

Programa avanzado de marketing para los Recursos Humanos

El Marketing Interno,
una propuesta estratégica
de valor para la gestión del
capital humano



Barcelona, 4, 5 y 6 de marzo de 2008

Con la colaboración de



Programa avanzado de marketing para los recursos humanos

El Marketing Interno, una propuesta estratégica de valor para la gestión del capital humano

Presentación:

La sociedad del conocimiento en la que vivimos y la evolución de las pautas de comportamiento de los empleados, que van incorporando nuevos ideales a sus aspiraciones, demanda una concepción de las relaciones laborales que está evolucionando hacia nuevos horizontes.

Las personas que trabajan en las organizaciones, sean éstas del tipo que sean, hacen una apuesta emocional con esas aspiraciones de futuro que, idealmente, deberían poder ser compatibles con los objetivos e intenciones de dichas organizaciones. Sin esa compatibilidad, no hay compromiso con las necesidades de productividad de la empresa, lo cual deriva en un déficit en el crecimiento y desarrollo del capital intelectual, y, consecuentemente, en una posición adversa en la dura batalla por la competitividad.

Pero hay soluciones eficientes para superar estas situaciones. La empresa, que es un sistema de relaciones, es un espacio riguroso y sensible a la vez en el que aplicar los mismos enfoques del marketing relacional que se utilizan en la gestión de la clientela puede ser decisivo. El éxito que pueden evidenciar las marcas captando, cada vez más eficientemente, a los mejores clientes y consiguiendo su fidelidad, puede ser también alcanzado en el interior de las organizaciones si se tiene la voluntad de ello y si se aplican adecuadamente las técnicas de marketing interno que permitan pasar del “empleado cautivo” al empleado cautivado. Y esto cada vez es más necesario, pues ya sabemos que la satisfacción del cliente está en relación directa con la satisfacción del empleado.





Objetivos y metodología:

Lo que se persigue con este programa es dar respuesta a los directivos y altos ejecutivos que se preguntan cómo establecer las estrategias adecuadas para dirigir y gestionar personas en los –cada vez más habituales y permanentes– procesos de cambio; pero además, se trata de analizar con ellos cómo se ha hecho en un conjunto de empresas que de manera precoz decidieron situarse en el umbral de esos nuevos horizontes. Es decir, incorporar el *know how* de las mejores prácticas reconocidas a través de los testimonios de quienes las han implantado en sus organizaciones o han ayudado a implantarlas en otras.

Se aplicará un enfoque muy participativo entre asistentes y profesores de tal forma que los temas a tratar cada uno de los tres días que dura el programa, estarán planteados con una metodología de contraste de criterios: directivos de recursos humanos y expertos consultores conducirán las exposiciones de los temas programados hacia una síntesis, que será recogida y reanalizada en las correspondientes sesiones de tarde por el tercer ponente del día.

Esta triple visión de cada uno de los enunciados del programa conduce a una reflexión estratégica, junto a los asistentes, sobre cómo gobernar las empresas y cómo transformarlas en auténticas organizaciones orientadas al cliente.

Es fundamental que directivos de las áreas de Recursos Humanos, Formación y Comunicación tomen conciencia de las capacidades estratégicas del Marketing Interno para poder incidir sobre cuestiones vitales como son la gestión del cambio, aplicaciones a procesos de reestructuración debidos a fusiones y adquisiciones ó, simplemente a conseguir la mejor implicación de los empleados en los objetivos de la empresa.

Cualquier directivo de áreas de negocio que deba gestionar personas, y esto siempre se debe hacer, ha de estar interesado en el conocimiento de herramientas conducentes a la máxima alineación de la misión, visión y valores de la organización con las voluntades y actitudes de los miembros de la misma.

Dirección del Programa

→ Antonio Ruiz Va

Jefe del Departamento de Marketing Relacional de Gas Natural. Economista y actuario de seguros con estudios de Sociología y Periodismo. Es profesor del Máster en Comunicación Empresarial del IDEC-Universitat Pompeu Fabra y también es profesor invitado del Magíster de Comunicación Empresarial de la UDP de Santiago de Chile. Ha trabajado en las áreas Comercial y Dirección de Estudios y Marketing Estratégico de Seat, ha sido director de Expansión del Grupo Zeta, jefe del Departamento de Marketing del INH y de Repsol, director de Marketing y Comercialización de Adeslas, y director de Marketing y Comunicación de Ernst & Young.

