

Online Recruiter (IHK)

Musterlehrplan

Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
TT.MM. JJJ	TT	HH.MM - HH.MM	12	Kurseröffnung <ul style="list-style-type: none"> • Einführung/ Begrüßung • Kennenlernen der Gruppe • Organisatorisches zum Lehrgang • Informationen zur Facharbeit* • Informationen zum Abschluss • Einführung in die Arbeit mit der Lernplattform • Anmeldung / Profilgestaltung / Erste Aufgaben 	Business Academy Ruhr GmbH
KWXX/XX	TT.MM. JJJ - TT.MM. JJJ			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
KWXX/XX	TT.MM. JJJ - TT.MM. JJJ		10	Modul 1: Die digitale Attraktivität von Unternehmen erhöhen <ul style="list-style-type: none"> • Vorteile und Chancen des E-Recruitings für Unternehmen und Bewerber • Akzeptanz und Nutzung des Internets in Bewerbungsprozessen • Informationsquellen für Job- und Arbeitgeberrecherche • Candidate Experience: E-Recruitingsprozesse aus Sicht des Bewerbers • Informationswünsche an Arbeitgeber • Ablauf und Organisation von E-Recruitingprozessen • Simplifizierung von Bewerbungsprozessen • Erfolgreiche Rekrutierungskanäle • Best Practice Beispiele • Vorteile und Herausforderungen von Bewerbermanagementsystem und E-Recruiting Automation 	Dozent/in
KWXX/XX	TT.MM. JJJ - TT.MM. JJJ		10	Modul 2: Employer Branding und Reputationsmanagement - Die Arbeitgebermarke auf digitalen Plattformen aufbauen <ul style="list-style-type: none"> • Definition und Ziele des Employer Brandings • Offline vs. Online Maßnahmen zur Stärkung der Arbeitgebermarke / des Arbeitgeber-Images 	Dozent/in

			<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation von Informationen zur Unternehmenskultur und Alleinstellungsmerkmalen Arbeitgebers • Website als Dreh- und Angelpunkt • Imagebildung durch Online Marketing Maßnahmen • Unternehmensprofile auf Jobbörsen und Karrierenetzwerken: Xing/Kununu, Indeed, Stepstone und Jobware • Umgang mit Arbeitnehmer-Bewertungen • Krisenmanagement • Best Practice Beispiele 	
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ	10	<p>Modul 3: Karriereseiten und Stellenausschreibungen optimal gestalten und für Suchmaschinen sichtbar machen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Integration von Karriereseiten und Stellenausschreibungen auf der Website • Inhaltliche und gestalterische Anforderungen an Karriereseiten und Stellenausschreibungen • Bewerbungsmethoden: E-Mail, Bewerbungsformulare, Mobile Bewerbung, One Klick Bewerbung • Erstellung von Landingpages • Keyword Recherche • Usability- und Suchmaschinen-Optimierung von Karriereseiten und Stellenausschreibungen • Bewerbung von Stellenausschreibungen bei Google: Google Ads • Best Practice Beispiele 	Dozent/in
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ	10	<p>Modul 4: Künftige Auszubildende und Fachkräfte über Social Media ansprechen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zielgruppenanalyse und Spezifika ausgewählter Social Media Plattformen: z.B. Facebook, Instagram, Snapchat, Xing, LinkedIn • Erstellung von zielgruppengerechten, multimedialen Inhalten (Videos, Bilder, Podcasts) • Stories • Automatisiertes Posten • YouTube Videos, Storyboard, YouTube Unternehmenskanal • Anzeigenschaltung auf Social Media Plattformen 	Dozent/in

			<ul style="list-style-type: none"> • Karriere-Blogs • Best Practice Beispiele 	
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ	10	Modul 5: Aktives Bewerber Recruiting bei Online Jobbörsen und Karriere Netzwerken umsetzen <ul style="list-style-type: none"> • Zielgruppengerechte Auswahl von Online Jobbörsen (Branche/Beruf) • Tarife und Gestaltungsmöglichkeiten bei Online Jobbörsen: Stepstone, Indeed, Jobware • Aufbau und Inhalte einer Stellenausschreibung • Ansprechende Gestaltung einer Stellenausschreibung • Digitale Personalsuche • Einsatzmöglichkeiten und kritische Aspekte von Active Sourcing • Active Sourcing bei Xing und LinkedIn • Kommunikation mit potenziellen Bewerbern • Dos und Donts im Active Sourcing 	Dozent/in
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ	10	Modul 6: Den Erfolg messbar machen und auswerten <ul style="list-style-type: none"> • Den Erfolg der Karriereseite und mit Google Analytics messen • Analyse des Besuchers • Website Kennzahlen • Umgang mit Google Analytics in der Praxis • Interpretation und Auswertung der Daten • Reporting • Auswertungsmöglichkeiten bei Jobbörsen und Karrierenetzwerken • Monitoring bei Social Media Plattformen • kostenfreie versus kostenpflichtige Social Media Analyse Tools • Definitionen: Follower, Friends, Likes, etc. • Anwendungsbeispiel Monitoring Tool (z.B. HootSuite) • Recruiting Kennzahlen 	Dozent/in
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ Abgabe der Abschlussleistungen: TT.MM. JJJJ (bis 12.00 Uhr)		Facharbeit* und Abschluss <ul style="list-style-type: none"> • Fertigstellung der Facharbeit • Erstellung der Abschlusspräsentation Abgabe der Facharbeit + Präsentation: <ul style="list-style-type: none"> • digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen 	

TT.MM. JJJ	TT	HH.MM - HH.MM	8	Abschluss <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussveranstaltung • Präsentation • Feedback zur Facharbeit* im Plenum • Evaluation • Abschlussfotos • Lehrgangsende 	Business Academy Ruhr GmbH
			80	Lehrgangsende	

KWXX-XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ	20	*Facharbeit = Erstellung eines Handlungskonzepts (Strategie) im Verlauf des Lehrgangs zu einem individuell gewählten Anwendungsfall.		
		100			
KWXX-XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ	eTutor/in für die virtuelle Lernplattform: eTutorin			