

El Docente como Marca Personal

Máster en Profesorado de Educación
Secundaria Obligatoria y Bachillerato,
Formación Profesional y Enseñanza de idiomas

Especialidad Empresa, Comercio y Empresa

Junio 2015



Laura Torres Ramos
Tutora: Laura Piedra Muñoz

ÍNDICE

RELACIÓN DE GRÁFICOS	2
1. INTRODUCCIÓN	3
2. OBJETIVOS Y JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	4
2.1. <i>Marketing</i>	4
2.2. <i>Marketing educativo</i>	5
2.3. <i>Marketing personal</i>	6
2.4. <i>Marca personal del docente</i>	7
3. PROPUESTA SOBRE CÓMO CREAR LA MARCA PERSONAL DEL DOCENTE	9
3.1. <i>Definición del problema</i>	9
3.2. <i>Análisis previo de la situación actual</i>	9
3.3. <i>Análisis DAFO</i>	11
3.4. <i>Definición de objetivos</i>	12
3.5. <i>Información de la que se dispone</i>	12
3.6. <i>Estrategia, estructura</i>	12
4. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	15
4.1. <i>Lugar</i>	15
4.2. <i>Sujetos</i>	15
4.2.1. Profesores y profesoras	16
4.2.2. Alumnos y alumnas	17
4.3. <i>Duración</i>	19
5. METODOLOGÍA: TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	20
5.1. <i>Observación</i>	20
5.2. <i>Encuesta</i>	21
5.2.1. Encuesta dirigida a los profesores y profesoras (anexo I)	21
5.2.2. Encuesta dirigida al alumnado (anexo II).	23
6. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	24
6.1. <i>Investigación exploratoria</i>	24
6.2. <i>Planteamiento de las técnicas que se van a utilizar</i>	24
6.3. <i>Análisis de las técnicas realizadas y conclusiones</i>	25
7. RESULTADOS	26
7.1. <i>Encuesta al profesorado</i>	26
7.2. <i>Encuesta al alumnado</i>	39
8. CONCLUSIONES	45
9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	48
10. ANEXOS	51
<i>Anexo I. Encuesta a Profesores/as</i>	51
<i>Anexo II. Encuesta a Alumnos/as</i>	54

RELACIÓN DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1</i>	<i>Elementos que definen la marca personal del docente</i>	4
<i>Gráfico 2</i>	<i>Años del profesorado dedicados a la docencia</i>	16
<i>Gráfico 3</i>	<i>Puesto que ocupa el profesorado en el centro educativo</i>	17
<i>Gráfico 4</i>	<i>¿Para qué estudia el alumnado bachillerato?</i>	18
<i>Gráfico 5</i>	<i>Opinión del docente sobre la labor administrativa</i>	26
<i>Gráfico 6</i>	<i>Elección de metodologías</i>	27
<i>Gráfico 7</i>	<i>Adaptación entre alumnado y profesorado</i>	28
<i>Gráfico 8</i>	<i>Opinión del docente sobre el tipo de profesorado que prefiere el alumnado</i>	29
<i>Gráfico 9</i>	<i>Grado de conocimiento de las metodologías</i>	32
<i>Gráfico 10</i>	<i>Utilización de las metodologías conocidas</i>	32
<i>Gráfico 11</i>	<i>Participación del docente en la Comunidad Educativa</i>	34
<i>Gráfico 12</i>	<i>Aspectos que motivarían para ser más activos en la Comunidad Educativa</i>	36
<i>Gráfico 13</i>	<i>Valoración del trabajo del profesorado</i>	37
<i>Gráfico 14</i>	<i>Importancia de la opinión de los alumnos y alumnas</i>	38
<i>Gráfico 15</i>	<i>Preferencias del alumnado sobre la utilización de los recursos</i>	41
<i>Gráfico 16</i>	<i>Preferencia del alumnado sobre la motivación del docente</i>	42
<i>Gráfico 17</i>	<i>Preferencia del alumnado sobre los conocimientos del docente</i>	42
<i>Gráfico 18</i>	<i>Motivos por los que el alumnado prestaría más atención en clase</i>	43

1. INTRODUCCIÓN

Que un docente tenga una marca personal tiene una finalidad.

Hoy en día hay un gran absentismo en las aulas, las distracciones del alumnado fuera de clase son cada vez mayores y la motivación cada vez menor.

Estos chicos y chicas cada día ven cómo en las noticias se dice que muchas personas con carrera se tienen que ir fuera y muchos están en paro. Ante esto, ¿qué les motiva a ir al instituto y querer aprender?

En este punto la labor del docente es vital. Su preparación, su vocación y entusiasmo son aspectos fundamentales que se deben percibir en el aula.

Cualquier profesional en su especialidad necesita preparación, un cierto carisma, una huella que le distinga para satisfacer a los destinatarios de su trabajo.

En este estudio se piensa en el docente de este modo. Puede tener los mejores conocimientos, ser un erudito en su disciplina, pero si no consigue captar y motivar a su alumnado y a la comunidad educativa de su entorno no conseguirá alcanzar los objetivos que se proponga.

Aquí es donde entra la marca personal del docente, con el desarrollo de un plan y el análisis de todas las variables que rodean al profesorado, para conseguir que alumnado y comunidad educativa tengan la mejor percepción sobre ellos y así conseguir los objetivos perseguidos que no son otros que los beneficios que llevan a una educación de calidad y adaptada a la realidad social.

Se estudiará si la marca personal de los docentes hoy en día está desarrollada. Se verá que esta percepción del docente como marca personal será una contribución a la educación de la que todos querrán ser partícipes.

En este sentido el estudio parte de unos conceptos generales relativos al marketing para contextualizar la marca personal, con un plan que pueda servir a cada docente y se desarrollará la investigación sobre la situación actual de la marca personal del docente llevada a cabo para alcanzar las conclusiones planteadas.

2. OBJETIVOS Y JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

El estudio de la marca personal del docente se basa en los principios del marketing, concretamente en el “personal branding” aplicado al mundo de la educación.

Se ha partido de tres conceptos fundamentales que ayudan a entender al docente como marca personal. Marketing, marketing educativo y marca personal.

El estudio que se pretende hacer es crear una definición propia del docente como marca personal a partir de estos pilares y así salvar las lagunas que existen en torno a este concepto con la aportación de este estudio.

Gráfico 1: Elementos que definen la marca personal del docente



Fuente: Elaboración propia

2.1. Marketing

En primer lugar se debe tener claro el concepto de marketing, “Marketing es la actividad, conjunto de prácticas relevantes y procesos para crear, comunicar, liberar e intercambiar las ofertas que tengan valor para los clientes, los socios y para la sociedad en general” (AMA, julio 2013).

A lo largo de la historia, este concepto ha ido evolucionando, sobretodo desde el punto de vista del producto, pasando de ser un bien tangible a añadir además el servicio, surgiendo así el marketing de servicios, (bancos, líneas aéreas, espectáculos...), siguiendo con el marketing de servicios profesionales (abogados, ingenieros...). El concepto de marketing no se quedó ahí, apareció el marketing de instituciones de servicios,

(hospitales, servicios públicos, instituciones benéficas), el marketing político, tan de actualidad en tiempo electoral, marketing social para la transmisión de valores sociales, marketing cultural, para la difusión cultural (museos, editoriales, bibliotecas...) y el marketing personal.

Da igual el producto del que hablemos, el precio pagado por ello, dinero, voto, cambios de conducta, beneficios... todos ellos se valen de las mismas herramientas para tener éxito:

- Análisis del producto
- Establecer objetivos específicos
- Identificar los obstáculos
- Definir las oportunidades
- Elegir las estrategias

2.2. Marketing educativo

Para hablar de marketing educativo, hay que tener claro que el producto ofertado es un servicio y que éste lo ofrece una institución de servicios como es un centro educativo público.

Hay críticos de este concepto pues entienden que tiene connotaciones mercantilistas con el pensamiento puesto en los beneficios económicos. No obstante, se debe recordar que el marketing educativo no es más que un tipo de marketing social y no lucrativo, donde las instituciones educativas llevan a cabo las actividades necesarias para prestar servicios sin intereses económicos, pero con el objetivo de satisfacer las necesidades de los estudiantes y del entorno educativo, a través del estudio de los recursos de que se disponen para alcanzar el nivel de calidad exigido.

Aquí no se habla de un beneficio económico, lo que aquí se defiende es el beneficio social para toda la comunidad educativa.

Este tipo de marketing surgió en España hace relativamente poco. Con la aparición de la crisis, centros privados y concertados se vieron obligados a recurrir al marketing para captar clientes. Pero una vez superada esta etapa, ya no se centra solo en colegios donde el usuario tiene que pagar, podemos decir que el marketing educativo se está empezando a implantar en cualquier centro. Las familias demandan cada vez más calidad en el proceso de

enseñanza, los centros quieren conseguir un posicionamiento destacado y el alumnado es cada vez más protagonista en el proceso de aprendizaje.

El centro debe ser considerado como una micro-sociedad donde la buena imagen, el buen servicio y la visión de futuro son imprescindibles.

Dentro del sector público hay competitividad entre centros para conseguir mayores subvenciones, ayudas y reconocimiento, todos quieren tener su propia seña de identidad, el marketing educativo puede ayudar a ello.

Si tenemos en cuenta el estudio que hace la OCDE sobre educación con el Informe PISA (2012), España está posicionada por debajo de la media. Si cada centro buscara ser el mejor con los recursos de que dispone, ya no para competir con otros, sino para mejorar su valor interno, en conjunto se podrían conseguir mejores resultados, lo cual podría contribuir a un mejor posicionamiento de la educación española. No es más que otra forma de añadir valor a la educación, que este valor se transforme en calidad y ésta sea percibida.

Todos estos puntos de vista corroboran que no es en vano pensar que el marketing educativo es muy importante también para el sector público.

2.3. Marketing personal

Dando un paso más adelante, para introducirnos en el concepto de marca personal, se deben tener en mente dos autores principalmente.

Tom Peters, escritor estadounidense, considerado el padre del “personal branding”, que acuñó el concepto de marca personal en la revista on-line Fast Company donde decía *“Todos necesitamos entender la importancia de tener una marca personal. Somos el Director General de nuestra propia empresa “Yo, SA”. Para ser un referente en el mundo laboral de hoy en día, nuestro principal trabajo es ser el mejor comerciante de nuestra marca; Yo, SA”*. Esta afirmación se puede llevar a cualquier sector incluido el de la educación.

Andrés Pérez Ortega, ha sido el encargado de introducir en España este concepto. Experto en estrategia de marca personal y autor de libros

como *“Marca Personal, cómo convertirse en la opción preferente”* (2008) o *“Marca personal para Dummies”* (2014), entre otros. Él entiende que la marca personal es *“el conjunto de características (o cualidades) asociadas a un símbolo o nombre de marca que incrementa (o reduce) valor a un producto o servicio. Es un conjunto de percepciones en la mente del consumidor. Es una promesa de valor”* (Pérez, 2008 pp 62).

Si se plantea este concepto en el mundo de la educación y más aún al sector público donde la figura del “jefe” es más difusa, cobra mucha más importancia el término del docente como marca personal, ya que lo que se pretende es conseguir añadir valor a la profesión para conseguir mejores resultados y aumentar los beneficios, no económicos, sino personales y sociales.

Todo esto concluye en la idea del docente como marca personal.

Es cuantiosa la literatura que defiende la profesionalización del docente de Secundaria (Tribó, 2008) con el objetivo de la preparación y adaptación al siglo XXI de los docentes, así como sobre el prestigio de la profesión docente (Informe Fundación Europea Sociedad y Educación, 2013), pero nada se habla sobre cómo el docente puede hacer percibir su trabajo al resto de la comunidad educativa.

Se quiere salvar esta laguna a través de este trabajo, aportando un punto de vista diferente y más dinámico sobre la situación actual de la labor del docente y cómo este puede conseguir mejores resultados como cualquier otro profesional, a través del desarrollo de su propia marca personal.

