

## COMT0311 CONTROL Y FORMACIÓN EN CONSUMO (ONLINE)



**500,00 € - 686,00 €**

En el ámbito del mundo del comercio y marketing es necesario conocer los diferentes campos del control y formación en consumo. Este curso se ajusta al itinerario formativo del Certificado de COMT0311 Control y Formación en Consumo certificando el haber superado las distintas Unidades de Competencia en él incluidas, y va dirigido a la acreditación de las Competencias profesionales adquiridas a través de la experiencia laboral y de la formación no formal que permitirá al alumnado adquirir las competencias profesionales necesarias para obtener, organizar y gestionar la información/documentación en materia de consumo, realizar actuaciones de control en consumo de acuerdo a la normativa vigente o códigos de conducta aprobados por la empresa, así como organizar y realizar acciones de información y/o formación a consumidores, empresas y organizaciones en materia de consumo.

**Categorías:** [Comercio y Marketing](#) |

## INFORMACIÓN

<b>Duración</b>	540 h
<b>Modalidad</b>	Online
<b>Docencia</b>	TUTOR PERSONAL
<b>Prácticas</b>	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS
<b>Método de pago</b>	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
<b>Centro de empleo</b>	AGENCIA DE COLOCACIÓN
<b>Formación acreditada</b>	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE
<b>Precio</b>	Particular, Empresa

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

### MÓDULO 1. MF0246\_3 ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO

#### UNIDAD FORMATIVA 1. UF1755 SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y BASES DE DATOS EN CONSUMO

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INFORMACIÓN Y FUENTES EN CONSUMO.

1. Tipos de fuentes e información en consumo.
2. Fuentes de información institucional en consumo:
3. - Europea.
4. - Nacional: el CIDOC (Centro de Información y Documentación en Consumo)
5. - Autonómica
6. - Local
7. Fuentes de información primaria en consumo:
8. - Monografías.
9. - Informes técnicos.
10. - Revistas (publicaciones periódicas o seriadas).

11. - Catálogos de productos.
12. - Normas.
13. - Materiales no convencionales y otros
14. - Encuestas a consumidores
15. Fuentes de información secundaria en consumo:
  16. - Índices bibliográficos.
  17. - Índices KWIC/KWOC.
  18. - Índices de contenidos.
  19. - Bases de datos (Bibliográficas-factuales-documentales).
  20. - Directorios.
  21. Soportes de la información:
    22. - Impresos o escritos.
    23. - Edición electrónica.
    24. - Multimedia: información audiovisual.
  25. Normativa reguladora del tratamiento de la información:
    26. - Propiedad intelectual.
    27. - Derechos de autor.
    28. - Protección de datos.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN EN CONSUMO.**

1. Tipos y herramientas de búsqueda de información: sitios Web, institucionales, páginas personales, foros y grupos de noticias.
2. Criterios de calidad, vigencia y fiabilidad de la información y sus fuentes.
  3. - Autoría.
  4. - Filiación.
  5. - Actualidad.
  6. - Propósito.
  7. - Audiencia.
  8. - Legibilidad.
9. Análisis comparativo de las fuentes/documentos de información en consumo:
  10. - Variables de comparativa: precio, soporte, calidad, accesibilidad.
  11. - Estimación coste-rendimiento.
12. Buscadores de información online:
  13. - Bases de datos.
  14. - Directorios y bibliotecas virtuales.
  15. - Motores de búsqueda.
  16. - Metabuscadors.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE CATALOGACIÓN Y ARCHIVO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN APLICADAS A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN CONSUMO.**

