Curso: Control de Consumo en Actividades, Productos y Servicios

Familia Profesional: Comercio y marketing.
Modalidad: On-line (Teleformación).
Duración: 40 h.

Contenidos:

1. Marco institucional en materia de control en consumo.
1.1. Regulación de la actividad del comercio interior.
1.2. Instituciones públicas y privadas responsables del control de mercado.
1.2.1. Organismos públicos en el marco de las instituciones de la Unión Europea.
1.2.2. Organismos públicos de la Administración del Estado.
1.2.3. Organismos públicos de la Administración Autonómica.
1.2.4. Organismos públicos de la Administración Local.
1.2.5. Organizaciones del ámbito privado.
1.3. Distribución de competencias en materia de protección al consumidor e inspección de productos y servicios en la Administración pública.
1.3.1. Competencias de la Administración del Estado.
1.3.2. Competencias de las Administraciones Autonómicas.
1.3.3. Competencias de la Administración Local.
1.4. Competencias de la administración local y autonómica en el ámbito del control de mercado.
1.4.1. Competencias relativas a la función inspectora y la potestad sancionadora en el ámbito de la regulación autonómica.
1.4.2. Competencias relativas a la función inspectora y la potestad sancionadora en el ámbito de la regulación local.

2. Normas en materia de control de consumo y comercio interior.
2.1. El control de mercado por parte de la administración.
2.1.1. Concepto y finalidad del control de mercado: enfoque centrado en la protección de los derechos de los consumidores y usuarios.
2.1.2. Campañas de inspección. Ámbito y desarrollo. Tipos de campañas.
2.1.3. Control sistemático de mercado.
2.2. Identificación y competencias de distintas normativas en materia de consumo.
2.2.1. Normativa de ámbito estatal y comunitario.
2.2.2. Normativa de ámbito autonómico.
2.2.3. Normativa de ámbito local.
2.2.4. Normativa en materias concurrentes.
2.3. Normas técnicas de calidad de productos y etiquetado.
2.3.1. Normas horizontales.
2.3.2. Normas relativas al sector alimentario.
2.3.3. Normas relativas al sector industrial.
2.3.4. Normas relativas al sector servicios.
2.4. Derechos y responsabilidad de la empresa.
2.4.1. Obligaciones de los inspeccionados.
2.4.2. Derechos de los inspeccionados.
2.5. Aplicación de la normativa a casos concretos de productos de gran consumo y uso generalizado.

3. Procedimiento administrativo de control de mercado.
3.1. Motivación de la actuación inspectora.
3.1.1. Actuaciones de oficio.
3.1.2. Actuaciones motivadas por denuncia previa.
3.1.3. Otras motivaciones de la actuación inspectora.
3.2. Procedimientos administrativos de la actuación inspectora.
3.2.1. Procedimientos de vigilancia y control de mercado.
3.2.2. Procedimientos de investigación y obtención de información sobre sectores del mercado sometidos a estudio.
3.2.3. Procedimientos de asesoramiento e información a los agentes del mercado.
3.3. El procedimiento administrativo de la inspección de consumo.
3.3.1. Diseño y planificación de la actividad inspectora.
3.3.2. Gestión y ejecución de las actuaciones inspectoras.
3.3.3. Evaluación de la actividad inspectora.
3.4. La toma de muestras en una inspección: Requisitos formales.
3.4.1. Toma de muestras reglamentaria.
3.4.2. Toma de muestras indicativa.
3.5. Técnicas de toma de muestras.
3.5.1. Toma de muestras de productos envasados.
3.5.2. Toma de muestras de productos a granel.
3.5.3. Toma de muestras de otros bienes.
3.6. Tipos de análisis.
3.6.1. Análisis inicial.
3.6.2. Análisis contradictorio.
3.6.3. Análisis dirimente.
3.7. Función y estructura del Acta de inspección.
3.7.1. Finalidad del acta de inspección. Requisitos legales.
3.7.2. Datos de identificación.
3.7.3. Descripción de los hechos.
3.7.4. Documentación anexa.
3.7.5. Tipos de actas de inspección.
3.8. Medidas cautelares y actuaciones administrativas de protección.
3.8.1. Paralización preventiva de los servicios.
3.8.2. Inmovilización cautelar de los productos afectados.
3.8.3. Medidas de protección de los legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores y usuarios.