

CÓDIGO
02B01C05

DURACIÓN
60 horas

NIVEL DE FORMACIÓN
Medio

Dirigido a

Profesionales del área de gestión de los recursos humanos, empresarios individuales, etc., poniendo especial énfasis en aquellos trabajadores que se responsabilizan del reclutamiento y selección de personal de una empresa, además de alumnos de titulaciones de áreas vinculadas a las ciencias sociales.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá las novedades en herramientas de reclutamiento, abarcando el análisis de candidatos según el puesto demandado y la comunicación final a los mismos, así como a desarrollar un plan Employer Branding.

COMPETENCIAS

1. Identificar y usar adecuadamente los canales de reclutamiento más adecuados para encontrar los candidatos que mejor se adaptan al perfil solicitado.
2. Conocer las tendencias y herramientas actuales para desarrollar procesos de reclutamiento adaptados a la realidad actual.
3. Realizar adecuadamente entrevista de selección para identificar los candidatos más idóneos para un puesto de trabajo.
4. Comunicar adecuadamente la decisión final a candidatos seleccionados y no seleccionados para comenzar con el proceso de incorporación de manera ágil y eficiente.
5. Aprender a desarrollar una estrategia de Employer Branding en consonancia con los valores de nuestra organización.
6. Conocer las tendencias y herramientas actuales para desarrollar procesos de selecciones eficaces y eficientes.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Conocer los canales de reclutamiento actuales y su uso de forma óptima y adecuada.
2. Saber aplicar las nuevas tendencias y herramientas de reclutamiento en los procesos de captación de perfiles profesionales con especial atención a las redes sociales.
3. Aprender a realizar entrevistas en diferentes escenarios y con diferentes herramientas tecnológicas.
4. Aplicar el procedimiento de onboarding o acogida establecido por la organización en el momento de la comunicación positiva al candidato.

5. Conocer el concepto de Employer Branding y su importancia para nuestra reputación en el mercado laboral.
6. Aprender a desarrollar acciones y protocolos que ayuden a reforzar nuestra marca empleadora.
7. Conocer la selección por valores en los procesos de selección actuales.
8. Aprender a llevar a cabo entrevistas de selección utilizando las nuevas tecnologías y la inteligencia artificial.

CONTENIDOS

Unidad 1. Canales.

1. Canales de reclutamiento online y offline.
 - 1.1. Ventajas e inconvenientes de los canales de reclutamiento online y offline
2. Desarrollo de ofertas de empleo.
 - 2.1 Estructura de una oferta de empleo tipo.
 - 2.2 Ofertas de empleo y canales de reclutamiento.
3. Protocolo de reclutamiento.
 - 3.1 Redes sociales o Social Recruiting.
 - 3.2 Portales de Empleo.
 - 3.3 Autocandidatura/página web empleo corporativa.
 - 3.4 Red de contactos y networking.

Unidad 2: Herramientas.

1. Tendencias actuales en el ámbito del reclutamiento.
2. Herramientas digitales para el reclutamiento de candidatos.
3. LinkedIn como herramienta para el reclutamiento y la selección.
 - 3.1. ¿Qué es LinkedIn y por qué debemos usarlo?
 - 3.2. Desarrollo de un perfil 10.
 - 3.3. Funciones básicas de LinkedIn en el proceso de reclutamiento.

Unidad 3: Entrevista.

1. Entrevistas de selección.
 - 1.1. Tipos de entrevistas.
 - 1.2. La preparación de la entrevista.
 - 1.3. La entrevista por competencias.
 - 1.4. Ventajas e inconvenientes de las entrevistas de selección.
2. Adaptación y desarrollo de entrevistas en función del puesto a seleccionar.
 - 2.1. Desarrollo de la entrevista.
 - 2.2. Tipología de preguntas.
 - 2.3. Recomendaciones para realizar entrevistas eficaces.
 - 2.4. Aspectos éticos en la entrevista de selección.
3. Nuevas tecnologías y entrevistas de selección: el tándem perfecto.
 - 3.1. Entrevistas vía Skype.
 - 3.2. Entrevistas asíncronas.

Unidad 4: Comunicación.

1. La comunicación en el proceso de selección.
2. Aspectos clave para una comunicación eficaz.
 - 2.1. Errores en la comunicación con candidatos.
 - 2.2. Candidato seleccionado, y ¿ahora qué?
 - 2.3. Impacto de la comunicación en la imagen de marca de la empresa.
3. El plan Onboarding.
 - 3.1. Elementos clave de un plan Onboarding.
 - 3.2. Beneficios de desarrollar un plan de onboarding.
 - 3.3. Errores más comunes en la implantación y desarrollo de un plan de onboarding.
 - 3.4. Consejos para la implantación exitosa del plan de onboarding.
4. Comunicación con los no seleccionados.
 - 4.1. Claves para dar feedback negativo o de mejora.
5. Acciones de mejora.

Unidad 5: Employer Branding.

1. El Employer Branding: concepto y aspectos clave.
 - 1.1. Definiendo el Employer Branding y su importancia en la organización.
 - 1.2. Beneficios e inconvenientes de trabajar el Employer Branding.
 - 1.3. Employer Branding y generaciones profesionales.
 - 1.4. Employer Branding y orgullo de pertenencia.
 - 1.5. Embajadores de marca.
2. Paso a paso para desarrollar una estrategia de Employer Branding.
 - 2.1. Definir nuestra cultura corporativa.
 - 2.2. Definir segmentos de mercado.
 - 2.3. Trabajar en nuestra propuesta de valor al empleado (EVP).
 - 2.4. Trabajar en la estrategia de visibilidad y comunicación.
 - 2.5. Medir y realizar las adaptaciones necesarias.
3. Casos de éxito de Employer Branding.
4. Errores a evitar en nuestra estrategia de marca empleadora.
 - 4.1. Claves para superar una crisis de Employer Branding.
 - 4.2. Claves para potenciar nuestro Employer Branding.

Unidad 6: Tendencias.

1. Nuevas tendencias en el ámbito de la selección.
 - 1.1. Selección por valores: una nueva forma de incorporar y fidelizar talento en nuestra organización.
 - 1.2. Ejemplos de valores en una organización.
2. La disrupción tecnológica y la IA en la selección de talento del S. XXI.
 - 2.1. Inteligencia artificial.
 - 2.2. Big Data.
3. Nuevas profesiones y modelos de trabajo.