1. Determinación de contenidos y tipo de documentos a archivar: casuística de la información en consumo.
2. Sistemas de registro de la información y documentación en consumo.
3. - Conceptos y características.
4. - Tipología. Reclamaciones u otra documentación.
5. - Flujo documental.
6. - Fases: captación, registro, actualización, modificación y consulta.
7. - Funciones y servicios que desarrollan.
8. - Los archivos físicos e informáticos de la información.
9. Ventajas e inconvenientes del soporte informático, frente a los soportes convencionales.
10. Grabación de archivos en distintos formatos:
11. - Textos.
12. - Enriquecidos.
13. - Web.
14. - Imágenes.
15. - Sonidos.
16. - Videos
17. Codificación de documentos:
18. - Clasificación de documentos y
19. - Niveles de acceso.
20. Conservación de documentación obsoleta o histórica:
21. - Vigencia de la documentación.
22. - Destrucción de documentación obsoleta o histórica.
23. - Archivo definitivo u otros.
24. - Realización de copias de seguridad.
25. Instrumentos de organización de información y documentación en consumo:
26. - Manual de Archivo y clasificación de documentos.
27. - Catalogación y indización de documentos e información.
28. Aspectos legales de la archivística y actualización normativa:
29. - Normas en materia de seguridad, integridad y confidencialidad de la información.
30. - Protección de datos.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. BASES DE DATOS Y CENTROS DOCUMENTALES EN CONSUMO.**

1. Centros documentales y/o bancos y bases de datos en consumo: el CIDOC.

2. Planificación y diseño de un sistema gestor de base de datos según productos y sectores.
3. - Información a incorporar.
4. - Estructura de la base de datos: relacionales y documentales.
5. - Estructura y nomenclatura de las tablas en función del contenido.
6. - Control de redundancia de la información.
7. - Determinación de administrador/res responsable/s del sistema.
8. - Claves y niveles acceso a usuarios.
9. - Restricción de datos: niveles de consulta, actualizaciones, generación de informes.
10. - Sistemas y controles de seguridad: pérdida, modificación o destrucción fortuita de datos.
11. Operaciones básicas de bases de datos en hojas de cálculo.
12. - Apertura, cierre, compactación y reparación de una base de datos.
13. - Cifrado y descifrado de una base.
14. - Conversión de una base de datos.
15. - Ordenación.
16. - Filtrado.
17. - Validaciones.
18. - Formularios.
19. - Informes.
20. - Subtotales.
21. - Consolidaciones e informes de tablas y gráficos dinámicos.
22. - Vinculación de hojas de cálculo u otro tipo de tablas con bases de datos.
23. Comandos de las bases de datos.
24. - Conceptos generales.
25. - Comandos de manipulación y formato.
26. - Análisis de datos: auditoría, referencia circular, formato condicional, escenarios, tablas, buscar objetivos, tablas dinámicas u otros.
27. - Comandos de utilidad: buscar, reemplazar, proteger, hipervínculo, validación u otros.
28. Métodos de acceso, protección y control de la información por el usuario a través de las bases de datos.
29. Aplicación de distintos comandos de las bases de datos.
30. - Búsquedas y consultas de información en materia de consumo.
31. - Análisis de los resultados de las consultas a bases de datos.
32. - Elaboración de informes de la base de datos en consumo.
33. Análisis de información y reclamaciones por sectores específicos.
34. - Información estadística por tipo de sector y motivo de la reclamación.

## **UNIDAD FORMATIVA 2. UF1756 DOCUMENTACIÓN E INFORMES EN CONSUMO**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ELABORACIÓN DE BOLETINES Y SÍNTESIS DE INFORMACIÓN EN CONSUMO.**

