



## **PROGRAMA DE ACTIVIDAD FORMATIVA DE POSGRADO.**

### **1 - Título de la actividad**

Experiencia del empleado y marca del empleador

Alternativo:

### **2 - Formato curricular**

Curso teórico práctico

### **3 - Carga horaria**

Cantidad de horas totales: 40

Cantidad de horas teóricas: 20

Cantidad de horas prácticas: 20

### **4 - Duración**

Fecha de inicio del cursado: 09/05/2024

Fecha de fin del cursado: 31/05/2024

### **5 - Modalidad**

- Opción pedagógica a distancia (más del 50% de horas no presenciales)

### **6 - Desarrollo de las clases**

Clases por videoconferencia exclusivamente: se dictarán todas las clases on line. Requiere plataforma (Meet, Zoom, etc.).

Usa moodle: NO

### **7 - Cuerpo docente**

Nombre completo: Mónica E., García Tello

Título mayor obtenido: Magister en calidad y gestión de empresas.

Rol: Estable - Responsable de la actividad

### **8 - Destinatarios**

Estudiantes de carreras de posgrado y/o egresados/as con título de nivel universitario o superior.

### **9 - Fundamentación de la propuesta**

La evolución de los mercados en relación a las formas en que los usuarios buscan, deciden, compran y consumen los productos genera que las organizaciones que los producen, distribuyen y comercializan se transforman para poder dar respuestas a las nuevas demandas de su entorno.

Los clientes esperan que las organizaciones tanto locales como internacionales, valor diferencial, esto significa sentirse cuidados, respetados, en todos sus niveles de integridad humana.

Las organizaciones públicas y privadas están frente a nuevos paradigmas traídos por las tendencias de ser instituciones amigables con el ecosistema natural. al tiempo de brindar accesibilidad económica a sus propuestas, para ello los equipos humanos que brindan productos y servicios asumen el reto de pensarse como propuestas de valor, sensibles a la humanidad de sus destinatarios.

Este módulo "Experiencia del Empleado y Marca del Empleador" propone brindar a los participantes recursos como ideas, técnicas y competencias personales, profesionales y organizacionales para que las personas que producen, comercializan, distribuyen bienes o servicios puedan valorarse como emprendedores, vinculadores y gestores de cambios innovadores. El programa se enfoca en la formación de competencias que potencien el saber, el hacer y el ser en temáticas como desarrollo de la identidad de marca del empleador y la experiencia de los colaboradores.

Los contenidos pueden aplicarse en participantes que sean emprendedores en sus proyectos profesionales o en organizaciones en funcionamiento.

## **10 - Objetivos**

Comprender los desafíos que las organizaciones hoy tienen con sus empleados y con el medio donde producen, comercializan y distribuyen sus bienes.

Aprender a emplear metodologías ágiles en las áreas de la experiencia de los empleados y sobre la marca del empleador.

## **11 - Contenidos**

Eje 1: Las expectativas y deseos de los colaboradores en las organizaciones.

La felicidad: biológica y psicológica aplicadas a la experiencia del colaborador. Conceptos y tendencias. Oportunidades y desafíos actuales y futuros.

Asistencia a los clientes internos para la consecución de objetivos; feedback sobre los procesos de gestión de personas e iniciativas llevadas adelante.

Eje 2: La gestión de la identidad del empleador.

El diseño de las estrategias. El Employer Branding como espacio de fidelización de los colaboradores. Principales indicadores para medir la experiencia del colaborador.

Metodologías para el diseño del recorrido del empleado. Mapas y matrices.

Eje 3: La vinculación interna y sostenible en las organizaciones:

El impacto de la adquisición del talento humano en la organización, onboarding, acompañamiento, comunicación y reubicación. El intraemprendedor, características y valoración para nuevos proyectos y tareas.

Técnicas de growth hacking, design sprint y sprint HR 2.0. El rol del HR Business Partner: como nexo entre los colaboradores, sus intereses y necesidades; acompañamiento a la organización en la planificación, ejecución y difusión de información pertinente y actualizada.

## **12 - Metodología de enseñanza aprendizaje**

Video-conferencia.

Trabajo práctico: Diagnóstico de tendencias personales y organizacionales.

## **13 - Evaluación**

Trabajo integrador final

## **14 - Cronograma**

Eje 1: 9 y 10 de mayo

Eje 2: 16, 17 y 24 de mayo

Eje 3: 24, 30 y 32 de mayo

## **15 - CV Abreviado del docente**

Nombre completo: Mónica E., García Tello

CV Abreviado: Acompañar a emprendedores innovadores en su interacción con herramientas, metodologías y competencias profesionales y organizacionales en sus procesos y proyectos. Facilitar el cuidado de los

vínculos en la cocreación de un ecosistema productivo sólido y autosustentable, para que estos agentes de cambio colaboren, compitan y compartan en la prosperidad e impactos en el empleo y en la riqueza de la región.

#### **16 - Bibliografía obligatoria y/o complementaria:**

Saks, A. M. (2017). Antecedentes y consecuencias del compromiso de los empleados: una revisión. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*, 4(1), 1-19.

Backhaus, K., & Tikoo, S. (2004). Conceptualización e investigación de la marca del empleador. *Desarrollo Internacional de Carrera*, 9(5), 501-517.

Berthon, P., Ewing, M., & Hah, L. L. (2005). Empresa cautivadora: dimensiones de la atracción en la marca del empleador. *Revista Internacional de Publicidad*, 24(2), 151-172.

Cable, D. M., & Turban, D. B. (2003). El valor de la reputación organizacional en el contexto de reclutamiento: una perspectiva de equidad de marca. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 33(11).

#### **17 - Observaciones**