



SELECT  
BUSINESS SCHOOL

# MÁSTER

## MÁSTER EN CONTROL DE CONSUMO Y RECLAMACIONES

CON CERTIFICACIÓN UNIVERSITARIA INTERNACIONAL +  
RECONOCIMIENTO DE 60 ECTS

SBS085



## DESTINATARIOS

El Programa está especialmente diseñado para aquellas personas que estén interesadas en adquirir conocimientos sobre el Máster en Control de Consumo y Reclamaciones y que quieran asegurarse un recorrido ascendente en esta área, con una especial elevación y consolidación de competencias. Permite conocer la organización de un sistema de información de consumo, los sistemas de información y bases de datos, las técnicas de catalogación y archivo de información y documentación aplicadas, la documentación e informes, el tratamiento de la información, las actuaciones de control, el control de consumo en actividades, productos y servicios, la comercialización de productos seguros, la gestión de alertas en la seguridad de productos, la responsabilidad social empresarial, el asesoramiento y formación, la promoción de los derechos de los consumidores y consumo responsable y las acciones de formación a colectivos vulnerables en consumo.

## ¿QUIÉNES SOMOS?

SELECT BUSINESS SCHOOL es una Escuela de Negocios líder y pionera en programas de formación especializada en desarrollo de programas formativos tanto en modalidad a distancia como en modalidad online.

Pertenece a GRUPO ESNECA FORMACIÓN, el Grupo de Formación líder a Nivel Nacional, con 11 escuelas y más de 6000 alumnos anuales, con una satisfacción media de nuestros alumnos (\*) de 9'1 sobre 10, donde nuestras escuelas aparecen como líderes en demanda y satisfacción de los alumnos.

(\*) Información basada en opiniones de nuestros alumnos en la página líder nacional en formación (<http://www.emagister.com/>)

## MODALIDAD

Puedes elegir entre:

- **A DISTANCIA:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu domicilio el pack formativo que consta de los manuales de estudio y del cuaderno de ejercicios.
- **ONLINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

## POSIBILIDAD ESTANCIAS FORMATIVAS EN EMPRESAS

El Máster puede incluir Estancias Formativas en Empresas. Mediante este proceso se suman las habilidades prácticas a los conceptos teóricos adquiridos en el curso. Las prácticas serán presenciales, de 3 meses aproximadamente, en una empresa cercana al domicilio del alumno.

## DURACIÓN

La duración del curso es de 1.500 horas.

## IMPORTE

IMPORTE ORIGINAL: ~~3880€~~

**IMPORTE ACTUAL: 1940€**

## CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "MÁSTER EN CONTROL DE CONSUMO Y RECLAMACIONES", de SELECT BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de AEC y AEEN máximas instituciones españolas en formación y calidad.

Los diplomas llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

Además el alumno recibirá una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo - DQ y Universidad de CLEA con un reconocimiento de **60 ECTS**.

# CONTENIDO FORMATIVO

## MÓDULO 1. ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO

### UNIDAD FORMATIVA 1. 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:
  - Europea.
  - Nacional: el CIDOC (Centro de Información y Documentación en Consumo)
  - Autonómica
  - Local
3. Fuentes de información primaria en consumo:
  - Monografías.
  - Informes técnicos.
  - Revistas (publicaciones periódicas o seriadas).
  - Catálogos de productos.
  - Normas.
  - Materiales no convencionales y otros
  - Encuestas a consumidores
4. Fuentes de información secundaria en consumo:
  - Índices bibliográficos.
  - Índices KWIC/KWOC.
  - Índices de contenidos.
  - Bases de datos (Bibliográficas-factuales-documentales).
  - Directorios.
5. Soportes de la información:
  - Impresos o escritos.
  - Edición electrónica.
  - Multimedia: información audiovisual.
6. Normativa reguladora del tratamiento de la información:
  - Propiedad intelectual.
  - Derechos de autor.
  - 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.
  - Autoría.
  - Filiación.
  - Actualidad.
  - Propósito.
  - Audiencia.
  - Legibilidad.
3. Análisis comparativo de las fuentes/documentos de información en consumo:

- Variables de comparativa: precio, soporte, calidad, accesibilidad.
  - Estimación coste-rendimiento.
4. Buscadores de información online:
- Bases de datos.
  - Directorios y bibliotecas virtuales.
  - Motores de búsqueda.
  - Metabuscadore.

