

Curso Online de **Reclutamiento Digital**

Metodologías y herramientas para optimizar el uso de medios digitales en los procesos de selección y atraer, gestionar, evaluar y contratar a los candidatos.



[e]
Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



MANAGER
BUSINESS
SCHOOL

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com
www.iniciativasempresariales.com

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

Presentación

En los últimos años, principalmente desde la llegada del siglo XXI, y sobre todo con la llegada de la llamada “Cuarta Revolución Industrial”, la sociedad ha sufrido muchos cambios importantes centrados fundamentalmente en la implantación de Internet y de las redes sociales como parte fundamental de nuestra vida.

En lo referente al contexto empresarial, las organizaciones para sobrevivir y liderar los mercados, han de ser competitivas en todo momento enfrentándose a un contexto radicalmente cambiante y que conocemos como VUCA: el acrónimo de entornos caracterizados por su volatilidad (Volatility), incertidumbre (Uncertainty), complejidad (Complexity) y ambigüedad (Ambiguity).

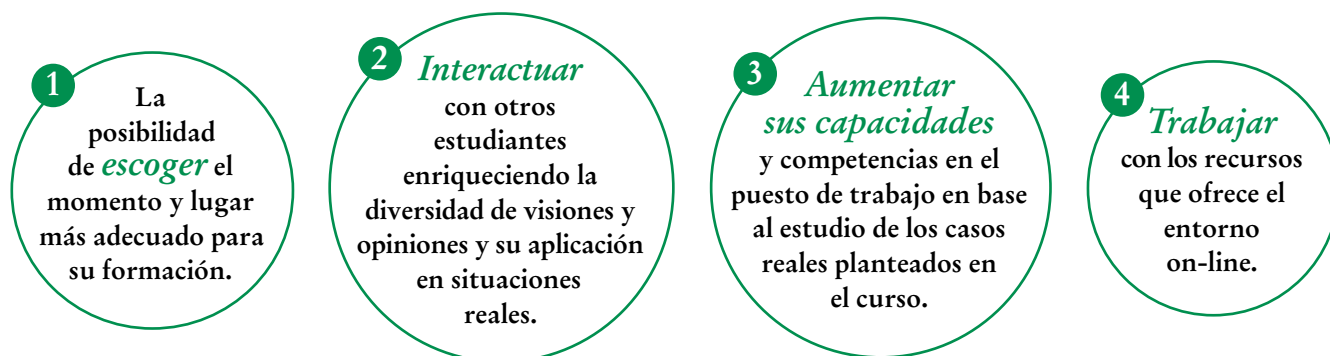
Estos entornos obligan a las organizaciones a aunar su necesidad de ser competitivas y productivas con la necesidad de adaptarse con agilidad a los continuos y rápidos cambios tecnológicos, lo que ha llevado a las empresas en general y a los departamentos de RRHH en particular, a cambiar sus estrategias en cuanto a la forma de atraer al mejor talento para sus organizaciones.

Ante esta transformación tecnológica, los profesionales de reclutamiento deben adaptarse a esta situación y conocer todos los beneficios que supone la aplicación del reclutamiento digital a su organización.

Con este curso queremos dotar al alumno de los conocimientos y herramientas necesarias para poder adaptarse a la transformación digital en el ámbito del reclutamiento, y hacer que mejore sus habilidades como reclutador para así conseguir atraer a los mejores candidatos para su empresa.

La Formación E-learning

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:



Objetivos del curso:

- Descubrir los beneficios del reclutamiento digital y sus aplicaciones a los procesos de reclutamiento.
- Conseguir adaptarse a la transformación digital en el ámbito profesional del reclutamiento.
- Conocer las ventajas de aplicar un sistema de reclutamiento digital en la empresa.
- Saber cómo identificar y seleccionar las fuentes de reclutamiento más adecuadas para nuestra organización.
- Planificar y llevar a cabo una búsqueda eficaz de candidatos en Internet y en las redes sociales más conocidas.
- Adquirir las competencias y habilidades del nuevo reclutador digital.
- Conocer las claves para optimizar el uso de las redes sociales en el reclutamiento.
- Aprender a utilizar LinkedIn para la búsqueda y atracción de candidatos, así como el resto de sus utilidades para el reclutamiento.
- Elegir las fuentes de reclutamiento apropiadas para cada búsqueda de candidatos.
- Crear ofertas de empleo atractivas y publicarlas en los medios más apropiados.
- Ser capaces de realizar un reclutamiento más eficiente para la empresa.
- Saber realizar un plan estratégico de reclutamiento y cómo evaluar su eficiencia.
- Elegir las herramientas de reclutamiento más adecuadas de entre las existentes para poder aplicarlas en la estrategia de reclutamiento de la empresa.