1. Terminología de la documentación e información de consumo:
2. - Tesoros y palabras claves en consumo y su normativa.
3. - Lenguajes: normativos y documentales.
4. Boletines de Información e Informes:
5. - Concepto.
6. - Finalidad.
7. - Estructura.
8. - Composición.
9. Cumplimiento de procedimientos de elaboración y presentación:
10. - Forma.
11. - Plazos.
12. Técnicas y normas gramaticales:
13. - Corrección ortográfica y semántica.
14. - Construcción de oraciones.
15. - Normas de aplicación de siglas y abreviaturas.
16. - Herramientas para la corrección de textos: Diccionarios, gramáticas, diccionarios de sinónimos y antónimos y correcciones informáticas.
17. Técnicas de elaboración de documentos de síntesis y comunicación escrita:
18. - Pautas de realización: concisión, precisión, claridad, coherencia, riqueza de vocabulario, cohesión y énfasis.
19. - Estilos de redacción: técnicas de sintetización de contenidos.
20. Redacción de documentos profesionales:
21. - Lenguaje escrito.
22. - Contenido y su organización: fichas de contenido.
23. - Resumen o síntesis.
24. Presentación de la documentación:
25. - Fuentes de origen.
26. - Cronología.
27. - Canales de comunicación y divulgación.
28. - Internet/Intranet.
29. Normativa y usos habituales en la elaboración y presentación de la documentación de consumo:
30. - Protección de datos.
31. - Seguridad y confidencialidad.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DE CONSUMO CON PROCESADORES DE TEXTO.**

1. Aspecto de los caracteres y letras:
  2. - Tipo.
  3. - Tamaño.
  4. - Efectos.
5. Aspecto de un párrafo:
  6. - Alineación e interlineado.
  7. - Espacio anterior y posterior.
  8. - Sangrías y tabuladores en el texto.
  9. - Trabajo con la regla.
10. - Listas numeradas.
11. - Cambio de estilo, viñetas y otros.
12. Formato del documento:
  13. - Auto-formato.
  14. - Autocorrección.
  15. - Aplicación de manuales de estilo.
16. Edición de textos:
  17. - Configuración de encabezados y pies de página.
  18. - Inserción en ediciones de texto de: tablas, gráficos, organigramas, objetos e imágenes y otros.
19. Documentos profesionales:
  20. - Creación y uso de plantillas.
  21. - Tareas automatizadas.
22. Creación de un informe personalizado:
  23. - Asistente para informes.
  24. - Creación de un informe (en columnas, tabular o justificado).
  25. - Creación de un auto informe.
26. Creación de formularios:
  27. - Asistente para formularios.
  28. - Creación de un formulario: en columnas, tabulación, hojas de datos o justificado, formularios que incluye un subformulario.
  29. - Auto-formulario.
  30. - Apertura, cierre, cambio, almacenamiento, eliminación e impresión de un formulario.
  31. - Uso de filtros en formularios.
32. Impresión de textos.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN EN CONSUMO CON TABLAS.**

1. Presentación de información con tablas:
2. - Creación de una tabla.
3. - Propiedades: añadir bordes y sombreado, combinación de celdas.
4. - Importación, vinculación y exportación de tablas.
5. Edición de una tabla:
6. - Movimiento.
7. - Agregaciones y eliminaciones.
8. - Búsquedas y reemplazos de datos.
9. - Copias, cortes y pegados de datos.
10. Relaciones entre las tablas:
11. - Índices.
12. - Conversiones de texto y tablas.
13. Personalización de la vista Hoja de datos:
14. - Visualización y ocultación.
15. - Cambio altura de filas y columnas.
16. - Desplazamiento e inmovilización.
17. Impresión de una hoja de datos.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN EN CONSUMO CON GRÁFICOS.**

1. Elaboración de representaciones gráficas:
2. - Criterios de selección: legibilidad, representatividad, vistosidad.
3. Elementos presentes en los gráficos:
4. - Rangos o series del gráfico, título, leyenda, ejes, líneas de división, escalas, rótulos, fuentes, representación-.
5. Configuración y modificación de los elementos.
6. Tipos de gráficos:
7. - de líneas, de áreas, de barras, de columnas o histogramas, polígonos, ojivas, de anillos, de radar, de superficie, de dispersión, burbujas, representación de grafos, sectores o ciclograma, de movimiento, pictogramas u otros a partir de datos convenientemente tabulados.
8. Creación de un gráfico:
9. - Selección del tipo de gráfico.
10. - Selección de los rangos de datos.
11. - Agregar una nueva serie de datos al gráfico.
12. - Opciones del gráfico.
13. - Ubicación del gráfico.

