

Gestor de Formación

Objetivos

Organizar y coordinar el dispositivo de formación, utilizando técnicas de planificación, asignación de objetivos y control; garantizando la consonancia de las actividades de formación con la estrategia global y la política de formación de la empresa. Estando al día de los progresos y evolución del mercado de trabajo, manteniéndose en contacto con organizaciones y entidades externas y negociando con proveedores y usuarios de la información para adecuar e integrar el servicio de formación de la entidad a la evolución, cambios y demandas del entorno.

Indice

1 Entorno económico de las organizaciones

- 1.1 Entorno competitivo de la organización
- 1.2 La formación en el plan estratégico de la empresa

2 El análisis de las necesidades de formación

- 2.1 Concepto de análisis de necesidades de formación
- 2.2 Fuentes en el análisis de las necesidades de formación

3 El Plan de Formación de la organización

- 3.1 La planificación y el establecimiento de objetivos
- 3.2 Determinación de planes, programas y acciones
- 3.3 Previsión de recursos
- 3.4 Desarrollo de programas
- 3.5 Tipos de planes
- 3.6 Evaluación del programa
- 3.7 Cuestionario: Cuestionario

4 Empleo y Formación - la FPO

- 4.1 Educación formal, no formal e informal
- 4.2 Concepto de la Formación Profesional Ocupacional (FPO)
- 4.3 Relación existente entre Formación Profesional Reglada y FPO
- 4.4 Instituciones implicadas en la formación

5 El Plan de Formación

- 5.1 Valoración del coste

- 5.2 El presupuesto de la Formación
- 5.3 La rentabilidad de la Formación
- 5.4 La logística - materiales didácticos

6 Control y seguimiento

- 6.1 Control de la gestión operativa
- 6.2 Gestión económica
- 6.3 Índices de Gestión de la Subvención
- 6.4 El informe de Gestión de la Formación

7 La gestión de los planes y actividades de formación

- 7.1 Concepto y finalidad
- 7.2 El Plan de Gestión
- 7.3 Tareas derivadas del Plan de Gestión
- 7.4 Técnicas para la gestión de Planes formativos

8 Gestión de los Recursos Humanos de la organización

- 8.1 El perfil profesional del formador
- 8.2 Competencias del formador
- 8.3 Técnicas de dirección de equipos
- 8.4 Técnicas de negociación
- 8.5 Técnicas para la toma de decisiones en equipo
- 8.6 Cuestionario: Cuestionario

9 La evaluación de Programas de Formación

- 9.1 Concepto de Evaluación de programas
- 9.2 Funciones de la evaluación
- 9.3 Los objetivos de la evaluación de programas
- 9.4 Los términos de comparación
- 9.5 Los criterios de evaluación de un programa
- 9.6 Tipos de información

10 Fases de la Evaluación

- 10.1 Fases de la Evaluación
- 10.2 Esquema tradicional
- 10.3 Propuesta de evaluación de programas
- 10.4 Evaluación de programas - primer momento
- 10.5 El programa en su desarrollo
- 10.6 Final - el programa en sus resultados
- 10.7 Pauta para la evaluación de programas
- 10.8 Técnicas de evaluación de programas

10.9 Análisis de los resultados de la evaluación

11 El proceso de certificación de los participantes

11.1 La evaluación del alumnado

11.2 Certificación del alumnado

11.3 Cuestionario: Cuestionario

12 El Marketing de la Formación

12.1 Concepto de Marketing

12.2 El rol del consultor de formación

12.3 Habilidades del consultor

12.4 El cliente de la formación

12.5 La relación con nuestra clientela

13 El Marketing de la Formación II

13.1 El proceso del Marketing

13.2 Funciones del Marketing

13.3 Principios fundamentales del Marketing

13.4 La oferta del Marketing (Marketing Mix)

14 La innovación en Formación

14.1 Características - el cambio actual

14.2 Consecuencias en el mundo del trabajo

15 Recursos de actualización

15.1 Instituciones que generan recursos

15.2 Otros recursos de actualización e innovación

15.3 Cuestionario: Cuestionario final