

|   |  |
|---|--|
| <p><b>Denominación de la MATERIA:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Materia 1.2.: Employer branding, marketing y comunicación.</li> </ul>  | <p><b>Créditos ECTS</b></p> <p>4ECTS (100 horas)</p> |
| <p><b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios:</b></p> <p>Los contenidos que componen esta materia se imparten a lo largo del primer y segundo trimestre de la titulación.</p>  |  |
| <p><b>Competencias básicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>CB1. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.</li> <li>CB2. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.</li> <li>CB4. que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.</li> <li>CB5 que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.</li> </ul> <p><b>Competencias generales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>CG2. Diseñar y aplicar estrategias y técnicas innovadoras de atracción, captación y selección de personas en el marco de las organizaciones.</li> <li>CG8. Adquirir las habilidades y competencias necesarias para el diseño y puesta en marcha de proyectos innovadores en torno a la gestión del talento de las personas y las organizaciones.</li> </ul> <p><b>Competencias transversales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>CTR1. Trabajo en equipo: Colaborar con otros en trabajos dirigidos a la consecución de objetivos comunes, planificando coordinadamente las acciones, intercambiando informaciones, asumiendo responsabilidades y afrontando los conflictos y problemas que se presentan.</li> <li>CTR2. Comunicación efectiva: Utilizar, transmitir y/o generar información a partir de la obtención, el contraste y tratamiento de la existente en diversas fuentes, generando documentación, formas de hacer y relaciones fluidas y efectivas en el contexto de los trabajos a realizar</li> <li>CTR4. Aprender a aprender: Aplicar conocimientos y estrategias adquiridas previamente para generar nuevos aprendizajes, reflexionando sobre los procedimientos y contextos más adecuados para adquirir y desarrollar conocimiento en todas aquellas situaciones que se presenten y transferirlos a otras nuevas.</li> <li>CTR6. Pensamiento crítico: Desarrollar la capacidad de resolver problemas y tomar decisiones desde una visión crítica, constructiva y soportada por elementos éticos ante situaciones complejas con el fin de generar soluciones.</li> <li>CTR7. Creatividad e innovación: Desarrollar y emplear la curiosidad y el conocimiento existente para generar nuevas ideas, productos y procesos.</li> <li>CTR8. Gestión y aprendizaje digital: Conocer y utilizar herramientas y recursos digitales para la gestión del conocimiento y crear de redes de aprendizaje.</li> </ul> <p><b>Competencias específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>CE1.2.1. Conocer la estrategia digital y de marketing para responder a los retos de atracción y captación de talento.</li> <li>CE1.2.2. Diseñar y planificar la implantación de una estrategia de employer branding y marketing interno y externo.</li> </ul> |  |
| <p><b>Resultados aprendizaje:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>RA1.2.1. El estudiante conoce la estrategia digital y de marketing para responder a los retos de atracción y captación de talento.</li> <li>RA1.2.2. El estudiante diseña y planifica la implantación de una estrategia de employer branding y marketing interno y externo</li> </ul>  |  |
| <p><b>Requisitos previos:</b></p>   |  |

No se han establecido requisitos previos.

**Breve resumen de los contenidos:**

- Employer branding de talento.
- Propuesta de valor a las personas-PVE.
- Digital Employer Branding y Canales Web Corporativos de Empleo.
- Estrategias de employer branding para posicionar la marca del talento y la reputación digital de la marca.
- Propuesta de valor en la marca de talento target.
- Embajadores de marca para potenciar el employer branding.
- Marketing y comunicación para la gestión del talento.
- La estrategia de comunicación.
- Experiencia de la Persona. Candidate journey map.
- Gestión de la multicanalidad y Redes SS.

**Actividades formativas:**

Las acciones formativas planificadas para este módulo son las siguientes:

- Trabajos grupales orientados a la resolución de problemas. (2 ECTS)
- Desarrollo, redacción y presentación de trabajos individuales y/o grupales. (0,5ECTS)
- Talleres orientados a la adquisición de las competencias. (0,5 ECTS)
- Prácticas en el ordenador y aplicaciones de las TICs. (1ECTS)

**Sistema de evaluación:**

Todas las materias se evaluarán mediante el sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto al profesorado como al alumnado del proceso de aprendizaje a lo largo del periodo académico.

Las acciones formativas dirigidas a la adquisición de competencias prácticas de las materias se evaluarán a través de la realización de diferentes actividades (trabajos en grupo, casos, problemáticas reales, etc.) correspondiendo como máximo al 80% de la nota final.

Las actividades formativas de presentación de conocimientos y estudio individual se podrán evaluar con pruebas orales y/o escritas que corresponden como mínimo al 20% de la nota final.

Los detalles de evaluación y calificación se harán explícitos en la planificación docente anual de las materias en función de los docentes responsables y de los conocimientos de cada módulo / curso.

**Bibliografía:**

- Lombardero, L. (2015). Trabajar en la era digital. Tecnología y competencias para la transformación digital. LID Editorial Empresarial.
- Rosales, P. (2010). Estrategia digital. Cómo usar las nuevas tecnologías mejor que la competencia. Ed. Deusto.
- Sainz de Vicuña, J. M. (2015). El plan de marketing digital en la práctica. Ed. ESIC.
- Vara, R; Fernández de Píerola, I.; Nieto, I. (2015) Experiencia de empleado, Acción empresarial.
- Velilla, J. (2010). Branding: Tendencias y retos en la comunicación de marca. Editorial UOC.
- Wheeler, A. (2013). Diseño De Marcas. Ed. Anaya Multimedia.