14. Modificación del gráfico:
15. - Tipo de gráfico.
16. - Datos de origen.
17. - Opciones de gráfico.
18. - Ubicación.
19. - Agregar datos y línea de tendencia.
20. - Vista en 3D.
21. Borrado de un gráfico.
22. Integración de gráficos en documentos.
23. MÓDULO 2. MF0998\_3 ACTUACIONES DE CONTROL EN CONSUMO

## **UNIDAD FORMATIVA 1. UF1932 CONTROL DE CONSUMO EN ACTIVIDADES, PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO INSTITUCIONAL EN MATERIA DE CONTROL EN CONSUMO.**

1. Regulación de la actividad del comercio interior.
2. Instituciones publicas y privadas responsables del control de mercado.
3. - Organismos públicos en el marco de las instituciones de la Unión Europea.
4. - Organismos públicos de la Administración del Estado.
5. - Organismos públicos de la Administración Autonómica.
6. - Organismos públicos de la Administración Local.
7. - Organizaciones del ámbito privado.
8. Distribución de competencias en materia de protección al consumidor e inspección de productos y servicios en la Administración publica.
9. - Competencias de la Administración del Estado.
10. - Competencias de las Administraciones Autonómicas.
11. - Competencias de la Administración Local.
12. Competencias de la administración local y autonómica en el ámbito del control de mercado.
13. - Competencias relativas a la función inspectora y la potestad sancionadora en el ámbito de la regulación autonómica.
14. - Competencias relativas a la función inspectora y la potestad sancionadora en el ámbito de la regulación local.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. NORMAS EN MATERIA DE CONTROL DE CONSUMO Y COMERCIO INTERIOR.**

1. El control de mercado por parte de la administración.

2. - Concepto y finalidad del control de mercado: enfoque centrado en la protección de los derechos de los consumidores y usuarios.
3. - Campanas de inspección. Ámbito y desarrollo. Tipos de campanas.
4. - Control sistemático de mercado.
5. Identificación y competencias de distintas normativas en materia de consumo.
6. - Normativa de ámbito estatal y comunitario.
7. - Normativa de ámbito autonómico.
8. - Normativa de ámbito local.
9. - Normativa en materias concurrentes.
10. Normas técnicas de calidad de productos y etiquetado.-
11. - Normas horizontales.
12. - Normas relativas al sector alimentario.
13. - Normas relativas al sector industrial.
14. - Normas relativas al sector servicios.
15. Derechos y responsabilidad de la empresa.
16. - Obligaciones de los inspeccionados.
17. - Derechos de los inspeccionados.
18. Aplicación de la normativa a casos concretos de productos de gran consumo y uso generalizado.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO DE CONTROL DE MERCADO.**

1. Motivación de la actuación inspectora.
2. - Actuaciones de oficio.
3. - Actuaciones motivadas por denuncia previa.
4. - Otras motivaciones de la actuación inspectora.
5. Procedimientos administrativos de la actuación inspectora.
6. - Procedimientos de vigilancia y control de mercado.
7. - Procedimientos de investigación y obtención de información sobre sectores del mercado sometidos a estudio.
8. - Procedimientos de asesoramiento e información a los agentes del mercado.
9. El procedimiento administrativo de la inspección de consumo.
10. - Diseño y planificación de la actividad inspectora.
11. - Gestión y ejecución de las actuaciones inspectoras.
12. - Evaluación de la actividad inspectora.
13. La toma de muestras en una inspección: Requisitos formales.
14. - Toma de muestras reglamentaria.
15. - Toma de muestras indicativa.
16. Técnicas de toma de muestras.

