reputación sectorial 5. Potenciar las modalidades de aprendizaje participativas en los entornos de formación virtual 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buscar alianzas estratégicas con los sectores más dinámicos de las tic en Navarra, a fin de proveerles de servicios de formación 2. Generar un plan de negocios atractivo para acceder a los recursos de los fondos de capital riesgo gubernamentales

5.6 Conclusiones del análisis de necesidades y puntos clave del proyecto

Con la información presentada hasta el momento, se puede concretar tres aspectos relevantes para el diseño de la acción formativa: El primero de ellos es el perfil del usuario, el segundo son las necesidades financieras requeridas por el proyecto, y el tercero sobre los aspectos asociados al diseño tecnopedagógico.

Perfil del usuario: Este es tal vez el insumo más importante a la hora planificar una acción formativa. El perfil del usuario que hace el curso Marca Personal, son hombres y mujeres, en edad laboralmente activa, con habilidades medias en el manejo de las tic, (habilidades en búsquedas de información, navegadores, redes, ofimática básica), provenientes de diversos sectores laborales: construcción, empresariales, hostelería, restauración, y que necesitan reciclarse profesionalmente, o recolocarse en el mercado laboral, es decir, buscar un nuevo sector donde encontrar un empleo.

Aspectos Financieros: Estas son las necesidades económicas del proyecto

Concepto	Descripción	Coste por unidad de medida		Coste total
Mano de Obra	Especialista en Diseño Tecnopedagógico	1.400€/mes	3 meses	4.200€
	Diseñador Gráfico	950€/mes	2 meses	1.900€
	Programador PHP	1.200€/mes	3 meses	3.600€
	Docente del curso	1.400€/mes	1 mes	1.400€
Equipos de Oficina	Equipo de cómputo	400€/mes	4 equipos por 3 meses	4.800€
	Servidores ¹	58,3€/mes	12 meses	699,6
	Software	0	3 meses	0
Alquiler Oficinas	No se cargará coste alguno, ya que este ítem no varía por el nuevo proyecto	0	3 meses	0
Materiales	Coste de elaboración de contenidos por parte de especialista o docente	300€/por tema	1 mes	300€
Coste Total				16.899,€
<p>Nota 1: Rentabilidad del proyecto. Conociendo que el Servicio Navarro de Empleo desembolsa por cada curso 25.000€. Margen Bruto: 25.000€ – 16.899,6€ = 8.100,4€ lo cual equivale a un 32,4%.</p> <p>Nota 2: Cálculos realizados con base en la información proporcionada por la directora de formación e Internet.</p>				

¹ Fuente: Empresa de servicios informáticos localizada en la comunidad de Galicia: Dinahosting.
<http://www.dinahosting.es>

5.7 Necesidades de elementos pedagógicos y tecnológicos del proyecto

Necesidades de equipos informáticos, y recursos educativos	Necesidades metodológicas	Necesidades de entorno físico	Necesidades de los docentes	Necesidades de creación de materiales y contenidos
<ul style="list-style-type: none"> • La empresa cuenta con equipos modernos y acorde con las necesidades del proyecto. • Se dispone de servidores propios para poder alojar recursos educativos 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta experiencia en la formulación de acciones formativas para entornos virtuales de formación. La persona encargada de la planificación de los cursos ya no trabaja en la empresa, la actual Jefa de Estudios es la Directora de Formación, quien no posee experiencia ni formación como docente en entornos virtuales de formación • No se ha podido evidenciar la ejecución de algún curso virtual • La empresa siempre ha prestado sus servicios de formación en modalidad presencial, no se ha evidenciado experiencia o Know How en formación para entornos virtuales • Sistema Formación conoce el perfil del usuario final de la formación • La definición de los objetivos de aprendizaje y competencias se conoce ampliamente, y serán los mismos para un entorno virtual de formación • Se debe crear una estrategia y canales de comunicación para los alumnos y docentes. • Se debe crear una plataforma para la administración de la acción formativa, la entrega de contenidos y su correspondiente evaluación. • Sistema Formación debe crear los instrumentos y mecanismos para comunicar la temporización de la acción formativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema Formación cuenta con espacios suficientes, ubicados en un entorno moderno, para poder gestionar todas las labores de una formación virtual 	<ul style="list-style-type: none"> • El perfil del docente es alto, poseen amplias competencias en tic pero no tienen experiencia en el manejo de acciones formativas para entornos virtuales de formación 	<ul style="list-style-type: none"> • Según la Directora de Formación, la empresa, no crea, ni produce ningún tipo de contenido para sus formaciones. Estos contenidos dependen del docente. • La creación de contenidos es un aspecto que no queda lo suficientemente claro ya que en la entrevista con un docente, se dijo que los contenidos y materiales los ponía Sistema Formación, por ende, se entenderá como un vacío de la empresa, y deberá implementarse una estrategia para enseñar a los docentes a crear contenidos para entornos virtuales de formación.

5.8 Puntos Clave para el proyecto

A partir de los hallazgos realizados en el análisis de necesidades, puede evidenciarse que efectivamente una alternativa y/o ventaja competitiva para el porfolio de servicios de la empresa, de cara a los servicios que presta al Servicio Navarro de Empleo, así como en otras formaciones, sin duda es el e-learning. Pero el diseño de un curso para entornos virtuales de formación no es un ejercicio estandarizado o mecánico. Tal y como se ha visto hasta el momento, este debe ser un ejercicio que involucre de manera dinámica todos los factores que en ella intervienen, sumando el concepto de personalización, es decir, este curso responderá a las necesidades de los usuarios, la empresa, así como de terceras partes involucradas en la acción formativa.

Por lo anterior, la propuesta para realizar un diseño tecnopedagógico debe considerar todos sus elementos, desde la elección de un modelo de aprendizaje, hasta la realización de la evaluación.

A continuación se sintetiza la estructura de la propuesta del diseño tecnopedagógico, en cada uno de sus partes:

Perfil del estudiante y Modelo de aprendizaje: Teniendo en cuenta que el usuario de la formación Marca Personal es una persona joven y laboralmente activa, se debe prestar atención a dos aspectos. El primero de ellos es el requerimiento señalado por el Servicio Navarro de Empleo, un aprendizaje práctico, dinámico y participativo.

Para cumplir este requisito, la acción formativa se apoyará en un modelo de aprendizaje que postule el constructivismo como método de aprendizaje colaborativo y apoyado en las nuevas tecnologías.

Presentación del curso: Este será el siguiente componente de la propuesta a diseñar. Se trata de poner en contexto el curso, o sea, explicar la interrelación del curso Marca Personal con otros cursos de la formación, por ejemplo, explicar la diferencia entre presentar una entrevista previa definición de una marca personal, que una sin marca personal. Explicar la relación de la marca personal y su socialización en los principales portales sociales. En definitiva, se trata de explicar cuál es la importancia del concepto Marca Personal con relación a otros elementos que conformarán la oferta de servicios del individuo frente a las empresas.

En este apartado también es conveniente fijar los roles del alumno, del docente, y los conductos regulares para su comunicación.

Definición de objetivos y competencias: En este apartado se explicará en detalle las habilidades que desarrollará la persona al finalizar el curso, dicho de otra manera, es saber para qué nos sirve el curso. Igualmente los objetivos marcarán una pauta en el proceso de aprendizaje, nos dirá: cuáles acciones desarrollarán qué habilidades.

Contenidos del Curso: Tal y como se mencionó en el análisis de necesidades, la construcción de los contenidos del curso obedecerá a la elección de tres criterios: Creación propia de contenidos, Creación externa de contenidos mediante la gestión de un outsourcing, o bien, el uso de material con derechos de libre uso.

Teniendo en cuenta la situación actual de la empresa, probamente se buscarán contenidos de libre uso, donde el valor añadido de la formación correrá por cuenta de las actividades a diseñar y la interacción propuesta al alumno.

Diseño de e-actividades: Como se anotaba en el ítem anterior, si la elección es utilizar contenidos de libre uso, el valor añadido de la formación estará por cuenta de las actividades a diseñar, por lo tanto, se pretende proponer una serie de actividades con sus correspondientes recursos tic, en los cuales se apoyará el desarrollo de conceptos y contenidos. Así mismo, se planteará de manera opcional actividades complementarias, para aquellos participantes que hayan tenido alguna dificultad en seguir el ritmo de trabajo del curso.

Por supuesto también se fijará los lineamientos para la correspondiente evaluación y retroalimentación.

Recursos y materiales de aprendizaje: El desarrollo de la propuesta implementará los materiales y recursos necesarios, a su vez que diseñará un objeto de aprendizaje de manera que en posteriores formaciones, dicho objeto de aprendizaje sea fácilmente editable y actualizable.

Temporización de la acción formativa: La temporización indicará los principales momentos de la formación, es decir, los tiempos asignados a la lectura de materiales, visualizaciones de vídeos o conferencias, los tiempos para las construcciones grupales y por su puesto el momento de la evaluación. Esta información se presentará mediante cronograma para facilitar su lectura en el tiempo.

Plataforma LMS: Este apartado prevé la planificación de una plataforma LMS en la cual se llevará a cabo toda la acción formativa, también se publicarán todos los contenidos propuestos, así como la evaluación del tema.

Es preciso anotar que los roles de comunicación habilitados en la LMS obedecerán a los criterios del conectivismo.

Teniendo en cuenta que las plataformas LMS cumplen con estándares IMS, la acción formativa tendrá un objeto de aprendizaje en formato SCORM, lo cual facilitará su reutilización y actualización a corto plazo.

Evaluación y seguimiento: Todo proceso de aprendizaje requiere de una evaluación para retroalimentar todo el proceso. Por tanto se debe medir dos condiciones del aprendizaje, la primera de ellas el grado de comprensión de los alumnos y la segunda la satisfacción del usuario o estudiante.

En últimas, la evaluación y seguimiento de la acción formativa, serán el punto de partida para mejorar la calidad de todo el proceso de aprendizaje.

5.9 Conclusiones de la fase de análisis de necesidades

Teniendo en cuenta que el proyecto se desarrollará desde la especialidad del diseño tecnopedagógico, se concluirá desde las necesidades observadas en dicha especialidad.

- La empresa debe construir un modelo de referenciación metodológica que le permita conocer la dinámica de planificación y desarrollo de acciones formativas en entornos online.
- Sistema Formación debe generar acciones de formación dirigida a sus docentes, para desarrollar habilidades y competencias en entornos de formación virtual.
- La empresa debe gestionar la creación de sus propios contenidos, a través de tres alternativas: Externalizar los contenidos impartidos mediante una empresa especializada en el sector, ó Entrenar a sus docentes en la creación de los mismos, o bien, Utilizar contenidos que no tengan restricciones de copyright.
- Se debe crear un portfolio real de formaciones virtuales, ya que las actuales no existen operativamente o no son atendidas por nadie.

- Se debe crear una estrategia y canales de comunicación para los alumnos y los docentes.
- Se debe crear una plataforma para la administración de la acción formativa, la entrega de contenidos y su correspondiente evaluación.
- Sistema Formación debe crear los instrumentos y mecanismos para comunicar la temporización de la acción formativa

6. PLANIFICACIÓN

A continuación se presenta el cronograma de actividades para las fases de Diseño, Desarrollo e Implementación piloto y evaluación de la solución formativa propuesta. Seguidamente se presentará el presupuesto, con el cual se justifica desde el punto de vista financiero, la viabilidad económica del proyecto.