2.4. Marca personal del docente

Una marca según la RAE es *“una señal hecha en una persona, animal o cosa, para distinguirla de otra, o denotar calidad o pertenencia”*.

Precisamente, calidad es lo que se pretende con este concepto.

Aquí no entra la competitividad entre el profesorado o los beneficios económicos. Lo que se pretende con la marca personal es conseguir la máxima calidad del profesorado en su labor educativa y que esta sea percibida por la sociedad de la educación.

Esta comunidad educativa no sólo la forma el alumnado, con los que el docente tiene contacto directo, también la componen los demás compañeros, la dirección del centro educativo, colegas de la profesión de otros centros, la Administración, la cual puede ayudar mucho en el desarrollo de la marca personal de cada docente, padres y madres, en definitiva cualquier persona relacionada al mundo de la educación.

En este estudio se verá la importancia de esta marca. Se propondrá un plan de mercado para llevarlo a cabo y conseguir el posicionamiento deseado.

Se tendrá en cuenta la percepción que tienen los profesores y profesoras sobre su labor educativa y la opinión de los alumnos y alumnas con los cuales tienen un contacto directo y diario.

Para ello se llevarán a cabo dos tipos de metodologías que se desarrollarán más adelante como son la observación en el centro educativo de profesorado y alumnado para conseguir información primaria y dos encuestas dirigidas a profesorado y alumnado sobre factores como la utilización y conocimiento de las TIC, la adaptación al alumnado, la relación con la comunidad educativa, sus conocimientos y preparación, y cómo influye el tiempo y el reconocimiento, con el fin de adquirir información objetiva del desarrollo actual de la marca personal del docente.

Se analizarán todos los datos obtenidos para conseguir determinar cuáles son las fortalezas y debilidades hoy en día del profesorado para la mejora de su propia marca personal, qué elementos son importantes cuáles pueden ayudar a su desarrollo y la percepción que tiene el alumnado de ellos.

El objetivo principal es ser conscientes de los beneficios del desarrollo de la marca personal del docente tanto para el propio profesorado como para toda la sociedad educativa.

3. PROPUESTA SOBRE CÓMO CREAR LA MARCA PERSONAL DEL DOCENTE

Como cualquier marca de producto o servicio, ésta lleva un elemento de planificación esencial para conseguir los objetivos planteados. Vamos a acercar este concepto al entorno del docente.

3.1. Definición del problema

Los alumnos y alumnas hoy en día están desmotivados, hay mucho absentismo escolar. Según el informe de prensa del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, sobre los resultados de España en el informe PISA 2012, el 28% de los alumnos y alumnas declararon haber faltado a clase sin justificar al menos una vez los días previos a la evaluación.

Hay muchas causas por las que se produce este hecho, pero podemos destacar el incremento de distracciones fuera del centro y el futuro incierto provocado con la crisis. Los adolescentes ven como cada día tienen que emigrar para conseguir un puesto de trabajo acorde a lo estudiado o simplemente están en paro. Esto hace mella en la motivación de los estudiantes que se ve cada día más mermada e invitada a pensar que el esfuerzo no siempre tiene sus frutos.

En este punto el trabajo del docente es esencial. Es quien tiene que combatir con ello, cambiar sus técnicas si fuera necesario, mejorarlas y/o adaptarlas a un alumnado cada curso cambiante. Debe conseguir que se sientan integrados en el sistema educativo, atraídos por nuevos recursos, nuevas técnicas y metodologías para así evitar el fracaso escolar.

3.2. Análisis previo de la situación actual

El profesor o profesora tiene tres niveles de concreción del entorno externo: el aula, el centro, el barrio y la comunidad autónoma. El entorno es un factor importantísimo a la hora de determinar las necesidades y

características del alumnado. Para saber qué es lo que realmente necesita el alumno y alumna, debe entenderse su entorno.

El aula es donde se encuentran profesorado y alumnado, donde se desarrolla su actividad. Aquí se puede observar el nivel educativo, las carencias de cada estudiante. No todos los alumnos y alumnas en una misma aula tienen iguales capacidades, por ello es tan importante la atención a la diversidad.

El centro donde el profesor o profesora da clase establece las pautas generales del colegio o instituto. Las reglas y características del centro vienen resumidas en el Plan de Centro. Pero esta investigación no sólo se basa en la normativa, la relación con otros profesores o profesoras, con los administrativos incluso con otros alumnos y alumnas pueden ayudar en este análisis.

El barrio donde se ubica el alumno puede determinar el nivel económico, sus costumbres, su cultura, lo cual ayuda a entender el comportamiento del alumnado y a valorar qué es lo que les puede interesar para captar su atención.

En último término, la comunidad autónoma donde se encuentre el centro también es importante, pues el profesor o profesora tiene una programación que planear al comienzo de cada curso, la cual se debe adaptar a la normativa vigente en ese momento, y si esa comunidad autónoma tiene competencias en educación, el docente debe tenerlas en cuenta.

Hay otro punto de vista de éste análisis, el interno. El profesor o profesora como persona. En este análisis se examina la situación personal, el factor humano. La disposición en la que está, su coste de oportunidad a la hora de realizar estas tareas y los recursos de los que dispone. El tiempo, los materiales, la relación con los compañeros y apoyos de la directiva y Administración han de ser estudiados para observar la viabilidad del proyecto como docente.

3.3. Análisis DAFO

Para desarrollar la marca personal como docente, al igual que cualquier otra, es fundamental este análisis.

Cuando hablamos de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades es evidente que en el entorno personal cada una tiene las suyas propias. A grandes rasgos estas pueden ser las de cualquier docente:

- ♦ **Debilidades.-** Considerar a todos los alumnos por igual por tener aulas masificadas puede ser un error. Se debe llevar a cabo un estudio lo más pormenorizado posible. No todos los alumnos y alumnas requieren de la misma atención. El conformismo, la excusa de que el alumnado hoy en día no quiere estudiar, puede ser cierta, pero el docente se debe encargar de luchar contra ello motivándolos y para eso es necesario salir de la zona de confort, lo cual es muy difícil cuando se tiene el puesto asegurado, pero es un elemento a tener en cuenta, sobre todo cuando el principal factor con el que se trabaja es el humano.

- ♦ **Amenazas.-** El tiempo. El aumento de horas lectivas a raíz de la crisis, y la cada vez más exigible labor administrativa del docente por parte de la Administración hacen muy difícil que el docente se mantenga activo en la comunidad educativa, esté al día, que investigue, prepare las clases y las imparta. Pero mayor amenaza es caer rendidos. Si una metodología no funciona, siempre se puede cambiar y corregir. Como nos dijo el profesor Clemente en la asignatura de este Máster “Aprendizaje y desarrollo de la personalidad”, “no os rindáis nunca, si algo no funciona cambiadlo cuantas veces sean necesarias, pero nunca os rindáis con ellos”.

- ♦ **Fortalezas.-** La principal es su vocación. El querer muchas veces es poder. El entusiasmo por conseguir luchar contracorriente, por evitar lo que cada día es más común puede ayudar a conseguir el objetivo planteado.

El factor humano es moldeable, los alumnos del instituto son adolescentes que en el fondo quieren aprender, sólo hay que buscar la mejor manera. Además el docente está rodeado de compañeros con los que

intercambiar impresiones, descubrimientos, métodos, y a los que pedir ayuda. Aquí no hay competidores, no es cuestión de ser unos mejores que otros, es cuestión de construir un clima positivo de manera conjunta.

♦ Oportunidades.- De influir en el alumnado, de ser un referente y de inculcarles la cultura del esfuerzo para conseguir éxitos. Cada día se puede seguir aprendiendo, se puede poner en práctica lo aprendido e innovar. Se tiene la oportunidad de cambiar cuando algo no funciona.

3.4. Definición de objetivos

- Evitar el absentismo escolar.
- Reconocimiento en la comunidad educativa.
- Estar al día en la investigación e innovación educativa.
- Mejorar los resultados escolares.
- Reducir el fracaso escolar.
- Estar en contacto con demás referentes de la educación.

3.5. Información de la que se dispone

El docente tiene toda la información al alcance de su mano. Primero y esencial es su dominio de la materia, también la legislación dentro de la que se debe encuadrar sus enseñanzas, y a partir de ahí se abre un abanico de posibilidades: metodologías, psicología, educación, conocimientos, recursos...etc., todo ello en cualquier formato: libros, revistas, internet, conferencias, todo puede contribuir a añadir valor a la labor del docente.

3.6. Estrategia, estructura

Son muchas las metodologías que se pueden llevar a cabo para que el alumnado se sienta integrado en el proceso de aprendizaje y tengan un estímulo. También la manera en las que el docente puede ser activo en la comunidad educativa. Algunas de estas técnicas pueden ser:

- ♦ Estudio del caso.- Método a través del cual el alumnado aprende a través de la experiencia en situaciones reales. Es un método activo y colaborativo.

- ♦ Trabajo en equipo.- Método por el cual los alumnos y alumnas aprenden a través de la interacción con otros alumnos y alumnas. Es un método activo y colaborativo.

- ♦ Gamificación.- A grandes rasgos es el aprendizaje a través de juegos en entornos normalmente menos lúdicos con el fin de potenciar la implicación, la motivación y el esfuerzo entre otros del alumnado.

- ♦ Aprendizaje basado en problemas.- Se basa en la búsqueda de una solución planteada por el profesor o profesora a través de la investigación y reflexión del alumnado.

- ♦ Portafolio. - Es el conjunto de actividades y trabajos del alumnado que se realizan a lo largo de un periodo de tiempo y bajo los criterios determinados por el docente donde se muestra el esfuerzo, progreso y los conocimientos adquiridos del estudiante.

- ♦ Blog.- Tanto para consultar los de otros docentes, como crear el propio puede ser una buena práctica, ya sea encaminada al alumnado o a otros docentes.

- ♦ TICs y TACs,- Tecnologías de la Información y la Comunicación y Tecnologías del Aprendizaje y del Conocimiento. Son dos conceptos necesarios para estar al día en la comunidad educativa y que nos puede servir de ayuda en el proceso de enseñanza - aprendizaje.

- ♦ Recursos.- La utilización de videos, música, revistas, juegos..., son elementos que pueden acercar la teoría a la realidad del alumnado. Ver la utilidad de los conceptos teóricos en la realidad es algo que puede ayudar a

motivarlos y a quitarles la idea de que lo que están estudiando no les sirve para nada.

- ♦ Cursos y conferencias.- Asistir tanto de oyente como de ponente da credibilidad a la labor del docente y ayuda a mantenerse al día con nuevos métodos, nuevos estudios, todo suma.

Estas son sólo algunas de las técnicas y recursos que pueden ayudar a cualquier docente a conseguir sus objetivos para impulsar su marca personal como docente.

Dependiendo del análisis hecho descrito anteriormente será más aconsejable utilizar unas u otras técnicas o la conjunción de varias de ellas.

Una vez realizada la parte teórica de este estudio, se procederá al análisis de la investigación realizada. El estudio versará sobre la utilización de estas técnicas. Se enfrentarán los dos puntos de vista, el del docente y el del alumnado, se analizarán y se sacarán conclusiones.

4. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Lugar

La investigación se ha realizado en el IES Albaida, centro educativo donde han sido realizadas las prácticas.

Este instituto se inauguró en 1986 como centro de formación profesional de las Ramas de Sanitaria, Imagen y Sonido y Peluquería.

En la actualidad, su proyecto educativo encuadra ESO, Bachillerato, Ciclos Formativos de la familia Sanitaria y de la familia de Imagen y Sonido y también enseñanzas de Educación permanente como ESPA (Educación Secundaria Para Adultos), Bachillerato, Ciclos Formativos y curso de preparación para ciclos (CPC).