17. - Toma de muestras de productos envasados.
18. - Toma de muestras de productos a granel.
19. - Toma de muestras de otros bienes.
20. Tipos de análisis.
21. - Análisis inicial.
22. - Análisis contradictorio.
23. - Análisis dirimente.
24. Función y estructura del Acta de inspección.
25. - Finalidad del acta de inspección. Requisitos legales.
26. - Datos de identificación.
27. - Descripción de los hechos.
28. - Documentación anexa.
29. - Tipos de actas de inspección.
30. Medidas cautelares y actuaciones administrativas de protección.
31. - Paralización preventiva de los servicios.
32. - Inmovilización cautelar de los productos afectados.
33. - Medidas de protección de los legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores y usuarios.

## **UNIDAD FORMATIVA 2. UF1933 COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS SEGUROS**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA SEGURIDAD EN LOS PRODUCTOS DE CONSUMO.**

1. Concepto y finalidad de la seguridad de los productos.
2. - Concepto de producto seguro.
3. - Sistemas de intercambio rápido de información.
4. - Objetivos de la red de alerta de productos peligrosos.
5. Normativas en materia de seguridad de productos de gran consumo.
6. - Normativa de ámbito comunitario.
7. - Normativa de ámbito estatal.
8. - Normativa de ámbito autonómico.
9. La Red de Alerta.
10. - Función del Sistema de intercambio rápido de información.
11. - Competencias de la administración nacional y autonómica en la Red de Alerta Europea.
12. Responsabilidades de las empresas y distribuidores.
13. - Responsabilidades frente a los productos puestos en el mercado.
14. - Obligaciones con las Administraciones Públicas.
15. - Obligaciones con los consumidores y usuarios.

16. - Otro tipo de responsabilidades.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS RESPONSABLES EN MATERIA DE SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS.**

1. - ORGANISMOS Y AUTORIDADES EN EL ÁMBITO COMUNITARIO.
2. - ORGANISMOS Y AUTORIDADES EN EL ÁMBITO ESTATAL.
3. - ORGANISMOS Y AUTORIDADES EN EL ÁMBITO AUTONÓMICO Y LOCAL.
4. - ORGANIZACIONES DEL ÁMBITO PRIVADO.
5. Competencia y actuaciones administrativas en materia de seguridad de productos.
6. Distribución de competencias en materia de seguridad de los productos en la Administración pública.
7. - Competencias de la Unión Europea.
8. - Competencias de la Administración del Estado.
9. - Competencias de las Administraciones Autonómicas.
10. - Competencias de la Administración Local.
11. El procedimiento de actuación en materia de seguridad de los productos.
12. - Evaluación del riesgo.
13. - Consideración y aplicación de medidas reactivas.
14. - Notificación de la alerta.
15. - Comunicación de la alerta, si procede.
16. - Tramitación administrativa de la alerta.
17. Medidas cautelares en materia de seguridad.
18. - Tipos y aplicación de medidas en materia de seguridad.
19. - Categoría de medidas preventivas y restrictivas notificables.
20. - Medidas obligatorias y voluntarias.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE ALERTAS EN LA SEGURIDAD DE PRODUCTOS.**

1. Infraestructura de la Red de Alerta.
2. Registro de actuaciones y estandarización documental.
3. - Interoperabilidad y movilidad.
4. Comunicación de alertas en el ámbito de la seguridad de los productos.
5. - Soportes para el intercambio rápido de información.
6. - Notificaciones y comunicación de actuaciones.
7. - Interoperabilidad y movilidad.
8. Tecnologías de la información en el ámbito de la seguridad de los productos.
9. - Aplicaciones utilizadas en el ámbito de la evaluación de riesgos.

10. - Aplicaciones informáticas para la gestión de alertas.