6.1 Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																														
DISEÑO DE LA ACCIÓN FORMATIVA																														
ACTIVIDADES (ABRIL - 2016)	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	RECURSOS	RESPONSABLE	SALIDA							
	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27										
1 Construcción de marco teórico																						Bibliografía temática	Alumno	Marco teórico						
2 Definición de objetivos y competencias																						Fase 2 del proyecto	Alumno	Objetivos y competencias						
3 Selección de contenidos																						Bibliografía temática	Alumno	Contenidos del curso						
4 Diseño de actividades de aprendizaje																						Fase 2 del proyecto	Alumno	Actividades						
5 Secuenciación de contenidos																						Bibliografía planificación de acciones formativas	Alumno	Programa del curso						
6 Definición de la metodología de aprendizaje																						Fase 2 del proyecto	Alumno	Marco teórico						
7 Recursos de aprendizaje																						Bibliografía temática	Alumno	Recursos de la acción formativa						
8 Diseño de evaluación de aprendizajes																														
Tipo y procedimiento																														
Objetivos e indicadores																														
Actividades y recursos de evaluación																														
Ponderaciones de cada actividad																														
Temporización																														
9 Diseño de entorno tecnológico																														
Justificación																														
Espacio y herramientas de comunicación																														
Sistemas de atención al estudiante																														
Usabilidad e interfaz gráfica																														
Diseño de materiales																														
10 Diseño de la evaluación del proyecto																														
Evaluación del proceso																														
Evaluación final																														
11 Elaboración del presupuesto																														
Estimación y cálculo del ROI																														
DESARROLLO DEL PROYECTO																														
ACTIVIDADES (ABRIL - MAYO - 2016)	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	RECURSOS	RESPONSABLE	SALIDA							
	23	24	25	26	27	28	29	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12										
1 Creación de cronogramas y guías de aprendizaje																						Fase 4	Alumno	Cronogramas y guías						
2 Definición de formatos para cada tema																						Fase 4	Alumno	Guía de realización						
3 Creación de objetos de aprendizaje																						Software Exe	Alumno	OA's						
4 Implementar objetos dentro de moodle																						www.milaulas.com	Alumno	moodle operativo						
5 Elaboración informe																						Ítems anteriores	Alumno	Informe						
IMPLEMENTACIÓN PILOTO Y EVALUACIÓN																														
ACTIVIDADES (MAYO - 2016)	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	RECURSOS	RESPONSABLE	SALIDA							
	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31										
1 Creación de grupo evaluador																						Emails, teléfonos	Alumno	Grupo evaluador						
2 Explicación del alcance de la evaluación																						Emails, teléfonos	Alumno	Grupo evaluador						
3 Envío de link y formatos de evaluación																						Emails, teléfonos	Alumno	Grupo evaluador						
4 Recepción de información																						Formatos	Alumno	Formatos rellenos						
5 Análisis de información y Conclusiones																						Formatos rellenos	Alumno	Informe						

Cronograma de actividades de las fases de Diseño, Desarrollo e Implementación y evaluación del proyecto. Este cronograma es una inserción de Excel, con lo cual es un documento editable.

6.2 Presupuesto del proyecto

PRESUPUESTO DE GASTOS Y CALCULO DEL ROI PARA EL CURSO DISEÑO DE MARCA PERSONAL / 2016			
INGRESOS			25.000,00€
<i>Concepto</i>			
Aportes Servicio Navarro de Empleo por curso realizado	25.000,00€		
Capital aportado por nuevos socios		0,00€	
P.U. 50,00€ #estudiantes	0		0,00€
GASTOS			20.000,00€
Ejecución del gasto en meses		2	
<i>Concepto</i>			
<i>Mano de Obra</i>			<i>12.400,00€</i>
Esp Diseño tecnopedagógico	1.200,00€	2.400,00€	
Diseñador gráfico	1.100,00€	2.200,00€	
Programador php	0,00€	0,00€	
Docente del curso	1.300,00€	2.600,00€	
Personal de atención al usuario	1.200,00€	2.400,00€	
Dirección del programa	1.400,00€	2.800,00€	
<i>Equipos de Oficina</i>			<i>800,00€</i>
Equipo de cómputo	400,00€	800,00€	
Servidores	0,00€	0,00€	
Software	0,00€	0,00€	
Instalación LMS moodle	0,00€	0,00€	
<i>Infraestructuras</i>			<i>6.000,00€</i>
Alquiler oficinas (proporcional)	2.000,00€	4.000,00€	
Servicios públicos	800,00€	1.600,00€	
Comunicaciones	200,00€	400,00€	
<i>Materiales</i>			<i>800,00€</i>
Diseño contenidos	0,00€	0,00€	
Web site	0,00€	0,00€	
Redes sociales	0,00€	0,00€	
Brochures formato pdf	200,00€	400,00€	
Servicio de correos	200,00€	400,00€	
<i>Imprevistos</i>			<i>0,00€</i>
5% de los gastos		0,00€	
BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS			5.000,00€
IMPUESTO EMPRESAS REDUCIDA DIMENSIÓN/16		25%	1.250,00€
BENEFICIO NETO			3.750,00€
Nota: Teniendo en cuenta la situación financiera de la empresa, se toman las siguientes decisiones: Los materiales serían tomados de la web bajo licencia de libre uso y distribución, Se usará el sitio www.milaulas.com para minimizar el coste de personal y servidores			
CÁLCULO DEL ROI			20,00%
$\frac{(\text{beneficio}_{\text{obtenido}} - \text{inversión})}{\text{inversión}}$			

Presupuesto del proyecto. Este presupuesto es una inserción de Excel, con lo cual es un documento editable

Es importante señalar que cada una de las actividades propuestas dentro del cronograma, obedece al conjunto de elementos que según Ornellas A. y Romero M. (2012), definen un diseño tecnopedagógico.

7. DISEÑO

El desarrollo de esta fase del proyecto prevé planificar y desarrollar el diseño de la acción formativa. Dicho diseño contendrá la siguiente estructura:

1. Objetivos y competencias de formación
2. Nombre y descripción de la actividad
3. Metodología de la actividad
4. Recursos de la actividad
5. Evaluación de las actividades propuestas
6. Actividades supletorias
7. Valoración de la acción formativa realizada
8. Plataforma de aprendizaje
9. Presupuesto de la acción formativa

Esta estructura se justifica en un modelo teórico de aprendizaje, el cual dará soporte al acción formativa propuesta.

7.1 Enfoque teórico

Tal y como se había mencionado al inicio del proyecto, uno de los condicionantes para que Sistema Formación S.L. realizara la acción formativa, venía de las directrices impartidas por el Servicio Navarro de empleo, quienes han requerido que la formación ante todo fuese práctica y participativa.

Para dar cumplimiento a esta directriz, lo primero que debe hacerse es una exploración de alternativas teóricas que se ajusten a las necesidades requeridas.

Para empezar dicha exploración teórica, la primera consideración que se hará es una revisión de aquellas experiencias y políticas aplicadas al campo del e-learning que hayan tenido alguna relevancia e impacto en su aplicación.

El caso de estudio que se cita a continuación es el realizado por Stephenson y Sagra (2009), quienes hallaron que en julio del 2003 el Reino Unido lanzaba una estrategia sobre e-learning, haciendo el siguiente anuncio:

“El e-learning es importante porque puede contribuir a todos los objetivos del gobierno para la educación: elevar el nivel; mejorar la calidad; eliminar barreras al aprendizaje y la participación en el aprendizaje; prepararse para el empleo; actualizar habilidades en el lugar de trabajo y, en última instancia, garantizar que cada alumno logra todo su potencia”.

Sin bien esta declaración fija una posición de apoyo al desarrollo del e-learning, Stephenson y Sagra mencionan que en el año 2000, la Unión Europea ya había señalado su intención de conformar una economía sólida basada en el conocimiento, por ende, la política de e-learning del Reino Unido es la confirmación de ese hecho.

A partir de ese momento había que centrar la atención en los actores que intervendrían en el desarrollo de esa política transversal a toda la Unión Europea, y cuáles serían los criterios de aplicación.

Stephenson y Sagra mencionan seis actores:

- El profesor o instructor
- El diseñador
- El equipo técnico
- El proveedor comercial
- La dirección
- El usuario o grupo de usuarios.

En la descripción de roles que juega cada actor, los autores no mencionan un marco conceptual o un marco de referencia teórico que articule a todos los actores, esto puede suceder bien porque cada acción formativa requiere de un determinado enfoque, o bien porque hasta el momento no había un modelo teórico que hubiese probado su eficacia.

En su estudio, los autores mencionan que el inicio del e-learning se apoyaba en metodologías que emulaban la formación presencial, es decir, el modelo de aprendizaje presencial se trasladaba a los entornos de formación virtual.

La consecuencia de esta situación era que debía encontrarse y/o diseñarse un marco referencial que fuese consecuente tanto con las tics, como con las nuevas metodologías de formación que demandaba el mercado y las políticas de educación formuladas por la Unión Europea.

Antes de operativizar los cambios que impulsaban las tic, Stenpenon y Sagrà, señalan dos nuevos paradigmas pedagógicos vigentes a considerar, antes de entrar en consideraciones teóricas. En general, estos paradigmas tienen que ver con el control que el usuario o el instructor ejercen sobre el proceso de aprendizaje y los contenidos.

En cada orilla del control pueden citarse dos teorías: El instrucciónismo para el caso donde el instructor ejerce un amplio control sobre el proceso de aprendizaje y el construccinismo cuando el control sobre el proceso lo realiza el alumno.

Para Rowland Gallop (2002), citado por Stepenson y Sagrà, el construccinismo parte del marco conceptual del alumno, y sobre este marco se inicia el proceso de aprendizaje:

“el constructivismo se basa en la participación activa del estudiante en la resolución de problemas y el pensamiento crítico respecto a una actividad de aprendizaje que considera relevante y atractiva. El estudiante ‘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 constructos intelectuales preexistentes [...] El profesor es un facilitador o un entrenador. El profesor guía al estudiante, estimulando y provocando el pensamiento crítico, el análisis y la síntesis del estudiante a través del proceso de aprendizaje. El profesor es también un coalumno.”

Es evidente cada estos paradigmas tienen unas consecuencias directas sobre los resultados y el proceso de aprendizaje. Las diferencias entre un modelo controlado y uno

autónomo son sustanciales. A continuación se presentará un cuadro resumen de las variables didácticas y sus efectos sobre cada enfoque didáctico.

Tabla 1. Comparación de enfoques y variables didácticas asociadas al proceso de aprendizaje

Variable didáctica	Enfoque didáctico	
	Centrado en el profesor	Centrado en el alumno
Resultados de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Información verbal específica de la disciplina. • Habilidades de pensamiento de orden inferior, por ejemplo recordar, identificar, definir. • Memorización de hechos, cifras y fórmulas abstractos y aislados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Información y conocimiento interdisciplinar. • Habilidades de pensamiento de orden superior, por ejemplo resolución de problemas. • Habilidades de procesamiento de la información, por ejemplo, acceso, organización, interpretación, comunicación de información.
Metas y Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • El profesor prescribe metas y objetivos de aprendizaje basados en experiencias previas, prácticas pasadas y estándares acordados a escala estatal y/o local. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los estudiantes trabajan con los profesores para seleccionar metas y objetivos de aprendizaje que se basen en problemas auténticos y en el conocimiento, intereses y experiencia previos del estudiante.
Estrategia didáctica	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia didáctica prescrita por el profesor. • Ritmo marcado por el grupo, diseñado para el estudiante "medio". • Información organizada y presentada primordialmente por el profesor. Por ejemplo, conferencias, con algunas tareas de lectura complementarias. 	<ul style="list-style-type: none"> • El profesor trabaja con los estudiantes para determinar la estrategia de aprendizaje. • Al propio ritmo, diseñada para cubrir las necesidades del estudiante individual. • El estudiante recibe un acceso directo a múltiples fuentes de información, por ej. libros, bases de datos en línea, miembros de la comunidad.
Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Se utiliza la evaluación para clasificar a los estudiantes. • Se utilizan los exámenes con papel y lápiz para evaluar la adquisición de información de los estudiantes. • El profesor establece criterios de rendimiento para los estudiantes. • Los estudiantes deben averiguar qué quiere el profesor. 	<ul style="list-style-type: none"> • La evaluación es una parte integral del aprendizaje. • Basada en el rendimiento, utilizada para evaluar la capacidad de los estudiantes de aplicar el conocimiento. • Los estudiantes trabajan con los profesores para definir los criterios de rendimiento. • Los estudiantes desarrollan habilidades de autoevaluación y evaluación de compañeros.
Función del profesor	<ul style="list-style-type: none"> • El profesor organiza y presenta la información a grupos de estudiantes. • Los profesores actúan como vigilantes del conocimiento, controlando el acceso de los estudiantes a la información. • El profesor dirige el aprendizaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • El profesor proporciona múltiples medios de acceder a la información. • El profesor actúa como un facilitador, ayuda a los estudiantes a acceder y procesar la información. • El profesor facilita el aprendizaje.
Función del estudiante	<ul style="list-style-type: none"> • Los estudiantes esperan que los profesores les enseñen lo que se necesita para aprobar el examen. • Reciben información de forma pasiva. • Reconstruyen conocimiento e información. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los estudiantes se responsabilizan del aprendizaje. • Los estudiantes son buscadores de conocimiento activo. • Construyen conocimiento y significado.
Entorno de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Los estudiantes se sientan en filas. • La información se presenta a través de conferencias, libros y películas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los estudiantes trabajan en estaciones con acceso a múltiples recursos. • Los estudiantes trabajan individualmente en ocasiones pero también deben colaborar en grupos pequeños.

