

**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS DE CURSOS PARA EL PROGRAMA DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA GRATUITA PARA ESTUDIANTES Y ACTUALIZACIÓN CONTINUA PARA GRADUADOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**1) TÍTULO DE LA PROPUESTA:** Marca Empleadora desde cero: de la estrategia a la comunicación

**2) PALABRAS CLAVES:** Marca Empleadora - Comunicación Estratégica - Comunicación Interna

**3) PÚBLICO DESTINATARIO** (caracterice el público al cual va dirigida la propuesta)

Estudiantes avanzados, graduados en comunicación institucional, graduados en Comunicación Social, comunidad de profesionales a fines a la comunicación, recursos humanos, liderazgo que deseen comprender los fundamentos de la marca empleadora desde un abordaje consultivo.

**4) CUPO**

**Mínimo: 5 personas**

**Máximo: No tiene**

**5) FUNDAMENTACIÓN – PERTINENCIA- PERSPECTIVA TEÓRICA:**

El curso se fundamenta en la necesidad de fortalecer la gestión de la marca empleadora como un eje estratégico dentro de las organizaciones, apalancado en la cultura organizacional, la comunicación estratégica y el cuidado de lo humano como valor central del negocio. Desde esta perspectiva, la marca empleadora no se concibe únicamente como una herramienta de atracción de talento, sino como un proceso integral orientado a la fidelización, la coherencia de marca y la generación de experiencias laborales positivas que impacten directamente en la sostenibilidad organizacional y el sentimiento de pertenencia.

La propuesta teórica se sustenta en enfoques de comunicación estratégica, cultura organizacional y gestión del talento, entendiendo a la comunicación como un actor clave en la construcción de sentido, en la alineación entre propósito, identidad y prácticas organizacionales, y en el desarrollo de experiencias significativas para las personas que forman parte de la organización. En este marco, el cuidado de lo humano, la coherencia entre lo que la organización dice y hace, y la generación de vínculos de confianza se constituyen como pilares fundamentales para la consolidación de una marca empleadora sólida y sostenible.



La pertinencia del curso se vincula con la creciente demanda de profesionales de la comunicación capaces de intervenir en el diseño y gestión de estrategias de marca empleadora, un campo en expansión que exige una mirada integrada entre comunicación, cultura y negocio. En este sentido, la propuesta busca profundizar los conocimientos de los profesionales de la comunicación en una rama de acción que se encuentra en auge, promoviendo una comprensión estratégica del rol de la comunicación en las organizaciones y su estrecha relación con los objetivos del negocio, considerando al capital humano como base fundamental para la sustentabilidad y el desarrollo organizacional.

## 6) OBJETIVOS

### Objetivo general:

- Brindar una introducción conceptual y estratégica a la marca empleadora, comprendiendo su alcance, su impacto en las organizaciones y el rol de la comunicación en el diseño de estrategias orientadas al cuidado de lo humano, la fidelización del talento y la coherencia de marca.

### Objetivos específicos:

- Presentar las nociones teóricas básicas que conforman el campo de la marca empleadora y su relación con la comunicación estratégica y la cultura organizacional.
- Comprender el impacto de la marca empleadora en la atracción, fidelización y experiencia del talento dentro de las organizaciones.
- Identificar las principales aristas que componen la gestión de la marca empleadora (cultura, comunicación interna, experiencia del colaborador, liderazgo, propuesta de valor, coherencia organizacional, entre otras).
- Reconocer el vínculo entre marca empleadora, negocio y sostenibilidad organizacional.
- Analizar casos y ejemplos prácticos de aplicación de estrategias de marca empleadora en distintos contextos organizacionales.
- Incorporar herramientas básicas para identificar acciones con impacto en la marca empleadora desde el rol del comunicador.



