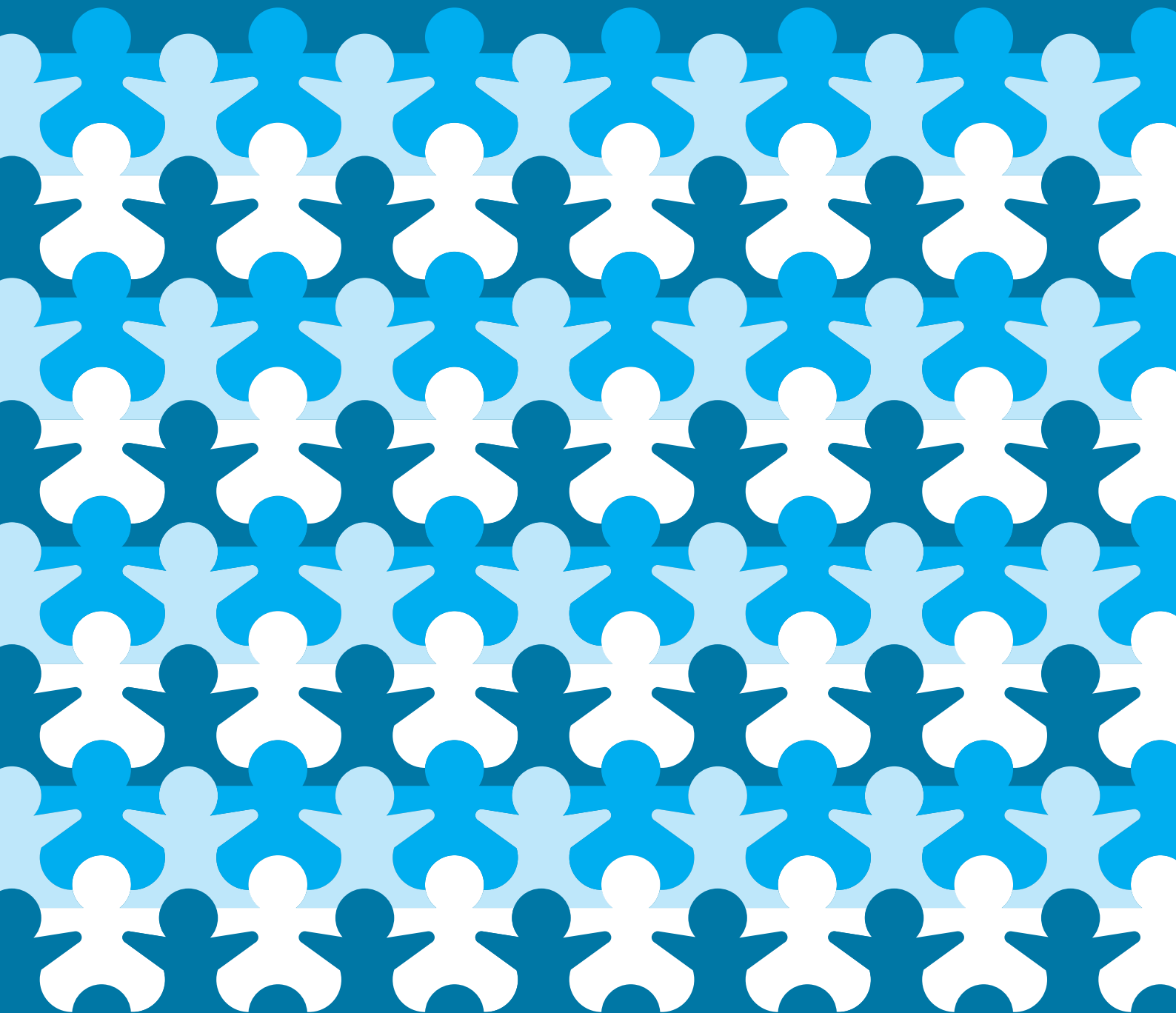


WORKSHOP

Employer Branding

Uma estratégia de
marketing para a gestão
de capital humano

21 março 2018
**Pousada Palácio do
Freixo, Porto.**



Carlos Sezões
*Partner da Stanton Chase
International (Portugal)*

EIIL
Escola de Negócios de Lisboa

Employer Branding

Uma estratégia de marketing para a gestão de capital humano

21 março 2018
Pousada Palácio do Freixo, Porto.

