

Employer Branding, Endomarketing, Felicidade no Trabalho, Cultura Organizacional e Captação e Retenção de Talentos: A Gestão Integrada de RH

Objetivos Gerais:

Este curso é dirigido a todos os profissionais que pretendam adquirir conhecimentos, competências e conhecimentos sobre a importância do Endomarketing e da sua aplicação nas Empresas ou Entidades, bem como da importância da definição de uma cultura organizacional e da implementação de estratégias de captação e retenção de talentos, aliadas à construção da felicidade organizacional.

Objetivos Específicos:

No final deste Curso os participantes serão capazes de:

- Definir os principais conceitos;
- Identificar a importância da comunicação e do ambiente organizacional;
- Escolher as ações para “vender” a imagem;
- Apresentar a estratégia escolhida;
- Planear e programar metas e indicadores de *Endomarketing*;
- Desenvolver a comunicação interna;
- Desenvolver uma construção de cultura organizacional;
- Identificar etapas de reconhecimento e recompensas;
- Avaliar e acompanhar o projeto.

Destinatários:

Este Curso destina-se a essencialmente a: Quadros Dirigentes; Chefias de Topo Intermédias e Diretas; Coordenadores de Equipa; Coordenadores de Projeto e Quadros Técnicos.

Carga Horária:

40 horas

Conteúdo Programático:

Módulo I - Definição de Conceitos Básicos e Utilização de Ferramentas

- Definição de Marketing, Endomarketing, Employer Branding e outros conceitos fundamentais;
- Importância e diferença entre Employer Branding e Endomarketing;
- A utilização de ferramentas de Endomarketing;
- A decorrência da necessidade de motivar as pessoas.

Módulo II: Construção da Marca Empregadora (Employer Branding)

- Análise do ambiente interno e externo da organização;
- Definição dos valores, missão e visão da empresa;
- Identificação do público-alvo interno e externo;
- Estratégias de comunicação para construir uma marca empregadora forte.
- O Employer Branding Como Vantagem Competitiva.

Módulo III – Compreender o Impacto do Employer Branding

- A importância estratégica do employer branding nas organizações atuais;
- Employee Value Proposition versus modelo PERMA
- Técnicas e instrumentos de Employer Branding;
- Canais de comunicação e promoção do Employer Branding;
- Engagement;
- Práticas visíveis das organizações positivas: exemplos.

Módulo IV - Estratégias de Endomarketing

- Compreensão do público interno: motivações, expectativas e desafios
- Desenvolvimento de campanhas internas eficazes
- Engajamento dos funcionários: programas de incentivo, eventos, reconhecimento e recompensas;
- O colaborador como embaixador da Organização;
- Como fortalecer a relação entre a empresa e o colaborador;
- Identificar as principais estratégias de Endomarketing:
- Benefícios para os funcionários;
- Comunicação interna;
- Treinamento e desenvolvimento;
- Plano de carreira;
- Clima e cultura organizacional;
- Eventos de integração;
- Pesquisa de satisfação;
- Reconhecimento ao colaborador;
- Princípios do Endomarketing;
- Estudo de casos.

Módulo V - O Well-being nas Instituições

- Conceito;

- O perfil do Well-being Manager e Skills;
- Gestão: Estratégias de prevenção e promoção do Well-being;
- Well-being e gestão das emoções;
- Well-being financeiro;
- Cultura do Well-being e propósito organizacional.

Módulo VI - Felicidade no Trabalho

- Impacto da felicidade nas Organizações;
- Felicidade Organizacional: indicadores de medição;
- Estratégias de atração e retenção de talentos.

Módulo VII - Cultura e Ética Organizacional

- Delimitação e Clarificação do conceito de cultura organizacional;
- Da gestão pelos valores à gestão pela cultura ética - os alicerces para a criação de climas organizacionais éticos;
- Ética e Deontologia Profissional
- O papel dos códigos éticos e de conduta na criação de um modelo de gestão pela cultura ética e de liderança responsável.