De Hirumi A. (2002)

Como puede verse en la tabla anterior, las implicaciones son amplias respecto de uno u otro enfoque. Igualmente, estos alcances deben considerarse en acciones tales como la manera de planificar la acción formativa.

Teniendo en cuenta que dentro de los objetivos de la formación, esta diseñar una acción educativa dinámica y participativa, los lineamientos teóricos que se revisen deben aportar estrategias metodológicas para alcanzar dichos objetivos de formación. Para Guardià L. y Maina M. (2012), citando a Discroll y Molenda (2008), las estrategias son:

Contextualizar el aprendizaje en entornos complejos, relevantes y que sean reales, mediante la creación de simulaciones, micro-mundos y similares.

Favorecer la negociación social como una parte integral del aprendizaje, mediante estrategias comunicativas como los foros, chats, e-mails, audioconferencias, etc.

Dar apoyo a múltiples perspectivas y al uso de diferentes tipos de representaciones vía páginas web y otros.

Promover que sea uno mismo el propietario de su aprendizaje.

Hacer tomar conciencia del proceso de construcción del conocimiento.

Una vez consideradas los enfoques y variables didácticas asociadas al proceso de aprendizaje, así como las estrategias metodológicas, es necesario revisar las teorías que pudiesen aportar la dinámica que se requiere.

Para ello, se presentará una tabla comparativa de teorías del aprendizaje, elaborada por el portal teduca, en ella se podrán visualizar las principales características de cada teoría, lo cual permitirá ver las tendencias constructivistas o instruccionalistas de cada una de ellas.

Ver anexo 1: Tabla comparativa de teorías del aprendizaje

De lo visto hasta ahora puede inferirse que, las teorías que mejor aportan metodologías basadas en la participación del alumno, son la conectivista y la constructorista.

Pero si necesariamente se tuviese que elegir entre uno u otro modelo teórico, el modelo constructivista sería la decisión final, considerando cinco variables: características de la teoría, objetivos educativos, rol docente, rol alumno y la interacción entre los estudiantes.

Estas cinco variables contienen la esencia de la formación que el Servicio Navarro de Empleo ha considerado imprescindibles, es decir, una amplia participación del estudiante, aprendizaje basado en la experiencia previa y experimentación, y un juego de roles donde el alumno toma el papel central y el docente es un guía que reconduce las desviaciones de los objetivos de aprendizaje previstos.

A partir de este punto cabe reflexionar sobre cómo se va a operacionalizar los postulados teóricos constructivistas, junto con las estrategias y enfoques metodológicos, ya que esta decisión dará soporte a todas las decisiones del diseño tecnopedagógico a desarrollar.

Respecto de los objetivos y competencias, al ser planteados desde un referente constructivista, estos se desarrollarán considerando las competencias iniciales de los participantes, es decir, se espera que cada persona tenga unas competencias mínimas tales como, manejo de algún paquete ofimático para la creación y/o lectura de textos, manejo de algún navegador web, tener conocimientos mínimos de redes sociales y correo electrónico.

Esas serán las competencias iniciales de los estudiantes, a partir de ellas se iniciará el desarrollo de la acción formativa. Al finalizar la formación se espera que el estudiante tenga conocimientos para crear y gestionar su marca personal en la red, así como competencias para posicionar su perfil laboral, de cara a un proceso de selección.

Con relación a las actividades a proponer, desde el enfoque constructivista se van a proponer actividades que pongan al estudiante en contacto con su propia realidad laboral y con sus compañeros de formación, para interactuar, crear conocimiento de manera colectiva, generar opinión acerca de decisiones a tomar, y finalmente a ser críticos constructivos de su propio trabajo y el de los demás.

La metodología será un desarrollo de las actividades propuestas, es decir, estas son un efecto de la propuesta de trabajo que contiene cada actividad. Por lo general cada actividad contendrá dos o tres sub-actividades vinculadas y dependientes entre sí, no se podrá avanzar ya que cada una es prerrequisito de la anterior. En este contexto se espera que el estudiante aporte su creatividad, iniciativa y colaboración con el grupo.

Los recursos a proponer son desde luego la guía para la conceptualización de los temas, pero son el punto de partida, el estudiante podrá ampliar sus conocimientos en otras fuentes, las cuales a su libre criterio compartirá con el resto de alumnos.

La evaluación es uno de los momentos más importantes de la formación ya que permite verificar la adquisición de competencias y conocimientos. Desde el punto de una perspectiva constructivista, la evaluación valorará aspectos afectivos, emotivos y cognitivos del estudiante, es decir, se tendrá en considerará la forma en cómo el estudiante trabaja junto al grupo, y según sus aportes, trabajos y particiones se podrá evaluar los nuevos conocimientos adquiridos y su claridad conceptual.

Desde luego las TIC juegan un papel fundamental en el proceso de aprendizaje, estas se dispondrán de manera tal que se generen espacios de participación e interacción entre el grupo de trabajo. Para ello se habilitarán espacios de foros, wikis, emails y chats de grupo.

Así pues, se considera que cada elemento y decisión a tomar dentro del proceso de diseño tecnopedagógico, ha quedado estructurado dentro de los criterios de la teoría constructivista.

En resumen, para considerar la teoría constructivista como marco conceptual, se han tenido en cuenta los siguientes criterios:

- Los requerimientos metodológicos del Servicio Navarro de Empleo, indican que la formación debe ser participativa y práctica
- Para Ertmer P. y Newby T. (1993), "...el conocimiento es una función de cómo el individuo crea significados a partir de sus propias experiencias...", lo cual se aplica plenamente en el diseño de aprendizaje a desarrollar, ya que el desarrollo de la marca personal es un ejercicio estrictamente personal, considerando que el alumno es quien posee todos los inputs para la construcción del ejercicio.

- En consecuencia con el punto anterior, el alumno deberá asumir un rol activo y participativo en la construcción de su propio aprendizaje
- Muchos de los alumnos de los cursos del Servicio Navarro de Empleo, para la búsqueda activa de empleo, necesitan nuevas herramientas de trabajo, entre ellas las competencias tic. Este punto es una gran fortaleza de este curso, puesto que la participación activa y colectiva permitirá el desarrollo de dichas competencias.

7.2 Diseño de la acción formativa Marca Personal

A continuación se presenta la propuesta de diseño tecnopedagógico para la acción formativa Marca Personal. Este apartado se estructurará en tres partes: La primera hará referencia a los contenidos, su estructura, su secuenciación, las actividades de aprendizaje, la evaluación, entre otros. La segunda parte organiza el entorno tecnológico en cuanto a sus recursos, herramientas, sistemas de atención y soporte al estudiante y diseño de materiales. La tercera parte hace referencia al diseño de la evaluación del proyecto, tanto del proceso como del resultado final.

7.2.1 Estructura del contenido

Es importante destacar que el presente curso se ha diseñado con base en la circular No. 41E/2015 del 14 de mayo, emanada del Servicio Navarro de Empleo la cual, entre otras disposiciones, reglamenta las acciones formativas denominadas de “Valor Añadido” las cuales, bajo la modalidad grupal, deben impartirse acciones de formación profesional orientadas al desarrollo de competencias para la búsqueda de empleo y competencias de empleabilidad.

En el marco de esta circular el Servicio Navarro de Empleo le ha otorgado a la empresa Sistema Formación S.L., la responsabilidad de ofrecer un curso virtual sobre “personal branding” a las personas que estén en el paro, para la creación de sus perfiles laborales, de cara al proceso de búsqueda de empleo.

También es indispensable señalar que para el diseño del curso se ha tenido en cuenta los outputs de la matriz DAFO, realizada en la fase de Análisis de Necesidades, donde se señalaba que Sistema Formación S.L., no producía sus propios contenidos para las acciones formativas que desarrollaban, con lo cual se plantean tres alternativas:

1. Formar a los docentes para que produjeran sus propios contenidos
2. Tercerizar por outsourcing la realización de los contenidos
3. Tomar los contenidos de recursos con licencia de uso y comercialización

Teniendo en cuenta que la situación financiera actual de la empresa es la quiebra e insolvencia para asumir costes operativos, la opción disponible es la tercera, es decir, tomar aquellos recursos de la web que no tengan restricción de uso y/o comercialización.

Así pues, y dentro de las búsquedas realizadas se encontró que el recurso con mayor solidez bibliográfica y argumental fue el libro realizado con el patrocinio de La Caixa y promovido por Madrid Excelente. Dicho libro se denomina Personal Branding, hacia la excelencia y empleabilidad por la marca personal. El libro fue escrito por diversos autores y periodistas, entre ellos: Andrés Pérez Ortega, Mónica Deza y Juan Ramón Plana en el año 2010.

El libro está conformado por doce capítulos, de los cuales se usarán los capítulos: 1, 2, 11, para diseñar un curso de 40 horas. También se considerarán otros recursos html y vídeo.

Por lo tanto el curso desarrollará con base en los siguientes temas:

- | | |
|---|-----|
| 1. Presentación del curso | |
| 2. Inicios y argumento del personal branding | 8h |
| 3. Definición y diseño del personal branding | 8h |
| 4. El personal branding en los entornos digitales | 8h |
| 5. Construyendo mi personal branding | 16h |
| 6. Evaluación del curso | |

7.2.2 Objetivos y competencias de cada actividad propuesta

Actividad 1: Identificación de los elementos que integran la marca personal, desde el ámbito personal, y haciendo uso de la metodología de análisis DAFO

Objetivos:

- Identificar los aspectos y elementos que componen una marca personal

Competencias:

- Gestiona de manera proactiva los elementos que componen la marca personal

Actividad 2: Participación en el foro de los elementos que conforman la marca personal

Objetivos:

- Determinar la estructura de la marca personal
- Proponer una secuencia lógica para la construcción de una marca personal

Competencias

- Identifica una estructura apropiada para la construcción de una marca personal
- Organiza los elementos de una marca personal

Actividad 3: Construcción de una Wiki con las trece reglas del personal branding en la red.

Objetivos:

- Identificar los aspectos relevantes para una estrategia de personal branding en la red.

Competencias

- Búsqueda de casos relevantes de personal branding como valor agregado del profesional.

Actividad 4: Diseño, construcción y publicación del propio personal branding

Objetivos:

- Crear un perfil laboral que contenga elementos diferenciadores respecto de los demás profesionales del sector.

Competencias

- Manejo de habilidades y herramientas para la conceptualización y creación del personal branding
- Análisis de factores internos y externos que dan valor añadido al personal branding
- Creación de un perfil laboral con elementos diferenciadores respecto del mercado profesional

7.2.3 Actividades y Metodología de aprendizaje

Inicios y argumento del personal branding

<p>Actividad 1:</p> <p>Identificación de los elementos que integran la marca personal, desde el ámbito personal, y haciendo uso de la metodología de análisis DAFO.</p> <p>Sistema Formación habilitará el espacio para el envío en formato .doc, .pdf, ó .odt, para el envío de la actividad.</p>	<p>Tipo: Individual</p> <p>Temporización de la actividad: 8 horas</p>
<p>Metodología de la actividad:</p> <p>Para el desarrollo de esta actividad se proponen los siguientes pasos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lectura de los recursos propuestos • Realizar un análisis escrito de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades, Matriz (DAFO), respecto del entorno laboral propio. <p>La idea de este ejercicio es dedicar tiempo para reflexionar sobre los aspectos que afectan positiva y negativamente, el corto y mediano plazo de la perspectiva laboral propia.</p> <p>Se debe realizar la matriz DAFO personal y proponer acciones de mejoramiento, posteriormente se debe enviar el trabajo en formato .doc, .odt, o pdf al tutor.</p>	

Definición y diseño del personal branding

<p>Actividad 2:</p> <p>Participación en el foro de los elementos que conforman la marca personal. El centro de formación habilitará el espacio de foro en una plataforma de e-learning.</p>	<p>Tipo: Colaborativa</p> <p>Temporización de la actividad: 8 horas</p>
<p>Metodología de la actividad:</p> <p>Esta actividad se ha estructurado de la siguientes manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lectura de materiales recomendados • Debatir sobre el temas propuestos en el espacio de foro. Las intervenciones deben ser constructivas, novedosas, y soportadas en las ideas expuestas por el autor de la lectura recomendada. Se deben hacer mínimo 5 intervenciones. • Adicionalmente y de manera individual, se debe recomendar un procedimiento organizado para la construcción de una marca personal. Luego, se debe seleccionar una propuesta presentada por un compañero del foro y hacer las recomendaciones que se consideren oportunas. Finalmente, cuando se reciba las observaciones realizadas por un compañero, se debe ajustar la propuesta presentada según se considere necesario. <p>Temas del Foro:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué elementos son imprescindibles en la construcción de una marca personal? • ¿Qué procedimiento considera oportuno para crear una marca personal? Propuesta. 	

