



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
MADRID

120h.

Objetivo General

Conocer los principales elementos del Marketing Interno y su aplicación práctica con el objetivo de incrementar el rendimiento de su organización.

Objetivos Específicos

- Definir y desarrollar planes de acción de marketing para la gestión eficaz de los programas de Recursos Humanos: reclutamiento y selección de personas, formación y desarrollo del personal, evaluación del personal, retribución, etc.
- Analizar y conocer las nuevas tendencias en marketing interno: "internal branding", "employer branding" y Responsabilidad Social Corporativa.
- Determinar los factores clave de éxito para la definición y aplicación de un plan de marketing interno de la función de Recursos Humanos en la organización.
- Conocer la imagen que tiene la Dirección de Recursos Humanos en la organización.
- Diseñar y desarrollar un plan de marketing interno para "vender" la función de recursos humanos en la organización y que se conozca su papel y contribución a la consecución de los objetivos de la organización.
- Conocer el papel de la comunicación interna como instrumento básico del marketing interno.
- Contribuir a la atracción, retención y compromiso de los empleados a través del marketing de las actuaciones derivadas de la gestión de recursos humanos.
- Evaluar el impacto de las acciones de Marketing Interno en los resultados de los programas de Recursos Humanos.
- Identificar los principales factores de satisfacción e insatisfacción del personal a través de la realización de un estudio de clima laboral.
- Reconocer el liderazgo como apoyo al Marketing Interno y como generador de compromiso en el personal de la organización.
- Conocer cuáles son las contribuciones de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación al Marketing Interno.

Programa

Módulo 1. Marketing Interno y Gestión de Recursos Humanos.

1. La gestión de Recursos Humanos en la empresa. La orientación al cliente.
2. Concepto de Marketing Interno y principios básicos.
3. Fases de un plan de Marketing Interno en Recursos Humanos.
 - Análisis de la situación.
 - Definición de los objetivos del Plan de Marketing Interno.
 - Definición y puesta en marcha de los planes de acción de Marketing para la gestión eficaz de los programas de RR.HH.
4. Nuevas competencias del profesional de los Recursos Humanos.

Módulo 2. La Comunicación Interna como Herramienta Básica del Marketing Interno.

1. Objetivos, facilitadores y obstructores de la comunicación interna.
2. Canales y tipos de comunicación interna: formal, informal, vertical y horizontal.
3. El plan de comunicación.
 - Auditoría de comunicación
 - Elementos clave del plan de comunicación.
4. Plan de comunicación interna en procesos de crisis.

Módulo 3. Marketing Interno y la Atracción de Personas: Reclutamiento y Selección.

1. Identificación de las necesidades de Marketing en los procesos de reclutamiento y selección de personas.
2. El reclutamiento: reclutamiento interno y externo.
3. Marketing interno en el proceso de selección de personas.
 - Concepto y objetivos de la selección de personas.
 - Fases del proceso de selección de personas.
 - Técnicas de evaluación en la selección de personas.
4. La acogida e incorporación del candidato como elemento clave en la atracción de personas con talento.
5. La evaluación del proceso de reclutamiento y selección de personas.
 - Evaluación de la satisfacción de los clientes de la función.
 - Evaluación de la eficacia y la eficiencia del proceso de reclutamiento y selección de personas.

Módulo 4. Marketing Interno y Programas para el Desarrollo del Personal.

Formación, Promoción y Desarrollo de la Carrera Profesional.

1. Marketing interno en los procesos de formación y desarrollo del personal.
 - El valor estratégico de la formación para la organización y para los individuos.
 - Los clientes de la función de formación: necesidades y expectativas.
 - El planteamiento sistémico de la formación de personal.
 - Acciones para fomentar la motivación hacia la formación de la dirección, los trabajadores, la representación legal de los trabajadores y los formadores.
 - El Marketing Interno como proceso clave en el éxito de la implantación de un sistema de gestión del conocimiento.
2. Marketing interno en los procesos de evaluación del rendimiento.
 - Aplicaciones de la evaluación del rendimiento.
 - La definición del criterio: la evaluación de los resultados y la evaluación del ajuste del perfil de exigencias y el perfil de competencias.
 - El proceso de evaluación del rendimiento.
3. Marketing Interno en los procesos de evaluación del potencial.
 - Planes de carrera organizativos y planes de carrera individuales.
 - Instrumentos y técnicas para la evaluación del potencial.
 - El proceso de evaluación del potencial.
 - La comunicación de los resultados.
 - La elaboración del plan de mejora.

Módulo 5. Estrategias de Marketing y Programas para la Retención e Implicación del Personal: Política Retributiva, Liderazgo y Clima Laboral.

1. Marketing interno de la Política Retributiva de la organización: diseño y comunicación.
2. Liderazgo como apoyo al marketing interno y factor de retención y generación de compromiso en el personal.
3. El estudio del clima laboral, proceso clave del Marketing Interno.

Módulo 6. Las TICS como Apoyo al Marketing Interno.

1. La intranet corporativa.
2. El portal del empleado.

Dirigido a

Directores de Recursos Humanos. Directores de Personal. Técnicos del Área de Recursos Humanos. Jefes de Equipo. Profesionales relacionados con la motivación y gestión del personal en las organizaciones.

Nuestros expertos

Profesores Universitarios dedicados a consultorías de empresas y profesionales especializados en Marketing de Recursos Humanos.

Titulación

Los alumnos que realicen el Curso de «Marketing Interno de los RRHH» y superen todos los requisitos, recibirán el Diploma expedido por la Universidad Complutense de Madrid en colaboración con Global Estrategias/Demos Group según la normativa vigente.

Fecha de inicio:

15 de marzo de 2012

2ª convocatoria:

18 de octubre de 2012

1.650 €

CMKD008