El IES Albaida se encuentra en el barrio de Los Molinos, en la Carretera de Níjar, zona periférica de la ciudad de Almería. En los últimos años esta área ha sufrido algunos cambios, pues con la burbuja inmobiliaria se han construido gran cantidad de bloques de viviendas y adosados. No obstante, su población es en su mayoría gente de clase obrera, con un nivel económico medio bajo, además tiene gran influencia del barrio marginal El Puche, conocido como una de las zonas más conflictivas de la provincia, lo cual se muestra en el nivel educativo del alumnado que viene de la zona.

Todo ello hace del IES Albaida un centro con gran riqueza multicultural y multirracial, pero con muchas diferencias sociales y económicas.

4.2. Sujetos

El estudio muestra las actividades que podría hacer del docente para conseguir mejores resultados, tanto en su relación con el alumnado como con el resto de la comunidad educativa. La investigación muestra el punto de vista de dos núcleos principales, la del docente y la del alumnado.

4.2.1. Profesores y profesoras

En el IES Albaida trabajan un total de 95 profesores y profesoras repartidos en los turnos de mañana y de tarde y para todas las unidades mencionadas como ESO, Bachillerato y Ciclos Formativos. Son docentes que provienen en su mayoría de otros institutos de Almería y del resto de Andalucía. El marco de edad del profesorado es muy amplio pues algunos de ellos se encuentran en sus primeros años y otros están a las puertas de la jubilación. Hay profesorado con plaza fija y profesores y profesoras que son interinos.

La observación se hizo al conjunto de profesorado durante el periodo de prácticas por lo que los sujetos observados en este caso fueron mayores que los que contestaron a la encuesta.

De los que respondieron al cuestionario un 53% son mujeres y un 47% son hombres.

Hemos distinguido en cada grupo de profesoras y profesores los años de docencia y la actividad que realizan aparte de ser docentes.

Así encontramos que en el caso de las mujeres más de la mitad llevan más de diez años en la docencia, mientras que las que llevan menos de cinco años y entre seis y diez años son un 22% en cada caso.

Por la parte masculina, el 88% lleva más de diez años en el sector educativo y el 12% entre seis y diez años.

Gráfica 2: Años del profesorado dedicado a la docencia

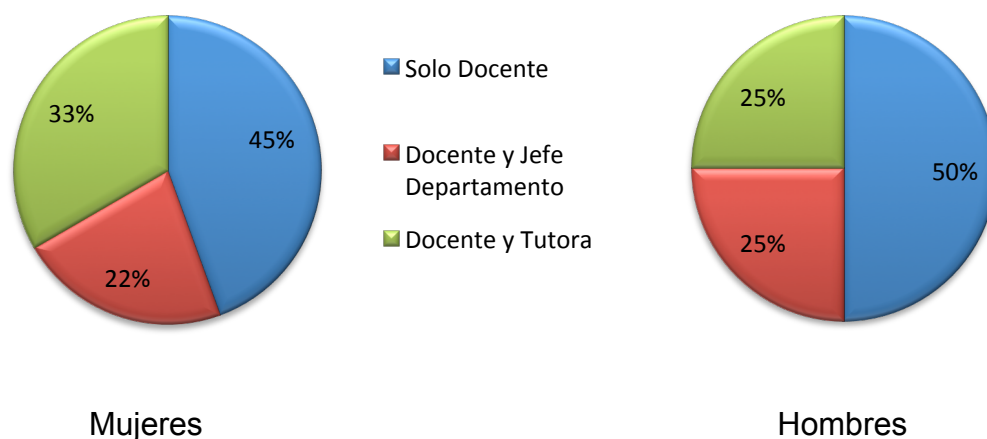


Fuente: Elaboración propia

También se ha diferenciado según el puesto que ocupan los docentes, el 45% de las mujeres son solo docentes, el 33% además de profesoras son tutoras y el 22% son profesoras y jefas de departamento.

En el caso de los hombres, la mitad de ellos son solo profesores y la otra mitad se reparte entre profesor y tutor y profesor y jefe de departamento.

Gráfica 3: Puesto que ocupa el profesorado en el centro educativo



Fuente: Elaboración propia

El hecho de hacer esta distinción se basa en observar si los años que llevan en la educación influyen en el estudio y si el puesto que desarrollan o actividad complementaria son también variables a tener en cuenta.

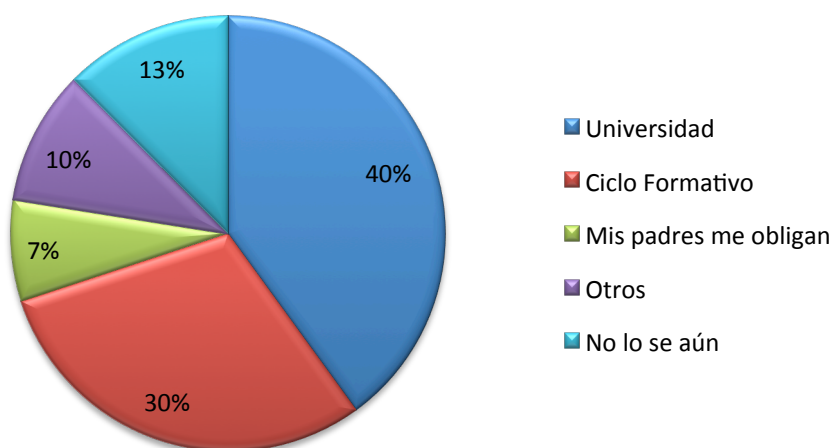
4.2.2. Alumnos y alumnas

Como se ha podido observar la oferta educativa del IES Albaida es muy amplia. Debido al tiempo y a los recursos, el estudio del alumnado se ha centrado en el curso de 1º de Bachillerato de la modalidad de “Ciencias Sociales y Humanidades”, en concreto en aquellos alumnos y alumnas que han escogido la asignatura de Economía, que es la que esta autora ha impartido. Es un curso donde la asistencia ya no es obligatoria y en el que la presión de la Selectividad aún no ha hecho mella. Su edad oscila entre los 16 y 18 años.

La mayoría de estos chicos y chicas vienen del propio IES Albaida, pero muchos otros vienen del Colegio Diocesano San Ildefonso, Escuelas SAFA, IES Río Andarax e IES Bahía de Almería.

El objetivo de estudiar Bachillerato es bastante dispar, muchos de ellos quieren continuar con estudios superiores tanto de grados universitarios como de ciclos formativos de grado superior, también hay quien quiere hacer oposiciones para cuerpos de la seguridad del Estado, y otros que aún no han decidido que van a hacer.

Gráfico 4: ¿Para qué estudia el alumnado Bachillerato?



Fuente: Elaboración propia

Debido a la no obligatoriedad y a que aún no tienen claro hacia donde dirigir sus estudios, entre otros muchos factores, el alumnado se caracteriza por tener una asistencia muy intermitente, son pocos los alumnos y alumnas que acuden cada día a todas las horas lectivas.

El nivel educativo es medio, por lo general vienen con muchas carencias de la ESO, a la mayoría en el trimestre anterior les ha quedado dos o más asignaturas (datos sacados del claustro de profesores), por lo que su implicación no es la esperada por alumnos y alumnas que ya están en disposición de elegir si quieren seguir estudiando o no, aunque algunos de

ellos han expresado que estudian bachillerato obligados por sus padres y madres.

4.3. Duración

El estudio de campo se ha producido en el curso 2014/2015, concretamente en el 3º Trimestre, correspondiente a los meses de abril y mayo.

5. METODOLOGÍA: TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para la realización de este estudio se ha recurrido a dos tipos de investigación, la exploratoria y la descriptiva.

Ante el planteamiento novedoso, el conocimiento del tema y no haber mucha literatura al respecto, la labor principal se ha centrado en la exploración para sacar las conclusiones sobre qué aspectos son más relevantes y cuáles menos. Además de la descripción de la situación planteada.

Para ello nos hemos decantado por dos técnicas principalmente, la observación tanto de docentes como del alumnado y la encuesta a ambos grupos.

5.1. Observación

Esta técnica ha sido desarrollada en la sala de profesores, claustro, aula y el centro en general. El objetivo era observar a los sujetos objeto de estudio para conseguir información sobre su comportamiento, su manera de enfrentarse a los diferentes grupos de alumnado y el modo en que se desarrollan su experiencias.

Durante el periodo de prácticas, la observación fue directa, puesto que se tenía contacto directo con el profesorado, escuchando y percibiendo cómo se enfrentan a un cada vez más abundante fracaso escolar. Las actitudes del profesorado son de lo más dispar, desde aquellos profesores y profesoras que se dan por vencidos con ciertos grupos llegando incluso a la depresión, a aquellos docentes que cada día investigan nuevas formas para captar la atención del alumnado y ser activos ante la comunidad educativa con la misma motivación que el primer día.

De esta observación surgió la idea de analizar también al alumnado, pues hay veces en las que la percepción del docente sobre las necesidades de los chicos y chicas en sus clases no son las reales.

En ambos grupos la observación fue participante, pues tanto los docentes como el alumnado sabían que estaba presente, sin embargo no eran conscientes del estudio concreto que se estaba realizando hasta que no les llegaron las encuestas.

La observación realizada se caracteriza por ser libre o simple ya que para esta técnica no se utilizó ningún tipo de medio ni instrumento. Debido a que el profesorado y el alumnado se sitúan en todo momento en el centro durante el periodo de observación, podemos decir que ésta es de campo.

Con esta técnica se han conseguido datos primarios de naturaleza cualitativa, pues las observaciones recogidas no se pueden enumerar, sin embargo son consideradas de gran interés por la espontaneidad y el cero condicionamiento sobre lo que se ha hablado o hecho, de los grupos objeto de estudio.

5.2. Encuesta

A partir de la observación y con la exploración de datos secundarios obtenidos de la diferente bibliografía y webgrafía al respecto, se diseñó una encuesta para cada grupo: profesorado y alumnado.

5.2.1. Encuesta dirigida a los profesores y profesoras (anexo I)

La encuesta consta de 25 preguntas cerradas y 2 preguntas abiertas de opinión.

Las preguntas cerradas las podemos clasificar según la función del contenido en:

- ❖ Preguntas de identificación.- Para conocer al sujeto objeto de estudio y poder clasificarlo. En este caso: sexo, años como docente y puesto que ocupa en el centro.
- ❖ Preguntas de hecho.- Referidas a hechos concretos. 1 cuestión (14).
- ❖ Preguntas de acción.- Relacionadas con las acciones que realiza el docente. 4 cuestiones (4, 10, 14 y 21).

- ❖ Preguntas de información.- Para saber los conocimientos del encuestado. 3 cuestiones (13, 15 y 20).
- ❖ Preguntas de intención.- Con objeto de conocer las acciones determinadas a realizar del profesorado. 2 cuestiones (12 y 18).
- ❖ Preguntas de opinión.- Para conocer lo que el docente considera. 7 cuestiones (3, 11, 16, 17, 19, 22 y 23).

También las podemos clasificar según la contestación:

- ❖ Preguntas dicotómicas.- 6 cuestiones (9, 10, 13, 14, 16 y 17).
- ❖ Preguntas de elección múltiple.- 15 cuestiones (1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 15, 19, 20, 21, 22 y 23). De éstas hay tres que son de estimación (21, 22 y 23).

En cuanto al fondo del estudio:

1. En relación al alumnado:

- ❖ Preparación.- Cómo el docente prepara sus clases. 4 preguntas (3, 4, 5 y 6).
- ❖ Tipo de docente.- Opinión que creen que tienen los alumnos. 2 preguntas (19 y 24).
- ❖ Opinión.- Sobre la adaptación con el alumnado. 2 preguntas (16 y 17).
- ❖ Recursos.- 8 preguntas (7, 8, 13, 15, 11, 12, 20 y 21).

2. En relación a la comunidad educativa:

Participación en otros ámbitos fuera del aula, como conferencias, relación con otros docentes....- 4 preguntas (9, 10, 14 y 18).

3. Valoración:

Sobre su trabajo y la opinión del alumnado.- 3 preguntas (22, 23, y 25).