“ Dominar el reclutamiento digital le permitirá contactar con los potenciales candidatos ahorrando tiempo y dinero”

Dirigido a:

Responsables de RRHH así como personal vinculado a este departamento y a todas aquellas personas que quieran ampliar conocimientos referentes a la selección de personal a través del reclutamiento digital.

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 80 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio

7 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning



Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Contenido del Curso

MÓDULO 1. Introducción al Reclutamiento Digital

10 horas

Los procesos de RRHH en general y los de reclutamiento y selección en particular, han cambiado en los años que llevamos de este siglo XXI, principalmente gracias a la aparición de las nuevas tecnologías de información. Es en este nuevo entorno tecnológico en el que surge el llamado “Reclutamiento Digital”.

1.1. ¿Qué es el reclutamiento?

- 1.1.1. Objetivos del reclutamiento.
- 1.1.2. Factores que influyen en el reclutamiento:
 - 1.1.2.1. Factores externos.
 - 1.1.2.2. Factores internos.
- 1.1.3. Reclutamiento vs selección.

1.2. Reseña histórica: la evolución del reclutamiento en la historia

- 1.2.1. El reclutamiento en los últimos años del siglo XX y principios del siglo XXI.
- 1.2.2. Contexto actual del reclutamiento:
 - 1.2.2.1. Antecedentes en la evolución del reclutamiento digital: reclutamiento 1.0
 - 1.2.2.2. Los orígenes del reclutamiento social: reclutamiento 2.0
 - 1.2.2.3. Reclutamiento 3.0: escalado cualitativo en evolución del talento.
 - 1.2.2.4. Reclutamiento 4.0: la revolución para captar talento.
 - 1.2.2.5. El concepto de “atracción del talento”.

1.3. El reclutamiento digital:

- 1.3.1. La guerra por el talento.
- 1.3.2. La cuarta revolución industrial.
- 1.3.3. La convivencia de diferentes generaciones en la empresa.
- 1.3.4. Los pilares fundamentales del reclutamiento digital:
 - 1.3.4.1. El Social Recruiting.
 - 1.3.4.2. Reclutamiento móvil.
 - 1.3.4.3. Automatización de los procesos de selección.
- 1.3.5. Características principales del reclutamiento digital.
- 1.3.6. Reclutamiento tradicional vs reclutamiento digital.

1.4. Ventajas e inconvenientes del reclutamiento digital.

MÓDULO 2. El nuevo rol del reclutador**10 horas**

Todos los cambios y avances que se están produciendo en RRHH, llevan aparejados una mayor profesionalización del departamento y otorgan también una mayor importancia a la figura del reclutador. Gracias a la aparición de Internet la forma de trabajar de los reclutadores ha cambiado y ha puesto a su alcance nuevas herramientas y fuentes de reclutamiento con los que trabajar.

- 2.1. El nuevo escenario del departamento de RRHH.**
- 2.2. La transformación digital en RRHH:**
 - 2.2.1. La digitalización del departamento de RRHH.
 - 2.2.2. Herramientas de digitalización para reclutamiento:
 - 2.2.2.1. HR Analytics (o People Analytics).
 - 2.2.2.2. Inteligencia Artificial (IA) y automatización.
- 2.3. El nuevo rol del reclutador del siglo XXI:**
 - 2.3.1. Competencias y habilidades del nuevo reclutador digital.
 - 2.3.2. Tipos de reclutador:
 - 2.3.2.1. El Head-Hunter.
 - 2.3.2.2. Diferencias entre reclutador y Head-Hunter.
 - 2.3.2.3. Los nuevos profesionales del reclutamiento digital: los nethunters.
- 2.4. Creación de marca como reclutador.**

MÓDULO 3. Las fuentes del Reclutamiento Digital**15 horas**

Las fuentes de reclutamiento son los medios de difusión que el reclutador utiliza para dar a conocer un puesto vacante. De su correcta elección puede depender la eficiencia de la selección de los candidatos, la reducción del tiempo de búsqueda y los costes que este proceso podría generar. No hay fuentes mejores que otras, debemos conocerlas todas y elegir cuáles son las más adecuadas para nuestra empresa y cada proceso de reclutamiento y selección concreto.