### **UNIDAD FORMATIVA 3. UF1934 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN CONSUMO**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. SISTEMAS DE AUTORREGULACIÓN Y CÓDIGOS DE CONDUCTA EMPRESARIAL.**

1. La actividad empresarial y la regulación voluntaria:
2. - Objetivo y finalidad de los sistemas de autorregulación de las empresas y el mercado.
3. - Corresponsabilidad empresarial y competitividad
4. - Ámbitos habituales en la autorregulación empresarial y sectorial.
5. Organizaciones reconocidas a nivel nacional, autonómico e internacional en el ámbito de la autorregulación:
6. - AENOR.
7. - Agencia de protección de datos.
8. - Cámara de Comercio Internacional.
9. - Otros.
10. Códigos de conducta voluntarios y responsabilidad social de las empresas.
11. - Códigos de buenas prácticas.
12. - Programas de responsabilidad social corporativa en el ámbito del consumo responsable.
13. Certificación de Sistemas de Calidad a empresas.
14. - Procesos de evaluación de la calidad. Certificación y acreditación.
15. - Normas UNE.
16. - Normas ISO.
17. Sistemas de autorregulación de publicidad, comercio electrónico y/o actividades comerciales relacionadas.
18. - Control de puntos críticos.
19. - Distintivos de calidad y confianza.
20. - Arbitraje de consumo.
21. - "Benchmarking" y mejores prácticas.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE AUTORREGULACIÓN EMPRESARIAL EN CONSUMO.**

1. La responsabilidad social corporativa en materia de consumo, publicidad y fidelización del cliente.
2. - La responsabilidad social corporativa en el ámbito del consumo responsable.
3. - La responsabilidad social del consumidor o usuario.

4. La orientación de la empresa a la satisfacción del consumidor.
5. - Percepción y expectativas de los consumidores y usuarios.
6. - Garantías y calidad de servicio.
7. Implantación de sistemas de calidad total en la empresa.
8. - Modelos de evaluación de sistemas de calidad.
9. - Aplicación de los sistemas de calidad.
10. Sistema interno de control interno/inspección:
11. - Procedimientos de análisis y control de puntos críticos.
12. - Auditorías internas.
13. - La toma de muestras.
14. Documentos de Control de la calidad:
15. - Protocolos e instrucciones de trabajo.
16. - Cartas de servicios.
17. - Manualización de procedimientos.
18. - Estandarización documental.
19. - Gestión de avisos.
20. La implantación de los procesos de mejora continua en la empresa.
21. - Evaluación y retroalimentación de circuitos procedimentales.
22. MÓDULO 3. MF0999\_3 ASESORAMIENTO Y FORMACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO

## **UNIDAD FORMATIVA 1. UF1935 PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y CONSUMO RESPONSABLE**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES.**

1. Políticas públicas en consumo.
2. - Planes de acción en materia de consumo: prevención, protección y promoción.
3. - Objetivos de las actividades de promoción de los derechos de los consumidores.
4. - La información, la formación y la educación como herramientas de promoción.
5. - El fomento de la participación, la representación y la consulta como derecho de los consumidores.
6. Iniciativas privadas en la promoción de los derechos de los consumidores.
7. - El movimiento asociativo de consumidores y usuarios.
8. - La relación cliente-consumidor en el ámbito empresarial.
9. - Los consumidores como grupos de interés en la responsabilidad social de las empresas.
10. El rol de otros actores en la promoción de los derechos de los consumidores.
11. - Profesionales.
12. - Medios de comunicación.

13. - Partidos políticos y sindicatos.
14. - Organizaciones No Gubernamentales.
15. - Redes sociales.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. CAMPAÑAS DIVULGATIVAS EN MATERIA DE CONSUMO.**

1. Diseño y planificación de una campaña informativa.
2. - Mensaje.
3. - Imagen.
4. - Soportes.
5. - Población diana.
6. - Medios y recursos.
7. Edición de materiales divulgativos.
8. - Elaboración de contenidos.
9. - Maquetación y edición.
10. Evaluación de los resultados de la campaña divulgativa.
11. - Elección de Indicadores de evaluación.
12. - Medida de indicadores.
13. - Valoración de la campaña y propuestas de acción.
14. - Conclusiones.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONSUMO RESPONSABLE.**

1. Hábitos de consumo.
2. - Modelos de comportamiento del consumidor.
3. - Problemas relacionados con las conductas de consumo y gasto.
4. Consumo saludable.
5. - Hábitos alimentarios y nutrición.
6. - Hábitos higiénicos.
7. - Hábitos de ejercicio físico.
8. Consumo ecológico.
9. - Consumo agroecológico y permacultura.
10. - Uso racional de los recursos.
11. - Eficiencia energética.
12. - Reducir, reciclar y reutilizar.
13. - Conducción eficiente.
14. - Uso responsable de los espacios compartidos.
15. Consumo solidario.