5.2.2. Encuesta dirigida al alumnado (anexo II).

Este cuestionario consta de un total de 11 preguntas: 9 preguntas cerradas y 2 preguntas abiertas de opinión.

Según la función del contenido:

- ❖ Preguntas de identificación.- Curso, edad y sexo.
- ❖ Preguntas de hecho.- 1 cuestión (1).
- ❖ Preguntas de intención.- 2 cuestiones (2 y 8).
- ❖ Preguntas de opinión.- 6 cuestiones (2, 3, 4, 5, 6 y 9).

Según la contestación:

- ❖ Preguntas dicotómicas.- 1 cuestión (6).
- ❖ Preguntas de elección múltiple.- 8 cuestiones (1, 2, 3, 4, 5, 7, 8 y 9).

Fondo del estudio:

- ❖ Preparación.- Del docente. 1 pregunta (5).
- ❖ Recursos.- Que utiliza el profesorado. 4 preguntas (4, 6, 7 y 9).
- ❖ Tipo de docente.- Que ellos preferirían. 3 preguntas (2, 3 y 8).

Ambas encuestas han sido anónimas puesto que este trabajo de investigación pretende tener un conocimiento general del estudio, y no de las personas en concreto, además de este modo, se intenta que las respuestas sean lo más sinceras posible.

Con estas dos técnicas se ha conseguido obtener datos primarios de la investigación tanto de manera cualitativa, con la observación, como de manera cuantitativa, a través de las encuestas.

Junto a éstos, la investigación de datos secundarios extraídos de revistas científicas, opiniones de personas referentes en este tema y demás literatura ha ayudado a hacer el estudio lo más completo posible.

Una vez recogida toda esta información se ha procedido a analizarla, cuantificarla para conseguir obtener los resultados y sacar las conclusiones pertinentes.

6. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

En el desarrollo de esta investigación se ha seguido un plan para conseguir los mejores resultados de una manera fiable y eficaz.

Las fases han sido las siguientes:

6.1. Investigación exploratoria

El tema elegido en este trabajo fin de Máster surgió a partir de la investigación.

La exploración comenzó con el análisis de estudios anteriores sobre educación con la intención de que fuera lo más original posible, es decir, que nadie hubiera hablado de ello antes.

Gracias a ello se fijaron los temas sobre los que no se iba a hablar y se estudió la estructura exigida por la universidad.

Una vez hecho esto, se continuó con la indagación de posibles temas a tratar, que fueran actuales, poco conocidos y también relacionados con la materia de Economía puesto que es la especialidad elegida del Máster.

Se consiguió plantear el tema que cumpliera todos estos requisitos: “El docente como marca personal”. La investigación sobre si el docente se mantiene al día y capta a su público, en este caso el alumnado, con el objetivo de conseguir mayores beneficios. En este estudio, cuando se habla de beneficio no se refiere a un beneficio económico, aquí lo que importa es el beneficio personal tanto del docente y su reconocimiento, como el beneficio hacia toda la comunidad educativa, demás profesores y profesoras, alumnado, Administración, padres y madres, profesionales de la educación, en definitiva, la sociedad conectada a la Educación.

6.2. Planteamiento de las técnicas que se van a utilizar

Se han planteado las dos técnicas descritas en el apartado anterior.

La observación ha tenido lugar durante el periodo de prácticas gracias al contacto directo con los sujetos de estudio: el alumnado y el profesorado.

El entorno donde se ha desarrollado ha sido el idóneo ya que en todo momento se ha producido en el centro, lo cual era la intención de la observación. Esta técnica ha llevado un tiempo considerable, en el que se han conseguido datos cualitativos muy importantes en este tipo de estudios sociales.

La encuesta ha llevado menos tiempo de realización, pero ha sido más difícil de realizar, pues al ser un tema tan abierto ha sido complicado concentrar las preguntas en una encuesta que no resultara difícil ni para alumnado ni para profesorado, que no fuera demasiado extensa y que a la vez no desdeñara la calidad y el aporte de información necesarios para la investigación. La observación previa ha resultado de gran ayuda a la hora de delimitar los parámetros del cuestionario.

En esta técnica donde el sujeto de estudio tiene una participación activa y consciente, la implicación del alumnado ha sido mayor que la del profesorado.

La investigación teórica también ha sido tenida en cuenta, quizá la parte más difícil pues la literatura al respecto es escasa. A partir de los conocimientos que se tenían sobre distintos aspectos como el marketing, la marca personal, la educación y el marketing educativo, se ha trabajado, para unirlos y conseguir el concepto del que hablamos durante todo el proyecto, “el docente como marca personal”.

6.3. Análisis de las técnicas realizadas y conclusiones

Una vez obtenida toda la información, la secundaria, la primaria, la cualitativa y la cuantitativa, se ha procedido al análisis de todos los datos obtenidos con cada una de las técnicas planteadas.

Finalmente con ello se ha llegado a su interpretación para conseguir la exposición de las conclusiones.

7. RESULTADOS

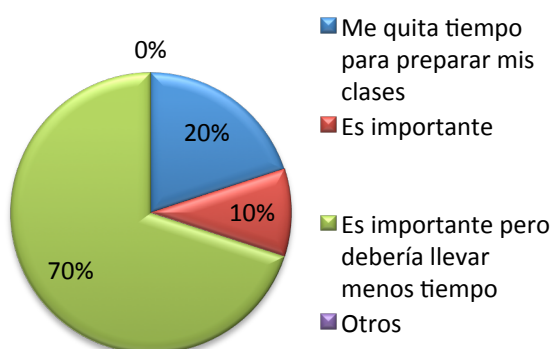
7.1. Encuesta al profesorado

- Preparación

Los docentes deben responder ante la Administración a través de programaciones, de unidades didácticas, planes de aula, calificaciones, informes, etc... un conjunto de documentos que debe preparar el profesorado y que con el paso de los años ha ido en aumento en cuanto a cantidad y precisión. Con la crisis económica, llegaron los recortes a la educación provocando un aumento de horas lectivas y como consecuencia del número de alumnos y alumnas. Esto hace pensar que si los docentes tienen más horas lectivas, tienen mayor número de alumnado a su cargo, tienen más carga administrativa y el tiempo es el mismo, algunas de estas variantes se verán afectadas.

Por eso se ha preguntado a los profesores y profesoras qué opinan sobre esto, concretamente respecto a su trabajo con los alumnos.

Gráfico 5: Opinión del docente de la labor administrativa



Fuente: Elaboración propia

Como se ve en el gráfico 5, más de la mayoría, un 70%, opinan que si bien es importante, debería llevar menos tiempo, para poder emplearlo sobre todo en la preparación de las clases. Tan solo un 10% opina que es importante, sin tener en cuenta el

tiempo que ello conlleva.

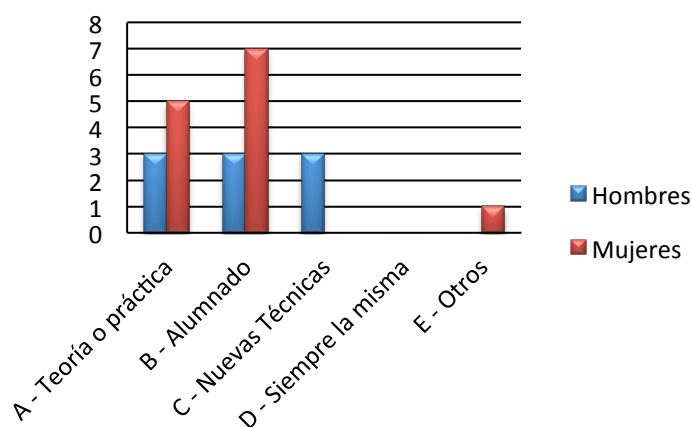
De esto se deduce que siendo este trabajo administrativo de obligada elaboración por parte del docente, el perjudicado será el alumnado porque la

preparación y el nivel de atención individualizado será menor, por no mencionar el resto de la comunidad educativa, ya que si a algo tienen que restarle dedicación será a este último aspecto.

Todos los docentes preparan sus clases conforme avanzan en el temario, esto hace que la programación sea abierta, dinámica y viva, lo cual permite por un lado actualizarse conforme se van descubriendo nuevos métodos de enseñanza y por otro, estar al día de la realidad social del momento, ya que así se consigue conectar con la vida real.

Gráfico 6: Elección de metodologías

En cuanto a la elección de la metodología utilizada en clase, la mayoría de las mujeres confiesan que la eligen en función del alumnado al que se enfrentan, aunque un porcentaje



Fuente: Elaboración propia

importante de éste tiene en cuenta además la teoría o práctica que toca enseñar.

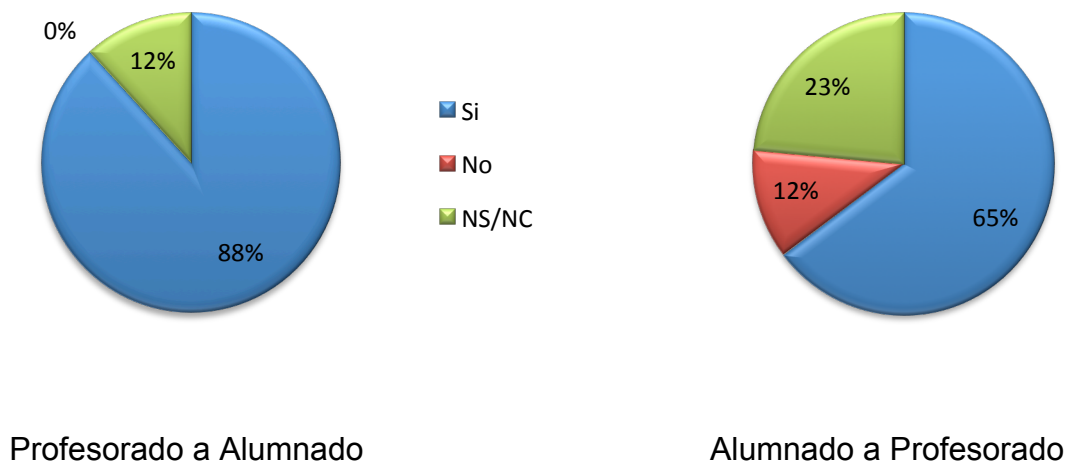
En el caso de los hombres hay que destacar que un 37,5% se atreve a experimentar cuanto antes cualquier descubrimiento hallado al respecto. Nadie dice utilizar siempre la misma metodología.

Al igual que cualquier persona que quiera tener una buena marca personal, el docente debe estar al día en su disciplina. Conocer nuevos métodos o técnicas educativas, recursos, aplicaciones etc... es vital para el docente, que debe adaptarse a las nuevas generaciones de alumnos y alumnas y a las circunstancias de cada grupo. Para ello, el recurso más utilizado con un 76,5% es internet. En cuanto a libros, revistas u otras publicaciones también se utilizan pero siempre acompañados de la web. En cualquier caso pocos docentes se centran en un solo recurso.

- Adaptación

Es obvio que en el proceso de enseñanza-aprendizaje hay un camino de doble dirección. Los principales protagonistas en el aula son el profesorado y el alumnado. El 88% de los docentes encuestados considera que los profesores sí deben adaptarse al alumnado y el 65% considera que el alumnado también debe adaptarse al profesorado. Como vemos, no son excluyentes, la mayoría considera ambas direcciones, no obstante son más los que piensan que el profesorado es quien debe adaptarse al alumnado.