### **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.
  - Conceptos y características.
  - Tipología. Reclamaciones u otra documentación.
  - Flujo documental.
  - Fases: captación, registro, actualización, modificación y consulta.
  - Funciones y servicios que desarrollan.
  - Los archivos físicos e informáticos de la información.
3. Ventajas e inconvenientes del soporte informático, frente a los soportes convencionales.
4. Grabación de archivos en distintos formatos:
  - Textos.
  - Enriquecidos.
  - Web.
  - Imágenes.
  - Sonidos.
  - Videos
5. Codificación de documentos:
  - Clasificación de documentos y
  - Niveles de acceso.
6. Conservación de documentación obsoleta o histórica:
  - Vigencia de la documentación.
  - Destrucción de documentación obsoleta o histórica.
  - Archivo definitivo u otros.
  - Realización de copias de seguridad.
7. Instrumentos de organización de información y documentación en consumo:
  - Manual de Archivo y clasificación de documentos.
  - Catalogación y indización de documentos e información.
8. Aspectos legales de la archivística y actualización normativa:
  - Normas en materia de seguridad, integridad y confidencialidad de la información.
  - 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.
  - Información a incorporar.
  - Estructura de la base de datos: relacionales y documentales.
  - Estructura y nomenclatura de las tablas en función del contenido.

- Control de redundancia de la información.
  - Determinación de administrador/res responsable/s del sistema.
  - Claves y niveles acceso a usuarios.
  - Restricción de datos: niveles de consulta, actualizaciones, generación de informes.
  - Sistemas y controles de seguridad: pérdida, modificación o destrucción fortuita de datos.
3. Operaciones básicas de bases de datos en hojas de cálculo.
- Apertura, cierre, compactación y reparación de una base de datos.
  - Cifrado y descifrado de una base.
  - Conversión de una base de datos.
  - Ordenación.
  - Filtrado.
  - Validaciones.
  - Formularios.
  - Informes.
  - Subtotales.
  - Consolidaciones e informes de tablas y gráficos dinámicos.
- Vinculación de hojas de cálculo u otro tipo de tablas con bases de datos.
4. Comandos de las bases de datos.
- Conceptos generales.
  - Comandos de manipulación y formato.
  - Análisis de datos: auditoría, referencia circular, formato condicional, escenarios, tablas, buscar objetivos, tablas dinámicas u otros.
  - Comandos de utilidad: buscar, reemplazar, proteger, hipervínculo, validación u otros.
5. Métodos de acceso, protección y control de la información por el usuario a través de las bases de datos.
6. Aplicación de distintos comandos de las bases de datos.
- Búsquedas y consultas de información en materia de consumo.
  - Análisis de los resultados de las consultas a bases de datos.
  - Elaboración de informes de la base de datos en consumo.
7. Análisis de información y reclamaciones por sectores específicos.
- Información estadística por tipo de sector y motivo de la reclamación.

## UNIDAD FORMATIVA 2. 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:
- Tesoros y palabras claves en consumo y su normativa.
  - Lenguajes: normativos y documentales.
2. Boletines de Información e Informes:
- Concepto.
  - Finalidad.
  - Estructura.
  - Composición.
3. Cumplimiento de procedimientos de elaboración y presentación:
- Forma.
  - Plazos.
4. Técnicas y normas gramaticales:
- Corrección ortográfica y semántica.
  - Construcción de oraciones.

- Normas de aplicación de siglas y abreviaturas.
  - Herramientas para la corrección de textos: Diccionarios, gramáticas, diccionarios de sinónimos y antónimos y correcciones informáticas.
5. Técnicas de elaboración de documentos de síntesis y comunicación escrita:
- Pautas de realización: concisión, precisión, claridad, coherencia, riqueza de vocabulario, cohesión y énfasis.
  - Estilos de redacción: técnicas de sintetización de contenidos.
6. Redacción de documentos profesionales:
- Lenguaje escrito.
  - Contenido y su organización: fichas de contenido.
  - Resumen o síntesis.
7. Presentación de la documentación:
- Fuentes de origen.
  - Cronología.
  - Canales de comunicación y divulgación.
  - Internet/Intranet.
8. Normativa y usos habituales en la elaboración y presentación de la documentación de consumo:
- Protección de datos.
  - Seguridad y confidencialidad.

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

1. Aspecto de los caracteres y letras:
- Tipo.
  - Tamaño.
  - Efectos.
2. Aspecto de un párrafo:
- Alineación e interlineado.
  - Espacio anterior y posterior.
  - Sangrías y tabuladores en el texto.
  - Trabajo con la regla.
  - Listas numeradas.
  - Cambio de estilo, viñetas y otros.
3. Formato del documento:
- Auto-formato.
  - Autocorrección.
  - Aplicación de manuales de estilo.
4. Edición de textos:
- Configuración de encabezados y pies de página.
  - Inserción en ediciones de texto de: tablas, gráficos, organigramas, objetos e imágenes y otros.
5. Documentos profesionales:
- Creación y uso de plantillas.
  - Tareas automatizadas.
6. Creación de un informe personalizado:
- Asistente para informes.
  - Creación de un informe (en columnas, tabular o justificado).
  - Creación de un auto informe.
7. Creación de formularios:
- Asistente para formularios.