El personal branding en los entornos digitales

<p>Actividad 3: Construcción de una Wiki con las trece reglas del personal branding en la red. El centro de formación preparará el espacio de la Wiki en la plataforma de formación.</p>	<p>Tipo: Colaborativa Temporización de la actividad: 8 horas</p>
<p>Metodología de la actividad: Para el desarrollo de la actividad se deberán seguir los siguientes pasos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar la lectura de los recursos propuestos. • Identificar los 13 ítems relacionados a la estrategia de personal branding en la red, luego por cada ítem se debe crear una regla o tip e identificar un caso en la red en la que se refleje dicha regla. • El grupo deberá crear una wiki denominada: Las 13 reglas de personal branding en los entornos digitales. Cada estudiante debe aportar como mínimo una regla y máximo dos reglas con el respectivo ejemplo. 	

Construyendo mi personal branding

<p>Actividad 4: Diseño, construcción y publicación del propio personal branding. Sistema Formación habilitará un espacio de foro en la plataforma de aprendizaje para publicar esta actividad</p>	<p>Tipo: Individual - Colaborativa Temporización de la actividad: 16 horas</p>
<p>Metodología de la actividad: Para el desarrollo de la actividad deberá seguir los siguientes pasos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar la lectura de los recursos propuestos. • Las 5 primeras claves se han venido trabajando en las actividades anteriores, se han dado tips y se ha construido información sobre éstas, ahora es el momento de retomar los apuntes y actividades realizadas hasta el momento. • Con base en el sitio web de las 6 claves para la construcción del personal branding, seleccionar una de las 4 herramientas expuestas y seguidamente, buscar ventajas y desventajas de la misma, su funcionamiento, uso y aplicación para la creación de un perfil profesional diferenciador. • Crear el propio personal branding con todos los elementos vistos durante el curso. • Compartir en el foro el link del sitio donde se haya creado el personal branding. • Como actividad opcional se podrá revisar las propuestas de otros compañeros y retroalimentar su trabajo. 	

7.2.4 Recursos de aprendizaje y secuenciación en la acción de aprendizaje

Se recomendará la lectura de los contenidos en el orden en el que le son presentados, ya que así encontrará coherencia en los temas a desarrollar.

Actividad 1: Identificación de los elementos que integran la marca personal, desde el ámbito personal, y haciendo uso de la metodología de análisis DAFO		
Título del recurso	Instrucción	Fuente
Cómo hacer un DAFO personal, ejemplo y plantilla	En esta web se encontrará información sobre el DAFO personal. Realizar la lectura de esta página web, no es necesario que incluya los comentarios de los foristas	http://ivanmb.com/como-hacer-un-dafo-personal-ejemplo/
Cómo crear un FODA personal, enfocado en la carrera	Esta es una lectura de cómo se debe hacer un FODA o DAFO, realizar la lectura íntegra del documento anexo.	https://cucea.udg.mx/sites/default/files/documentos/adjuntos_pagina/como_crear_un_analisis_foda_personal.pdf
Personal Branding. Capítulo 1. ¿Qué está ocurriendo?	Este es un enlace al libro Personal Branding, en formato pdf. Realizar la lectura íntegra del capítulo número 1.	http://www.madridexcelente.com/files/c46a6928280c.pdf

Actividad 2: Participación en el foro de los elementos que conforman la marca personal		
Título del recurso	Instrucción	Fuente
Marca personal con Andrés Pérez Ortega – Vídeo-	A continuación se presenta como material de apoyo, el video Marca personal del consultor Andrés Pérez Ortega. Se recomienda verlo en su totalidad.	https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=hKFyZfS3Nd0
Personal Branding Capítulo 2. El plan, ¿Qué tengo que hacer?	Este es un enlace al libro Personal Branding, en formato pdf. Realizar la lectura íntegra del capítulo número 2	http://www.madridexcelente.com/files/c46a6928280c.pdf

Actividad 3: Construcción de una Wiki con las trece reglas del personal branding en la red.		
Título del recurso	Instrucción	Fuente
Personal Branding Capítulo 11: La marca personal en el mundo digital	La lectura de este capítulo dimensiona el alcance de las redes sociales, ya que pone en consideración la idea de que todos somos personales públicos en las redes sociales. Se recomienda la lectura íntegra del capítulo.	http://www.madridexcelente.com/files/c46a6928280c.pdf

Actividad 4: Diseño, construcción y publicación del propio personal branding		
Título del recurso	Instrucción	Fuente
6 claves para crear tu personal branding Página web	Realizar la lectura íntegra de la página web recomendada, las 6 claves para crear tu personal branding.	http://ignaciosantiago.com/blog/creando-tu-marca-personal-desde-cero/
El proceso creativo en 4 pasos Vídeo	Se recomienda la visualización completa del vídeo: El proceso creativo, y tomar nota de los tips más importantes	https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=D_r63h1eiWE
La pasión de ser diferente Vídeo	Ídem ítem anterior.	https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=rJY_8oN6gls

7.2.5 Actividades supletorias

Dentro del desarrollo de un curso de formación, también debe haber espacio para la flexibilización en la revisión de contenidos y la entrega de tareas. Los imprevistos, como su nombre lo indica, son situaciones que no pueden ser controladas ni en su ocurrencia ni en sus efectos, por lo cual es necesario tener un plan de contingencia para contrarrestarlo, y en este caso en particular, que los objetivos de formación puedan ser desarrollados plenamente.

Una estrategia para flexibilizar la acción formativa es extender los plazos de entrega una semana más, esto podría ser funcional hasta cierto punto, pero si se desea controlar que el aprendizaje realmente sea efectivo, es necesario diversificar las actividades de aprendizaje.

Para este proyecto, formación en marca personal, se hará una mezcla de ambas estrategias de flexibilización de la siguiente manera:

Actividad 1: Se extenderá la entrega una semana más, para causas justificadas.

Actividad 2: En este caso la actividad a sustituir es el espacio de foro. Por lo anterior, el alumno deberá redactar un ensayo de 4 páginas, recogiendo la opinión de los compañeros y expresando su propia opinión. Además debe incluir su propuesta de procedimiento para diseñar una marca personal. Al igual que el punto anterior, se podrá acceder a esta opción con causa justificada. Plazo de entrega, una semana después de terminada la actividad 2.

Actividad 3: Para sustituir la actividad de construcción de la Wiki, el alumno deberá recoger en un documento de diez páginas las 13 reglas del personal branding, en el mismo documento debe incluir los ejemplos requeridos por cada regla. Deberá complementar su síntesis del tema con bibliografía relacionada con el tema. En este caso también se debe justificar la causa de no participación en la Wiki y se entregará una semana después de haber concluido la actividad 3.

Actividad 4: Se extenderá la entrega una semana más, para causas justificadas.

Para las actividades de la 1 a la 3, el porcentaje de ponderación solo supondrá un 15% de la nota final, para la actividad 4 se valorará sobre un 35% de la nota final.

Finalmente, debe anotarse que sólo se podrá pedir la actividad supletoria en por una sola vez.

7.2.6 Diseño de la evaluación de aprendizajes

Tema: Inicios y argumento del personal branding	Tipo: Individual Temporización: 8 horas
Actividad a evaluar Actividad 1 Identificación de los elementos que integran la marca personal, desde el ámbito personal, y haciendo uso de la metodología de análisis DAFO.	
Criterios de evaluación: <ul style="list-style-type: none"> • Correcto diligenciamiento de la Matriz DAFO • Correcta identificación de aspectos exógenos y endógenos que componen la marca personal • Propuesta de mejoramiento para las debilidades y amenazas encontradas 	
Objetivos de la evaluación: <ul style="list-style-type: none"> • Verificar la correcta identificación y aplicación de los elementos que componen un DAFO personal • Evidenciar documentalmente la adecuada gestión de los elementos que componen la marca personal 	
Indicador: Realización de matriz DAFO	Forma de cálculo / Razón numérica: N/A, este es un indicador cualitativo. Se verificará la correcta aplicación de los conceptos: Debilidad, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades
Objeto a evaluar: Matriz DAFO personal	Ponderación sobre el total de la actividad: 20% sobre el total de la actividad

Tema: Definición y diseño del personal branding	
Actividad a evaluar: Actividad 2 Participación en el foro de los elementos que conforman la marca personal.	Tipo: Colaborativa Temporización: 8 horas
Criterios de evaluación: <ul style="list-style-type: none"> • Intervenciones ajustadas a los criterios de: oportunidad, claridad conceptual y novedad • Propuesta metodológica para construir una marca personal 	
Objetivos de la evaluación: <ul style="list-style-type: none"> • Comprobar la aprensión del concepto marca personal, así como sus elementos • Evaluar la propuesta metodológica, y hacer seguimiento a la retroalimentación con el grupo 	
Indicador: <ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de participaciones adecuadas a los criterios predefinidos • Metodología para la construcción de la marca personal 	Forma de cálculo / Razón numérica: $\frac{\text{participaciones_ajustadas_a_criterios_establecidos}}{\text{número_de_intervenciones_requeridas}}$ N/A, indicador cualitativo. Se verificará la creación de una metodología coherente
Objeto a evaluar: <ul style="list-style-type: none"> • Participaciones ajustadas a los criterios establecidos • Creación de propuesta metodológica 	Ponderación sobre el total de la actividad: 20% sobre el total de la actividad

Tema: El personal branding en los entornos digitales	Tipo: Colaborativa Temporización: 8 horas
Actividad a evaluar: Actividad 3 Construcción de una Wiki con las trece reglas del personal branding en la red. El centro de formación preparará el espacio de la Wiki en su plataforma de formación.	
Criterios de evaluación: <ul style="list-style-type: none"> • Correspondencia de las reglas creadas con los ítems expuestos en el capítulo del libro de referencia. • Ejemplos y casos pertinentes, significativos y claros a cada regla o tip. • Buena redacción, ortografía, coherencia y cohesión de textos. 	
Objetivos de la evaluación: <ul style="list-style-type: none"> • Verificar la correcta comprensión de las reglas para la creación de la marca personal 	
Indicador: <ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de participaciones adecuadas a los criterios predefinidos • Porcentaje de ejemplos aportados de manera asertiva 	Forma de cálculo / Razón numérica: $\frac{\text{participaciones_ajustadas_a_criterios_establecidos}}{\text{número_de_intervenciones_requeridas}}$ $\frac{\text{número_de_ejemplos_aportados_según_criterios_establecidos}}{\text{número_de_ejemplos_requeridos}}$
Objeto a evaluar: <ul style="list-style-type: none"> • Correcta creación de reglas de la marca personal en la red • Ejemplos aportados 	Ponderación sobre el total de la actividad: 20% sobre el total de la actividad

Tema: Construyendo mi personal branding	
Actividad a evaluar: Actividad 4 Diseño, construcción y publicación del propio personal branding.	Tipo: Individual - Colaborativa Temporización: 16 horas
Criterios de evaluación: <ul style="list-style-type: none"> • Realización del personal branding con los elementos diferenciadores de un perfil profesional. • Correcto uso de la herramienta seleccionada para la creación del personal branding. • Buena redacción, ortografía, coherencia y cohesión de textos. • Publicación del personal branding en un sistema de almacenamiento en línea 	
Objetivos de la evaluación: <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar el nivel de comprensión del concepto marca personal • Verificar la correcta identificación de variables endógenas y exógenas que determinan el diseño de la marca personal • Determinar el manejo y control de herramientas para diseñar la marca personal, incluidos en entornos online 	
Indicador: <ul style="list-style-type: none"> • Uso e inclusión de técnicas y herramientas para la construcción de una marca personal 	Forma de cálculo / Razón numérica: N/A, indicador cualitativo. Se verificará la adecuada creación de la marca personal.
Objeto a evaluar: <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de la marca personal y su publicación en un entorno online, y además en un sistema de almacenamiento online 	Ponderación sobre el total de la actividad: 40% sobre el total de la actividad

7.3 Diseño del entorno tecnológico

La premisa de este proyecto siempre ha sido el control de los costes de trabajo, por lo tanto debe recurrirse a soluciones informáticas que hayan demostrado su eficiencia y eficacia en acciones formativas para entornos virtuales.

Tal vez la más conocida de estas soluciones sea moodle. Esta plataforma ha sido ampliamente difundida en instituciones públicas y privadas, y en diferentes niveles de formación, además cumple con estándares ims lo cual permite el uso de diversos recursos, objetos de aprendizaje y formatos, entre ellos, los scorms.

