

Программа курса “Корпоративная культура и бренд работодателя” (расширенная версия)

Цель программы:

Нарастить/развить компетенции у менеджера, отвечающего за ВК/развитию бренда работодателя для того, чтобы он мог реализовать комплексную программу развития корпоративной культуры и бренда работодателя, подготовка к работе с более широким функционалом и к реализации масштабных проектов в этой сфере.

Требования к слушателям:

- Базовые знания в области коммуникаций
- Понимание принципов HR-менеджмента
- Навыки проектного управления
- Умение работать с информацией
- Развитые коммуникативные навыки
- Аналитическое мышление

Длительность и объем программы:

56 астрономических часов + защита итогового проекта

- 9 недель (8 недель обучения + 1 неделя на проект)
- 16 занятий (семинары + мастер-классы)
- Домашние задания в формате тестирования + творческой части (решение практического кейса)
- 8 митапов (обсуждение заданий и кейсов, ответы на вопросы)
- Консультация с ментором по созданию индивидуального плана развития в роли менеджера по развитию корпоративной культуры и бренда работодателя
- Разработка комплексной программы развития корпоративной культуры и бренда работодателя:
 - Защита проекта перед экспертной комиссией
 - Получение обратной связи
 - Формирование рекомендаций по внедрению

Дополнительные элементы программы

- **Практические задания** к каждому модулю
- **Кейсы** из реальной практики
- **Групповые проекты**
- **Индивидуальные консультации**
- **Финальная аттестация**

- **Сертификат** о прохождении курса

МОДУЛЬ 1. ОСНОВЫ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Урок 1. Введение в корпоративную культуру

Семинар:

- Сущность и содержание корпоративной культуры.
- Основные компоненты и формы проявления корпоративной культуры.
- Корпоративная культура и ее место в организации.
- Типология культур и их характеристика.
- Цели и задачи, которые возможно решить с помощью корпоративной культуры.
- Инструменты формирования и развития корпоративной культуры.
- Основные функции и свойства корпоративной культуры в системе корпоративного менеджмента.
- Корпоративная культура как «бизнес-ресурс» компании.

Мастер-класс:

- Ядро корпоративной культуры: философия, миссия, ценности.
- Этапы описания ценностей и их проявлений: от миссии до регламентов. Кодекс корпоративной этики.
- Стратегия, культура и лидерство. Правила корпоративного поведения: взаимоотношения с клиентами и партнёрами; взаимоотношения с коллегами; взаимоотношения «по вертикали».
- Ядро корпоративной культуры на примере реальной компании Внедрение ценностей в процессы.

Урок 2. Бренд работодателя: основы и EVP

Семинар:

- Понятие бренда работодателя
- Ценностное предложение (EVP)
- Стратегический подход
- Взаимосвязь с корпоративной культурой
- Стейкхолдеры и рабочие группы
- Платформа бренда

Мастер-класс:

- Разработка EVP
- Персонализация EVP и базовый EVP
- Позиционирование на рынке труда
- Анализ конкурентов
- Формирование KPI
- Практикум по разработке ценностного предложения

МОДУЛЬ 2. КОММУНИКАЦИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ И БРЕНДА

Урок 3. Инструменты коммуникации корпоративной культуры Семинар:

- Внутренние коммуникации для развития корпоративной культуры
- Каналы коммуникаций: виды
- Инструменты коммуникаций
- Корпоративные медиа
- Социальные сети
- Видео и аудио-контент
- Корпоративные мероприятия

Мастер-класс:

- Создание контент-стратегии
- Работа с социальными сетями
- Разработка видео-контента
- Организация мероприятий
- Практикум по внутренним коммуникациям
- ИИ как помощник в коммуникациях

Урок 4. Инструменты продвижения бренда работодателя

Семинар:

- Позиционирование бренда на рынке труда
- Коммуникационная стратегия продвижения бренда работодателя
- Визуализация бренда, бренд-бук
- Tone of Voice бренда
- Управление опытом кандидата и опытом сотрудника
- Точки касания с брендом работодателя

Мастер-класс:

- Мастер-класс Digital-стратегия бренда:
- Точки касания с брендом
- Карьерные страницы
- Создание карьерного портала
- SMM в формировании бренда работодателя
- Практикум по digital-продвижению

МОДУЛЬ 3. АУДИТ И HR-АНАЛИТИКА

Урок 5. HR-аналитика и метрики корпоративной культуры и бренда работодателя

Семинар:

- HR-аналитика в корпоративной культуре.
- Метрики корпоративной культуры.

