Acciones de formación a colectivos vulnerables en consumo

Área: COMERCIO Y MARKETING
Modalidad: Teleformación
Duración: 90 h
Precio: 45.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CÓDIGO

UF1936

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Identificación de necesidades en colectivos vulnerables

####

1.1. Población objetivo sensible o vulnerable en materia de consumo:

####

1.1.1. Concepto.

####

1.1.2. Población vulnerable por situaciones de inferioridad o falta de transparencia.

####

1.1.3. Sectores, empresas y productos y/o servicios sensibles en materia de consumo.

####

1.2. Técnicas de segmentación de mercados aplicados al consumo:

####

1.2.1. Naturaleza y proceso de la segmentación del mercado y los consumidores.

####

1.2.2. La segmentación del mercado según criterios de protección al consumidor.

####

1.3. 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.

####

2.1. Planificación de actividades dirigidas a la formación en consumo a colectivos vulnerables.

####

2.1.1. Objetivos de las acciones de información y formación.

####

2.1.2. Cronogramas.

####

2.1.3. Presupuestos.

####

2.1.4. Difusión de las acciones.

####

2.2. Metodología didáctica:

####

2.2.1. Métodos didácticos.

####

2.2.2. Técnicas de aprendizaje.

####

2.2.3. Dinámica de grupos.

####

2.2.4. Recursos didácticos.

####

2.3. Educación de adultos.

####

2.4. Tipos de recursos didácticos.

####

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

####

2.5.1. Características del colectivo.

####

2.5.2. Accesibilidad.

####

####

UNIDAD DIDÁCTICA 3. Dinamización de colectivos vulnerables.

####

3.1. Procesos de comunicación a pequeños o grandes grupos.

####

3.1.1. Aplicación de técnicas de dinamización y dirección de grupos.

####

3.2. Técnicas de comunicación y dinámica de grupos.

####

3.3. Dinámica de grupos y habilidades personales de comunicación.

####

3.4. El proceso de comunicación:

####

3.4.1. Tipos de comunicación.

####

3.4.2. Dificultades y barreras en la comunicación.

####

3.5. Comunicación oral:

####

3.5.1. Características de la comunicación oral.

####

3.5.2. Comunicación no verbal.

####

3.6. Las presentaciones a través de aplicaciones informáticas.

####

3.6.1. Preparación de presentaciones en materia de información y formación en consumo.

####

3.6.2. Estructura de una presentación.

####

3.6.3. Aplicaciones y software específico para la elaboración de presentaciones.

####

3.6.4. Utilidades de animación de presentaciones.

####

####

UNIDAD DIDÁCTICA 4. Control y evaluación de acciones de formación y educación a colectivos vulnerables en consumo.

####

4.1. Calidad de las acciones de formación en consumo.

####

4.2. Evaluación de la acción de formación.

####

4.3. Metodología de la evaluación de acciones de formación:

####

4.3.1. Pruebas de evaluación.

####

4.3.2. Efectividad y satisfacción de los objetivos.

####

4.4. Evaluación de la acción y los recursos disponibles:

####

4.4.1. Objetivos de la evaluación.

####

4.4.2. Contenidos.

####

4.4.3. Actividades.

####

4.4.4. Metodología.

####

4.4.5. Recursos.

####

4.4.6. Formadores.

####

4.5. Elaboración de informes de evaluación.

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.
  No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.