Gráfica 7: Adaptación entre alumnado y profesorado

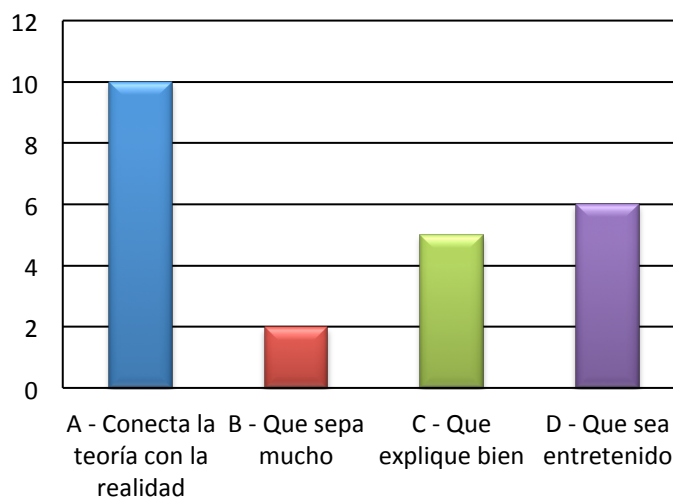


Fuente: Elaboración propia

- Tipo de docente

Del mismo modo que se ha preguntado al alumnado sobre su opinión acerca de cómo sería su profesor o profesora ideal, también se ha preguntado a éstos qué es lo que ellos piensan que los estudiantes prefieren.

Gráfico 8: Opinión del docente sobre el tipo de profesorado que prefiere el alumnado



Fuente: Elaboración propia

La mayoría considera que el alumnado opta por un docente que conecte la teoría con la realidad. Que sea entretenido y que explique bien, también han sido considerados aunque en menor proporción. Más adelante se analizarán los resultados de los alumnos y alumnas y se verá si ambos coinciden.

Una de las preguntas abiertas va en este sentido, puesto que la intención también es ver lo que los profesores y profesoras opinan al respecto sin ningún tipo de respuesta inducida. De esto los resultados extraídos se han decantado principalmente por la empatía como principal factor que los alumnos y alumnas demandan de los profesores y profesoras. También consideran que el alumnado exige que expliquen bien y que tengan motivación. A destacar también la autoridad y la adaptación de los contenidos a la vida real.

- Recursos

El IES Albaida es Escuela TIC 2.0 desde hace siete años, lo cual no es de extrañar que el 100% de las personas encuestadas declaren utilizar las TIC como complemento.

En una sociedad cada vez más informatizada es vital que el alumnado tenga contacto y aprenda a través de estas tecnologías, de hecho todos los profesores y profesoras reconocen haberlas utilizado alguna vez. Sin embargo, no todos sabrían nombrar alguna aplicación que les fuera útil en sus clases. De las encuestas se ha obtenido que sólo la mitad de las profesoras sí conocen alguna aplicación frente a una mayoría de hombres, 87,5%.

Educatube es una web donde se pueden colgar y visionar videos didácticos sobre temas que se pueden tratar en clase desde Primaria hasta Bachillerato. Es un recurso o herramienta más que pueden utilizar los docentes. Se ha elegido esta aplicación con objeto de ver si a pesar de que los docentes dicen que sí las conocen, saben de la existencia de una de las más novedosas, lo cual mostraría si se mantienen al día en esto de las TIC.

Los resultados al respecto son que el 65% nunca había oído hablar de ella, mientras que solo el 18% la ha utilizado alguna vez, todos hombres. El resto, a pesar de conocerla nunca la ha puesto en práctica.

De ello se deduce que a pesar de conocer las TIC y ponerlas en práctica, pocos conocen sus aplicaciones. El utilizar la pizarra digital ya debería estar superado, sus posibilidades son mayores que la mera sustitución de la pizarra tradicional y es aquí donde entran las TACs (Tecnologías del Aprendizaje y Conocimiento) que no es ni más ni menos que la utilización de las TICs en el mundo de la educación.

Otro de los recursos relacionado con las TICs, es el uso de los blogs. Al respecto se han hecho dos planteamientos:

La primera es la utilidad de tener un blog para su asignatura, dirigida principalmente a sus alumnos y alumnas. En este sentido el 41% confiesa que lo tienen, mientras que un 53% a pesar de considerarlo útil dicen no

tener tiempo para llevarlo a cabo. De nuevo aquí encontramos la variable del tiempo como principal impedimento para esta actividad.

Y el segundo es la posibilidad de crear un blog dirigido principalmente a otros docentes sobre el trabajo del día a día, nuevas investigaciones y metodologías. Aquí sólo el 17,5% lo tiene mientras que el 70% dice que si lo haría pero que la falta de tiempo se lo impide.

En ambos casos son más los que tienen la intención pero se lo impide el tiempo que los que lo llevan a cabo realmente, sin embargo de los blogs creados, son más los que están dirigidos a su asignatura y alumnado, que los que lo destinan a otros compañeros.

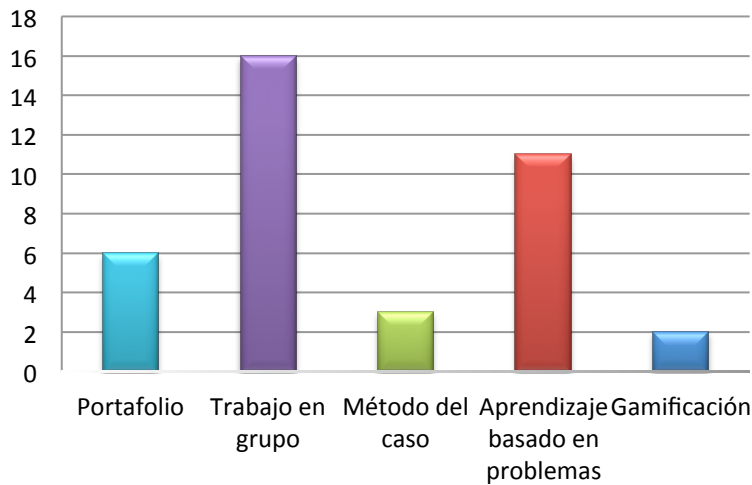
Al igual que las TIC, cualquier recurso que llame la atención del alumnado y ayude a ser más activo en clase es bien acogido, como videos, audios, películas, series, incluso noticias de periódicos actuales, etc. De todos los encuestados tan solo una persona declara que le gustaría pero que su asignatura no se presta a ello. Esta mujer lleva más de diez años en la docencia y actualmente es profesora de matemáticas sin ostentar ningún otro puesto como el de tutora o jefa de estudios. El resto dicen que siempre que pueden los incorporan.

No solo las TIC son importantes. Las metodologías a llevar a cabo son la manera de transmitir los conocimientos, la forma en la que el docente hace llegar su materia al alumnado, le hace partícipe y lo involucra en el proceso de enseñanza-aprendizaje, por eso es tan importante conocerlas, investigar y ponerlas en práctica, para que en el caso de no funcionar una, acudir a otra y utilizar cuantas sean posibles para que los estudiantes salgan preparados de las aulas.

Se ha hablado de cinco metodologías: gamificación, aprendizaje basado en problemas, método del caso, trabajo en grupo y portafolio.

Se ha preguntado por ellas para saber el grado de conocimiento y el uso que les da el profesorado.

Gráfico 9: Grado de conocimiento de las metodologías

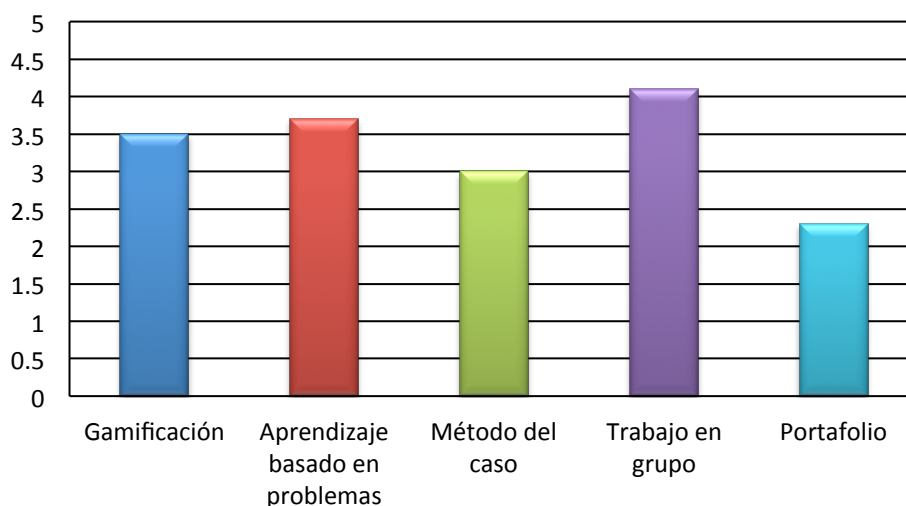


Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, el trabajo en grupo es la metodología más conocida, seguida del aprendizaje basado en problemas. La menos conocida es la gamificación, siendo dominada sólo por hombres.

De todos los encuestados el 23.5% conoce una sola metodología mientras que sólo el 6% conoce todas las metodologías presentadas, este último dato lo integran sólo hombres.

Gráfico 10: Utilización de las metodologías conocidas



Fuente: Elaboración propia

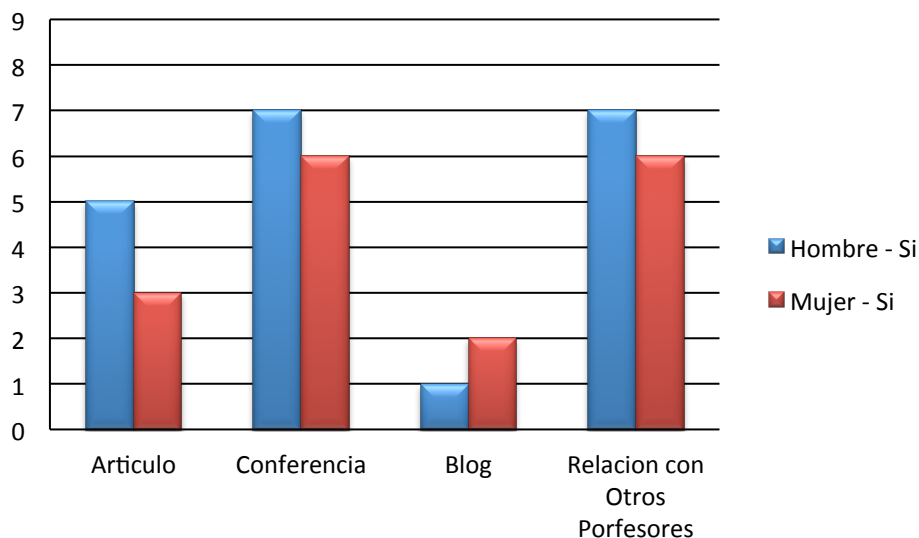
En cuanto a su utilización por orden de la más conocida a la menos:

- El trabajo en grupo además de ser la metodología más conocida, es la que más personas la utilizan continuamente.
- El aprendizaje basado en problemas (ABP) también es utilizada con continuidad pero menos que el trabajo en grupo.
- Le sigue el portafolio que es la metodología menos utilizada aunque no es la que menos conocen los docentes.
- El método del caso (MdC) a pesar de ser una de las metodologías menos conocidas, quien la conoce la utiliza de manera asidua.
- La gamificación es la metodología menos conocida de todas, tan sólo un 12%, y solo hombres, sin embargo los que la conocen recurren a ella de forma continua.

Como se desprende de estos resultados, el conocimiento del profesorado de estas metodologías es muy bajo, siendo la más conocida la metodología más tradicional. También se debe mencionar que los hombres han tenido mejores puntuaciones que las mujeres puesto que conocen más metodologías y las utilizan más.

- Comunidad educativa

La marca personal del docente no sólo está referida a su preparación y la manera de dar las clases ante el alumnado. Este trabajo también quiere hacer referencia al trabajo del docente fuera del aula y hacia los demás protagonistas de la comunidad educativa como otros compañeros y compañeras, profesionales de la educación, padres, madres, Administración...etc. El hecho de añadir valor a su trabajo no consta sólo de cara al alumnado, su labor es igual de importante para el resto de participantes en la sociedad educativa.

Gráfico 11: Participación del docente en la comunidad educativa

Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 11 se muestra alguna de las actividades que contribuyen a tener una participación activa en la comunidad educativa. Publicar un artículo, participar en conferencias o cursos, tener un blog o estar en continuo contacto con otros profesores o profesoras son algunas de las actividades que pueden mostrar esta participación en la comunidad educativa.

