

MÁSTER EXPERTO EN CONSUMO Y COMERCIO INTERIOR

CON CERTIFICACIÓN UNIVERSITARIA INTERNACIONAL + RECONOCIMIENTO DE 36 ECTS Y PRÁCTICAS GARANTIZADAS

JURPR013

www.escuelacienciasjuridicas.com



Certificación universitaria internacional

Escuela asociada a:





DESTINATARIOS

El **Máster en Consumo y Comercio Interior** está diseñado para todas aquellas personas que quieran ampliar su formación en el ámbito del derecho de los consumidores y el consumo responsable. A lo largo de esta formación, el alumno conocerá las distintas fuentes de información institucional en consumo a nivel europeo, nacional, autonómico y local. Junto con este temario, el estudiante profundizará en los distintos índices de información secundaria en consumo que existen, como el índice KWIC/KWOC, así como en la normativa que regula la propiedad intelectual, los derechos de autor y la protección de datos. Una vez adquiridos estos conocimientos, el alumno estudiará el marco institucional en materia de control en consumo, profundizando en las instituciones públicas y privadas responsables del control del mercado. Durante este módulo, el estudiante conocerá la normativa específica del sector industrial, alimentario y de servicios, así como las medidas de seguridad y las normativas de calidad que deben aplicarse a cada tipo de producto para poder comercializarlo.



MODALIDAD

• **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.

Ambas modalidades incluyen **PRÁCTICAS GARANTIZADAS** 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 900h, reconocidas con 36 ECTS.



IMPORTE

Importe Original: 2440€

Importe Actual: 1220€



CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el “MÁSTER EXPERTO EN CONSUMO Y COMERCIO INTERIOR”, de la ESCUELA DE CIENCIAS JURÍDICAS, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, máxima institución española en formación y de calidad.

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

Junto al diploma, el alumno recibirá un Carné Acreditativo de la formación firmado y sellado por la escuela, válido para demostrar los contenidos adquiridos.

Además, el alumno recibirá una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo-DQ con un reconocimiento de 36 ECTS.



PARTE 1. MÁSTER EN CONSUMO Y COMERCIO INTERIOR

MÓDULO 1. 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:
 - 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.
 - 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.
 - 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.
 - 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.
2. Formato del documento:
 - Auto-formato.
 - Autocorrección.
 - Aplicación de manuales de estilo.
3. Edición de textos:
 - Configuración de encabezados y pies de página.
 - Inserción en ediciones de texto de: tablas, gráficos, organigramas, objetos e imágenes y otros.
4. Documentos profesionales:
 - Creación y uso de plantillas.
 - Tareas automatizadas.

5. Creación de un informe personalizado:
 - Asistente para informes.
 - Creación de un informe (en columnas, tabular o justificado).
 - Creación de un auto informe.
6. 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.
7. 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.
 - 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.
2. 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.
3. Derechos y responsabilidad de la empresa.
 - Obligaciones de los inspeccionados.
 - Derechos de los inspeccionados.
4. 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 e Instituciones
 - ORGANISMOS Y AUTORIDADES EN EL ÁMBITO COMUNITARIO.
 - ORGANISMOS Y AUTORIDADES EN EL ÁMBITO ESTATAL.
 - ORGANISMOS Y AUTORIDADES EN EL ÁMBITO AUTONÓMICO Y LOCAL.
 - ORGANIZACIONES DEL ÁMBITO PRIVADO.
2. Competencia y actuaciones administrativas en materia de seguridad de productos.
3. 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.
4. 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.
5. 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.

- 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.
3. 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 FORMATIVA 3. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN CONSUMO

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 practicas.
 - Programas de responsabilidad social corporativa en el ambito 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 practicas.

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.
 - Implantación de sistemas de calidad total en la empresa.
 - Modelos de evaluación de sistemas de calidad.
 - Aplicación de los sistemas de calidad.
3. Sistema interno de control interno/inspección:
 - Procedimientos de análisis y control de puntos críticos.
 - Auditorias internas.
 - La toma de muestras.
4. Documentos de Control de la calidad:
 - Protocolos e instrucciones de trabajo.
 - Cartas de servicios.
 - Manualización de procedimientos.
 - Estandarización documental.
 - Gestión de avisos.
5. 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 publicas 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

4. Diseño y planificación de una campaña informativa.
 - Mensaje.
 - Imagen.
 - Soportes.
 - Población diana.
 - Medios y recursos.
5. Edición de materiales divulgativos.
 - Elaboración de contenidos.
 - Maquetación y edición.
6. 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.

PARTE 2. COMERCIO INTERIOR (BOE)

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.