

# Propuesta de capacitación

Curso  
“Implementación de  
una estrategia de  
Employer Branding”



Modalidad presencial o en línea

- A. Objetivo
- B. Plan de trabajo
- C. Propuesta formativa
- E. Inversión



## A. Objetivo



El objetivo del curso es aprender por qué es importante asegurar una buena imagen empleadora en el mercado y conocer los pasos para definir un plan efectivo de desarrollo, posicionamiento y reforzamiento de la marca en el entorno laboral.

“El espíritu del equipo es el que da a muchas empresas una ventaja sobre sus competidores”  
*George Clements*

## B. Plan de trabajo





## C. Propuesta formativa



1

**Módulo 1:**  
Introducción al  
Employer  
Branding

2

**Módulo 2:**  
Desarrollo de la  
estrategia de marca  
empleadora

3

**Módulo 3:**  
Establecimiento de  
un programa de  
embajadores de  
marca

4

**Módulo 4:**  
Atracción de talento  
en la marca  
empleadora

5

**Módulo 5:**  
Implementación de la  
experiencia del  
candidato

6

**Módulo 6:**  
Alineación de la  
experiencia del  
empleado

7

**Módulo 3:**  
Estrategia de  
comunicación de la  
marca empleadora

## Módulo 1:

### “Introducción al Employer Branding”

#### Objetivo del módulo:

Conocer qué es la marca empleadora y qué beneficios aporta a las organizaciones.

#### Contenido temático:

- 1 Gestión del talento en la época actual.
- 2 Qué es la marca empleadora.
- 3 Beneficios de la marca empleadora.
- 4 El rol de Recursos Humanos en el desarrollo e implementación de la marca empleadora.
- 5 Las generaciones profesionales y su impacto en la marca empleadora

## Módulo 2:

### “Desarrollo de la estrategia de marca empleadora”

#### Objetivo del módulo:

Aprender cómo desarrollar una estrategia de marca empleadora potente y efectiva.

#### Contenido temático:

- 1 Propuesta de valor de la marca empleadora.
- 2 Fases y elementos de una estrategia efectiva de marca empleadora.
- 3 Diseño de la marca empleadora digital.
- 4 Definición de mecanismos de medición de efectividad de la estrategia de marca empleadora.

## Módulo 3:

“Establecimiento de un programa de embajadores de marca”

### Objetivo del módulo:

Comprender cuál es el rol de un embajador de marca y cuáles son los pasos para el desarrollo e implementación de un programa efectivo de embajadores.

### Contenido temático:

- 1 Qué es un embajador de marca.
- 2 Cómo conseguir embajadores de marca.
- 3 Creación de un programa de embajadores de marca.
- 4 Desarrollo de congruencia y credibilidad en los embajadores de marca.

## Módulo 4:

“Atracción de talento en la marca empleadora”

### Objetivo del módulo:

Conocer las características de un plan de atracción de talento alineado a la estrategia de marca empleadora.

### Contenido temático:

- 1 Definición de medios para atracción de talento.
- 2 Plan de atracción de talento en redes sociales.
- 3 Reclutamiento 3.0 y 4.0
- 4 Presencia en eventos de reclutamiento.

## Módulo 5:

### “Implementación de la experiencia del candidato”

#### Objetivo del módulo:

Definir y establecer los pasos para la creación e implementación de una experiencia del candidato alineada con la marca empleadora.

#### Contenido temático:

- 1 Qué es la experiencia del candidato.
- 2 Modelo de la experiencia del candidato.
- 3 Fases de la experiencia del candidato.
- 4 Modelo de comunicación con el candidato.

## Módulo 6:

### “Alineación de la experiencia del empleado”

#### Objetivo del módulo:

Identificar los pasos para establecer una experiencia del empleado alineada a la marca empleadora.

#### Contenido temático:

- 1 Qué es la experiencia del empleado.
- 2 Desarrollo del Employee Journey Map
- 3 Establecimiento de la propuesta de valor para el empleado.
- 4 Plan integral de implementación de la experiencia del empleado alineada a la marca empleadora.
- 5 Indicadores de medición de la experiencia del empleado alineada a la marca empleadora.

## Módulo 7:

### “Estrategia de comunicación de la marca empleadora”

#### Objetivo del módulo:

Conocer los pasos para la generación de una estrategia integral y efectiva de comunicación de la marca empleadora hacia adentro y hacia afuera de la organización.

#### Contenido temático:

- 1 Establecimiento del plan de comunicación interna de la marca empleadora.
- 2 Establecimiento de plan de comunicación externa de la marca empleadora
- 3 Definición de indicadores de medición de efectividad de la estrategia integral de comunicación.

## E. Inversión





## Curso “Implementación de una estrategia de Employer Branding”:

Costo por participante: \$8,000

### Incluye:

- Programa de 20 horas.
- Cuaderno de trabajo/contenidos.
- Certificado de finalización

### Requerimientos:

- Entrega de manual de identidad corporativa y elementos gráficos a utilizar: logotipo del cliente, paleta de color, templates corporativos.
- Sala para la sesión o disponibilidad de red de internet estable para cada participante.

- Los costos de la presente cotización no incluyen el 16% de I.V.A.
- Forma de pago: 50% al inicio del proyecto, 50% restante al finalizar el proyecto.
- No incluye renta de salones, sistemas de audio y video, proyectores, alimentos ni bebidas.



Damos estructura a tus ideas



[daniela.paradela@aliadoscreativos.com.mx](mailto:daniela.paradela@aliadoscreativos.com.mx)

55 8532 8234