## 7) CONTENIDOS – PROGRAMA

### **Bloque 1: Introducción a la Marca Empleadora**

- Concepto de Marca Empleadora (ME)
- Relación entre marca empleadora, cultura organizacional y comunicación estratégica
- El rol de la comunicación en la construcción de la experiencia del colaborador
- Marca empleadora y negocio: impacto en la atracción y fidelización del talento

### **Bloque 2: Componentes de la Marca Empleadora**

- Componentes de la gestión de ME
- Ciclo de vida del colaborador
- Propuesta de valor al empleado (EVP)
- Atributos de marca
- Arquetipos organizacionales
- Campo de acción de la marca empleadora
- Vinculación con Comunicación Interna y Recursos Humanos

### **Bloque 3: Implementación de la Marca Empleadora**

- Diagnóstico organizacional
- Diseño del plan de marca empleadora
- Manual de marca empleadora
- Estrategias de comunicación y gestión
- Coherencia de marca en la implementación

### **Bloque 4: Medición y Buenas Prácticas**

- Indicadores básicos de impacto
- Evaluación de resultados
- Buenas prácticas en marca empleadora
- Principales dolores organizacionales
- Aprendizajes y casos reales



## 8) METODOLOGÍA PREVISTA PARA LA CAPACITACIÓN:

Curso - Taller

## 9) PLAN DE TRABAJO/ CRONOGRAMA

Módulo	Objetivos	Actividades
<b>1er Encuentro (presencial)</b>	Comprender el concepto de marca empleadora y su vínculo con la cultura, la comunicación y el negocio	Presentación del curso. Dinámica inicial. Exposición del concepto de ME. Análisis de la relación con cultura organizacional y comunicación estratégica. Debate sobre experiencia del colaborador. Ejemplos reales.
<b>2do Encuentro</b>	Identificar los componentes de la marca empleadora y su campo de acción	Exposición de componentes. Ciclo de vida del colaborador. EVP y atributos de marca. Arquetipos. Vinculación con CI y RRHH. Ejercicio práctico de identificación de componentes.
<b>3er Encuentro</b>	Comprender cómo se implementa una estrategia de marca empleadora	Exposición sobre diagnóstico organizacional. Diseño de plan de ME. Manual de marca empleadora. Ejercicio práctico de planificación. Trabajo grupal de análisis de caso ficticio, bosquejo de un plan. Puesta en común.
<b>4to Encuentro</b>	Reconocer indicadores, buenas prácticas y problemáticas de la gestión de ME	Indicadores de impacto. Buenas prácticas. Dolores organizacionales. Casos reales. Reflexión final. Cierre del curso.

## 10) EVALUACIÓN (si la tuviera)

Cuestionario de autoevaluación para reafirmar algunos conceptos (10 preguntas - múltiple opción - de ejecución opcional)

## 11) BIBLIOGRAFÍA:



**Mosley, R. (2014).** *Employer brand management: Practical lessons from the world's leading employers.* John Wiley & Sons.

**Barrow, S., & Mosley, R. (2005).** *The employer brand: Bringing the best of brand management to people at work.* John Wiley & Sons.

**Sheridan, J. E. (1992).** Organizational culture and employee retention. *Academy of Management Journal*, 35(5), 1036–1056.

**Adams, S., & Marshall, J. (2019).** *Employee experience: Develop a happy, productive and supported workforce for exceptional individual and business performance.* Kogan Page.

**Formanchuk, A. (2016).** *Cultura 2.0: Claves para potenciar la cultura organizacional en la empresa.* Buenos Aires: Ediciones Granica.

**Scheinsohn, D. (1997).** *Más allá de la imagen corporativa.* Buenos Aires: Ediciones Macchi.

**Scheinsohn, D. (2011).** *Comunicación estratégica: Management y fundamentos de la imagen corporativa.* Buenos Aires: Granica.

**Borracchia, C. (2020).** *Data driven employer branding: La transformación digital de la gestión de la marca empleadora.* Ciudad Autónoma de Buenos Aires: COMBO Employer Branding.

**Borracchia, C. (2017).** *Los jóvenes no sueñan con compañías.* Ciudad Autónoma de Buenos Aires: COMBO Employer Branding.

## **12) RECURSOS TECNOLÓGICOS E INFRAESTRUCTURA REQUERIDA:**

Proyector y sonido para reproducción de ejemplos audiovisuales

## **13) CARGA HORARIA TOTAL DE LA PROPUESTA: 20 hs**

### **DÍAS Y HORARIOS DISPONIBLES PARA LAS CLASES**

**14) Conformación del equipo capacitador:** *(los capacitadores deberán acreditar antecedentes académicos, profesionales, artísticos, entre otros, pertinentes al área que se propone dictar.)* Adjuntar al presente formulario CV de los capacitadores.



Equipo capacitador:

Titular: Lic. Paula Cuheito

Ayudante: Lic. Treia Peralta