“En los últimos tiempos, además de las jornadas sobre Innovación de Personas y el Programa de Postgrado, realizados por el IDEC de forma pionera, sobre estas materias, han ido apareciendo testimonios de personas relevantes que prescriben los enfoques que se desarrollan en el presente programa. En Expansión & Empleo de 27/28 de enero de 2007, José Manuel Casado, socio de Human Performance de Accenture, decía que “...el marketing le ayudará a hacer frente a uno de los retos que recursos humanos se enfrenta hoy: demostrar a la línea de negocio el valor que aporta”. Por su parte, ese mismo día y en el mismo diario, Gonzalo Suárez, consejero delegado de Mercer HR Consulting, declaraba: “Internamente es muy importante hacer marketing de recursos humanos. Además de tener políticas punteras e innovadoras, es fundamental que sean conocidas por los empleados”.

Programa avanzado de marketing para los recursos humanos

El Marketing Interno, una propuesta estratégica de valor para la gestión del capital humano

Asesores del Programa

Joan Cohí. Director General del Grupo MC Asociados y Miembro del Consejo Asesor del Foro de Recursos Humanos de FOMENT

Manuel González. Socio Director de la Consultoría de Recursos Humanos de PricewaterhouseCoopers

Susana Gutiérrez. Directora de RR. HH. de General Óptica y Presidenta de AEDIPE- Catalunya

Mercè Sala. Presidenta del Consejo Económico y Social de Cataluña

Juan Torras. Socio de Egon Zehnder

Programa:

4 de marzo de 2008

EL MARKETING INTERNO COMO FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL

La transacción emocional en la empresa y la realidad del mercado maduro. El futuro del capital intelectual como punto de partida para la gestión de intangibles.

- Oferta y demanda de trabajadores
- Inmigración, globalización e interculturalidad
- Employer Branding.* Gestión de la marca como empleador
- La personalidad de la marca en los *stakeholders* y su atractivo para la captación del talento
- El necesario equilibrio de los compromisos mutuos en la gestión de los cambios organizacionales y el papel de los valores
- El punto de partida. Conocerse uno mismo y conocer a los otros

→ Ponentes: 09.00-14.00h. Alfonso Jiménez. Susanna Sala • 15.30-18.00h. Nathalie Detry

5 de marzo de 2008

LA OPTIMIZACIÓN DEL CAPITAL HUMANO EN LA EMPRESA

El área de Recursos Humanos como empresa de servicios. Hacia una síntesis de los intereses de la dirección general, las direcciones funcionales y los empleados a través del marketing interno.

- La oferta de valor de los Recursos Humanos
- Medir para diagnosticar y gestionar
- El plan de negocio de los Recursos Humanos
- Resultado de negocio y estratégico de la aportación de los Recursos Humanos
- Dos herramientas de marketing para la SociAbility: conciliación y RSC
- El marketing de relación como *know how* operativo imprescindible de los Recursos Humanos

→ Ponentes: 09.00-14.00h. Ana García-Bernal. Fernando Bueno • 15.30-18.00h. Josep-Maria Fàbregas

6 de marzo de 2008

LAS HERRAMIENTAS DEL MARKETING INTERNO

El liderazgo organizativo y la gestión práctica de las actitudes y las motivaciones. Aplicaciones reales de gestión del cambio.

- Aportación de valor y Recursos Humanos
- La eficacia del marketing interno para la gestión de personas
- Vinculación emocional de los empleados y mejora del rendimiento
- El marketing interno como único camino hacia la orientación al cliente
- Posicionamiento de la marca en el interior de las organizaciones
- Las TIC, ¿estrategia o infraestructura?

→ Ponentes: 09.00-14.00h. Antoni Iruela. Alex Mahave • 15.30-18.00h. Daniel Torras

Profesorado

Fernando Bueno

Director de Organización de Mutua Madrileña Automovilista. Licenciado en Química Industrial. Diplomado en Dirección General en IESE y en Planificación Estratégica en Lovaina. Ha sido director general adjunto de Open Bank y socio director de Control Risk, Coopers&Lybrand y MacLean&Co.

Nathalie Detry

Vicepresidenta y socia de Barna Consulting Group. Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales. Profesora invitada de la Universidad de Navarra.