O *employer branding* começou, na última década, a estar no topo das prioridades dos gestores de capital humano a nível mundial. Com efeito, a consciência de que o talento e as competências são ativos estratégicos tem levado a que, de forma sistemática, se procurem identificar as melhores práticas para atrair e reter as pessoas-chave – agindo sobre fatores como a satisfação, a motivação, o compromisso e o envolvimento emocional. O *employer branding* pode definir-se como uma estratégia de longo prazo para gerir a “proposta de valor” e as perceções de colaboradores, potenciais colaboradores e outros públicos interessados relativamente à essência de uma organização como entidade empregadora. Trabalhando, de forma integrada, processos de gestão de pessoas, marcas e comunicação interna e externa, é possível tornar uma empresa apelativa e desafiante!

Carlos Sezões

Partner da Stanton Chase International (Portugal)



Carlos Sezões é desde maio de 2010 *partner* em Portugal da Stanton Chase International, uma das 10 maiores multinacionais de *executive search* – em Portugal também dedicada às áreas de *talent management* e *coaching*. Carlos Sezões começou a sua carreira no Banco BPI em 1999. Assumiu depois, em 2001, funções de *account manager* do portal de *e-recruitment* e gestão de carreiras www.expressoemprego.pt, no qual se especializou em estratégias de *employer branding*. Entrou em 2004 na área da consultoria de gestão, passou pela SIGH International e foi consultor de *corporate governance* e *performance management* na BI4All Consulting. Em 2007, fundou a LearnView, empresa de consultoria em gestão de capital humano e formação, focalizada nas áreas de alinhamento organizacional, desenvolvimento pessoal e gestão comercial. Licenciado em gestão de empresas pela Universidade de Évora, possui uma pós-graduação em marketing pelo ISG e um *Executive MBA* pela UAL, estando neste momento a concluir o mestrado na área de recursos humanos. Obteve, em 2012, a certificação internacional em *executive coaching*. Professor convidado na UAL, tem participado como orador em conferências e seminários de âmbito profissional. É coordenador do Grupo de Trabalho de Capital Humano da SEDES e foi distinguido em 2013 como Consultor do Ano, pela revista RH Magazine.

Objetivos

- Compreender a importância do *employer branding*;
- Conhecer os componentes a considerar numa estratégia de *branding* aplicada à gestão de capital humano;
- Compreender o impacto do *employer brand* no *engagement* dos colaboradores;
- Conhecer as fases de um projeto de *employer branding*;
- Facilitar a execução de projetos de transformação cultural assentes em marcas internas;
- Conhecer *best practices* internacionais.

Destinatários

Diretores-gerais, diretores e técnicos de recursos humanos, gestores de comunicação interna, responsáveis de comunicação institucional e de responsabilidade social.

Horário

9h30 às 18h00

Preço

345€ + IVA

Oferta

The Employer Brand: Bringing the Best of Brand Management to People at Work

Simon Barrow,
Richard Mosley
John Wiley & Sons



Programa

- Os novos desafios:
 - globalização, complexidade, transparência e um novo universo de *stakeholders*;
- Gestão de talentos e tendências do mercado de trabalho;
- Os fundamentos do *employer branding*:
 - conceito e componentes;
- O EVP (*employer value proposition*):
 - que opções de diferenciação?;
- *Employer branding* e o seu impacto na comunicação interna e externa;
- Momentos da verdade da marca:
 - atração, recrutamento, acolhimento e integração, gestão e desenvolvimento de carreira e compensação;
- Gestão de um projeto de *employer branding*:
 - posicionamento, segmentação, mensagens-chave e canais;
- *Case studies* de implementação de *employer brands*.