



Master Human Capital Marketing

1. Descripción:

IDO Business School (Iberoamericana de Desarrollo Organizacional), en colaboración con la **Universidad Isabel I de España**, han puesto en marcha para este periodo 2015/16 el **Master Human Capital Marketing** con la visión de formar profesionales capaces de asumir el reto de replicar las técnicas de marketing que han ayudado a las compañías a gestionar mejor a millones de clientes, orientándolas a la creación de un modelo que permita dirigir y gestionar mejor a unas decenas, cientos o miles de personas en las organizaciones.

2. Dirigido a:

- Licenciados de las áreas de Administración, Economía, Contabilidad, Gestión Empresarial, Tecnología e Información, publicidad y Marketing, comunicación social, derecho, ciencias sociales y políticas, ciencias de la salud, entre otras.
- Ingenieros Industriales, de caminos, mecánicos, sistemas, electrónicos, informáticos, petróleos, entre otros.
- Titulados de grados y posgrados, en diferentes áreas.



- Profesionales sin grado de formación universitaria con, al menos, cinco años de experiencia en la gestión y dirección de empresas (estos no podrán optar a la oficialidad de títulos).

3. Temario:

Temario:

Módulo 1. Análisis de las Organizaciones: el factor humano.

- Del diseño gerencial al factor humano.
- Legitimación del campo Organizacional.
- Teoría de la Ecología aplicada a las empresas.



Módulo 2. Captación y fidelización del capital humano en la empresa.

- Integración de personas, (planificación, captación y selección de clientes internos, socialización) 2.0. y pruebas on line.
- Organización de personas - Evaluación de desempeño 360 online.
- Desarrollo de personas – fidelización clientes internos (cronogramas en red) y formación e learning.
- Auditoria de personas - monitoreo de personas (sistemas automatizados – bancos de tiempos).

Módulo 3. Marketing aplicado al talento, informando a los clientes internos

- Focalizar los esfuerzos en las fortalezas.
- Impulso de I+D+I.
- Mejorar las debilidades a través de la formación y reubicación de tareas.
- Fusión de la estrategia entre los clientes externos e internos.
- Uso generalizado de las herramientas digitales en la Organización.
- Re-orientación de las tareas en red.

Módulo 4. Plan de beneficios y remuneración segmentada.

- Retribución flexible y orientada.
- Segmentos internos y externos de la equidad salarial.
- Análisis de la movilidad externa y la rotación interna.



Módulo 5. Comportamiento Organizacional. Técnicas cualitativas y cuantitativas para la investigación del clima laboral.

- Focus group segmentados para detectar el clima laboral
- Encuestas on line periódicas entre los empleados. **(APPGREE)**

- Creación de paneles y BBDD de comportamientos y eficacia de tareas.
- Internal Customer Analytics. **Qlik**

Módulo 6. Gestión por competencias y su relación con la gestión del marketing interno.

- Gestión del Conocimiento.
- Compartir misión y valores
- Tendencias y escenarios futuros.

Módulo 7. Liderazgo e Influencers en las organizaciones.

- Identificación de las fuentes de información.
- Diseño de los puntos de influencia en un análisis de redes.
- Evaluación integral para la modelización del liderazgo y la influencia.

Módulo 8. Human Capital Intelligence: Análisis de la Información para la toma de decisiones sobre los empleados.

- Orientación de la actividad a través de los análisis cualitativos y cuantitativos.



- Auto programación de la jornada laboral y cumplimiento objetivos. **Qlik**
- Detección de focos de inteligencia emocional: grupos de alto rendimiento.

Módulo 9. Marketing Research.

- Análisis de la competencia en el ámbito del capital humano.
- Benchmarking: medición y comparación de la competencia.
- Atracción del talento: imagen y reputación.

Módulo 10. Plan de Marketing interno Off y On line

Planificación estratégica - competir con éxito a través de las personas.

- **Planificación:** toma de decisiones clave en relación a las distintas áreas y variables que van a determinar los resultados de las personas en la empresa.
- **Ejecución:** asegurando que las estrategias propuesta se convierten en beneficios para la empresa.
- **Control:** como sistema de seguimiento y valoración de lo previsto versus lo realmente realizado y logrado.
- Elaboración de campañas de mailing y marketing viral (comunicación de logros y reconocimiento de acciones del equipo humano).
- Desarrollo y optimización de todos los canales de comunicación online.



- Difusión del valor añadido de las personas a través de la social media y las principales redes sociales.
- Manejo de las principales herramientas de control y seguimiento de resultados, a través de técnicas de analítica web.