Respecto de los objetos de aprendizaje, estos deben cumplir con unas características de usabilidad y accesibilidad para ser utilizados dentro de los protocolos ims, nativos en moodle. Para abordar el concepto de objetos de aprendizaje es necesario hacer dos anotaciones. La primera tiene que ver con su definición y finalidad de uso, y la segunda con su creación y distribución dentro de la plataforma.

Al crear los objetos de aprendizaje estos deben cumplir determinados estándares técnicos y conceptuales para que puedan ser considerados como tal. Desde el punto de vista conceptual, García Areito (2005), define los objetos de aprendizaje como "...aquellos archivos o unidades digitales de información dispuestos con la intención de ser utilizados en diferentes propuestas y contextos pedagógicos..."

Del anterior concepto puede inferirse que el objeto de aprendizaje como tal, al ser utilizados en diferentes propuestas y contextos pedagógicos, debe tener como característica principal la usabilidad, además de su capacidad de reciclaje. Por otra parte, la posibilidad de utilizarlo en diferentes contextos pedagógicos, nos abre la posibilidad de entornos tic, lo cual significa que debe cumplir con unos protocolos informáticos/técnicos mínimos que garanticen su usabilidad.

En síntesis, los objetos de aprendizaje a desarrollar deben incorporar los elementos del diseño tecnopedagógico, y además asegurar su usabilidad para ser utilizados y/o distribuidos en diferentes situaciones de aprendizaje.

7.3.1 Espacios y herramientas de interacción/comunicación

Teniendo en cuenta que, moodle es una plataforma flexible que cumple con estándares informáticos y que evoluciona permanentemente, es importante señalar cuáles herramientas se usarán en el desarrollo de la acción formativa. Las herramientas a utilizar son: correo electrónico, mensajería instantánea, foros, wikis y chat.

Correo electrónico: Permitirá el intercambio de mensajes e información, entre los miembros de la acción formativa.

Se utilizará para las comunicaciones entre los alumnos y docentes, y alumnos entre sí. También será la herramienta de comunicación para solventar situaciones de tipo administrativo.

Mensajería instantánea: La mensajería instantánea permite una comunicación rápida entre los miembros del grupo, así como con las diferentes estancias que participen del proceso de aprendizaje. Se utilizará únicamente para las comunicaciones entre los alumnos.

Foro: Este es un espacio de participación por naturaleza, por lo tanto su finalidad es compartir opiniones y puntos de vista.

Esta espacio será utilizado por los alumnos para debatir los temas propuestos, y el docente tendrá el rol de moderador. Para esta acción formativa, el foro se utilizará en la actividad 2.

Chat: Este herramienta será utilizada por los alumnos, y cuando se requiera alguna tutoría por los docentes y alumnos. También será el canal para solventar situaciones administrativas.

Wiki: La es una herramienta de trabajo que permite la construcción colaborativa de conceptos, trabajos e incluso la construcción de planes de acción, ya que cada miembro de la Wiki aportará nuevos elementos, o los ajustes que requiera el trabajo.

Para el caso del presente diseño tecnopedagógico, esta herramienta se utilizará para la construcción conceptual de la actividad 3.

7.3.2 Sistemas de atención y soporte al estudiante

Tal y como se menciona en el punto anterior, las herramientas de comunicación cumplirán el propósito de atención y soporte al estudiante.

Por atención al estudiante se entiende aquella acción que propende por solucionar aspectos que no tienen relación directa con la acción formativa en desarrollo, es decir, únicamente temas administrativos. Para cumplir este objetivo se considera procedente el uso del correo electrónico.

Para dar soporte al alumno, es decir, intervenir en situaciones relacionadas con la acción formativa, se prevé el uso de herramientas diseñadas para la participación del docente: foros, y chat (cumpliendo el rol de moderador), incluso el correo electrónico.

Para los avisos y comunicaciones entre el docente y los alumnos, se considera pertinente el uso del correo electrónico, así como el uso de la opción Etiqueta del menú Añadir una actividad o un recurso. Con este último recurso se puede agregar tablas, y otros recursos gráficos (color, tamaño, imagen) que aportan visibilidad al mensaje.

7.4 Diseño de los materiales

Retomando el concepto de optimización de costes, los recursos de este curso no serán creados, y por tanto serán tomados de la web con licencias de libre uso y distribución.

Pero quizás uno de los principales aspectos a considerar es la forma en cómo se distribuirán los materiales a los usuarios del curso. Tal y como se había mencionado en la justificación del entorno tecnológico del proyecto, los objetos de aprendizaje son un instrumento eficaz para tales propósitos. Pero para poderlos incorporar dentro de la plataforma moodle, se diseñarán scorms. Los scorms son paquetes de información que cumplen con especificaciones ims, y además pueden almacenar información de diversa índole y formatos. Por ejemplo, un scorm podrá contener applets, formatos pdf, formatos html, vídeo, estos permitirán una mejor administración en función a las fechas en que se libere la información. Los scorms permitirán almacenar toda la información y recursos didácticos de una actividad, y a su vez facilitarán la temporización dentro de la plataforma moodle.

7.5 Diseño de la evaluación

7.5.1 Evaluación de la acción formativa

Una vez realizado el diseño tecnopedagógico, debe elaborarse una pauta de evaluación que permita medir tanto la percepción del alumno en términos de satisfacción como uso de herramientas y recursos de aprendizaje. Para ello se propone la aplicación de dos formatos de encuesta, uno para el alumno, y otro para el docente.

Encuesta de satisfacción del alumno

Encuesta de satisfacción del alumno					
Instrucciones: Por favor complete esta encuesta la cual tiene como propósito medir el grado de satisfacción del usuario, respecto de temas como: Objetivos y Competencias desarrolladas, Recursos utilizados, actividades desarrolladas, actividades supletorias y plataforma de aprendizaje. La puntuación va en escala de 1 a 5, donde uno es poco satisfecho y 5 muy satisfecho.					
Objetivos y Competencias	1	2	3	4	5
¿Considera que los temas aprendidos le serán útiles para nuevas búsquedas de empleo?					
Actividades	1	2	3	4	5
¿Las actividades propuestas son motivadoras?					
Indique cuál actividad le resultó de mayor interés, y la de menor interés: Actividad de mayor interés: Actividad de menor interés:					
Recursos de la actividad	1	2	3	4	5
¿Los recursos de la actividad le serán útiles para diseñar su perfil laboral?					
Plataforma de aprendizaje	1	2	3	4	5
¿Considera que la plataforma de aprendizaje facilitó su proceso de aprendizaje?					
Organización	1	2	3	4	5
¿El curso ha contado con una organización clara y coherente?					
Docente	1	2	3	4	5
¿El docente ha guiado de manera clara sus dudas y/o preguntas?					
Satisfacción del curso	1	2	3	4	5
¿Recomendaría a alguien la realización de este curso?					

Encuesta docente

Encuesta del curso					
<p>Instrucciones: Por favor complete esta encuesta la cual tiene como propósito medir el grado cumplimiento de objetivos y aprendizajes del curso. La puntuación va en escala de 1 a 5, donde uno es poco satisfecho y 5 muy satisfecho.</p>					
Objetivos y Competencias	1	2	3	4	5
¿Los objetivos y competencias propuestos para el curso, se han cumplido totalmente?					
Actividades	1	2	3	4	5
¿Las actividades propuestas son adecuadas a los propósitos del curso?					
Recursos de la actividad	1	2	3	4	5
¿Los recursos del curso, son suficientes y están?					
Plataforma de aprendizaje	1	2	3	4	5
¿La plataforma de aprendizaje facilitó el manejo del curso y sus actividades?					
Organización	1	2	3	4	5
¿El curso ha requerido apoyo de terceros? En caso de ser afirmativa la respuesta, ¿ha sido eficaz la ayuda recibida?					
Docente	1	2	3	4	5
¿El docente tiene las competencias para desarrollar el curso?					
Oportunidades de mejora					
Indique los aspectos que mejoraría del curso:					

8. DESARROLLO

Una situación que se mantuvo constante a lo largo del proyecto, fue la incertidumbre para asumir los nuevos costes que implicaría la implementación de acciones formativas basadas en el e-learning. Por lo tanto, las decisiones más importantes se tomaron en torno a: la creación de los contenidos y la implementación de la plataforma de aprendizaje. Como se ha mencionado anteriormente, los contenidos fueron tomados de la web, y la plataforma de aprendizaje moodle es una distribución libre y gratuita del portal www.milaulas.com.

La acción formativa fue estructurada de la siguiente manera:

- Presentación del tema
- Objetivos y Competencias
- Perfil del estudiante
- Comunicación estudiantes-tutor
- Actividad propuesta
- Recursos de aprendizaje
- Guía de aprendizaje y cronograma
- Criterios de evaluación
- Encuesta de evaluación

Con base en la estructura descrita, se diseñaron los Objetos de Aprendizaje en formato SCORM 2.4, para los dos primeros temas de la formación en Personal Branding. Herramientas como comunicación, chats, foros y encuestas, fueron desarrolladas dentro de la plataforma de moodle.

8.1 Datos de acceso al producto desarrollado

Los datos de conexión al espacio de moodle, donde se desarrolló la acción formativa, son:

Datos de acceso a moodle	
Sitio en la web	https://tfm2016uoc.milaulas.com
Usuario	admin
Contraseña	Na2aQui5

Otros productos desarrollados fueron los Objetos de Aprendizaje, los cuales debían ser cargados a la plataforma de educación. Estos objetos fueron desarrollados mediante la herramienta exeLearning, y fueron exportados al formato SCORMS 1.2. No obstante se probó la compatibilidad con formatos como el SCORM 2.4 y Paquete de Contenido IMS, los cuales fueron leídos correctamente en la plataforma. Para efectos de asegurar la usabilidad y navegabilidad se cargo el formato SCORM 2.4.

A continuación se presentan los datos de acceso:

Datos de acceso a los SCORM 2.4	
SCORM de la Actividad 1 y 2	
Enlace	https://mega.nz/#F!GthACBiR
Clave de acceso al enlace	!ar5d7UNOEQ7OlupCSm_YVw

Dentro de los SCORMS están todos los contenidos, recursos de aprendizaje, actividades, criterios de evaluación, y por su puesto las guías y cronogramas de la formación. Respecto de las guías y cronogramas, estos fueron insertados dentro de los SCORMS mediante la opción de Applet de Java, los cuales generan una vista previa de los formatos .doc o .pdf, así como la posibilidad de descargarlos e imprimirlos.

A continuación se presentan los datos de acceso a las guías y cronogramas:

Datos de acceso a las guía de aprendizaje y cronogramas	
Enlace	https://mega.nz/#F!f14SBZaT
Clave de acceso al enlace	!GHVg8XF3_dNkdThmKKX2fQ

Posteriormente y con el ánimo de lograr una retroalimentación de parte de los participantes del curso, se ha insertado una encuesta de 7 preguntas que buscan conocer la satisfacción del usuario con relación a estos aspectos:

- Objetivos y competencias
- Actividades del curso
- Recursos de aprendizaje
- Plataforma de formación
- Organización
- Docente
- Recomendación del curso a terceros

Para verificar el funcionamiento de los recursos, materiales y encuesta, se hizo la matrícula de un estudiante ficticio y se probó el funcionamiento de toda la plataforma. Los resultados fueron positivos en todo el funcionamiento.

8.1.1 Guía de uso

La plataforma de moodle, utilizada dentro del portal www.milaulas.com puede usarse desde dos perfiles de usuario: El de administrador y El de estudiante.

El perfil de administrador tiene todos los permisos de uso posibles dentro de la plataforma: Alta estudiantes, carga y descarga de contenidos, evaluación, seguimiento de actividades, uso de herramientas de comunicación y encuestas de usuario. Las claves de acceso están citadas en la página 53.

El perfil de estudiante por el contrario tiene muchas más restricciones, de hecho solo puede hacer uso de las herramientas de comunicación y seguir las instrucciones de la acción formativa. Para participar con este tipo de perfil, se debe dar de alta en el portal de la acción formativa, posteriormente el administrador validará el acceso del nuevo participante.

9. IMPLEMENTACIÓN PILOTO Y EVALUACIÓN

Esta fase del proyecto consiste en realizar las pruebas y evaluación del desarrollo tecnopedagógico, y pretende mostrar mediante pruebas reales, la eficiencia y eficacia de la acción formativa diseñada.

Es importante señalar que, mediante correo electrónico de fecha 01 de mayo de 2016 la empresa Sistema Formación S.L. fue convocada para compartir y hacer la práctica de implementación, pero la empresa argumentó no tener plataformas virtuales instaladas, y las que tuvieron en alquiler no funcionaban actualmente. Tampoco manifestaron interés alguno por realizar dichos trabajos. Esta nueva negativa se produjo el día 02 de mayo.