- Приверженность и вовлеченность персонала.
- Практика оценки лояльности.
- Вовлеченность и лояльность персонала.
- Что это такое, как измерить и зачем нам это нужно?

Мастер-класс:

- HR-аналитика и метрики бренда работодателя
- Формирование бюджета и подходы к планированию мероприятий
- Оценка эффективности коммуникационной стратегии

Урок 6. Исследование корпоративной культуры и бренда работодателя

Семинар:

- Исследования, внутренние и внешние
- Методология исследований
- Корреляция данных внешних и внутренних показателей
- Виды исследований для HR и внутренних коммуникаций
- Схема проведения исследования
- Измерение эффективности коммуникаций
- Метрики оценки эффективности

Мастер-класс:

- Исследования бренда работодателя, внутренние и внешние
- Корреляция данных внешних и внутренних показателей
- Мастер-класс на примере реальной компании

МОДУЛЬ 4. HR-ЦИКЛ И ПУТЬ СОТРУДНИКА

Урок 7. Корпоративная культура и HR-цикл

Семинар:

- Корпоративная культура и HR-цикл.
- Ценности и путь сотрудника (Employee Journey): от привлечения до мотивации и карьерного трека.
- Что это такое, как правильно составить и использовать.
- Инструкция для тех, кто готов находить и исправлять ошибки в HR-процессах.
- Интеграция новичков в культуру.
- Программы обучения и карьерного роста как элементы корпоративной культуры.

Мастер-класс:

- Интеграция новичков и программы адаптации
- Работа с бывшими сотрудниками
- Мастер-класс на примере реальной компании

Урок 8. Система мотивации как часть корпоративной культуры и бренда работодателя

Семинар:

- Система нематериальной мотивации как инструмент управления
- Создание целостной системы нематериальной мотивации, работающей на цели бизнеса
- Поощрение лучших сотрудников и мотивация за новые идеи по улучшению бизнеса

Мастер-класс:

- Геймификация в нематериальной мотивации
- Кафетерии льгот
- Мастер-классы с кейсами

МОДУЛЬ 5. ТРАНСФОРМАЦИЯ И РАЗВИТИЕ

УРОК 9. Трансформация корпоративной культуры

Семинар:

- Трансформация корпоративной культуры.
- Внедрение изменений в компании.
- Корпоративная культура в эпоху неопределенности.
- Место направления “КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА” в коммуникационной и hr-стратегии.
- Проекты по развитию корп. культуры в коммуникационных стратегиях.

Мастер-класс:

- Разработка плана трансформации
- Управление сопротивлением
- Создание среды для изменений
- Практикум по внедрению изменений

Урок 10. Амбассадорство

Семинар:

- Сотрудник – создатель и носитель бренда
- PR и маркетинг руками сотрудников
- Сотрудник – как активный носитель бренда
- Хорошим хочется делиться или сотрудники – лучшие бренд-амбассадоры.

Мастер-класс:

- Разработка программы амбассадорства
- Создание системы обучения и плана мероприятий
- Оценка эффективности
- Практикум по работе с амбассадорами

МОДУЛЬ 6. КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В ИТ И РАБОТА С МОЛОДЕЖЬЮ

УРОК 11. Корпоративная культура в IT-компаниях

Семинар:

- Особенности продвижения

- DevRel - объясняем на пальцах
- Мероприятия по продвижению бренда: хакатоны, митапы, конференции и т.п.
- Хабр - для кого и для чего?

Мастер-класс:

- Организация мероприятия для IT-аудитории на примере кейса "Природа кода, или как организовать IT-лагерь для разработчиков"
- Почему форматы конференции, хакатона и митапа хороши, но уже не те?
- Как собрать рабочие группы из сотрудников: от создания анкеты на сайте до HR-активации в день события

Урок 12. Работа с молодежью

Семинар:

- Работа со школами
- Взаимодействие с ССУЗами и ВУЗами
- Профессиональные сообщества
- Alumni-программы
- Работа со стажерами
- Теория поколений

Мастер-класс:

- Разработка молодежной программы
- Организация стажировок
- Работа с молодежными сообществами
- Практикум на примере реальной программы по работе с молодежью

МОДУЛЬ 7. АНТИКРИЗИС И РАБОТА С «УДАЛЕННЫМИ СОТРУДНИКАМИ»

УРОК 13. Антикризисные коммуникации

Семинар

- Работа с репутацией, антикризисная стратегия бренда работодателя
- Влияние изменений в политической, экономической, социальной, технологической, экологической и правовой среде на стратегию бренда работодателя.

