



FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Postgrado en Atención al Cliente: Organización de un Sistema de Información de Consumo + Titulación Universitaria



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con el **Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL** que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Postgrado en Atención al Cliente: Organización de un Sistema de Información de Consumo +



DURACIÓN:

450 horas



MODALIDAD:

Online



PRECIO:

299 €

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.



CRÉDITOS:

6,00 ECTS

CENTRO DE FORMACIÓN:

Educa Business School



Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Postgrado en Atención al Cliente: Organización de un Sistema de Información de Consumo con 300 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional - Titulación Universitaria en Atención al cliente con 6 Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).



Objetivos

- Aplicar los métodos de obtención de información relacionadas con el consumo de bienes y servicios
- Aplicar los métodos de obtención de información relacionadas con el consumo de bienes y servicios.
- Analizar la información y documentación relacionadas con el consumo y derechos del consumidor o usuario de bienes y servicios.
- Aplicar los procedimientos y métodos para organizar, tratar y archivar la información/documentación de consumo utilizando con eficacia aplicaciones informáticas de tratamiento y archivo de la información
- Elaborar documentos específicos sobre consumo, integrando datos, textos y gráficos, con la organización, formato y presentación adecuados
- Elaborar documentos específicos sobre consumo, integrando datos, textos y gráficos, con la organización, formato y presentación adecuados.
- Conocer las distintas técnicas para medir la satisfacción del cliente y diagnosticar los errores cometidos.
- Implantar en el trabajo diario un programa de calidad del servicio.
- Capacitar a los participantes para utilizar el teléfono como instrumento de atención e información al público.

A quién va dirigido

Este curso en Atención al Cliente: Organización de un Sistema de Información de Consumo está dirigido a todas aquellas personas que quieran orientar su futuro laboral a la organización de un sistema de información de consumo relacionado con las actividades de atención al cliente, o aquellos que quieran actualizar sus conocimientos profesionales.

Para qué te prepara

Este curso en Atención al Cliente: Organización de un Sistema de Información de Consumo le prepara para adquirir unos conocimientos específicos dentro del área desarrollando en el alumno unas capacidades para desenvolverse profesionalmente en el sector, y más concretamente en Atención al cliente.

Salidas Laborales

Calidad

Materiales Didácticos



- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Documentación e Informes de Consumo'
- Manual teórico 'Sistemas de Información y Bases de Datos en Consumo'
- Manual teórico 'Principios Básicos de Atención al Cliente'

- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Principios Básicos de Atención al Cliente'
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno

Formas de Pago

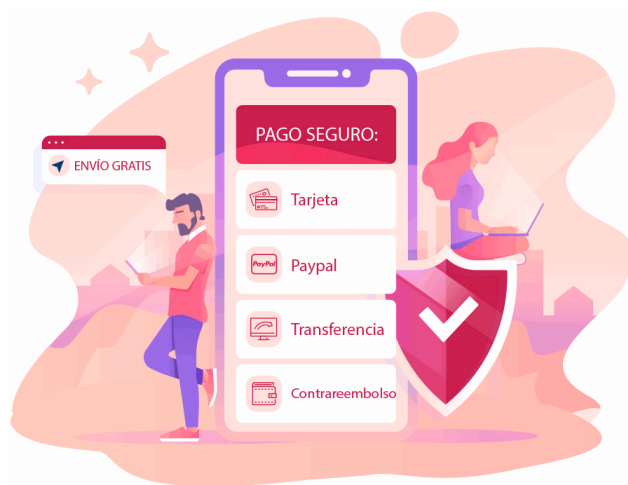
- Contrareembolso
- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



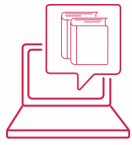
Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

PARTE 1. ATENCIÓN AL CLIENTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL CLIENTE/CONSUMIDOR

- 1.El consumidor y sus necesidades
 - 1.- Comportamiento del consumidor
- 2.La psicología; mercado
- 3.La psicología; consumidor
 - 1.- Teorías sobre el comportamiento del consumidor
- 4.Necesidades
 - 1.- Clasificación de las necesidades (Maslow)
 - 2.- Los deseos
- 5.Motivaciones
 - 1.- Motivaciones según las necesidades (Maslow)
 - 2.- Teoría de los factores (Herzberg)
 - 3.- Otros motivos; criterios contrapuestos
- 6.Tipos de consumidores
- 7.Análisis del comportamiento del consumidor
 - 1.- La influencia de la cultura en la conducta del comprador
 - 2.- Aspectos subculturales en el comportamiento del consumidor: etnia y edad
 - 3.- Clase social del consumidor
- 8.Factores de influencia en la conducta del consumidor
 - 1.- Factores personales de influencia

