Promoción de los derechos de los consumidores y consumo responsable

Área: COMERCIO Y MARKETING
Modalidad: Teleformación
Duración: 70 h
Precio: 35.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CÓDIGO

UF1935

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Promoción de los derechos de los consumidores.

####

1.1 Políticas públicas en consumo.

####

1.1.1 Planes de acción en materia de consumo: prevención, protección y promoción.

####

1.1.2 Objetivos de las actividades de promoción de los derechos de los consumidores.

####

1.1.3 La información, la formación y la educación como herramientas de promoción.

####

1.1.4 El fomento de la participación, la representación y la consulta como derecho de los consumidores.

####

1.2 Iniciativas privadas en la promoción de los derechos de los consumidores.

####

1.2.1 El movimiento asociativo de consumidores y usuarios.

####

1.2.2 La relación cliente-consumidor en el ámbito empresarial.

####

1.2.3 Los consumidores como grupos de interés en la responsabilidad social de las empresas.

####

1.3 El rol de otros actores en la promoción de los derechos de los consumidores.

####

1.3.1 Profesionales.

####

1.3.2 Medios de comunicación.

####

1.3.3 Partidos políticos y sindicatos.

####

1.3.4 Organizaciones No Gubernamentales.

####

1.3.5 Redes sociales.

####

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Campañas divulgativas en materia de consumo.

####

2.1 Diseño y planificación de una campaña informativa.

####

2.1.1 Mensaje.

####

2.1.2 Imagen.

####

2.1.3 Soportes.

####

2.1.4 Población diana.

####

2.1.5 Medios y recursos.

####

2.2 Edición de materiales divulgativos.

####

2.2.1 Elaboración de contenidos.

####

2.2.2 Maquetación y edición.

####

2.3 Evaluación de los resultados de la campaña divulgativa.

####

2.3.1 Elección de Indicadores de evaluación.

####

2.3.2 Medida de indicadores.

####

2.3.3 Valoración de la campaña y propuestas de acción.

####

2.3.4 Conclusiones.

####

UNIDAD DIDÁCTICA 3. Consumo responsable.

####

3.1 Hábitos de consumo.

####

3.1.1 Modelos de comportamiento del consumidor.

####

3.1.2 Problemas relacionados con las conductas de consumo y gasto.

####

3.2 Consumo saludable.

####

3.2.1 Hábitos alimentarios y nutrición.

####

3.2.2 Hábitos higiénicos.

####

3.2.3 Hábitos de ejercicio físico.

####

3.3 Consumo ecológico.

####

3.3.1 Consumo agroecológico y permacultura.

####

3.3.2 Uso racional de los recursos.

####

3.3.3 Eficiencia energética.

####

3.3.4 Reducir, reciclar y reutilizar.

####

3.3.5 Conducción eficiente.

####

3.3.6 Uso responsable de los espacios compartidos.

####

3.4 Consumo solidario.

####

3.4.1 Cooperativismo de consumo.

####

3.4.2 Comercio justo.

####

3.4.3 Economía solidaria.

####

3.4.4 Soberanía alimentaria.

####

3.4.5 Intercambios sociales y bancos de tiempo.

####

3.5 Compra responsable.

####

3.5.1 Compra compulsiva y adicción al consumo.

####

3.5.2 Educación financiera.

####

3.5.3 Alternativas de compra responsable.

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.