- 3.1. Introducción a las fuentes de reclutamiento.**
- 3.2. Fuentes de reclutamiento interno:**
 - 3.2.1. Ventajas.
 - 3.2.2. Desventajas.
 - 3.2.3. Las fuentes o medios de reclutamiento internos:
 - 3.2.3.1. Base de datos de empleados.
 - 3.2.3.2. Base de datos de antiguos candidatos.
 - 3.2.3.3. Promoción de empleados.
 - 3.2.3.4. Enlaces sindicales.

- 3.2.3.5. Becarios.
- 3.2.3.6. Programas de referidos.
- 3.2.3.7. Reconstratación.
- 3.2.3.8. Planes de carrera.
- 3.2.4. Difusión de la oferta internamente.

3.3. Fuentes de reclutamiento externo:

- 3.3.1. Ventajas.
- 3.3.2. Desventajas.
- 3.3.3. Las fuentes o medios de reclutamiento externo:
 - 3.3.3.1. Redes Sociales.
 - 3.3.3.2. Portales de empleo.
 - 3.3.3.3. Eventos.
 - 3.3.3.4. Bolsas de empleo.
 - 3.3.3.5. Ferias de empleo.
 - 3.3.3.6. Reclutamiento externo.
 - 3.3.3.7. Fundaciones.

3.4. La evolución de las fuentes de reclutamiento:

- 3.4.1. La evolución de los portales de empleo en el siglo XXI.
- 3.4.2. Portales de empleo en la actualidad.
- 3.4.3. La evolución de las Redes Sociales como fuente de reclutamiento.

3.5. La publicación de ofertas de empleo:

- 3.5.1. Cómo elaborar una oferta de empleo:
 - 3.5.1.1. El Candidate Persona.
 - 3.5.1.2. Redacción de la oferta.
 - 3.5.1.3. Uso de palabras clave.
- 3.5.2. Las ofertas de empleo en formato multimedia.

MÓDULO 4. Internet y las Redes Sociales como fuente de reclutamiento

15 horas

Una de las bases (aunque no la única) del reclutamiento digital es el uso de Internet y las Redes Sociales para la atracción del talento, con un alto porcentaje para la publicación de ofertas y, aunque menor, también para la comunicación con los candidatos, principalmente para puestos de mandos intermedios y técnicos.

4.1. Características de Internet y las Redes Sociales:

- 4.1.1. Internet y su historia.
- 4.1.2. Las Redes Sociales.

- 4.1.3. Tipos de Redes Sociales.
- 4.1.4. Las principales redes sociales en la actualidad.
- 4.2. Uso de Internet y las Redes Sociales para reclutamiento.**
- 4.3. Utilidades para facilitar el trabajo de reclutamiento:**
 - 4.3.1. Los operadores booleanos:
 - 4.3.1.1. Operadores básicos.
 - 4.3.1.2. Modificadores de búsquedas.
 - 4.3.1.3. Modificadores de consulta.
 - 4.3.1.4. Creación de cadenas de búsqueda.
 - 4.3.2. Uso de palabras clave.
 - 4.3.3. Herramientas complementarias:
 - 4.3.3.1. Recruit'em.
 - 4.3.3.2. Hootsuite.
 - 4.3.3.3. Bitly.
- 4.4. Uso de Facebook para reclutamiento:**
 - 4.4.1. Búsqueda de candidatos.
 - 4.4.2. Publicación de ofertas.
- 4.5. Uso de Twitter para reclutamiento:**
 - 4.5.1. Búsqueda de candidatos.
 - 4.5.2. Publicación de ofertas.
- 4.6. Uso de Instagram para reclutamiento:**
 - 4.6.1. Búsqueda de candidatos.
 - 4.6.2. Publicación de ofertas.
- 4.7. Uso de otras Redes Sociales profesionales para reclutamiento:**
 - 4.7.1. Xing.
 - 4.7.2. YouTube.
- 4.8. Claves para optimizar las Redes Sociales para reclutamiento.**

MÓDULO 5. LinkedIn

10 horas

El objetivo al darnos de alta en LinkedIn y crearnos un perfil es crear una red de contactos que nos puedan ayudar en nuestros trabajos o negocios, o bien contactos que nos puedan ayudar a encontrar un trabajo o mejorar el que tenemos. En el caso de los reclutadores, el objetivo es crear una red que les ayude a la atracción de candidatos y a potenciar su “marca empleadora”, tanto personal como de empresa.