Como se puede observar, hay algunas diferencias entre sexos.

Son pocos los docentes que han publicado o escrito algún artículo, mención o similar en revistas especializadas o de educación en general ya sea en formato digital o tradicional. El hacer este tipo de actividad implica un trabajo de investigación y conocimiento que todo docente de cualquier nivel de enseñanza debería desarrollar para mejorar su marca personal. En este aspecto es donde se registra mayor diferencia entre sexos pues un porcentaje muy reducido de las mujeres declaran haber publicado este tipo de documentos, mientras que la mitad de los hombres si que lo han hecho.

También es trascendente si han acudido a alguna conferencia, curso o charla sobre educación o su especialidad, pues muestra el interés del docente por adquirir nuevos conocimientos y aprender o mejorar nuevas técnicas o aspectos educativos. Más de la mitad de las mujeres dicen haber

acudido alguna vez, pero sólo como oyentes, ninguna como ponente. El resto que no ha acudido a ningún evento de este tipo se caracteriza por ser docentes con más de 10 años de experiencia y tener solo el puesto de profesoras.

De nuevo son más los hombres los que han realizado este tipo de actividad, incluyendo además que más de la mitad de los que dicen haber acudido a conferencias o cursos lo ha hecho como oyente y como ponente.

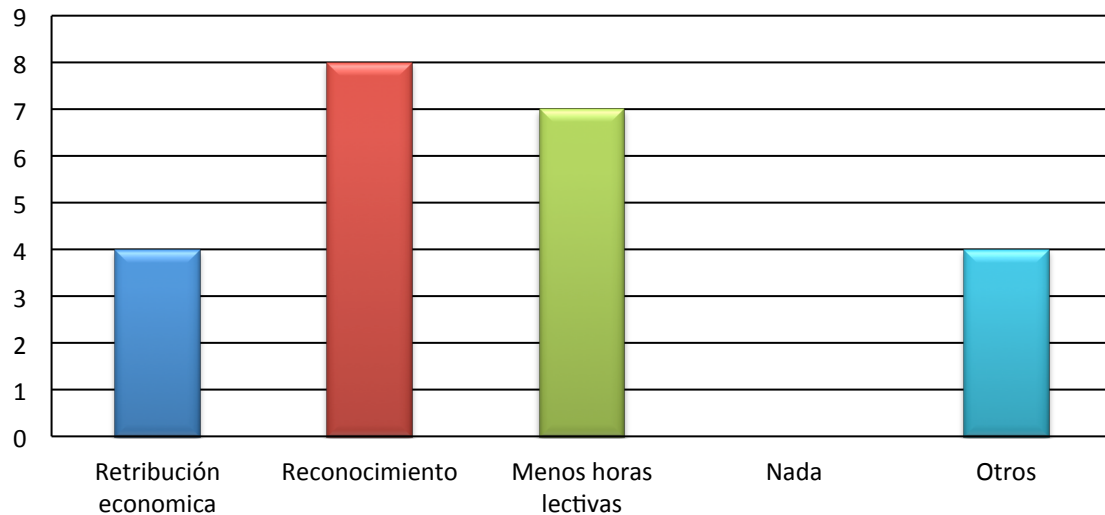
Como se ha visto anteriormente el blog es de los recursos menos utilizados, según los profesores y profesoras principalmente por falta de tiempo. Se ha visto que de los que tienen un blog, prefieren dedicarlo a sus alumnos y alumnas que a otros docentes sobre su trabajo, opiniones e investigaciones. Aunque en ambos casos es una minoría, se observa que es el único aspecto en el que la mujer es más activa que el hombre.

Esto muestra el hermetismo que hay respecto al trabajo del docente. De todos los profesores y profesoras que existen en España, una mínima parte tienen un blog donde publican su trabajo diario, la manera de afrontar las clases, los nuevos descubrimientos... Es evidente que requiere de un gran esfuerzo, pero a la vez ayudaría a muchos compañeros y compañeras, incluso a los propios creadores del blog para enriquecerse de otros métodos y conseguir prestigio en el mundo de la educación. Lamentablemente en España hay mucho recelo a la hora de compartir este tipo de trabajos.

Como dice Andrés Pérez Ortega *“el personal branding se basa en que la gestión de las percepciones que los demás tienen de una marca personal no puede existir aislada, necesita de los demás, por eso la retroalimentación debe ser constante”* (2008, pp 114). La relación con otros profesionales de la misma especialidad es tenida en cuenta pues ayuda a nutrirse y a ver otros puntos de vista de un mismo parámetro lo cual puede servir de ayuda a la hora entender y buscar distintas soluciones a problemas o situaciones planteadas. En este punto, la mayoría afirma tener este tipo de relación.

Por último, en cuanto a lo que aquí se denomina comunidad educativa, se preguntó a profesoras y profesores qué les motivaría a ser más activos en esta comunidad educativa.

Gráfica 12: Aspectos que motivarían para ser más activos en la Comunidad Educativa



Fuente: Elaboración propia

Durante todo el trabajo, se ha comentado la importancia de ser activo en este aspecto, escribir un artículo, a través de un blog, participando en conferencias... son sólo algunos ejemplos. La mayoría consideran que lo que más les motivaría sería un mayor reconocimiento, seguido de aquellos a los que les dan más importancia a la carga lectiva como impedimento para ser más participativos. Sólo los hombres han tenido en cuenta la retribución económica.

- Valoración

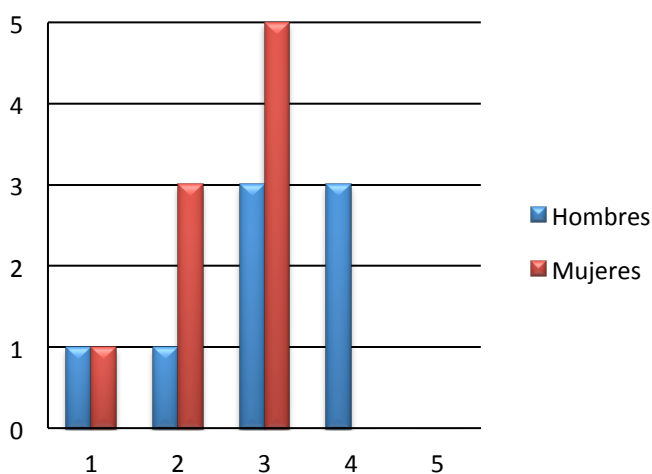
Como se ha visto en la anterior pregunta, el motivo más elegido ha sido el reconocimiento. Como en cualquier profesión para tener una mayor motivación, para investigar, participar activamente en cualquier aspecto de la vida laboral y por supuesto también personal, el docente necesita sentir que su trabajo es valorado, que su esfuerzo y horas empleadas han merecido la pena. Como podemos ver en la teoría de Maslow, una vez cubiertas las necesidades básicas de alimento y vestido, la valoración y reconocimiento

también son vitales. En un argot más popular, ir al trabajo con alegría siempre consigue mejores resultados, es un hecho contrastado.

Por eso se les ha preguntado a los profesores y profesoras sobre este aspecto. En esta ocasión se ha graduado la respuesta con una puntuación de 1 cuando no se sienten nada valorados y con 5 cuando se sienten totalmente valorados.

De nuevo se observan las diferencias entre hombres y mujeres. Si

Gráfico 13: Valoración del trabajo del profesorado



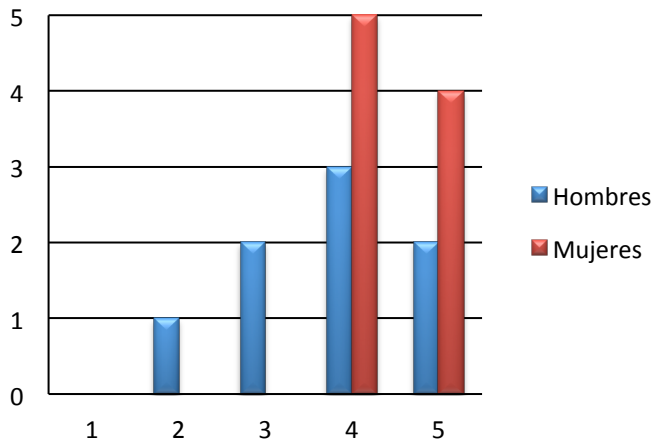
Fuente: Elaboración propia

valorada. Los tutores o tutoras y jefes o jefas de departamento son los que más valorados se sienten.

También se ha preguntado por la importancia de la opinión de los alumnos y alumnas en su labor como docentes, ya que éstos son los que están diariamente relacionados con ellos y tienen un contacto directo.

bien la mayoría de las mujeres se sitúan entre un 2 y un 3 en cuanto a nivel de valoración, el *grosso* de los hombres se siente valorado entre los niveles 3 y 4. Se debe destacar la ausencia total de valoración plena y una preocupante minoría que no se siente nada

Gráfico 14: Importancia de la opinión de los alumnos y alumnas



Fuente: Elaboración propia

En esta ocasión la balanza se inclina por una mayor puntuación. Las mujeres consideran más importante lo que opinan sus alumnos y alumnas que los hombres ya que se centra en los niveles 4 y 5. Sin embargo, los hombres aunque les dan importancia lo hacen a menores

niveles. Nadie considera que no es nada importante lo que los estudiantes opinen.

Esto muestra el interés por querer adaptarse a ellos, intentar que aprendan y que lo hagan de la mejor manera posible combinando entretenimiento y calidad.

7.2. Encuesta al alumnado

Como se ha dicho al principio del documento, también se ha tenido en cuenta la visión del alumnado sobre el trabajo de los profesores y profesoras y sus motivaciones para prestar atención. Para desarrollar la marca personal del docente se debe tener en cuenta la relación con los demás sujetos que conforman la comunidad educativa, sin embargo es el alumnado el que tiene mayor relación con el profesorado de una forma más directa y diaria, por lo que su punto de vista es importante

- Preparación

Se les ha preguntado si creen que los profesores y profesoras preparan sus clases con antelación. El 55% percibe esa preparación. Este dato muestra que son conscientes del trabajo que hay detrás de las clases, sin embargo el 38% declara que no lo sabe, lo cual es distinto a que les de igual. Este apunte puede tener dos connotaciones. Si no notan la preparación del docente puede ser debido a que ellos no tienen la suficiente atención sobre el tema o materia que se está estudiando; pero también puede ser que el docente no utilice las técnicas suficientes para que el alumno o alumna se sienta interesado, participe y además sea activo a través de diferentes actividades, metodologías o recursos en las que se haga evidente esta preparación de la que se habla.

Realmente que los alumnos y alumnas sepan o no si las clases están preparadas con antelación no es importante. Lo que importa es que el alumnado perciba el interés por parte del profesorado, la motivación y el dinamismo, y esto normalmente va acompañado de un trabajo previo. Los alumnos y alumnas a estas edades tienen la madurez suficiente para percibir cuando un profesor o profesora se esfuerza. Aquí entra en juego la percepción de la que se ha hablado a la hora de definir el personal branding y concretamente la marca personal del docente.

- Recursos

En relación al dinamismo del que se ha hablado, está la utilización de diferentes recursos.

A la hora de estudiar el alumnado prefiere fotocopias y tomar apuntes con un 37% y 32% respectivamente. Cuando se hace referencia a fotocopias no significa a un manual fotocopiado, lo que quiere decir es tomar la teoría de diferentes fuentes, tanto de manuales, de los propios apuntes del profesor o profesora o incluso de otros compañeros de la misma materia que han expuesto en páginas webs, blogs o similares. De este modo el docente coge lo que más le interesa de cada fuente y al alumnado se le hace menos pesado el estudio de la materia.

