

Modalidad: curso e-Learning Duración: 15 horas

Categorías: Ofimática, informática y comunicaciones

OBJETIVOS

1. Comprender el entorno de trabajo y las herramientas relacionadas con el diseño de página para saber cómo realizar una configuración correcta y poder optimizar el rendimiento aplicándolos correctamente al tipo de documento más adecuado (según el caso). 2. Comprender los conceptos relacionadas con el formato de fuente para dominar su correcto uso. 3. Comprender los conceptos relacionadas con el formato de párrafo y tabulaciones para utilizarlos adecuadamente y mejorar el aspecto de los documentos. 4. Entender las posibilidades de uso de bordes/sombreados para texto/página para asimilar sus opciones de aplicación en documentos. 5. Comprender las herramientas relacionadas con etiquetar y enumerar listas para elaborar documentos de forma ordenada.

CONTENIDOS

Unidad 1: 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 2: 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 3: El perfil del seleccionador.

1. La figura del seleccionador como actor clave en el proceso de atracción del talento.
 - 1.1. Alineamiento seleccionador-empresa.
 - 1.2. La figura del seleccionador en la experiencia del candidato.
 - 1.3. Falsas creencias en torno a la figura del seleccionador.
2. Habilidades y competencias para convertirse en un seleccionador de referencia.
 - 2.1. Comunicación.
 - 2.2. Capacidad de análisis.
 - 2.3. Habilidades sociales.

.4. Inteligencia emocional.

Evolución del perfil del seleccionador para adaptarse al contexto laboral en el medio plazo (horizonte 2030).

3.1. ~~Redes sociales como herramienta clave para la búsqueda de talento~~

3.2. La marca personal del seleccionador.

3.3. El seleccionador 2.0.

3.4. Retos futuros del seleccionador.

Unidad 4: 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.