

RESERVA DE PLAZA Y MATRÍCULA

Título: *Employer Branding*: gestionar la marca de la compañía como lugar para trabajar

Precio de título: 1650 €. (Posibilidad de Beca del 25%)

El precio incluye alojamiento y manutención.

Nº de Plazas: 20 alumnos.

El inicio del curso queda condicionado al número mínimo de alumnos matriculados.

Documentación a adjuntar:

- Solicitud de preinscripción y matrícula cumplimentada
- Fotocopia del DNI o pasaporte
- Cheque nominativo o transferencia bancaria a favor de la Universidad Rey Juan Carlos, por el importe de la reserva de plaza

INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES:

Fundación Universidad Rey Juan Carlos

Plaza de Manuel Becerra, 14.
28028. Madrid

Tel: 91 488 83 33

91 488 83 43

Fax: 91 488 83 77

fundacion.master@urjc.es



www.urjc.es



Universidad
Rey Juan Carlos

peplematters

Vicerrectorado de
Títulos Propios, Postgrado
y Unidades Docentes Delegadas

**Employer Branding:
gestionar la marca
de la compañía como
lugar para trabajar**

I Edición

PRESENTACIÓN

El concepto de gestión de la marca como empleador o *Employer Branding* se refiere al conjunto de estrategias e iniciativas que una empresa ha de llevar a cabo para posicionarse adecuadamente en el mercado laboral y hacia sus propios empleados, asociando una serie de atributos a la compañía como lugar para trabajar, consistentes con la marca comercial y con la cultura y realidad de la organización, al tiempo que atractivos y relevantes para sus colectivos clave.

Esta práctica se inició en los años 90 en Estados Unidos cuando empezó a escasear talento en el mercado laboral. En España, el fenómeno llegó más tarde, en la última década, debido a la presión de la curva demográfica, planteando a las empresas el reto de convertirse en marcas atractivas a la hora de seleccionar y de retener.

Generar y gestionar la marca como empleador requiere la combinación de competencias de *marketing* con una perspectiva de gestión de personas; es un proceso que requiere tiempo y a menudo requerirá cambios importantes en las políticas de gestión y en los comportamientos de los mandos y directivos.

En este curso y con la colaboración de **PeopleMatters**, pioneros en *Employer Branding* en España, se revisarán los conceptos y herramientas básicos a tener en cuenta en relación a la gestión de la marca como empleador; al tiempo que se conocerán en primera persona las experiencias de importantes compañías que ya cuentan con una estrategia específica de gestión de la misma.

OBJETIVOS

- 1) Profundizar en el concepto de *Employer Branding*: historia, desarrollo, modelos, metodologías, técnicas, etc.
- 2) Conocer ejemplos de casos de empresas de éxito en su aplicación en nuestro país.
- 3) Compartir ideas con los profesionales más pioneros.
- 4) Entender las claves que nos permiten mejorar nuestra reputación como lugar de trabajo y el compromiso de nuestros equipos.
- 5) Disponer de un conjunto de ideas para su aplicación en cada empresa.

PROGRAMA

Primer día:

- *Employer Branding*: un eje clave de la estrategia de capital humano
- Lecciones del *marketing* para la gestión de la marca interna
- La importancia de la marca
- Transmitir la propuesta de valor al empleado hacia dentro y hacia fuera
- Técnicas de investigación de mercados aplicadas al *Employer Branding*
- Un modelo de gestión para la marca como empleador
- Cultura e identidad corporativa: la experiencia de NH Hoteles

Segundo día:

- El impacto de las políticas y prácticas de gestión de personas: la experiencia de Heineken
- Los directivos como transmisores de marca: la experiencia de Vodafone
- Comunicación y *marketing* interno: la experiencia de Kellogg's
- Comunicación externa corporativa y marca como empleador: la experiencia de Tecnia
- El sistema educativo como prescriptor de marca hacia jóvenes con talento: la experiencia de Janssen-Cilag y Steelcase
- Innovación y creatividad en la generación de la marca como empleador: la experiencia de BBVA, CLH, Red Eléctrica de España y **PeopleMatters**
- Redes Sociales y oportunidades para la marca como empleador: la experiencia de Acciona y Territorio Creativo
- Lecciones aprendidas

DESTINATARIOS

El programa está diseñado especialmente para Directivos y Responsables de Recursos Humanos, Selección, Desarrollo, Comunicación y Marca corporativa, para profesionales de la Comunicación, así como para responsables de áreas operativas con funciones específicas de dirección de personas.

INFORMACIÓN ACADÉMICA

Equipo Directivo:

- Profa. Dña. Susana Romero Sanz. **URJC**
- Prof. D. Alfonso Jiménez . **PeopleMatters**

PROFESORADO

- Alfonso Jiménez (Socio director de **PeopleMatters**)
- Miriam Aguado (Senior manager de **PeopleMatters**)
- Carlos del Castillo (**URJC**)
- Javier Regueira (Empresario, especialista en *Marketing* y Publicidad, autor y blogger)
- Mónica Segovia (**URJC**)
- Francisco Catalá (Responsable de Selección, Compensación y Comunicación de **NH Hoteles**)
- Álvaro de Vicente-Rodríguez (Responsable de Desarrollo Organizativo y *Employer Branding* de **Heineken**)
- Javier Sánchez Ferrer (Director de Talento y Desarrollo de **Vodafone**)
- Susana Gómez (Directora de Recursos Humanos de **Kellogg España**)
- Pilar Trucios (Periodista y colaboradora de **PeopleMatters**)
- Miguel Ángel Sanz (Director de Mercado y Tecnología de **Tecnia**)
- José M^a de Antonio (Director de Recursos Humanos de **Janssen-Cilag**)
- David Martín (Director de Recursos Humanos de **Steelcase**)
- Silvia Fernández (Directora de Selección de **BBVA**)
- Ángel Montiel (Responsable de Selección, Formación y Desarrollo de **CLH**)
- Verónica Gómez de la Mata (Área de empleo de **Red Eléctrica de España**)
- Juan Antonio Fernández (Gerente de la **Universidad Corporativa de Acciona**)
- Juan Luis Polo (Socio director de **Territorio Creativo**)
- Fernando Velasco Fernández (**URJC**)

DURACIÓN Y DESARROLLO

Inicio: jueves 30 de septiembre de 2010

Fin: viernes 01 de octubre de 2010

Día/ horas: 30/09: 10:30 – 14:00 // 15:30 – 18:30
01/10: 09:00 – 14:00 // 15:30 – 18:30

Lugar: Palacio del Nuncio (Aranjuez)