



Guía Didáctica

Reclutamiento y Selección de Personal

REF: 1205023ID

Modalidad: Online

Duración: 60 horas

Objetivos del curso

- Conocer cómo se gestiona una necesidad de personal y se pone en marcha el procedimiento de reclutamiento.
- Aprender a crear un perfil del puesto de trabajo adecuado para realizar una búsqueda efectiva de candidatos.
- Valorar y analizar perfil solicitado por la organización y descripción del puesto para corroborar la similitud.
- Conocer los canales de reclutamiento actuales y su uso de forma óptima y adecuada.
- Crear ofertas de empleo adaptadas a los diferentes canales online y offline y al tipo de candidato que estamos reclutando.
- Desarrollar protocolos de uso que nos permitan realizar búsquedas de perfiles en base a criterios de objetividad y ética profesional.
- Identificar las principales diferencias, ventajas e inconvenientes entre los diferentes canales de reclutamiento para decidir cual se adapta mejor a nuestro proceso de reclutamiento.
- Aprender a realizar criba curricular en base a los criterios establecidos en el perfil profesional. Contactar e interactuar con los posibles candidatos con el fin de obtener información válida para el proceso de reclutamiento.
- Desarrollar entrevistas telefónicas de reclutamiento enfocadas y orientadas a identificar potenciales candidatos.
- Elaborar elementos de baremación que nos permitan analizar aquellos candidatos que mejor se adaptan a las necesidades del puesto de trabajo solicitado.
- Diferenciar entre candidatos aptos y no aptos en base a los criterios de reclutamiento tales como competencias, perfil técnico, valores, etc.
- Aprender a desarrollar feedback tanto positivo como negativo tras la elección de perfiles que pasan al proceso de selección.

- Saber aplicar las nuevas tendencias y herramientas de reclutamiento en los procesos de captación de perfiles profesionales con especial atención a las redes sociales.
- Conocer y saber utilizar las dinámicas de grupo para identificar competencias en los candidatos.
- Conocer y saber utilizar pruebas técnicas e idiomáticas para identificar la validez en lo referente al perfil técnico del candidato.
- Conocer y saber aplicar test varios (personalidad, competencias, lógica, razonamiento, roles) para identificar la idoneidad de un candidato para un puesto de trabajo concreto.
- Diferenciar entre los diferentes tipos de entrevistas existentes en base al proceso de selección que estemos desarrollando.
- Identificar y desarrollar adecuadamente entrevistas de trabajo en base al perfil profesional a seleccionar.
- Aprender a realizar entrevistas en diferentes escenarios y con diferentes herramientas tecnológicas.
- Desarrollar informes de entrevista y otras pruebas en base a los criterios definidos en el proceso de reclutamiento y selección.
- Analizar otras fuentes de información alternativas (referencias, redes sociales, contactos) que nos den más información sobre el candidato y su idoneidad para el puesto de trabajo a cubrir.
- Elaborar informes finales con toda la información obtenida para proceder a decidir qué candidato cubrirá finalmente el puesto vacante.
- Aplicar una estrategia de comunicación alineada con los valores de la organización a la hora de incorporar candidatos tras un proceso de selección.

Contenidos de la formación

UNIDAD 1. NECESIDADES DE PERSONAL.

El proceso de reclutamiento.

- Modalidades de reclutamiento: Interno y externo.

Necesidades de personal y definición del perfil solicitado.

Validación de necesidades y desarrollo definitivo de puesto de trabajo a reclutar.

UNIDAD 2. CANALES.

Canales de reclutamiento online y offline.

- Ventajas e inconvenientes de los canales de reclutamiento online y offline.

Desarrollo de ofertas de empleo.

- Estructura de una oferta de empleo tipo.
- Ofertas de empleo y canales de reclutamiento.

Protocolo de reclutamiento.

Redes sociales o Social Recruiting.

- Portales de Empleo.
- Autocandidatura/página web empleo corporativa.
- Red de contactos y networking.

UNIDAD 3. EL PROCESO.

La criba curricular, ¿cómo desarrollarla de manera efectiva?

- Paso a paso de una criba curricular.

Comunicación efectiva y asertiva con candidatos.

La entrevista telefónica como herramienta clave en el proceso de reclutamiento.

- El contacto telefónico.
- El correo electrónico.

Comunicación eficiente y asertiva con los candidatos.

- Elementos clave para que la comunicación sea exitosa.
- El lado emocional de la comunicación con los candidatos.

UNIDAD 4. ANÁLISIS DE CANDIDATOS.

Herramientas de baremación en el proceso de reclutamiento.

Principales criterios a la hora de diferenciar entre candidatos aptos y no aptos.

El feedback como herramienta clave en el proceso de reclutamiento.

UNIDAD 5. HERRAMIENTAS.

Tendencias actuales en el ámbito del reclutamiento.

Herramientas digitales para el reclutamiento de candidatos.

LinkedIn como herramienta para el reclutamiento y la selección.

- ¿Qué es LinkedIn y por qué debemos usarlo?
- Desarrollo de un perfil 10.
- Funciones básicas de LinkedIn en el proceso de reclutamiento.

UNIDAD 6. PRINCIPALES PRUEBAS.

Las dinámicas de grupo.

- Tipologías de dinámicas de grupo.
- Desarrollo de dinámicas de grupo.
- Recomendaciones para un uso adecuado de las dinámicas de grupales.

Pruebas técnicas e idiomáticas.