- 5.1. Breve historia de LinkedIn:**
 - 5.1.1. Datos actuales de LinkedIn.

5.2. LinkedIn como herramienta fundamental para reclutamiento:

5.2.1. Tipos de perfiles:

5.2.1.1. Perfil de empresa.

5.2.1.2. Perfil profesional.

5.2.1.3. Diferencias entre perfil profesional y página de empresa.

5.2.2. Creación de una red de contactos.

5.2.3. Los grupos en LinkedIn.

5.3. Búsquedas de candidatos:

5.3.1. Tipos de búsquedas.

5.3.2. Cómo contactar con los candidatos:

5.3.2.1. Mediante envío de solicitud de contacto.

5.3.2.2. Contactar mediante mensaje privado.

5.3.2.3. Enviar un mensaje In Mail.

5.3.2.4. Contactar a través de otra red social o de su mail.

5.4. Publicación de ofertas:

5.4.1. Perfiles corporativos o de empresa.

5.4.2. Perfiles particulares de los reclutadores.

5.4.3. Grupos a los que pertenecemos.

5.4.4. Compartir en nuestro perfil desde la página de empresa.

5.4.5. Publicación de oferta.

MÓDULO 6. Herramientas para el Reclutamiento Digital

15 horas

Las mismas herramientas que sirven a las organizaciones para atraer clientes, sirven también a los departamentos de RRHH para encontrar y atraer al mejor talento y a los profesionales para hacerse visibles ante las empresas y recibir las mejores ofertas de trabajo.

La principal y de la que surgen el resto, es la dedicada a potenciar la marca corporativa como empleadores, punto de partida de este nuevo modelo de atracción del talento.

6.1. Introducción a las herramientas de reclutamiento digital.

6.2. Employer Branding (marca empleadora):

6.2.1. Canales de marca empleadora.

6.2.2. Canales de marca empleadora internos:

6.2.2.1. Revista corporativa.

6.2.2.2. Intranet.

6.2.2.3. Red Social Corporativa.

6.2.2.4. Muro o tablón de noticias.

6.2.2.5. Correo electrónico.

6.2.2.6. Chat.

6.2.3. Canales de Employer Branding externos:

6.2.3.1. Web Corporativa.

6.2.3.2. Redes Sociales.

6.2.3.3. Medios.

6.2.3.4. Realización de eventos.

6.2.4. Herramientas para nuestra estrategia de Employer Branding:

6.2.4.1. La propuesta de valor al empleado (EVP).

6.2.4.2. La experiencia del empleado.

6.2.4.3. Los embajadores de marca.

6.2.4.4. La visibilidad de nuestro Employer Branding.

6.2.4.5. La experiencia del candidato.

6.2.4.6. El viaje del candidato (Candidate Journey Map).

6.2.4. Un ejemplo de Employer Branding exitoso.

6.3. Inbound Recruiting:

6.3.1. Outbound Recruiting.

6.3.2. Diferencia entre Inbound y Outbound Recruiting.

6.4. Programas de referidos.

MÓDULO 7. El plan de reclutamiento y su evaluación

5 horas

Para atraer el mejor talento a través del uso de los medios sociales y, por supuesto, de los más tradicionales de reclutamiento, es recomendable contar con un plan estructurado en el que estén reflejados los objetivos, acciones y tiempos en los que se van a llevar a cabo y en el que esté alineado nuestro Employer Branding, con nuestra organización y con la imagen de marca de nuestros productos o servicios.

7.1. Introducción.

7.2. Elaboración del plan de reclutamiento.

7.3. Fases del plan de reclutamiento:

7.3.1. Definición de la estrategia.

7.3.2. Elección de herramientas de reclutamiento.

7.3.3. Definir indicadores.

7.3.4. Elaborar el plan de acción.

7.3.5. Elaborar el plan de comunicación en Redes Sociales.

7.4. Evaluación del reclutamiento:

7.4.1. Indicadores genéricos reclutamiento.

7.4.2. Indicadores para medir nuestro plan en medios sociales.

Reclutamiento Digital

Autor



M. Dolores Pérez

Profesional de RRHH con perfil generalista y especializada en reclutamiento digital y gestión del talento, consultoría de RRHH, selección, formación y desarrollo.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