- 2.- Variables ambientales externas
- 3.- Determinantes individuales de la conducta
- 9. Modelos del comportamiento del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ATENCIÓN AL CLIENTE

- 1. Servicio al cliente
- 2. Asistencia al cliente
 - 1.- Asistencia en el Punto de Venta
 - 2.- Información y formación del cliente
- 3. Satisfacción del cliente
 - 1.- Formas de hacer el seguimiento
- 4. Derechos del cliente-consumidor
- 5. Tratamiento de reclamaciones
- 6. Tratamiento de dudas y objeciones
 - 1.- Procedimiento general para el manejo de objeciones.
 - 2.- Métodos específicos para manejar objeciones
 - 3.- ¿Por qué se producen las objeciones?

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

- 1. Concepto y características de la función de atención al cliente
 - 1.- Empresas fabricantes
 - 2.- Empresas distribuidoras
 - 3.- Empresas de relaciones con clientes y servicios de atención al cliente
 - 4.- El defensor del cliente: pautas y tendencias
- 2. Dependencia funcional del departamento de atención al cliente
 - 1.- Organización funcional de las empresas: organigrama
 - 2.- Interrelaciones del departamento de atención al cliente: comercial, financiero y de ventas
- 3. Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente
 - 1.- Naturaleza
 - 2.- Efectos
 - 3.- Normativa: productos y ámbitos regulados
- 4. El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente
 - 1.- Marketing relacional
 - 2.- Relaciones con clientes
 - 3.- Canales de comunicación con el cliente: tanto presenciales como no presenciales
 - 4.- Obtención y recogida de información del cliente
- 5. Variables que influyen en la atención al cliente
 - 1.- Posicionamiento e imagen
 - 2.- Relaciones públicas
- 6. La información suministrada por el cliente
 - 1.- Análisis comparativo

- 2.- Naturaleza de la información
- 3.- Cuestionarios
- 4.- Satisfacción del cliente
- 5.- Averías
- 6.- Reclamaciones
- 7.Documentación implicada en la atención al cliente
- 8.Servicio Postventa

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN SOBRE EL CLIENTE

- 1. Metodología que debe seguir el vendedor
 - 1.- El precontacto. La organización.
 - 2.- El precontacto. Preparación de la entrevista
- 2. Ejemplo de una preparación en la información e investigación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CONTACTO

- 1. Presentación
- 2. Cómo captar la atención
 - 1.- El saludo
 - 2.- Despertar el interés
- 3. Argumentación
- 4. Tratamiento de objeciones
- 5. Demostración
- 6. Negociación
 - 1.- Tipos de negociaciones
 - 2.- Cuestiones prácticas de negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL CIERRE DE LA VENTA. POSTVENTA

- 1. Estrategias para cerrar la venta
- 2. Tipos de clientes; cómo tratarlos
 - 1.- Clientes difíciles
- 3. Técnicas y tipos de cierre
 - 1.- Técnicas y tipos de cierre para clientes difíciles
- 4. Cómo ofrecer un excelente servicio postventa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CALIDAD EN LA PRESENTACIÓN DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

- 1. Procesos de calidad en la empresa
 - 1.- Beneficios de la calidad en la empresa
- 2. Concepto y características de la calidad de servicio
 - 1.- Importancia
 - 2.- Objeto
 - 3.- Calidad y satisfacción del cliente
- 3. Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente
 - 1.- Elementos de control

- 2.- Métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente
- 3.- Medidas correctoras

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ASPECTOS LEGALES EN RELACIÓN A LA ATENCIÓN AL CLIENTE

- 1. Ordenación del Comercio Minorista
 - 1.- Contenido
 - 2.- Implicaciones en la atención a clientes
- 2. Servicios de la Sociedad de Información y el Comercio Electrónico
 - 1.- Contenido
 - 2.- Implicaciones
- 3. Protección de Datos
 - 1.- Contenido
 - 2.- Implicaciones en las relaciones con clientes
- 4. Protección al consumidor
 - 1.- Ley General de Defensa de los consumidores y usuarios
 - 2.- Regulación autonómica y local de protección al consumidor

PARTE 2. ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO

MÓDULO 1. 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:
 - 1.- Europea.
 - 2.- Nacional: el CIDOC (Centro de Información y Documentación en Consumo)
 - 3.- Autonómica
 - 4.- Local
- 3. Fuentes de información primaria en consumo:
 - 1.- Monografías.
 - 2.- Informes técnicos.
 - 3.- Revistas (publicaciones periódicas o seriadas).
 - 4.- Catálogos de productos.
 - 5.- Normas.
 - 6.- Materiales no convencionales y otros
 - 7.- Encuestas a consumidores
- 4. Fuentes de información secundaria en consumo:
 - 1.- Índices bibliográficos.