- Creación de un formulario: en columnas, tabulación, hojas de datos o justificado, formularios que incluye un subformulario.
- Auto-formulario.
- Apertura, cierre, cambio, almacenamiento, eliminación e impresión de un formulario.
- Uso de filtros en formularios.

#### 8. Impresión de textos.

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

#### 1. Presentación de información con tablas:

- Creación de una tabla.
- Propiedades: añadir bordes y sombreado, combinación de celdas.
- Importación, vinculación y exportación de tablas.

#### 2. Edición de una tabla:

- Movimiento.
- Agregaciones y eliminaciones.
- Búsquedas y reemplazos de datos.
- Copias, cortes y pegados de datos.

#### 3. Relaciones entre las tablas:

- Índices.
- Conversiones de texto y tablas.

#### 4. Personalización de la vista Hoja de datos:

- Visualización y ocultación.
- Cambio altura de filas y columnas.
- Desplazamiento e inmovilización.

#### 5. Impresión de una hoja de datos.

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

#### 1. Elaboración de representaciones gráficas:

- Criterios de selección: legibilidad, representatividad, vistosidad.

#### 2. Elementos presentes en los gráficos:

- Rangos o series del gráfico, título, leyenda, ejes, líneas de división, escalas, rótulos, fuentes, representación.

#### 3. Configuración y modificación de los elementos.

#### 4. Tipos de gráficos:

- 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.

#### 5. Creación de un gráfico:

- Selección del tipo de gráfico.
- Selección de los rangos de datos.
- Agregar una nueva serie de datos al gráfico.
- Opciones del gráfico.
- Ubicación del gráfico.

#### 6. Modificación del gráfico:

- Tipo de gráfico.
- Datos de origen.
- Opciones de gráfico.



- Ubicación.
  - Agregar datos y línea de tendencia.
  - Vista en 3D.
7. Borrado de un gráfico.
8. Integración de gráficos en documentos.

## **MÓDULO 2. ACTUACIONES DE CONTROL EN CONSUMO**

### UNIDAD FORMATIVA 1. 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 públicas y privadas responsables del control de mercado.
  - Organismos públicos en el marco de las instituciones de la Unión Europea.
  - Organismos públicos de la Administración del Estado.
  - Organismos públicos de la Administración Autonómica.
  - Organismos públicos de la Administración Local.
  - Organizaciones del ámbito privado.
3. Distribución de competencias en materia de protección al consumidor e inspección de productos y servicios en la Administración pública.
  - Competencias de la Administración del Estado.
  - Competencias de las Administraciones Autonómicas.
  - Competencias de la Administración Local.
4. Competencias de la administración local y autonómica en el ámbito del control de mercado.
  - Competencias relativas a la función inspectora y la potestad sancionadora en el ámbito de la regulación autonómica.
  - 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.
  - Concepto y finalidad del control de mercado: enfoque centrado en la protección de los derechos de los consumidores y usuarios.
  - Campanas de inspección. Ámbito y desarrollo. Tipos de campanas.
  - Control sistemático de mercado.
2. Identificación y competencias de distintas normativas en materia de consumo.
  - Normativa de ámbito estatal y comunitario.
  - Normativa de ámbito autonómico.
  - Normativa de ámbito local.
  - Normativa en materias concurrentes.
3. Normas técnicas de calidad de productos y etiquetado.-
  - Normas horizontales.
  - Normas relativas al sector alimentario.
  - Normas relativas al sector industrial.
  - Normas relativas al sector servicios.
4. Derechos y responsabilidad de la empresa.