16. - Cooperativismo de consumo.
17. - Comercio justo.
18. - Economía solidaria.
19. - Soberanía alimentaria.
20. - Intercambios sociales y bancos de tiempo.
21. Compra responsable.
22. - Compra compulsiva y adicción al consumo.
23. - Educación financiera.
24. - Alternativas de compra responsable.

## **UNIDAD FORMATIVA 2. UF1936 ACCIONES DE FORMACIÓN A COLECTIVOS VULNERABLES EN CONSUMO**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES EN COLECTIVOS VULNERABLES**

1. Población objetivo sensible o vulnerable en materia de consumo:
2. - Concepto.
3. - Población vulnerable por situaciones de inferioridad o falta de transparencia.
4. - Sectores, empresas y productos y/o servicios sensibles en materia de consumo.
5. Técnicas de segmentación de mercados aplicados al consumo:
6. - Naturaleza y proceso de la segmentación del mercado y los consumidores.
7. - La segmentación del mercado según criterios de protección al consumidor.
8. Aplicación de las técnicas de segmentación para la identificación y caracterización de colectivos vulnerables.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACIÓN EN CONSUMO A COLECTIVOS VULNERABLES.**

1. Planificación de actividades dirigidas a la formación en consumo a colectivos vulnerables.
2. - Objetivos de las acciones de información y formación.
3. - Cronogramas.
4. - Presupuestos.
5. - Difusión de las acciones.
6. Metodología didáctica:
7. - Métodos didácticos.
8. - Técnicas de aprendizaje.
9. - Dinámica de grupos.
10. - Recursos didácticos.

11. Educación de adultos.
12. Tipos de recursos didácticos.
13. Elaboración de contenidos y edición de materiales didácticos dirigidos a colectivos vulnerables en materia de consumo.
14. - Características del colectivo.
15. - Accesibilidad.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. DINAMIZACIÓN DE COLECTIVOS VULNERABLES.**

1. Procesos de comunicación a pequeños o grandes grupos.
2. - Aplicación de técnicas de dinamización y dirección de grupos.
3. Técnicas de comunicación y dinámica de grupos.
4. Dinámica de grupos y habilidades personales de comunicación.
5. El proceso de comunicación:
  6. - Tipos de comunicación.
  7. - Dificultades y barreras en la comunicación.
8. Comunicación oral:
  9. - Características de la comunicación oral.
10. - Comunicación no verbal.
11. Las presentaciones a través de aplicaciones informáticas.
  12. - Preparación de presentaciones en materia de información y formación en consumo.
  13. - Estructura de una presentación.
  14. - Aplicaciones y software específico para la elaboración de presentaciones.
  15. - Utilidades de animación de presentaciones.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTROL Y EVALUACIÓN DE ACCIONES DE FORMACIÓN Y EDUCACIÓN A COLECTIVOS VULNERABLES EN CONSUMO.**

1. Calidad de las acciones de formación en consumo.
2. Evaluación de la acción de formación.
3. Metodología de la evaluación de acciones de formación:
  4. - Pruebas de evaluación.
  5. - Efectividad y satisfacción de los objetivos.
6. Evaluación de la acción y los recursos disponibles:
  7. - Objetivos de la evaluación.
  8. - Contenidos.
  9. - Actividades.
10. - Metodología.

11. - Recursos.
12. - Formadores.
13. Elaboración de informes de evaluación.