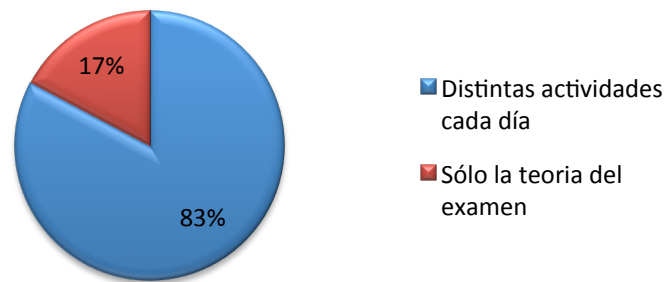
Sobre los recursos como videos, diapositivas, actividades, audios... etc., el 55% opina que son recursos actuales. Se observa que más de la mitad tienen un buen concepto sobre los recursos que hoy en día utilizan sus profesores y profesoras. Esto habla a favor de la preparación y conocimiento de los materiales que utiliza actualmente el profesorado.

Hoy en día las redes sociales forman parte importante de la vida de los alumnos y alumnas, por eso se ha pensado en el blog como recurso metodológico. Al igual que se les ha preguntado a los profesores y profesoras sobre la utilidad de un blog para su asignatura, también se ha hecho con los alumnos y alumnas. El 48% confiesa que le gustaría participar, mientras que el 42% declara que le da igual. Hay que destacar que la posibilidad de participar o tener un blog tan en auge hoy en día, donde las redes sociales son conocidas y utilizadas por todos, en estos alumnos y alumnas no tendría el éxito esperado.

Relacionado con todos estos recursos se debe recalcar que el 83% del alumnado considera que es mejor hacer distintas actividades, utilizar diferentes recursos para seguir las clases cada día, de manera que sean más dinámicas y participativas, frente al 17% que sólo quiere ver lo que entra en el examen. Evidentemente la prueba escrita les importa puesto que sigue

siendo el método más utilizado a la hora de evaluar, sin embargo, la manera en que se enseña y los demás recursos que se utilizan son muy tenidos en cuenta por los estudiantes.

Grafico 15: Preferencias del alumnado sobre la utilización de recursos



Fuente: Elaboración propia

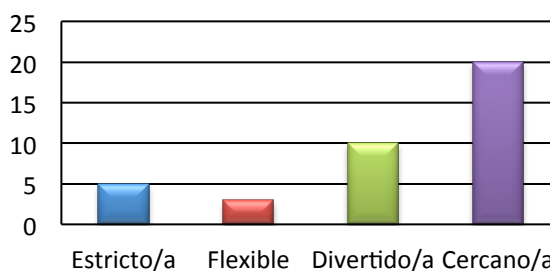
- Tipo de docente

En este punto se va a ver la percepción que tienen los alumnos y las alumnas sobre su profesor ideal. Para captar la mayor cantidad de rasgos a tener en cuenta, se ha dividido en dos aspectos, por un lado la actitud del docente y el trato que tienen hacia los alumnos como que sea estricto, cercano, flexible.. y por otro la manera en que imparte sus clases y por supuesto sus conocimientos, así se ha destacado el que explique bien, que sepa mucho, o que conecte la teoría con la realidad entre otros.

Desde el punto de vista del trato hacia ellos, la mayoría considera que la mejor cualidad es la cercanía, alguien con quien conectar y con el que las barreras profesor/a – alumno/a sean flexibles.

Llama la atención que prefieren a un docente estricto antes que a uno flexible.

Gráfico 16: Preferencia del alumnado sobre la actitud del docente.



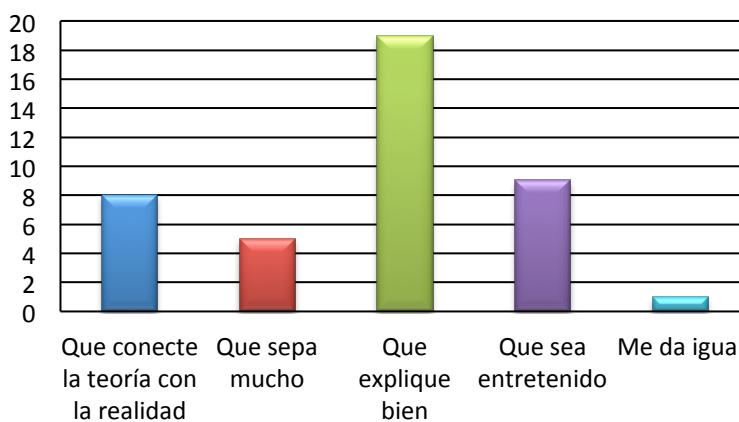
Fuente: Elaboración propia

Los conocimientos del docente y la manera en la que los transmiten también han sido tenidos en cuenta. Si se observa la tabla, la mayoría de los alumnos y alumnas prefieren que explique bien frente a que sepa mucho.

Esto hace pensar que la manera de transmitir esos conocimientos es primordial. Es evidente que tiene que conocer su materia, pero más importante aún es para ellos cómo la explica y cómo consigue que los demás la entiendan.

De nada sirve a un docente ser un erudito en una disciplina si no consigue llegar a los alumnos y alumnas y que éstos la entiendan.

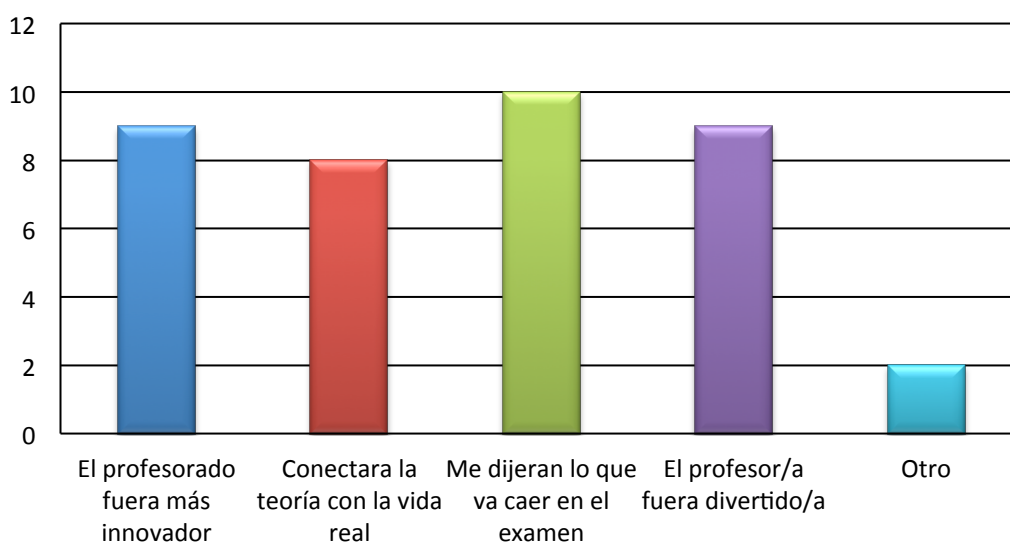
Gráfico 17: Preferencia del alumnado sobre los conocimientos del docente



Fuente: Elaboración propia

En relación a todos estos recursos, es importante saber qué es lo que provoca que los alumnos y alumnas presten más atención al profesorado en las clases. Estos factores que hacen que procuren más atención son muy variados, depende del alumno o alumna en cuestión puesto que como se aprecia en el gráfico, hay pocas variaciones entre unos elementos y otros. Por ello se deben tener en cuenta todos: la innovación, la conexión con la realidad, el examen y el entretenimiento mientras se aprende, son factores que todo el profesorado debe tener en cuenta para captar la atención del mayor número de alumnos y alumnas posibles.

Gráfico 18: Motivos por los que el alumnado prestaría más atención en clase



Fuente: Elaboración propia

Finalmente se ha preguntado a los alumnos y alumnas de manera abierta, para que no hubiera ningún tipo de condicionamiento sobre cuál sería su profesor o profesora ideal.

Han sido numerosas las respuestas al respecto, pero la mayoría han tenido dos factores en cuenta de manera principal, el que el docente explique bien y cuantas veces sea necesario para que todos lo entiendan, y que sea cercano y tenga el grado de empatía suficiente para entender sus situaciones y ayudarlos.

Una manera de saber lo que realmente les gusta a los alumnos y alumnas es preguntarles por las mejores clases que han tenido, los mejores

recuerdos a la hora de aprender. Es evidente que no siempre el profesor o profesora va a conseguir que cada clase sea memorable, esto también depende de factores que están fuera de su alcance, lo importante no es que cada día sea una fiesta, lo que se pretende es que el mayor tiempo posible el alumno o alumna, dentro del esfuerzo que se debe inculcar, se encuentre cómodo, interesado y con ganas de seguir yendo a clase.

Es destacable que a pesar de ser preguntas abiertas, donde cada cual responde según piensa, tengan tantos aspectos en común. Para ellos las mejores clases son aquellas en las que se han utilizado recursos que normalmente no utilizan, como películas, videos, música, juegos... y también en las que el profesor o profesora les ha mostrado una actitud amigable y confiable hablándoles de la vida real y de las posibilidades que tienen de cara a un futuro, en definitiva, aquellas clases que han sido motivadoras. Estos serán rasgos que el profesorado debería tener.

8. CONCLUSIONES

A la hora de crear la marca personal del docente, se han tenido en cuenta todas las variables analizadas para la consecución de los objetivos.

Se ha visto lo importante que es para los profesores y profesoras lo que opinan los alumnos y alumnas. Por ello, tanto la preparación de estas clases como la percepción que el alumnado tiene de ellas es primordial, para que haya un buen ambiente y un clima agradable en el proceso de enseñanza - aprendizaje.

Aunque dicen conocer y utilizar las TIC, se han visto ciertas carencias en cuanto a actualización de aplicaciones y tecnologías a los que recurrir, siendo los hombres mucho más activos en este aspecto. Es esencial que el profesorado tenga esta faceta asimilada ya que la educación tiene vistas al presente y al futuro, y en éstos el alumnado debe estar preparado.

El estudio de las nuevas metodologías y su utilización es la gran asignatura pendiente de los profesores y profesoras pues muy pocos saben de la existencia de alguna como la gamificación o, a pesar de conocerlas, la utilizan poco, como es el caso del portafolio. Ya sea por falta de tiempo, interés o de investigación, este es uno de los peores resultados que se han obtenido en este estudio. Es un aspecto al que se debe poner solución ya que la gran mayoría del alumnado demanda realizar distintas actividades y utilizar distintos recursos para que las clases sean más dinámicas, y esto se consigue a través de la investigación y la utilización de diferentes metodologías. Por eso es tan importante la formación continuada del docente durante toda su vida profesional, ya no sólo científica sobre la materia que se es experto sino sobre metodologías y didáctica de la educación. Se debe recordar que uno de los objetivos de la marca personal del docente es que el alumnado esté en el mundo de la educación hasta completar su formación y evitar que abandone prematuramente.

Indudablemente el alumnado prefiere a un profesor cercano y que explique bien, tanto la información cuantitativa como cualitativa, no ha dejado lugar a dudas al respecto. Sin embargo, los docentes piensan en su mayoría que lo que más valoran es que conecten la teoría con la realidad.

Como se ha visto, todos los factores son importantes a la hora de conseguir que los alumnos y alumnas presten atención, la innovación, la conexión con la realidad en la que incide el profesorado, el examen o el dinamismo son igual de importantes para ellos a la hora de prestar más atención, pero lo fundamental para los alumnos y alumnas, lo que más valoran en un docente, es la cercanía, empatía y respeto que muestra el profesor o profesora hacia ellos junto con su manera de comunicar y motivar. En este punto se quiere destacar lo esencial que es para el profesorado en Secundaria tener cierta formación en psicopedagogía, para saber cumplir las demandas del alumnado y saber contextualizar la problemática de aprendizaje de algunos adolescentes. La preparación sobre ello en el Máster de formación del profesorado es escasa por lo que en este trabajo se propone un estudio más amplio al respecto y formación continua sobre ello.