Ana García-Bernal

PDG de AGB Consultor. Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales. Diplomada en Sociología, Estadística y Marketing y Publicidad. Ha trabajado en ICSA-Gallup como responsable del área de Investigación de Mercados, en TVE en el Gabinete de Estudios, en Seat como jefe de las áreas de Comunicación, Investigación y Formación, y en Artespaña como directora comercial y de marketing. Es miembro del Club de Roma, de la European Society for Opinion and Marketing Research y de la Marketing Research Society.

Josep-Maria Fàbregas

Director de Planificación Estratégica de OgilvyOne worldwide. Director del Diploma de Posgrado de Marketing Directo e Interactivo del IDEC-UPF. Ingeniero técnico de telecomunicaciones y Máster en Marketing en ESADE.

Antonio Iruela

Director general y fundador de SPOC (Soluciones y Plataformas Orientadas al Conocimiento). Tiene estudios de Economía y Psicología. Su experiencia profesional pasa por empresas de gran consumo y consultoría en las que ha ocupado posiciones de director de formación, director de I+D, director de marketing, director de ventas y director general.

Alfonso Jiménez

Socio de Peoplematters en España. Doctor en Psicología, PADE del IESE y diplomado en Alta Dirección en INSEAD. Ha sido consultor de Arthur Andersen, socio de Accenture, y director general de Watson Wyatt en España. Con amplia experiencia docente en diversos centros académicos, es autor de *Creando valor a través de las personas*, España 2010: mercado laboral.

Alex Mahave

Socio-director y fundador de Thinksmart. Licenciado en Derecho. Máster en Asesoría Jurídica de Empresas por el IE. Diplomado superior en ICADE. Presidente de la Alianza Internacional de Mystery Shopping.

Susanna Sala

Directora de Recursos Humanos Grupo Caprabo. Ha tenido diferentes responsabilidades en la Dirección de Recursos Humanos en Bimbo Martínez Comercial en España, y como International Business Manager Earthgrains (Bimbo HQ) en St Louis, MO USA.

Daniel Torras

Director de Desarrollo y Formación de La Caixa. Licenciado en Filología Alemana. Máster en Administración y Dirección de Empresas en ESADE y PDD en IESE. Ha sido director de la División de Desarrollo de las Organizaciones en TEA-Cegos, socio en Payeras, Torras y Asociados, director de Desarrollo de Recursos Humanos para Deutsche Bank en España y director de Planificación y Desarrollo de Recursos Humanos de Hay Group.

Calendario

4, 5 y 6 de marzo de 2008.

Importe

1.920 € (almuerzos incluidos).

Horario

Martes, miércoles y jueves, de 09.00 a 14.00h y de 15.30 a 18.00h.

Lugar

IDEC-Universitat Pompeu Fabra
C/ Balmes, 132.

Información Executive

Executive Education IDEC

IDEC - Universitat Pompeu Fabra

www.idec.upf.edu/executive • Tel: 93 542 18 42

executive@idec.upf.edu

Información e inscripción

Para inscribirse al programa deberá rellenar la hoja de solicitud de admisión adjunta y enviarla por fax a la atención de EXECUTIVE IDEC, al número: 93 542 18 05 o bien por *e-mail* a la dirección: executive@idec.upf.edu. También encontrará la hoja de solicitud de admisión en: www.idec.upf.edu/executive.

Descuentos

La política de descuentos, no acumulables entre sí, es la siguiente:

Por pronto pago

Aquellas matrículas que se efectúen antes del 1 de febrero de 2008, se beneficiarán de un 10% de descuento sobre el importe original del programa.

AAA IDEC y Club Executive

Los miembros de la Asociación de Antiguos Alumnos del IDEC y los miembros del Club Executive IDEC tienen un descuento del 20% sobre el importe original del programa.

Más de un participante por empresa

Las empresas que matriculen a más de un participante al programa, se podrán beneficiar de un 10% de descuento en la matrícula del primer participante y de un 20% de descuento en la matrícula del segundo y sucesivos participantes.

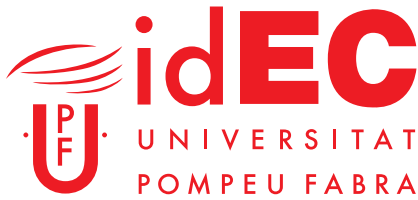
Perfil de los participantes

Dirigido especialmente a directivos de las áreas de Recursos Humanos, Formación y Comunicación, y a responsables de áreas operativas con funciones específicas de dirección de personas.



