

Gestión de Marca Empleadora

DIRECCIÓN ACADÉMICA:
CAROLINA BORRACCHIA

PROGRAMA
ABIERTO

DURACIÓN
10 ENCUENTROS

CURSADA
MARTES Y JUEVES
DE 18.30 A 20.30H

MODALIDAD DE
CURSADA
ONLINE



Posicionar una marca empleadora difiere bastante de hacerlo con un producto o servicio: ¡los empleos no se compran! El desafío es doble ya que, si lográs que los mejores quieran trabajar en tu compañía, terminarás creando miles de experiencias de ansiedad y frustración en aquellos candidatos que logres atraer para luego rechazarlos a la primera postulación.

La propuesta de valor al empleado (PVE) es importante pero la percepción y valoración que hagan de ella tus colaboradores es lo que realmente importa. Tus colaboradores y excolaboradores serán tus principales aliados en esta construcción y lo que ellos divulguen “en el asado del domingo” y en sus redes sociales se transformará en “el momento de la verdad” de tu marca empleadora.

Por eso, tu desafío hacia dentro de la la compañía será crear los mejores embajadores.

El mayor problema de las compañías no es que sean malas empleadoras sino que son desconocidas como empleadoras. Construir marca se hace generando confianza. Y todo esto se da en un contexto globalizado en donde el emprendedorismo crece año tras años y el talento es cada vez más escaso, los jóvenes profesionales buscan corporaciones como medio para aprender y rotan buscando nuevos desafíos aunque estén en “una gran compañía”.

Las compañías que antes eran valoradas por su prestigio perdieron atractividad y sólo aquellas que son capaces de adaptarse a los códigos de la cultura digital y que puedan transformarse en verdaderas usinas de intra-emprendedorismo lograrán reinventarse y sobrevivir a la guerra por el talento.

Gestión de Marca Empleadora

PLAN DE ESTUDIOS

MÓDULO 1 | LA MARCA EMPLEADORA: PILAR CLAVE DE LA ESTRATEGIA DE TALENTO

- › Recursos Humanos: nuevas disrupciones en los negocios y en las organizaciones.
- › La pérdida de confianza en las organizaciones.
- › Estrategia de talento.
- › La consistencia entre lo que se dice y lo que se es.
- › El *engagement* de los empleados como el eje central.
- › La desidealización de las empresas.
- › El riesgo de la “sobrepromesa” marcaría.
- › El caso Unilever.

MÓDULO 2 | LA IMPORTANCIA DE GESTIONAR LA MARCA EMPLEADORA

- › Qué es y qué no es marca empleadora.
- › Cómo son y qué hacen las compañías más atractivas.
- › RRHH como aliado del negocio.
- › Claves para la gestión de la marca empleadora.
- › Hacia afuera: identificando a quiénes tenemos que atraer.
- › Hacia dentro: identificando a quiénes necesitamos reconquistar.

MÓDULO 3 | DE LA PROPUESTA DE VALOR AL EMPLEADO A LA ACTIVACIÓN DE MARCA

- › Propuesta de Valor al Empleado (PVE).
- › De empleadores desconocidos a empleadores preferidos: el proceso en la mente del candidato.
- › Desarrollo de la estrategia de posicionamiento de marca.
- › El Employer Brand Toolkit.
- › Activación de un programa de relacionamiento con universidades.
- › Activación de un programa de atracción de talento.

MÓDULO 4 | DESAFÍOS DE LA CULTURA DIGITAL

- › La digitalización y el choque con la cultura tradicional.
- › El desafío de digitalizar una cultura empresarial.
- › *Management* en una cultura digital.
- › El caso Navent.

MÓDULO 5 | MÁS ALLÁ DE LAS VACANTES: CREANDO CONFIANZA EN LAS REDES SOCIALES

- › Modelos de gestión de redes: ventajas y desventajas.
- › ¡Eureka! Tus colaboradores ya están en las redes.
- › Liderando la conversación.
- › Convirtiendo candidatos en cocreadores.
- › Innovando en los testimonios.
- › El caso Grupo Peñaflores.

MÓDULO 6 | DE COLABORADORES A INFLUENCIADORES 2.0 EN LINKEDIN

- › Colaboradores: embajadores o detractores de la marca.
- › Paradigma TripAdvisor: el poder de la recomendación.
- › De usuarios de LinkedIn a embajadores 2.0.
- › Los influenciadores desconocidos: amigos, familiares y ex colaboradores.
- › El caso Banco Galicia.

MÓDULO 7 | DESAFÍOS DE LA CULTURA INTRAEMPREENDEDORA.

- › La cultura emprendedora como vehículo para la innovación.
- › Bases de una experiencia de trabajo que contagia: equipos, independencia y propósito grupal.
- › La agenda de trabajo orientada a un nuevo enfoque.
- › Métodos para escalar procesos de innovación y formar una cultura de experimentación.
- › El caso Tea Connection.

MÓDULO 8 | POTENCIANDO EL ENGAGEMENT A PESAR DE LOS MALOS JEFES

- › La cultura como generadora de compromiso.
- › Reavivando el contrato emocional.
- › Los tres momentos del compromiso.
- › El poder de la comunicación y el alto costo del silencio.
- › Liderazgo y beneficios: ¿seguir invirtiendo?

RECURSOS HUMANOS

METODOLOGÍA

Se combinarán presentaciones teóricas sobre los contenidos propuestos, análisis de casos, actividades prácticas y disertaciones a cargo de diferentes profesionales del mundo de los recursos humanos. Los profesores, además de reconocidos profesionales en su área, son personas apasionadas, con un gran sentido práctico y capaces de contagiar entusiasmo por hacer que las cosas sucedan.

AUDIENCIA

Este programa está orientado a consultores de selección, a profesionales de RRHH y Marketing (que tengan como objetivo construir la marca empleadora), a dircoms y a comunicadores internos, así como también a gerentes generales, dueños y directores de pequeñas y medianas empresas que estén interesados en que los mejores candidatos quieran sumarse a sus equipos y sus mejores colaboradores deseen quedarse.

CUERPO DE PROFESORES

Carolina Borracchia. Diseñadora gráfica, UBA. Programa ejecutivo de Recursos Humanos, UTDT. Programa estratégico de Marketing, IAE Business School. Fundadora y CEO de Combo Employer Branding. Conferencista internacional y autora de IT'S A MATCH, Despertando el Compromiso y Los jóvenes no sueñan con compañías.

Informes



☎ (+54 911) 3919 0747

☎ (+54 11) 5169 7342 / 7355

✉ admisiones_negocios@utdt.edu