- Pruebas técnicas.
- Pruebas idiomáticas.

Test psicotécnicos, competenciales y de personalidad.

- Test psicotécnicos.
- Test competenciales.
- Test de personalidad.

Ventajas e inconvenientes en el uso de test en los procesos de selección.

UNIDAD 7. ENTREVISTA.

Entrevistas de selección.

- Tipos de entrevistas.
- La preparación de la entrevista.
- La entrevista por competencias.
- Ventajas e inconvenientes de las entrevistas de selección.

Adaptación y desarrollo de entrevistas en función del puesto a seleccionar.

- Desarrollo de la entrevista.
- Tipología de preguntas.
- Recomendaciones para realizar entrevistas eficaces.
- Aspectos éticos en la entrevista de selección.

Nuevas tecnologías y entrevistas de selección: el tándem perfecto.

- Entrevistas vía Skype.
- Entrevistas asíncronas.

UNIDAD 8. INFORMES.

Informes de selección final.

- Componentes de selección.
- Toma de decisiones.

Informes de selección.

- Estructura y elementos indispensables.

Completando el perfil del candidato.

- Redes sociales, contactos y referencia.

Valoraciones finales para la toma de decisiones.

UNIDAD 9. COMUNICACIÓN.

La comunicación en el proceso de selección.

Aspectos clave para una comunicación eficaz.

- Errores en la comunicación con candidatos.
- Candidato seleccionado, y ¿ahora qué?

Impacto de la comunicación en la imagen de marca de la empresa.

El plan Onboarding.

- Elementos clave de un plan Onboarding.
- Beneficios de desarrollar un plan de onboarding.
- Errores más comunes en la implantación y desarrollo de un plan de onboarding.
- Consejos para la implantación exitosa del plan de onboarding.

Comunicación con los no seleccionados.

- Claves para dar feedback negativo o de mejora.

Acciones de mejora.

UNIDAD 10. EL PERFIL DEL SELECCIONADOR.

La figura del seleccionador como actor clave en el proceso de atracción del talento.

- Alineamiento seleccionador-empresa.
- La figura del seleccionador en la experiencia del candidato.
- Falsas creencias en torno a la figura del seleccionador.

Habilidades y competencias para convertirse en un seleccionador de referencia.

- Comunicación.
- Capacidad de análisis.
- Habilidades sociales.
- Inteligencia emocional.

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

- Redes sociales como herramienta clave para la búsqueda de talento
- La marca personal del seleccionador.
- El seleccionador 2.0.
- Retos futuros del seleccionador.

UNIDAD 11. EMPLOYER BRANDING.

El Employer Branding: concepto y aspectos clave.

- Definiendo el Employer Branding y su importancia en la organización.
- Beneficios e inconvenientes de trabajar el Employer Branding.
- Employer Branding y generaciones profesionales.
- Employer Branding y orgullo de pertenencia.
- Embajadores de marca.

Paso a paso para desarrollar una estrategia de Employer Branding

Definir nuestra cultura corporativa.

- Definir segmentos de mercado.
- Trabajar en nuestra propuesta de valor al empleado (EVP).
- Trabajar en la estrategia de visibilidad y comunicación.
- Medir y realizar las adaptaciones necesarias.
- Casos de éxito de Employer Branding.

Errores a evitar en nuestra estrategia de marca empleadora.

- Claves para superar una crisis de Employer Branding
- Claves para potenciar nuestro Employer Branding.

UNIDAD 12. TENDENCIAS.

Nuevas tendencias en el ámbito de la selección.

- Selección por valores: una nueva forma de incorporar y fidelizar talento en nuestra organización.

Ejemplos de valores en una organización.

La disrupción tecnológica y la IA en la selección de talento del S. XXI.

1. Inteligencia artificial.
2. Big Data.

Nuevas profesiones y modelos de trabajo.

Generalidades de la formación

Metodología:

Formación en modalidad online de 60 horas de duración.

Los cursos online no disponen de material didáctico físico. El acceso al contenido y a los recursos complementarios se realiza a través del aula virtual, identificándose con las claves de acceso que se le proporcionan a cada alumno.

Las tutorías por parte del docente se realizan a través de la plataforma virtual, mediante la cual el docente/tutor dinamiza la formación, resuelve todas las dudas que puedan surgir respecto a la materia, promueve la participación de los alumnos/as y vela por el aprovechamiento de los contenidos didácticos, con tutorías personalizadas.

Es obligatorio realizar el curso a través del campus virtual. Para que el curso sea válido, el/la alumno/a debe acceder dentro del período establecido de forma progresiva (fechas de inicio y finalización) al 75% del temario a través de la plataforma y realizar toda/s la/s prueba/s de evaluación propuesta/s. El tiempo de conexión de los participantes debe estar en consonancia con el aprendizaje y las horas de duración del curso, como mínimo, será del 30% del total. Se emitirá diploma acreditativo una vez superados los requisitos del curso.

Requisitos para la bonificación:

Para que la formación bonificada sea considerada válida, el/la alumno/a debe:

- Acceder a la plataforma virtual de manera continua y progresiva dentro de las fechas de inicio y fin. El tiempo de dedicación del alumno debe estar en consonancia con la duración del curso.
- Visualizar al menos el 75% de los contenidos teóricos del curso y realizar como mínimo el 75% de las actividades y/o pruebas de evaluación.
- Aprobar la/s evaluación/es final/es obteniendo una calificación mínima de 5/10.