- Obligaciones de los inspeccionados.
  - Derechos de los inspeccionados.
5. 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.
  - Actuaciones de oficio.
  - Actuaciones motivadas por denuncia previa.
  - Otras motivaciones de la actuación inspectora.
2. Procedimientos administrativos de la actuación inspectora.
  - Procedimientos de vigilancia y control de mercado.
  - Procedimientos de investigación y obtención de información sobre sectores del mercado sometidos a estudio.
  - Procedimientos de asesoramiento e información a los agentes del mercado.
3. El procedimiento administrativo de la inspección de consumo.
  - Diseño y planificación de la actividad inspectora.
  - Gestión y ejecución de las actuaciones inspectoras.
  - Evaluación de la actividad inspectora.
4. La toma de muestras en una inspección: Requisitos formales.
  - Toma de muestras reglamentaria.
  - Toma de muestras indicativa.
5. Técnicas de toma de muestras.
  - Toma de muestras de productos envasados.
  - Toma de muestras de productos a granel.
  - Toma de muestras de otros bienes.
6. Tipos de análisis.
  - Análisis inicial.
  - Análisis contradictorio.
  - Análisis dirimente.
7. Función y estructura del Acta de inspección.
  - Finalidad del acta de inspección. Requisitos legales.
  - Datos de identificación.
  - Descripción de los hechos.
  - Documentación anexa.
  - Tipos de actas de inspección.
8. Medidas cautelares y actuaciones administrativas de protección.
  - Paralización preventiva de los servicios.
  - Inmovilización cautelar de los productos afectados.
  - Medidas de protección de los legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores y usuarios.

### UNIDAD FORMATIVA 2. COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS SEGUROS

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

1. Concepto y finalidad de la seguridad de los productos.
  - Concepto de producto seguro.
  - Sistemas de intercambio rápido de información.
  - Objetivos de la red de alerta de productos peligrosos.
2. Normativas en materia de seguridad de productos de gran consumo.

- Normativa de ámbito comunitario.
  - Normativa de ámbito estatal.
  - Normativa de ámbito autonómico.
3. La Red de Alerta.
- Función del Sistema de intercambio rápido de información.
  - Competencias de la administración nacional y autonómica en la Red de Alerta Europea.
4. Responsabilidades de las empresas y distribuidores.
- Responsabilidades frente a los productos puestos en el mercado.
  - Obligaciones con las Administraciones Públicas.
  - Obligaciones con los consumidores y usuarios.
  - 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.
  - Competencias de la Unión Europea.
  - Competencias de la Administración del Estado.
  - Competencias de las Administraciones Autonómicas.
  - Competencias de la Administración Local.
7. El procedimiento de actuación en materia de seguridad de los productos.
  - Evaluación del riesgo.
  - Consideración y aplicación de medidas reactivas.
  - Notificación de la alerta.
  - Comunicación de la alerta, si procede.
  - Tramitación administrativa de la alerta.
8. Medidas cautelares en materia de seguridad.
  - Tipos y aplicación de medidas en materia de seguridad.
  - Categoría de medidas preventivas y restrictivas notificables.
  - 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.
  - Interoperabilidad y movilidad.
3. Comunicación de alertas en el ámbito de la seguridad de los productos.
  - Soportes para el intercambio rápido de información.
  - Notificaciones y comunicación de actuaciones.
  - Interoperabilidad y movilidad.
4. Tecnologías de la información en el ámbito de la seguridad de los productos.
  - Aplicaciones utilizadas en el ámbito de la evaluación de riesgos.
  - Aplicaciones informáticas para la gestión de alertas.

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

1. La actividad empresarial y la regulación voluntaria:
  - Objetivo y finalidad de los sistemas de autorregulación de las empresas y el mercado.
  - Corresponsabilidad empresarial y competitividad
  - Ámbitos habituales en la autorregulación empresarial y sectorial.
2. Organizaciones reconocidas a nivel nacional, autonómico e internacional en el ámbito de la autorregulación:
  - AENOR.
  - Agencia de protección de datos.
  - Cámara de Comercio Internacional.
  - Otros.
3. Códigos de conducta voluntarios y responsabilidad social de las empresas.
  - Códigos de buenas prácticas.
  - Programas de responsabilidad social corporativa en el ámbito del consumo responsable.
4. Certificación de Sistemas de Calidad a empresas.
  - Procesos de evaluación de la calidad. Certificación y acreditación.
  - Normas UNE.
  - Normas ISO.
5. Sistemas de autorregulación de publicidad, comercio electrónico y/o actividades comerciales relacionadas.
  - Control de puntos críticos.
  - Distintivos de calidad y confianza.
  - Arbitraje de consumo.
  - "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.
  - La responsabilidad social corporativa en el ámbito del consumo responsable.
  - La responsabilidad social del consumidor o usuario.
2. La orientación de la empresa a la satisfacción del consumidor.
  - Percepción y expectativas de los consumidores y usuarios.
  - Garantías y calidad de servicio.
3. Implantación de sistemas de calidad total en la empresa.
  - Modelos de evaluación de sistemas de calidad.
  - Aplicación de los sistemas de calidad.
4. Sistema interno de control interno/inspección:
  - Procedimientos de análisis y control de puntos críticos.
  - Auditorías internas.
  - La toma de muestras.
5. Documentos de Control de la calidad:
  - Protocolos e instrucciones de trabajo.
  - Cartas de servicios.
  - Manualización de procedimientos.
  - Estandarización documental.