Ante esta situación la Universitat Oberta de Catalunya, autoriza la conformación de un grupo multidisciplinar para realizar esta fase del proyecto. El grupo se convoca y se procede a explicar a cada miembro del grupo evaluador, la naturaleza de la actividad, los

recursos para realizarla, los enlaces de acceso y los criterios a aplicar. Una vez inscritas en el curso diseñado, se les da de alta con el perfil de estudiantes.

El grupo estuvo conformado por cuatro voluntarias, tres de ellas estudiantes de último semestre del master en Educación y e-learning (TIC), y la cuarta voluntaria es una licenciada en Filología e idioma con master en Lingüística aplicada a la enseñanza del inglés como lengua extranjera y experiencia profesional con las TICs superior a los 14 años. La intención de conformar este grupo de trabajo, era crear un equipo lo suficientemente cualificado y objetivo para hacer las valoraciones que se piden: Valoración de la acción formativa desde la perspectiva del estudiante y valoración desde la perspectiva del docente. El grupo de trabajo quedó conformado de la siguiente manera:

Grupo evaluador		
Nombre	Formación	Años de experiencia
Carolina Bermúdez Granados	Comunicadora Social - Periodista Estudiante último semestre master oficial, Educación y TIC (e-learning) UOC	5
Claudia Rojas Rivera	Economista Estudiante último semestre master oficial, Educación y TIC (e-learning) UOC	10
Adriana Leal Guarín	Ingeniera de Sistemas Estudiante último semestre master oficial, Educación y TIC (e-learning) UOC	14
Claudia Malaver	Licenciada en Filología e idiomas Master Lingüística aplicada a la enseñanza del inglés como lengua extranjera, Universidad Distrital de Colombia.	14

Los aspectos a evaluar eran los siguientes:

Desde el punto de vista del docente se espera evaluar:

- La planificación consistente de objetivos y competencias
- La efectividad de las actividades propuestas
- Los recursos propuestos
- La plataforma de aprendizaje
- La organización del curso
- La calidad del docente
- Oportunidades de mejora

Desde el punto de vista del estudiante, se pretende evaluar los siguientes apartados:

- Utilidad práctica de los temas desarrollados
- Contenidos orientados a la motivación para realizar la formación
- Utilidad de los recursos pedagógicos presentados
- Facilidad de uso de la plataforma de formación
- Organización del curso
- Aportes del docente, como guía, en el desarrollo del curso

En esta fase se dispuso toda la acción formativa diseñada, en una plataforma LMS que garantizaba su usabilidad y que permitía el acceso a todo tipo de elementos: objetivos y competencias, recursos de formación, actividades, mecanismos y formas de evaluación, para hacer las pruebas que el grupo de especialistas quiera realizar.

Los instrumentos para recoger la información de la evaluación realizada son dos: El primero de ellos es, la evaluación del alumno la cual se haya incluida en la plataforma de moodle, y la segunda es un formulario de encuesta a docentes en formato .doc, el cual, una vez realizada la evaluación debe ser enviado por email al administrador de la acción formativa.

Es importante destacar que las pruebas piloto a realizar desde la perspectiva del alumno, deberían poner de manifiesto todas aquellas inconsistencias y/o oportunidades de mejora que se detecten. De igual manera debe ocurrir con el trabajo a desarrollar desde la perspectiva del docente, se debe verificar que la acción formativa cumple los objetivos de aprendizaje, y además, los recursos propuestos cumplen criterios de usabilidad y son claros para el estudiante.

El link de inscripción es: <https://tfm2016uoc.milaulas.com/>

9.1 Descripción de la implementación y evaluación

Según lo previsto, el grupo de trabajo quedó finalmente integrado el día miércoles 18 de mayo. En la imagen que se muestra a continuación, se ven inscritas seis personas, las cuales tienen los siguientes roles:

- Un administrador.

- Un estudiante, para la realización de pruebas previas y verificación del funcionamiento de la plataforma.
- Cuatro estudiantes, equipo de trabajo que evalúa la acción formativa.

Usuarios matriculados

[Matricular usuarios](#)

Buscar
Métodos de matriculación Todos Rol Todos Grupo Todos los p Estado Todos
[Filtro](#) [Reiniciar](#)

Nombre / Apellido(s) ^ / Dirección de correo	Último acceso al curso	Roles	Grupos	Métodos de matriculación
 Usuario Administrador ricarpul@hotmail.com	28 segundos	Manager ✕		Matriculacion manual desde viernes, 6 de mayo de 2016, 00:00 ✕ ✕
 Carolina Bermúdez carobermudez29@gmail.com	21 horas 45 minutos	Student ✕		Matriculacion manual desde lunes, 16 de mayo de 2016, 00:00 ✕ ✕
 adriana lea guarin aleal27@yahoo.es	Nunca	Student ✕		Matriculacion manual desde martes, 17 de mayo de 2016, 00:00 ✕ ✕
 Claudia Malaver clausmalaver@yahoo.com	Nunca	Student ✕		Matriculacion manual desde miércoles, 18 de mayo de 2016, 00:00 ✕ ✕
 Martin Pulido Perez martinpulidoperez@gmail.com	2 días 19 horas	Student ✕		Matriculacion manual desde viernes, 6 de mayo de 2016, 00:00 ✕ ✕
 Claudia Rojas Rivera clarori29@gmail.com	Nunca	Student ✕		Matriculacion manual desde miércoles, 18 de mayo de 2016, 00:00 ✕ ✕

[Matricular usuarios](#)

Imagen 1: Usuarios inscritos en moodle para evaluar la acción formativa

Una vez recopilada la información, esta será analizada teniendo en cuenta todas las observaciones, tanto las de forma como las de fondo.

Los instrumentos diseñados para la evaluación pueden verse en las siguientes páginas de este documento:

- Evaluación de los estudiantes, página 51
- Evaluación de los docentes, página 52

Ha de tenerse en cuenta que, a cada miembro del grupo evaluador se le ha pedido su participación de manera individual, a fin de recoger los diferentes puntos de vista de cada uno, sin que ningún juicio de valor interfiera en su propia opinión.

Puede inferirse que, la evaluación de los estudiantes pretende medir los componentes de la formación desde el aprendizaje, y que la evaluación desde el lado del docente pretende medir la eficacia de la instrucción diseñada.

A continuación se muestran los resultados obtenidos de parte del equipo de trabajo.

9.2 Resultados de la evaluación de la implementación

Con el ánimo de dejar evidencia del trabajo realizado por el grupo evaluador, a continuación se presenta una imagen extraída de la plataforma moodle, donde puede observarse la actividad que ha tenido cada uno de los participantes.

Lamentablemente uno de los miembros del grupo no realizó ninguna observación, con lo cual, solo se pudo recibir la retroalimentación del grupo de estudiantes del master de la Universitat Oberta de Catalunya.

Todos los participantes:6 *

Nombre : Todos [A](#) [B](#) [C](#) [D](#) [E](#) [F](#) [G](#) [H](#) [I](#) [J](#) [K](#) [L](#) [M](#) [N](#) [Ñ](#) [O](#) [P](#) [Q](#) [R](#) [S](#) [T](#) [U](#) [V](#) [W](#) [X](#) [Y](#) [Z](#)
 Apellido(s) : Todos [A](#) [B](#) [C](#) [D](#) [E](#) [F](#) [G](#) [H](#) [I](#) [J](#) [K](#) [L](#) [M](#) [N](#) [Ñ](#) [O](#) [P](#) [Q](#) [R](#) [S](#) [T](#) [U](#) [V](#) [W](#) [X](#) [Y](#) [Z](#)

Seleccionar	Imagen del usuario	Nombre / Apellido(s)	Dirección de correo	Ciudad	País	Último acceso al curso
<input type="checkbox"/>		Usuario Administrador	ricarpul@hotmail.com	Pamplona	España	7 segundos
<input type="checkbox"/>		adriana lea guarin	aleal27@yahoo.es	bucaramanga	Colombia	1 día 11 horas
<input type="checkbox"/>		Claudia Rojas Rivera	clarori29@gmail.com	Bogotá	Colombia	1 día 12 horas
<input type="checkbox"/>		Carolina Bermúdez	carobermudez29@gmail.com	Bogotá	Colombia	1 día 13 horas
<input type="checkbox"/>		Martin Pulido Perez	martinpulidoperez@gmail.com	Pamplona	España	4 días 11 horas
<input type="checkbox"/>		Claudia Malaver	clausmalaver@yahoo.com	Bogotá	Colombia	Nunca

Imagen 2: Actividad de cada usuario dentro de la plataforma moodle

A continuación se presentarán los resultados obtenidos por el grupo evaluador, estos se presentarán desde la perspectiva del estudiante y desde la perspectiva del docente.

9.3 Evaluación desde la perspectiva del estudiante

En cuanto a los aspectos de forma, la periodista Carolina Bermúdez, sugiere los siguientes ajustes:

- La relación entre docente-tutor, debería mostrarse en el panel de información

- Dejar los hipervínculos activos en los recursos del curso
- El link del tema DAFO no funciona
- Hacer una tablar indicando el peso porcentual de cada tema dentro de la evaluación
- Al finalizar la encuesta de satisfacción del alumno poner el texto “Fin del tema”
- Eliminar el NS/NR de la encuesta de estudiantes
- En la entrada de foro se señala que para ver las respuestas se debe dejar primero una participación, esto no es muy adecuado ya que para no repetir temas se debe leer las opiniones de cada participante

Observaciones generales de la evaluadora: “...muy bien estructurado y organizado el curso, la parte gráfica sencilla y sobria, las actividades y recursos son pertinentes para alcanzar los objetivos. La mayoría de recomendaciones son de forma. La estructuración de todo el EVA muy buena!...”

Por parte de la economista Claudia Rojas las observaciones realizadas fueron: El uso de las preposiciones y artículos, y el funcionamiento del link de DAFO del tema uno.

Respecto del desarrollo del curso, la ingeniera Adriana Leal señala las siguientes recomendaciones:

- Ampliar la explicación de la metodología del curso con el ánimo de darle la suficiente información al alumno antes de iniciar las actividades, por ejemplo, de cuántos módulos consta el curso, tipos de actividades a desarrollar y el espacio de desarrollo.
- El enlace de la web en el tema uno no funciona

9.4 Evaluación desde la perspectiva del docente

Las observaciones planteadas por la periodista Carolina Bermúdez son:

- Aclarar el peso que tiene cada actividad dentro de la nota final
- Poner fechas a los cronogramas
- En los foros se piden 5 intervenciones, las cuales son muchas considerando el tiempo de la actividad, se recomienda de 2 a 3 intervenciones.

- Los recursos debería ponerse antes de la actividad

Observación final:

El curso está estructurado de forma coherente, guardando relación entre los objetivos, las actividades de aprendizaje y el material de estudio. Las oportunidades de mejora están enfocadas en aspectos de forma para dar mayor claridad al estudiante de la planificación del curso, como fechas de inicio y fin, acceso rápido a los materiales de consulta, peso evaluativo de cada actividad sobre la nota final del curso, dando una orientación más precisa de la forma en cómo se desarrollará el curso.

Por su parte la ingeniera Adriana Leal, comenta:

- Realizar un cronograma general del curso, para darle al estudiante una visión contextualizada en el tiempo.
- Definir la nota mínima aprobatoria en cada tema.

En este apartado no hubo comentarios por parte de la economista Claudia Rojas.

Ver Anexo 2, Graficas de resultados de encuesta docente

10. CONCLUSIONES GENERALES DEL PROYECTO

Con base en las observaciones realizadas en la evaluación, se pueden destacar los siguientes temas:

Aspectos de forma: En general el grupo evaluador ha señalado la necesidad resolver el problema del link del tema uno, ya que no está cargando desde la plataforma, ni pegando el enlace al navegador.

De otra parte se sugiere dar más información al estudiante en temas como: participaciones en el foro, porcentajes asignados a cada evaluación, nota mínima de aprobación del curso, asignar fechas a los cronogramas, generar una tablas con las actividades y sus porcentajes de evaluación.

Aspectos de fondo: Las recomendaciones propuestas sugieren una ampliación en la presentación metodológica, de manera que el alumno tenga una visión más global de la formación que empezará a cursar, es decir, indicar la cantidad de temas y/o módulos a cursar, actividades a desarrollar y espacios de trabajo.

También se ha recomendado reducir el número de participaciones en el foro, en función al tiempo de la formación.