- 2.- Índices KWIC/KWOC.
- 3.- Índices de contenidos.
- 4.- Bases de datos (Bibliográficas-factuales-documentales).
- 5.- Directorios.
- 5.Soportes de la información:
 - 1.- Impresos o escritos.
 - 2.- Edición electrónica.
 - 3.- Multimedia: información audiovisual.
- 6.Normativa reguladora del tratamiento de la información:
 - 1.- Propiedad intelectual.
 - 2.- Derechos de autor.
 - 3.- 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.
 - 1.- Autoría.
 - 2.- Filiación.
 - 3.- Actualidad.
 - 4.- Propósito.
 - 5.- Audiencia.
 - 6.- Legibilidad.
- 3.Análisis comparativo de las fuentes/documentos de información en consumo:
 - 1.- Variables de comparativa: precio, soporte, calidad, accesibilidad.
 - 2.- Estimación coste-rendimiento.
- 4.Buscadores de información online:
 - 1.- Bases de datos.
 - 2.- Directorios y bibliotecas virtuales.
 - 3.- Motores de búsqueda.
 - 4.- 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.
 - 1.- Conceptos y características.
 - 2.- Tipología. Reclamaciones u otra documentación.
 - 3.- Flujo documental.
 - 4.- Fases: captación, registro, actualización, modificación y consulta.
 - 5.- Funciones y servicios que desarrollan.

- 6.- 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:
 - 1.- Textos.
 - 2.- Enriquecidos.
 - 3.- Web.
 - 4.- Imágenes.
 - 5.- Sonidos.
 - 6.- Videos
- 5.Codificación de documentos:
 - 1.- Clasificación de documentos y
 - 2.- Niveles de acceso.
- 6.Conservación de documentación obsoleta o histórica:
 - 1.- Vigencia de la documentación.
 - 2.- Destrucción de documentación obsoleta o histórica.
 - 3.- Archivo definitivo u otros.
 - 4.- Realización de copias de seguridad.
- 7.Instrumentos de organización de información y documentación en consumo:
 - 1.- Manual de Archivo y clasificación de documentos.
 - 2.- Catalogación y indización de documentos e información.
- 8.Aspectos legales de la archivística y actualización normativa:
 - 1.- Normas en materia de seguridad, integridad y confidencialidad de la información.
 - 2.- 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.
 - 1.- Información a incorporar.
 - 2.- Estructura de la base de datos: relacionales y documentales.
 - 3.- Estructura y nomenclatura de las tablas en función del contenido.
 - 4.- Control de redundancia de la información.
 - 5.- Determinación de administrador/res responsable/s del sistema.
 - 6.- Claves y niveles acceso a usuarios.
 - 7.- Restricción de datos: niveles de consulta, actualizaciones, generación de informes.
 - 8.- Sistemas y controles de seguridad: pérdida, modificación o destrucción fortuita de datos.
- 3.Operaciones básicas de bases de datos en hojas de cálculo.
 - 1.- Apertura, cierre, compactación y reparación de una base de datos.
 - 2.- Cifrado y descifrado de una base.
 - 3.- Conversión de una base de datos.
 - 4.- Ordenación.

- 5.- Filtrado.
- 6.- Validaciones.
- 7.- Formularios.
- 8.- Informes.
- 9.- Subtotales.
- 10.- Consolidaciones e informes de tablas y gráficos dinámicos.
- 11.- Vinculación de hojas de cálculo u otro tipo de tablas con bases de datos.
- 4. Comandos de las bases de datos.
 - 1.- Conceptos generales.
 - 2.- Comandos de manipulación y formato.
 - 3.- Análisis de datos: auditoría, referencia circular, formato condicional, escenarios, tablas, buscar objetivos, tablas dinámicas u otros.
 - 4.- 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.
 - 1.- Búsquedas y consultas de información en materia de consumo.
 - 2.- Análisis de los resultados de las consultas a bases de datos.
 - 3.- Elaboración de informes de la base de datos en consumo.
- 7. Análisis de información y reclamaciones por sectores específicos.
 - 1.- Información estadística por tipo de sector y motivo de la reclamación.