- Gestión de avisos.
6. La implantación de los procesos de mejora continua en la empresa.
- Evaluación y retroalimentación de circuitos procedimentales.

## **MÓDULO 3. ASESORAMIENTO Y FORMACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO**

### UNIDAD FORMATIVA 1. 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.
  - Planes de acción en materia de consumo: prevención, protección y promoción.
  - Objetivos de las actividades de promoción de los derechos de los consumidores.
  - La información, la formación y la educación como herramientas de promoción.
  - El fomento de la participación, la representación y la consulta como derecho de los consumidores.
2. Iniciativas privadas en la promoción de los derechos de los consumidores.
  - El movimiento asociativo de consumidores y usuarios.
  - La relación cliente-consumidor en el ámbito empresarial.
  - Los consumidores como grupos de interés en la responsabilidad social de las empresas.
3. El rol de otros actores en la promoción de los derechos de los consumidores.
  - Profesionales.
  - Medios de comunicación.
  - Partidos políticos y sindicatos.
  - Organizaciones No Gubernamentales.
  - Redes sociales.

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

1. Diseño y planificación de una campaña informativa.
  - Mensaje.
  - Imagen.
  - Soportes.
  - Población diana.
  - Medios y recursos.
2. Edición de materiales divulgativos.
  - Elaboración de contenidos.
  - Maquetación y edición.
3. Evaluación de los resultados de la campaña divulgativa.
  - Elección de Indicadores de evaluación.
  - Medida de indicadores.
  - Valoración de la campaña y propuestas de acción.
  - Conclusiones.

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

1. Hábitos de consumo.
  - Modelos de comportamiento del consumidor.
  - Problemas relacionados con las conductas de consumo y gasto.
2. Consumo saludable.
  - Hábitos alimentarios y nutrición.

- Hábitos higiénicos.
  - Hábitos de ejercicio físico.
3. Consumo ecológico.
- Consumo agroecológico y permacultura.
  - Uso racional de los recursos.
  - Eficiencia energética.
  - Reducir, reciclar y reutilizar.
  - Conducción eficiente.
  - Uso responsable de los espacios compartidos.
4. Consumo solidario.
- Cooperativismo de consumo.
  - Comercio justo.
  - Economía solidaria.
  - Soberanía alimentaria.
  - Intercambios sociales y bancos de tiempo.
5. Compra responsable.
- Compra compulsiva y adicción al consumo.
  - Educación financiera.
  - Alternativas de compra responsable.

## UNIDAD FORMATIVA 2. 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:
  - Concepto.
  - Población vulnerable por situaciones de inferioridad o falta de transparencia.
  - Sectores, empresas y productos y/o servicios sensibles en materia de consumo.
2. Técnicas de segmentación de mercados aplicados al consumo:
  - Naturaleza y proceso de la segmentación del mercado y los consumidores.
  - La segmentación del mercado según criterios de protección al consumidor.
3. 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.
  - Objetivos de las acciones de información y formación.
  - Cronogramas.
  - Presupuestos.
  - Difusión de las acciones.
2. Metodología didáctica:
  - Métodos didácticos.
  - Técnicas de aprendizaje.
  - Dinámica de grupos.
  - Recursos didácticos.
3. Educación de adultos.
4. Tipos de recursos didácticos.

5. Elaboración de contenidos y edición de materiales didácticos dirigidos a colectivos vulnerables en materia de consumo.

- Características del colectivo.
- Accesibilidad.

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

1. Procesos de comunicación a pequeños o grandes grupos.

- Aplicación de técnicas de dinamización y dirección de grupos.

2. Técnicas de comunicación y dinámica de grupos.

3. Dinámica de grupos y habilidades personales de comunicación.

4. El proceso de comunicación:

- Tipos de comunicación.
- Dificultades y barreras en la comunicación.

5. Comunicación oral:

- Características de la comunicación oral.
- Comunicación no verbal.

6. Las presentaciones a través de aplicaciones informáticas.

- Preparación de presentaciones en materia de información y formación en consumo.
- Estructura de una presentación.
- Aplicaciones y software específico para la elaboración de presentaciones.
- 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:

- Pruebas de evaluación.
- Efectividad y satisfacción de los objetivos.

4. Evaluación de la acción y los recursos disponibles:

- Objetivos de la evaluación.
- Contenidos.
- Actividades.
- Metodología.
- Recursos.
- Formadores.

5. Elaboración de informes de evaluación.