Мастер-класс

- Практикум "Как вести внешние и внутренние коммуникации в период турбулентности"
- Координация усилий команды, формирование единого инфопространства, соблюдение правил антикризисной жизни

УРОК 14. Работа с удаленными сотрудниками

Семинар:

- Особенности распределенных команд
- Корпоративная культура в гибридном формате
- Особенности продвижения бренда работодателя для команд на гибриде
- Управление удаленными командами
- Специфика различных типов компаний
- Цифровые инструменты для удаленной работы

Мастер-класс:

- Создание системы управления корпоративной культуры для удаленных сотрудников
- Организация внутренних коммуникаций
- Практикум на примере реальной компании

МОДУЛЬ 8. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРАКТИКИ

УРОК 15. ESG практики и корпоративная культура

Семинар:

- Что такое ESG
- Устойчивое развитие, ESG и КСО: в чем разница?
- Устойчивое развитие как конкурентное преимущество HR
- Sustainability-трансформация HR-функции (Green HRM)
- Способы, которыми HR может помочь создать устойчивую корпоративную культуру
- Роль внутренних коммуникаций в ESG-политике

Мастер-класс:

- Мастер-класс на примере реальных компаний:
- Какие активности есть в Компании уже сегодня
- Волонтерство
- Донорство
- Сбор вторсырья
- Эко-просвещение и экологические мероприятия

УРОК 16. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРАКТИКИ

Семинар:

- Кросс-культурные коммуникации
- Адаптация локальных практик
- Работа с международными командами
- Корпоративная культура и бренд работодателя в мультинациональных компаниях: особенности

Мастер-класс:

- Локализация и глобальность
- Создание кросс-культурных коммуникаций
- Интеграция международных практик
- Практикум по кросс-культурным коммуникациям на примерах реальных компаний

ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Структура итоговой работы:

- Анализ текущей ситуации в компании на соответствии корпоративной культуры и бренда работодателя целям и задачам компании
- Постановка целей и задач проекта
- Разработка стратегии развития корпоративной культуры и бренда работодателя
- План реализации с бюджетом
- Система метрик и KPI
- План антикризисных коммуникаций
- Оценка рисков и управление ими

Формат защиты:

- Подготовка презентации проекта и дополнительных данных
- Предварительная консультация с куратором,
- Получение обратной связи по составу и оформлению проекта
- Внесение корректировок
- Итоговая защита проекта, ответы на вопросы комиссии

Критерии оценки:

- Полнота раскрытия темы
- Практическая применимость решений
- Качество презентации
- Ответы на вопросы комиссии
- Реалистичность предложений
- Соответствие поставленным целям

РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

По окончании курса участники смогут:

- Планировать деятельность по развитию корпоративной культуры и бренда работодателя
- Управлять коммуникационными проектами в этих направлениях

- Работать с различными каналами коммуникаций по продвижению корпоративной культуры и бренда работодателя
- Проводить исследования и оценку эффективности
- Разрабатывать ESG-инициативы в поддержку корпоративной культуры и бренда работодателя
- Управлять кризисными ситуациями и реализовывать проекты по трансформации корпоративной культуры
- Формировать бюджет по этим направлениям

Продолжительность обучения

- 8 недель обучения + 1 неделя защита

Форматы доступа

- Очный формат
- Онлайн-формат
- Гибридный формат
- Корпоративное обучение
- Индивидуальные консультации

ФОРМАТЫ ОБУЧЕНИЯ

- Видео-семинары и лекции
- Мастер-классы
- Митапы для обсуждения пройденных тем
- Тестирование
- Творческие домашние задания
- Практические занятия
- Индивидуальные консультации
- Проектная работа
- Кейс-методы
- Ролевые игры
- Практические симуляции

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

В рамках курса студенты получают доступ к:

- Практическим кейсам
- Методологическим материалам
- Образцам документации
- Шаблонам для работы
- Базе знаний по корпоративной культуре и бренду работодателя
- Методам оценки эффективности