



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE  
DEL ÉXITO**

# Guía del Curso

## COMT0311 Control y Formación en Consumo

---

Modalidad de realización del curso: [A distancia y Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

---

### OBJETIVOS

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.

### CONTENIDOS

**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. - 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
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. - Vídeos
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

## 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 Publicas
15. - Obligaciones con los consumidores y usuarios
16. - Otro tipo de responsabilidades

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. INSTITUCIONES PUBLICAS 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 publica
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

## 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. - Imágen
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



C/ San Lorenzo 2 - 2  
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476  
Fax: 951 987 941



[www.academiaintegral.com.es](http://www.academiaintegral.com.es)  
E-mail: [info@academiaintegral.com.es](mailto:info@academiaintegral.com.es)