Tutorías – Proyecto fin de Master

3.1. Metodología E-learning

Presentación del Director del Master

1. Presentación general del módulo
2. E-book o temario)
3. Master Classes.
4. Topics Discussions
5. Análisis de casos prácticos
6. Virtual Conferences
7. Self- assessments
8. Exámenes



3.2. Horario: Modalidad Online

La duración del **Master Human Capital Marketing** será de un total de 20 horas lectivas de clases virtuales repartidas en 10 módulos (10 meses) y 2 horas de tutoriales para proyecto fin de Master, de igual manera se contemplan 1478 horas de trabajo que hacen un total de 1500 horas y 60 créditos ECTS.

Las clases se impartirán **de manera virtual de acuerdo a la disponibilidad de los estudiantes y profesores** de forma que sean compatibles con otras ocupaciones como otros cursos o trabajos.

Posteriormente a la finalización del Master será necesaria la presentación de un Proyecto Final.



El curso dará comienzo en Noviembre y tendrá matriculación continua mensual sujeta a disponibilidad de plazas, las gestiones operativas se desarrollaran desde nuestra sede ubicada en C/ Manuel Tovar 25, 1º. 28034 – Madrid.

Distribución General del Plan de Estudios en Créditos ECTS y Horas de Trabajo- Modalidad Online

	Horas de clase	Horas de trabajo	Créditos ects
Análisis de las Organizaciones: el Factor Humano.	2	99	4
Captación y Fidelización del Capital Humano en la Empresa	2	99	4
Marketing Aplicado al Talento, Informando a los Clientes Internos	2	123	5
Plan de Beneficios y Remuneración Segmentada	2	123	5
Comportamiento Organizacional. Técnicas Cualitativas y Cuantitativas para la Investigación del Clima Laboral	2	123	5
Gestión por Competencias y su Relación con la Gestión del Marketing Interno	2	123	5
Liderazgo e Influencers en las Organizaciones	2	123	5
Human Capital Intelligence: Análisis de la Información para la Toma de Decisiones sobre los Empleados	2	123	5
Marketing Research	2	123	5
Plan de Marketing Interno Off y On line	2	123	5
Proyecto Fin de Master	2	296	12
1 crédito ects= 25 horas	Total	22	1478
			60

1.500 horas Totales

➤ **Coste:**

- Precio: 3.000 €

3.3. Horario: Modalidad Semipresencial

La duración del **Master Human Capital Marketing** será de un total de 80 horas lectivas de clases presenciales repartidas en 10 módulos (10 meses) y 4 horas de tutoriales para proyecto fin de Master, de igual manera se contemplan 1416 horas de trabajo que hacen un total de 1.500 horas y 60 créditos ECTS.

Las clases se impartirán los sábados (uno al mes) de **10:00h a 14:00h y de 15:00h a 17:00h** de forma que sean compatibles con otras ocupaciones como otros cursos o trabajos.

Posteriormente a la finalización de la especialización será necesaria la presentación de un Proyecto Final.



El curso dará comienzo en Noviembre y tendrá matriculación continua mensual sujeta a disponibilidad de plazas, se realizará en la Sede Central de IDO Business School ubicada en C/ Manuel Tovar 25, 1º. 28034 – Madrid.

**Distribución General del Plan de Estudios en Créditos ECTS y Horas de Trabajo-
Modalidad Semipresencial o Blended**

	Horas de clase	Horas de trabajo	Créditos ects
Análisis de las Organizaciones: El Factor Humano	8	93	4
Captación y Fidelización del Capital Humano en la Empresa	8	93	4
Marketing Aplicado al Talento, Informando a los Clientes Internos	8	117	5
Plan de Beneficios y Remuneración Segmentada	8	117	5
Comportamiento Organizacional. Técnicas Cualitativas y Cuantitativas para la Investigación del Clima Laboral	8	117	5
Gestión por Competencias y su Relación con la Gestión del Marketing Interno	8	117	5
Liderazgo e Influencers en las Organizaciones	8	117	5
Human Capital Intelligence: Análisis de la Información para la Toma de Decisiones sobre los Empleados	8	117	5
Marketing Research	8	117	5
Plan de Marketing Interno Off y On line	8	117	5
Proyecto Fin de Master	4	294	12
1 crédito ects= 25 horas	Total	84	1416
			60

1.500 horas Totales

➤ **Coste:**

- Precio: 4.500 €