El grupo evaluador coincide en la acertada estructura del curso y sus contenidos, se ha recomendado hacer ajustes en los temas mencionados.

Una vez revisadas cada una de las intervenciones de las evaluadoras, se considera que algunas de ellas son procedentes y otras ya están incorporadas dentro de la estructura o diseño de la acción formativa.

Las observaciones que se consideran pertinentes para ajustar son:

- Ajustar el número de las intervenciones en el foro.
- Activar los hipervínculos en los recursos del curso
- Revisar el link del tema DAFO
- Poner el texto “Fin del tema” al finalizar la encuesta de satisfacción del alumno
- Eliminar el NS/NR de la encuesta de estudiantes
- Adecuar los textos de entrada a los foros, ya que la participación requiere la no repetición de conceptos o intervenciones.
- Señalar la nota mínima de aprobado
- Ajustar correcciones gramaticales

El temas de asignar fechas a los cronogramas, no se considera procedente ya que no se conoce la fecha exacta de inicio del curso, con lo cual solo se puede señalar su duración en semanas.

La relación con el tutor, se considera una un rol que debe quedar claro desde el principio, con lo cual no se quitará de la estructura del SCORM, y por el contrario se adicionará esta condición en los mensajes de entrada de moodle.

Finalmente, tampoco se considera procedente hacer tablas informativas de cada tema y su peso dentro de la evaluación final, ya que esta información ya está señalada dentro de la metodología del curso.

Respecto de los objetivos, estos se han cumplido plenamente: El primer objetivo: Diseñar el curso de Marca Personal bajo la modalidad de e-learning, creando dinámicas colaborativas entre los participantes, se ha desarrollado plenamente y su evidencia física es el diseño de la acción formativa realizada, y se materializa en el enlace donde se ha cargado toda la información y recursos.

El segundo objetivo: Conseguir la viabilidad del proyecto de cara a ser replicado en otras experiencias de aprendizaje, fue el objetivo más difícil de alcanzar por cuanto la empresa atraviesa dificultades de tipo administrativo y financiero, no obstante, Sistema Formación S.L. reconoce las oportunidades y ventajas que le supone la virtualización de acciones formativas.

En todo caso, la empresa ha preferido mantener en reserva toda su información, de cara a un posible nuevo socio, esto significó la no participación desde la fase de identificación de necesidades, con lo cual la mayoría de la información se estructuró desde fuentes secundarias confiables tales como agremiaciones del sector TIC navarro.

En general, tanto los objetivos del proyecto como los objetivos metodológicos del trabajo se han desarrollado satisfactoriamente. Con relación a la participación de la empresa Sistema Formación S.L., hubiese sido importante lograr algún tipo de compromiso, puesto que en varias fases declinaron su participación. También hay que advertir que, si bien la empresa considera que la información que se le solicita es reservada, como por ejemplo hablar de sus debilidades, podría incluirse un acuerdo de confidencialidad en el tratamiento de información.

La falta de información en las fuentes primarias, retrasó el avance del proyecto, con lo cual, podría ser conveniente, o bien excluir algunos temas de empresa, o elaborar un acuerdo de confidencialidad.

Pese a las dificultades, el desarrollo del proyecto permitió encontrar soluciones coherentes a los objetivos, y también a optimizar los recursos disponibles, tanto propios como en la web.

BIBLIOGRAFÍA

Atana, (2013), *Memoria de actividades 2013*. Recuperado de:

http://www.atana.es/es/descargas/Servicios/Promocion_comercial_desarrollo_del_Sector_TIC/ATANA_AG14_Memoria_Actividades_2013.pdf

Belloch, C. (2007: 10). *Diseño Instruccional*. España. Universidad de Valencia.

Belloch C., (2011). *Recursos Comunicativos de Moodle*. España. Universidad de Valencia. Recuperado de: <http://www.uv.es/bellohc/pedagogia/EVA8.wiki?4>

Beltrán M., (2003). *Indicadores de Gestión. Herramientas para lograr la competitividad*. Colombia, 3R Editores.

Cámara de Comercio de Navarra (2016)

Carrasco V., (2011). *Metodologías para el aprendizaje activo*. España. Universidad de Alicante. Recuperado de: <http://es.slideshare.net/JoaquiCB/metodologas-para-el-aprendizaje-activo>

De León I., (2007), *Diseño instruccional y tecnologías de la información y la comunicación. Algunas reflexiones. Revista de Investigación N° 61. 2007*. Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Instituto Pedagógico de Caracas

Ertmer P., y Newby T., (1993), *Conductismo, cognitivismo y constructivismo: una comparación de los aspectos críticos desde la perspectiva del diseño de instrucción*. España. Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado de:

http://www.aprendiendoenlinea.com/lecturas/CONDUCTISMO_COGNITIVISMO_CONSTRUCTIVISMO.doc

Fernández, L., (2006)., *¿Cómo analizar datos cualitativos?*. Butlletí LaRecerca., España. Universitat de Barcelona. Recuperado de: <http://www.ub.edu/ice/recerca/pdf/ficha7-cast.pdf>

Fundación Universitat Oberta de Catalunya, (2012). *Introducción al análisis, la definición y la gestión del proyectos de intervención en el ámbito del e-learning: Estudio de Caso*. España. Universitat Oberta de Catalunya

Fundación MODERNA, (2014), *Elaborado el catálogo del sector tic en Navarra 2014*. Recuperado de:

<http://www.modernanavarra.com/elaborado-el-catalogo-sel-sector-tic-en-navarra/>

Fundación MODERNA, (2013), *IT & Communications in Navrra –SPAIN- 2013*. Recuperado de:

<http://www.modernanavarra.com/wp-content/uploads/TIC.pdf>

García A., (2005). *Objetos de aprendizaje. Características y repositorios*. España. Universidad Nacional de Educación a Distancia, UNED. Recuperado de:

<http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:327/editabril2005.pdf>

García, I., Jubete, A., Palou, M., Part, V., Pavia, R., Roca, M., Serarols, J. (2016). *Trabajo Final de Master (TFM) Guía del itinerario profesionalizador*. España. Universitat Oberta de Catalunya.

Guardià L., y Maina M., (2012), *Modelo de conceptualización del diseño tecnopedagógico*. España. Universitat Oberta de Catalunya.

Guàrdia, L., Maina, M. (2012: 24). *Módulo de conceptualización del diseño tecnopedagógico*. España. Universitat Oberta de Catalunya.

Ornellas A. & Romero M. (2012)., *Elementos e instrumentos para la planificación*. España. Universitat Oberta de Catalunya.

Saiz, R., (2004)., *Técnicas de análisis de información*. Recuperado de:
http://grupos.unican.es/mide/masterinnova/rincon_alumnos/resumenes/TECNICAS%20DE%20AN%C3%81LISIS%20DE%20INFORMACI%C3%93N.doc

Simonson, M. (2012). *Teoría, investigación y educación a distancia*. España. Universitat Oberta de Catalunya.

SODENA invest in Navarra, (2013), *Guía para invertir en Navarra*. Recuperado de:
<http://investinnavarra.com/wp-content/uploads/2015/01/Guia-TIC.pdf>

Stephenson J., y Sagrà A., (2009), *Fundamentos del diseño tecnopedagógico en e-learning*. España. Universitat Oberta de Catalunya.

Ventajas de la formación a medida. (s.f.). Recuperado el 14 de marzo de 2016, de
<http://www.uoc.edu/porta/es/universitat/empresa/formacio-mida/avantatges/index.html>

Williams P., Schrum L., Sangrà A. y Guàrdia L., (2003). *Fundamentos del diseño tecnopedagógico en e-learning. Modelos de diseño instruccional*. España. Universitat Oberta de Catalunya.

ANEXOS

Anexo 1: Tabla comparativa de las teorías del aprendizaje

Fuente: <http://teduca3.wikispaces.com/6.+TABLA+COMPARATIVA>

	<u>CONDUCTISMO</u>	<u>COGNITIVISMO</u>	<u>CONSTRUCTIVISMO</u>	<u>CONECTIVISMO</u>
AUTORES	Skinner, Watson, Pavlov, Bandura, Desollador, Thorndike	Gagné, Bruner, Anderson, Gardner, Novak, Rummelhart, Norman	Vygotsky, Piaget, Lave y Wenger, Bransford, Hasselbring, Grabinger, Spiro y Cols.	Siemens, Downes
CARACTERÍSTICAS	Estudia el comportamiento observable (la conducta humana, la cual analiza científicamente). Considera el entorno como un conjunto de estímulos-respuestas.	Se basa en la idea que el aprendizaje se produce a partir de la propia experiencia.	Su principal característica es el fomento de la reflexión en la experiencia, permitiendo que el contexto y el contenido sean dependientes de la construcción del conocimiento.	Se basa en las teorías del caos, la complejidad, la auto-organización y las redes sociales.
OBJETIVOS EDUCATIVOS	Son establecidos por el docente, deben detallar la conducta observable que se espera medir. El alumno es una "tabla rasa" que está vacío de contenido. El aprendizaje es gradual y continuo, cuando logras que los estudiantes den las respuestas adecuadas en función del estímulo; consiste en un cambio en la forma del comportamiento.	Lograr el aprendizaje significativo con sentido y desarrollar habilidades estratégicas generales y específicas de aprendizaje.	Aprender mediante la construcción de conocimientos en base a las experiencias del alumno, por medio de la realización de actividades que son de utilidad en el mundo real.	Capacitar al estudiante para que pasa de ser consumidor a productor del conocimiento a través de la colaboración y cooperación con otros individuos y mediante el uso de las TIC.
ROL DEL DOCENTE	Dirige todo el proceso de enseñanza-aprendizaje diseñando el proceso de estímulo-respuesta y los refuerzos, castigos o estímulos adecuados.	El docente no es el centro del proceso de aprendizaje, sino que su función es confeccionar y organizar experiencias didácticas interesantes.	El papel del docente debe ser de moderador, coordinador, facilitador, mediador y al mismo tiempo participativo, es decir debe contextualizar las distintas actividades del proceso de aprendizaje. Es el directo responsable	Capacitar a los alumnos para que creen y mantengan sus propias redes de aprendizaje y las continúen usando a lo largo de toda su vida para navegar su futuro y resolver de manera creativa los problemas del mundo.
ROL DEL ESTUDIANTE	Tiene un papel pasivo, es una "tabla rasa" vacía de contenido. Para aprender depende de los estímulos que reciba del exterior. Aprende gracias a la memorización y a la repetición, aunque no asimile los conceptos, ni los comprenda y los olvide rápidamente.	El estudiante es un sujeto activo procesador de información con capacidad de aprender.	Su papel constructor tanto de esquemas como de estructuras operatorias. Siendo el responsable último de su propio proceso de aprendizaje y el procesador activo de la información, construye el conocimiento por sí mismo y nadie puede sustituirle en esta tarea	Crear o formar parte de redes de aprendizaje según sus necesidades lo que le permite actualizar constantemente sus conocimientos.
INTERACCIÓN ENTRE ESTUDIANTES	Se basa en una relación de buen comportamiento, no de creación de conocimiento.	Elemento básico en el proceso de aprendizaje ya que la relación permite construir el propio conocimiento.	Ser activa mediante el compromiso y la responsabilidad Ser constructiva en base a la adaptación de nuevas ideas para dar sentido o significado. Ser colaborativa a través del trabajo en comunidades de aprendizaje y construcción del conocimiento.	El aprendizaje será mejor cuantas más conexiones entre estudiantes existan en la red de conocimiento, ya que esta diversidad genera nuevos nodos especializados en ciertas materias que a su vez sirven de fuente de conocimiento al resto de los nodos.
RELACIÓN DOCENTE-ALUMNO	El docente es el sujeto activo que diseña las actividades y los estímulos, mientras que el alumno es un sujeto pasivo que no aporta nada al aprendizaje.	Relación basada en la retroalimentación y requiera la alta participación del estudiante y la creación de un ambiente positivo por parte del docente.	La función comunicativa de los docentes en todo proceso de evaluación da la actividad educativa. La comunicación educativa constituye el proceso mediante el cual se estructura la personalidad del educando	El profesor se convierte en tutor del estudiante que construye su propio conocimiento guiado por éste.
EVALUACIÓN	Evaluación por objetivos definidos, observables y medibles cuantitativamente a través de test y exámenes. No interesa el proceso, solo la consecución de los objetivos o conductas evaluadas.	Centrada en el proceso de aprendizaje, utiliza datos cualitativos y da mayor importancia a las estrategias utilizadas para conseguir los objetivos, que no al grado en que éste de alcance.	Evaluación de los procesos de aprendizaje. Considera los aspectos cognitivos y afectivos que los estudiantes utilizan durante el proceso de construcción de los aprendizajes.	Es continúa e incierta y los instrumentos utilizados para realizarla vienen determinados por el estudiante
APLICACIÓN DE LAS TICS	Propuesta digitalizada de la enseñanza programada, que presentan un temario y una serie de ejercicios y preguntas y respuestas encaminadas a verificar su comprensión y adquisición por parte del alumno, gracias a una fuerte carga repetitiva. Su origen radica en los supuestos de la enseñanza programada de Skinner basada en una rudimentaria presentación secuencial de preguntas y en la sanción correspondiente a las respuestas erróneas de los alumnos.	Las TIC son un recurso muy válido para favorecer el aprendizaje porque fomenta la participación entre estudiantes y permite crear programas y sistemas donde el alumno desarrolla sus capacidades cognitivas.	En las teorías constructivistas las aplicaciones TIC y sus herramientas potencian el compromiso activo del alumno, la participación, la interacción, la retroalimentación y conexión con el contexto real, de tal manera que son propicias para que el alumno pueda controlar y ser consciente de su propio proceso de aprendizaje.	La forma en la que trabajan y funcionan las personas se ve alterada con el uso de nuevas herramientas (aplicaciones web, blogs, microbloggin, wikis, podcasts, agendas colaborativas, e-portfolios abiertos y gestionados por el aprendiz, IMS y videoconferencias, web conferences, redes sociales abiertas e interconectadas...) que, de hecho, están definiendo y modelando ("recableando") nuestro pensamiento.

