

MARKETING DE LA FORMACIÓN

MODALIDAD: Distancia

HORAS: 84

OBJETIVO:

Proponer actuaciones dirigidas a la promoción de la formación.

CONTENIDO:

Tema 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.

Tema 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.

Tema 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.

Tema 4.- E- Learning.

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

Tema 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.

Tema 6.- Inversión en la Formación.

La Formación como una Inversión Empresarial. La Decisión de la Inversión en la Formación.

Tema 7.- Redes de Profesionales de la Formación.

Redes: Características. Redes Europeas. Redes Nacionales.