MÓDULO 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:
 - 1.- Tesoros y palabras claves en consumo y su normativa.
 - 2.- Lenguajes: normativos y documentales.
- 2. Boletines de Información e Informes:
 - 1.- Concepto.
 - 2.- Finalidad.
 - 3.- Estructura.
 - 4.- Composición.
- 3. Cumplimiento de procedimientos de elaboración y presentación:
 - 1.- Forma.
 - 2.- Plazos.
- 4. Técnicas y normas gramaticales:
 - 1.- Corrección ortográfica y semántica.
 - 2.- Construcción de oraciones.
 - 3.- Normas de aplicación de siglas y abreviaturas.
 - 4.- 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:

1.- Pautas de realización: concisión, precisión, claridad, coherencia, riqueza de vocabulario, cohesión y énfasis.

2.- Estilos de redacción: técnicas de sintetización de contenidos.

6. Redacción de documentos profesionales:

1.- Lenguaje escrito.

2.- Contenido y su organización: fichas de contenido.

3.- Resumen o síntesis.

7. Presentación de la documentación:

1.- Fuentes de origen.

2.- Cronología.

3.- Canales de comunicación y divulgación.

4.- Internet/Intranet.

8. Normativa y usos habituales en la elaboración y presentación de la documentación de consumo:

1.- Protección de datos.

2.- Seguridad y confidencialidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DE CONSUMO CON PROCESADORES DE TEXTO.

1. Aspecto de los caracteres y letras:

1.- Tipo.

2.- Tamaño.

3.- Efectos.

2. Aspecto de un párrafo:

1.- Alineación e interlineado.

2.- Espacio anterior y posterior.

3.- Sangrías y tabuladores en el texto.

4.- Trabajo con la regla.

5.- Listas numeradas.

6.- Cambio de estilo, viñetas y otros.

3. Formato del documento:

1.- Auto-formato.

2.- Autocorrección.

3.- Aplicación de manuales de estilo.

4. Edición de textos:

1.- Configuración de encabezados y pies de página.

2.- Inserción en ediciones de texto de: tablas, gráficos, organigramas, objetos e imágenes y otros.

5. Documentos profesionales:

1.- Creación y uso de plantillas.

2.- Tareas automatizadas.

6.Creación de un informe personalizado:

1.- Asistente para informes.

2.- Creación de un informe (en columnas, tabular o justificado).

3.- Creación de un auto informe.

7.Creación de formularios:

1.- Asistente para formularios.

2.- Creación de un formulario: en columnas, tabulación, hojas de datos o justificado, formularios que incluye un subformulario.

3.- Auto-formulario.

4.- Apertura, cierre, cambio, almacenamiento, eliminación e impresión de un formulario.

5.- Uso de filtros en formularios.

8.Impresión de textos.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN EN CONSUMO CON TABLAS.

1.Presentación de información con tablas:

1.- Creación de una tabla.

2.- Propiedades: añadir bordes y sombreado, combinación de celdas.

3.- Importación, vinculación y exportación de tablas.

2.Edición de una tabla:

1.- Movimiento.

2.- Agregaciones y eliminaciones.

3.- Búsquedas y reemplazos de datos.

4.- Copias, cortes y pegados de datos.

3.Relaciones entre las tablas:

1.- Índices.

2.- Conversiones de texto y tablas.

4.Personalización de la vista Hoja de datos:

1.- Visualización y ocultación.

2.- Cambio altura de filas y columnas.

3.- 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:

1.- Criterios de selección: legibilidad, representatividad, vistosidad.

2.Elementos presentes en los gráficos:

1.- 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:

1.- 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:

- 1.- Selección del tipo de gráfico.
- 2.- Selección de los rangos de datos.
- 3.- Agregar una nueva serie de datos al gráfico.
- 4.- Opciones del gráfico.
- 5.- Ubicación del gráfico.

6. Modificación del gráfico:

- 1.- Tipo de gráfico.
- 2.- Datos de origen.
- 3.- Opciones de gráfico.
- 4.- Ubicación.
- 5.- Agregar datos y línea de tendencia.
- 6.- Vista en 3D.

7. Borrado de un gráfico.

8. Integración de gráficos en documentos.