Anexo 2: Gráficas encuesta de valoración de docentes

A continuación se presentan los resultados con base al trabajo de tres personas, de las cuatro convocadas.

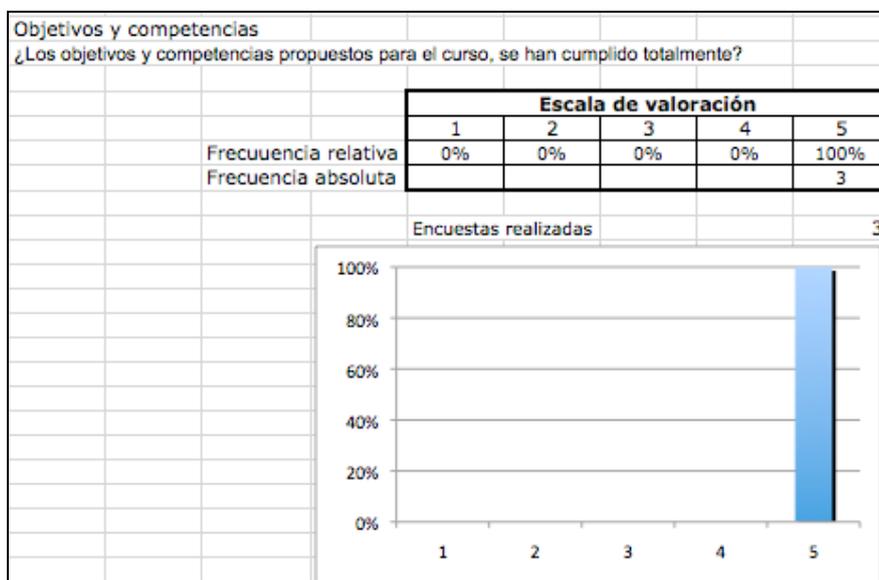


Imagen 8: Objetivos y competencias

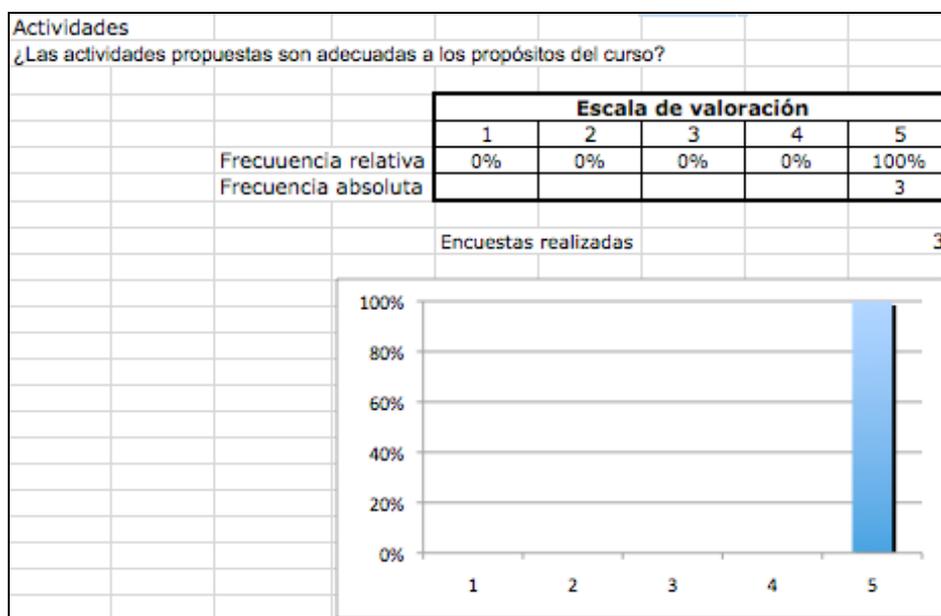


Imagen 9: Actividades del curso

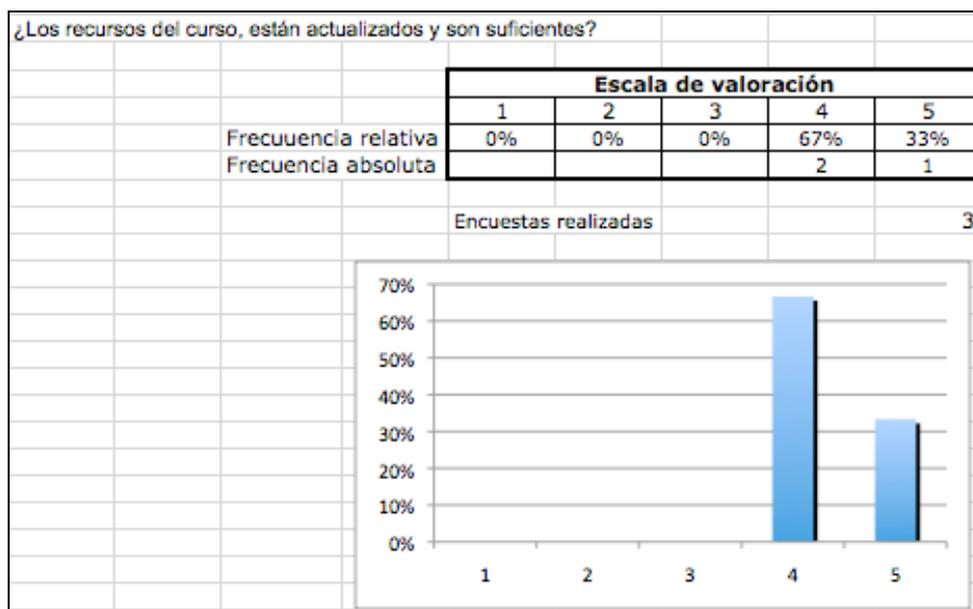


Imagen 10: Recursos de la formación

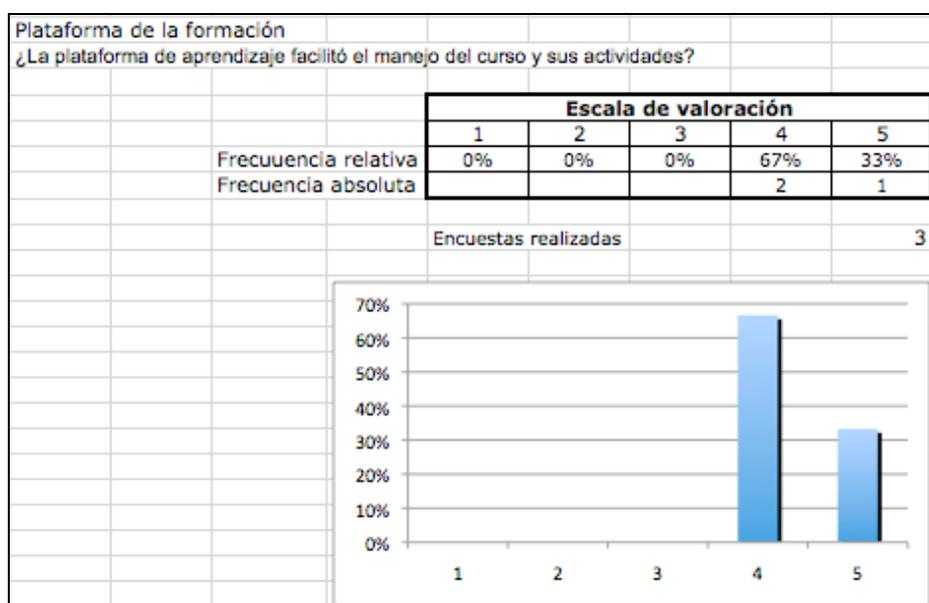


Imagen 11: Plataforma de formación

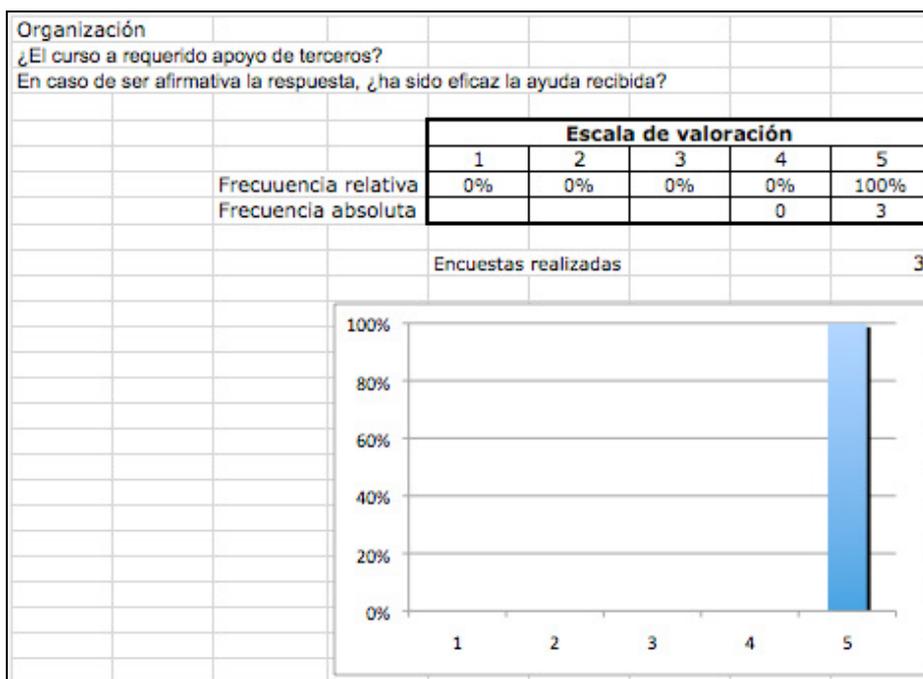


Imagen 12: Organización del curso

La última pregunta: ¿El docente tiene las competencias para desarrollar el curso? no fue contestada ya que presentó confusión, no quedó claro si era el autor del diseño tecnopedagógico, o deberían conocer el currículum vitae de algún tutor en especial.

Anexo 3: Certificación de las prácticas



Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu

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

El/La Sr/Sra KATHERINE OYARCE GODOY, con DNI 73.464.957J y con cargo DIRECTORA en el centro/empresa/institución INGENIERIA Y ASESORIA DE LA FORMACIÓN DOS SL con domicilio en PARQUE EMPRESARIAL S/ BERRIOBIDE # 38, OFICINA 113, C.P. 31013, ANSOAIN - NAVARRA y CIF B31685530, habiendo desarrollado la función de tutor/a de prácticas en el mencionado centro.

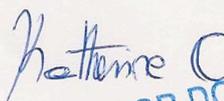
CERTIFICA

Que el Sr/Sra RICARDO PULIDO REYES, con DNI 73511525Y 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 24 DE FEBRERO DE 2016 A 26 DE MAYO DE 2016

Y para que así conste a los efectos oportunos, firmo en PAMPLONA, el 26 de MAYO de 2016.

(Firma y sello)

Av. Tibidabo, 39-43
08035 Barcelona-Spain


INASFOR DOS S.L.
Ingeniería y Asesoría de la Formación Dos S.L.
C.I.E.: B-31683995