En cuanto a la relación con la comunidad educativa, es decir con el resto de personas relacionadas con el mundo de la educación, como compañeros, Administración, directiva de los centros, incluso padres y madres entre otros, la investigación de esta relación a través de la participación en conferencias, publicación de artículos o blogs y relación con otros docentes ha dado lugar a unos resultados aceptables aunque no extraordinarios. Cabría destacar que una mayor actividad en la publicación de artículos o en la participación de conferencias de manera activa como ponentes sumaría enteros al respecto. Al igual que una mayor interacción con otros profesionales de la educación y compañeros. El profesorado se debe desprender del concepto de docente individualizado y apostar por el docente participativo en la comunidad, por la coordinación con colegas de la profesión y por el desarrollo de programaciones compartidas en el centro. Para conseguir que la marca personal tenga éxito, el docente debe ser activo y tener una actitud destacada en estos términos.

Pero para que los docentes consigan la mejor marca personal posible, se necesitan dos cosas: tiempo y reconocimiento, los cuales los docentes no tienen en demasía.

Si el profesorado dispusiera de más tiempo la marca personal estaría más desarrollada. No se trata sólo de que tengan menos horas lectivas, sino también de que el ratio de alumnado por clase sea menor. Con esto se consigue más tiempo libre ya que serían menos horas de corrección que se podrían dedicar al estudio del entorno y a una atención más individualizada.

Si cualquier profesional aumenta su productividad con el reconocimiento, se incentiva a trabajar más y a no importarle las horas que se empleen en su labor, esto también les ocurre a los docentes y más aún cuando en esta profesión el factor humano es protagonista. En educación cada día se habla del refuerzo positivo hacia el alumnado, por qué no también hacia el profesorado.

La percepción que tiene el profesorado es inferior a la real por eso es esencial cambiar esta situación. El reconocimiento a través de premios docentes, de formación continua, de aumento de responsabilidad, de mayor autonomía incluso con subvenciones para la investigación o para el centro donde trabajan son sólo algunos de los incentivos que pueden ayudar al docente a sentir un reconocimiento real, ya que es el motor para motivar a los docentes a ser activos en todas estas actividades y crear su propia marca personal.

En estos dos aspectos, tiempo y reconocimiento, la Administración tiene un papel fundamental. En sus manos está proveer al docente de estas carencias para que junto con la responsabilidad de cada profesor y profesora en su trabajo profesional, no haya motivos ni excusas para no alcanzar la propia marca personal del docente.

Como se ha visto, con el desarrollo de esta marca personal del docente se podrán conseguir mejores resultados en la educación de los cuales todos salimos beneficiados.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- American Marketing Association (AMA), 2013, *Definición de Marketing* (En línea). (Consulta: 19/06/2015). Disponible en <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>
- Carabañas, M. y Gómez, C., 1996, *Escalas de Prestigio Profesional. Cuadernos Metodológicos*. CIS (Consulta: 19/06/2015). Disponible en http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_077_078_20.pdf
- Casellas, V., 2014, *Marca personal para profesores y marketing educativo*. (En línea). (Consulta: 19/06/2015). Disponible en <http://www.artecasellas.es/marca-personal-para-profesores-y-marketing-educativo-por-vicky-casellas/>
- Centty Villafuerte, D.B., 2010, *Manual metodológico para el investigador científico*. (En línea). (Consulta: 19/06/2015). Disponible en <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/816/indice.htm>
- Educatube. (En línea). (Consulta: 19/06/2015). Disponible en <http://www.educatube.es/>
- Fundación Europea Sociedad y Educación, 2013, *El Prestigio de la Profesión Docente en España*. (En Línea) Coordinadora: De Estaban, M., (Consulta: 19/06/2015). Disponible en <http://www.sociedadeducacion.org/site/wp-content/uploads/Informe.pdf>
- Gobierno de España, 2013, *Resultados de España en Pisa en 2012*. Nota de prensa (En línea). (Consulta: 19/06/2015). Disponible en <http://www.mecd.gob.es/prensa-mecd/dms/mecd/prensa-mecd/actualidad/2013/12/20131203-pisa/pisa-2012.pdf>
- Llorente, C., 2015, *Mejorando la educación a través del marketing educativo*. INED21 (En línea). (Consulta: 19/06/2015). Disponible en <http://ined21.com/mejorando-la-educacion-a-traves-del-marketing-educativo/>
- Pérez Ortega, A., 2012, *Marca Personal: Cómo convertirse en la opción preferente*. Ed: Esic.
- Peters, T., 1997, *The Brand Called You*. (En línea). Revista online Fast Company. (Consulta: 19/06/2015). Disponible en <http://www.fastcompany.com/28905/brand-called-you>
- Real Academia Española (RAE). (En línea). (Consulta: 19/06/2015). Disponible en <http://www.rae.es/>

- Soriano Claudio L., 1989, *El Plan de Marketing Personal*. Ed: Díaz de Santos.
- Steiner, G., 2004. *Lecciones de los maestros*. Ed: Siruela.
- Tribó Travesía, G., (2008), *El nuevo perfil profesional de los profesores de secundaria*. (En Línea). Revista XX1, núm 11, pp 183-209 (Consulta: 19/06/2015). Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70601109>

La libido suendi, el deseo de conocimiento, el ansia de comprender, esta grabada en los mejores hombres y mujeres. También lo está la vocación de enseñar. No hay oficio más privilegiado. Despertar en otros seres humanos poderes, sueños que están más allá de los nuestros; inducir en otros el amor por lo que nosotros amamos; hacer de nuestro presente interior el futuro de ellos, ésta es la triple aventura que no se parece a ninguna otra.

Steiner G.

10. ANEXOS

Anexo I. Encuesta a Profesores/as

Curso y asignatura que imparto:	Sexo: O Mujer O Hombre
---------------------------------	------------------------

1. Años como docente

- a. Menos de 5 años
- b. Entre 6 y 10 años
- c. Más de 10 años

2. Puesto a parte del de docente

Indicar qué actividad ejerce aparte de dar clase, ej. jefe de departamento, subdirector...

- a. Sólo docente
- b. Docente y...

3. ¿Cómo afecta la labor administrativa a tu trabajo con los alumnos/as?

Puedes añadir otra opción en otros con la que te sientas identificado/a

- a. Me quita tiempo para preparar mis clases
- b. Es importante
- c. Es importante pero debería llevar menos tiempo
- d. Otros:

4. Preparas las clases...

- a. El primer año como docente y no necesito cambiar
- b. A principio de curso y no cambio
- c. Conforme voy avanzando en temario
- d. Improvisado

5. Eliges la metodología en la clase en función de...

- a. La teoría o práctica que toca enseñar
- b. El alumnado
- c. Si descubro una nueva técnica, la pongo a prueba cuanto antes
- d. Siempre utilizo la misma
- e. Otros:

6. ¿Intentas mantenerte al día en cuanto a nuevos métodos o técnicas educativas? Si es así ¿cómo?

Puedes elegir una o varias

- a. Revistas u otras publicaciones
- b. Internet
- c. Libros
- d. Otros:

7. ¿Utilizas las TIC en clase?

- a. Sí, como complemento
- b. Me gustaría, pero no estoy al día
- c. No, en mi asignatura no son necesarias

8. ¿Intentas incorporar recursos de actualidad a tus clases?

Ejemplo: Películas, series, noticias...

- a. No porque no son necesarios
- b. Me gustaría, pero mi asignatura no se presta a ello
- c. Sí, siempre que puedo lo hago

9. ¿Has escrito algún artículo, mención o similar en un medio público o revista especializada?
- Si. En...
 - No
10. ¿Has acudido a alguna conferencia o charla sobre educación o tu especialidad?
- Sí. O Oyente O Ponente
 - No
11. ¿Crees útil tener un blog para tu asignatura?
- No, nunca me lo he planteado
 - No me parece útil
 - Sí, pero no lo hago
 - Sí, tengo uno
12. ¿Publicarías un blog destinado a otros docentes con tu trabajo y metodologías?
- No, es mi trabajo y nadie tiene por qué examinarlo
 - Sí, pero no tengo tiempo
 - No me parece útil
 - Sí, tengo uno
13. ¿Conoces alguna herramienta online/aplicación sobre educación?
- Sí, ¿Cuál?
 - No
14. ¿Tienes contacto con otros profesores/as de la misma especialidad?
- Sí
 - No
15. ¿Conoces la página educatube?
- No, no he oído hablar de ella
 - Sí, pero no la utilizo
 - Sí, alguna vez la he utilizado
16. Los profesores deben adaptarse al alumnado
- Sí
 - No
 - Otro:
17. El alumnado debe adaptarse al profesorado
- Sí
 - No
 - Otro:
18. ¿Qué te motivaría a ser más activo/a en la comunidad docente?
- Mayor retribución económica
 - Mayor reconocimiento
 - Menos horas lectivas
 - Nada
 - Otro:
19. El alumnado prefiere a un docente
- Que conecte la teoría con la realidad
 - Que sepa mucho
 - Que explique bien
 - Que sea entretenido
 - Les da igual
20. Señala las metodologías que conozcas
- Gamificación
 - Aprendizaje basado en problemas
 - Método del caso
 - Trabajo en grupo
 - Portafolio
 - Otros:

21. ¿Has utilizado alguna vez alguna de estas técnicas?

Gamificación Nada 1 2 3 4 5 Mucho

Aprendizaje basado en problemas Nada 1 2 3 4 5 Mucho

Método del caso Nada 1 2 3 4 5 Mucho

Trabajo en grupo Nada 1 2 3 4 5 Mucho

Portafolio Nada 1 2 3 4 5 Mucho

Otros: Nada 1 2 3 4 5 Mucho

22. ¿Sientes valorado tu trabajo?

Nada 1 2 3 4 5 Mucho

23. ¿Consideras importante lo que opinan los alumnos/as de tu labor como docente?

Nada 1 2 3 4 5 Mucho

24. ¿Qué crees que más valora el alumnado en un docente?

25. Si pudieran, ¿por qué deberían los alumnos/as elegirte a tí?

Anexo II. Encuesta a Alumnos/as

Curso:	Edad:
Sexo: <input type="radio"/> Mujer <input type="radio"/> Hombre	

1. ¿Por qué estudias Bachillerato?
 - a. Para ir a la Universidad
 - b. Para hacer un ciclo de grado superior
 - c. Porque mis padres me obligan
 - d. Otro:
2. ¿Qué tipo de profesor/a te gustaría?
 - a. Estricto/a
 - b. Flexible
 - c. Divertido/a
 - d. Cercano/a
 - e. Otro:
3. ¿Qué tipo de profesor/a prefieres?
 - a. Que conecte la teoría con la realidad
 - b. Que sepa mucho
 - c. Que explique bien
 - d. Que sea entretenido
 - e. Me da igual
4. ¿Qué material prefieres para estudiar?
 - a. Es mejor utilizar sólo un libro
 - b. Tomar apuntes
 - c. Fotocopias
 - d. Otro:
5. ¿Crees que los profesores/as se preparan las clases?
 - a. Se nota que preparan las clases
 - b. Se nota que improvisan
 - c. No lo se
 - d. Me da igual
6. ¿Te gustaría que tu profesor/a utilizara distintas actividades cada día?
 - a. Sí, así es más divertido y entiendo mejor
 - b. No, mejor ver directamente la teoría del examen
7. Si tu profesor/a tuviera un blog sobre la asignatura
 - a. Me gustaría participar
 - b. No me ayuda a aprobar
 - c. Me da igual
8. Prestaría más atención si...
 - a. El profesor/a fuera más innovador/a
 - b. Me explicaran para qué me va a servir la teoría en la vida real
 - c. El profesor/a me dijera lo que va a caer en el examen
 - d. El profesor/a fuera divertido/a
 - e. Otro:
9. ¿Qué opinas de los recursos que utilizan los profesores?

Ejemplo: vídeos, diapositivas, actividades...

 - a. Son del año de la pera
 - b. Son actuales
 - c. Me da igual
10. ¿Cómo sería tu profesor/a ideal?
11. ¿Cuál es la mejor clase que recuerdas? ¿Por qué?