

**EMPLOYER BRANDING**

CÓDIGO	AUTOR	DURACIÓN ESTIMADA	NIVEL DE FORMACIÓN
02B01C02	Alejandro Durán	25 h	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 técnicas de reclutamiento de personal, abarcando la comunicación final a los candidatos, así como a desarrollar un plan Employer Branding.*

**COMPETENCIAS**

1. Conocer las tendencias y herramientas actuales para desarrollar procesos de reclutamiento adaptados a la realidad actual.
2. Comunicar adecuadamente la decisión final a candidatos seleccionados y no seleccionados para comenzar con el proceso de incorporación de manera ágil y eficiente.
3. Desarrollar un perfil profesional de seleccionador en base a las nuevas características del mercado de trabajo y los entornos profesionales actuales.
4. Aprender a desarrollar una estrategia de Employer Branding en consonancia con los valores de nuestra organización.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)**

1. Saber aplicar las nuevas tendencias y herramientas de reclutamiento en los procesos de captación de perfiles profesionales con especial atención a las redes sociales.
2. Aplicar una estrategia de comunicación alineada con los valores de la organización a la hora de incorporar candidatos tras un proceso de selección.
3. Aplicar el procedimiento de onboarding o acogida establecido por la organización en el momento de la comunicación positiva al candidato.
4. Aplicar el protocolo de no seleccionado aquellos candidatos que finalmente no se incorporan a la organización cuidando siempre el feedback otorgado y recogiendo aquellas apreciaciones que los candidatos nos trasladen acerca del proceso de selección.
5. Identificar la potencialidad del seleccionador para convertirse en elemento de atracción de candidatos.

6. Aprender a desarrollar pautas y comportamientos profesionales que ayuden a posicionar al seleccionador en el mapa del mercado de trabajo.
7. Trabajar canales de comunicación online para convertir el perfil profesional del seleccionador en un elemento de atracción del talento a la organización.
8. Conocer el concepto de Employer Branding y su importancia para nuestra reputación en el mercado laboral.
9. Aprender a desarrollar acciones y protocolos que ayuden a reforzar nuestra marca empleadora.
10. Conocer las principales acciones negativas que pueden afectar a nuestra reputación como marca empleadora.

## CONTENIDOS

1. LinkedIn y otras herramientas digitales para el reclutamiento del S.XXI.
2. La comunicación en el proceso de selección: aspectos clave y errores a evitar.
3. Onboarding o Plan de acogida como elemento clave para cerrar exitosamente un proceso de selección.
4. Comunicación con los no seleccionados: aspectos clave para cuidar la reputación de marca.
5. La figura del seleccionador como actor clave en el proceso de atracción del talento.
6. Habilidades y competencias para convertirse en un seleccionador de referencia.
7. Redes sociales como herramienta clave para la búsqueda de talento.
8. El Employer Branding: concepto y aspectos clave.
9. Como desarrollar un plan de Employer Branding en tu organización.
10. Errores a evitar en nuestra estrategia de marca empleadora.

