

MARKETING DE LA FORMACIÓN

70
HORAS

DESCRIPCIÓN

OBJETIVOS

Proponer actuaciones dirigidas a la promoción de la formación.

CONTENIDOS

UNIDAD 1: INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EMPRESARIAL:- Repercusiones del Desarrollo Tecnológico. - La Tecnología y el Conocimiento. - Cambios en las Estructuras Socio-Laborales y Ocupacionales. - Cambios en las Estructuras Económico-Productivas. - Cambios de las Actividades Cotidianas y de las Relaciones Personales. - La Lucha por la Calidad de Vida e Igualdad de Oportunidades.

UNIDAD 2: INCIDENCIAS DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS: LA FORMACIÓN CONTINUA.: Las Nuevas Tecnologías y la Formación. - Las Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Formación: Nueva Cultura de Formación. - Nuevas Formas de Organización de la Formación.

UNIDAD 3: EL GESTOR DE LA FORMACIÓN ANTE LAS TIC: Contribuciones de las TIC a la Formación. - Problemas en la Integración de las TIC en la Formación. - Criterios y Parámetros de Selección de las TIC para la Formación.

UNIDAD 4: E- LEARNING: Los Responsables de la Formación ante el E-Learning. Funciones del Formador en el Uso del E-Learning.

UNIDAD 5: EL MARKETING COMO HERRAMIENTA DE LA FORMACIÓN: El Efecto del Entorno sobre la Formación. - Problemática de la Formación. - Definición de Marketing de la Formación. - Identificación del Cliente.

UNIDAD 6: INVERSIÓN EN LA FORMACIÓN: La Formación como una Inversión Empresarial. - La Decisión de la Inversión en la Formación.

UNIDAD 7: REDES DE PROFESIONALES DE LA FORMACIÓN:- Redes: Características. Redes Europeas. Redes Nacionales