Balmes, 132
08008 Barcelona
Tel. 93 542 18 42
www.idec.upf.edu

PROGRAMA AVANZADO DE MARKETING PARA LOS RECURSOS HUMANOS



EXECUTIVE EDUCATION

SOLICITUD de admisión

Datos personales:

APELLIDOS NOMBRE

DNI / PASAPORTE NACIONALIDAD

HOMBRE MUJER DIRECCIÓN CÓDIGO POSTAL

CIUDAD PAÍS FECHA Y LUGAR DE NACIMIENTO

TELÉFONO CORREO ELECTRÓNICO MÓVIL

Datos profesionales: Trabajo actual

NOMBRE DE LA EMPRESA

CARGO O FUNCIÓN

CIF (en caso de factura a nombre de la empresa) DIRECCIÓN

CÓDIGO POSTAL CIUDAD PAÍS

TELÉFONO CORREO ELECTRÓNICO FAX

Pago derechos de inscripción: Marcar con una x la opción deseada

CHEQUE AL INSTITUTO DE EDUCACIÓN CONTINUA

TRANSFERENCIA BANCARIA A LA CUENTA SIGUIENTE:

0182-6035-41-0010003291 (BBVA)

2013-0229-47-0200252562 (CAIXA CATALUNYA)

2100-2837-26-0210054995 ("LA CAIXA")

0081-5172-84-0001041014 (SABADELLATLÁNTICO)

PAGO CON TARJETA DE CRÉDITO

NÚMERO DE LA TARJETA DE CRÉDITO (16 DÍGITOS)

CÓDIGO CVV2/CVC2 (LOS TRES ÚLTIMOS DÍGITOS IMPRESOS AL LADO DE LA FIRMA DE LA TARJETA)

VÁLIDA HASTA TITULAR

FIRMA FECHA ___/___/___

Enviar el comprobante al fax 93 542 18 05

Sus datos de carácter personal van a ser incorporados a un fichero cuyo responsable es Unidad Editorial, S.A., con domicilio en la c/ Pradillo 42, 28002 Madrid, con la finalidad de remitirle información sobre otras conferencias y cursos de Expansión Conferencias, sobre los productos de Unidad Editorial, S.A. y ofertas comerciales de aquellas entidades con las que Unidad Editorial, S.A. llegue a acuerdos con tal fin, así como información sobre los productos de los patrocinadores o colaboradores de la Conferencia, incluyendo el envío de comunicaciones comerciales por e-mail. En caso de que no desee recibir información publicitaria, marque las siguientes casillas:

- No deseo recibir información de terceros
- No deseo que mis datos se cedan a los patrocinadores o colaboradores que aparecen identificados en el folleto de la Conferencia.
- No deseo recibir información publicitaria por e-mail.

En cualquier momento podrá ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, escribiendo a la dirección indicada. Ayúdenos a mantener dichos datos actualizados comunicándonos cualquier modificación que se produzca en los mismos.

Le informamos que los datos de carácter personal que ha facilitado a la Fundación Privada INSTITUT D'EDUCACIÓ CONTÍNUA (en adelante, IDEC) en el presente formulario, así como los que nos sean facilitados a lo largo de la relación contractual como alumno, se integrarán en un fichero de datos informatizado y serán utilizados por el IDEC, directamente o a través de entidades colaboradoras, para proceder a la gestión, preparación y seguimiento adecuado del alumno del curso realizado, incluyendo la gestión de la expedición de los títulos y la gestión de las prácticas externas en empresas si procede, así como la gestión de los pagos y los cobros que fueran necesarios para el IDEC y todos aquellos asuntos que se deriven de su condición como alumno del IDEC. Asimismo, sus datos serán utilizados para remitirle información de los servicios del IDEC que puedan ser de su interés.

En cumplimiento de la Ley Orgánica 15/1999, de Protección de Datos de Carácter Personal, de 13 de diciembre (LOPD), se hace expresa mención de que IDEC, fundación privada, con domicilio en calle Balmes 132, Barcelona (España), es la destinataria final de dichos datos y es quien decide sobre la finalidad, contenido y uso del tratamiento de los datos de carácter personal que nos sean facilitados. Sin perjuicio de lo anterior, usted podrá ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos

Enviar a: EXECUTIVE IDEC. FAX: 93 542 18 05
e-mail: executive@idec.upf.edu Tel: 93 542 18 42