



Digitales Selbstmarketing

Zielgruppe – Indikation

Stellensuchende, die sich aufgrund ihrer Bewerbungsstrategie auf einem der branchenspezifischen Social Media-Kanälen ein professionelles Profil benötigen und im Erstellen oder Optimieren ihres Profils Unterstützung benötigen.

Voraussetzung

Voraussetzung für den Besuch des Moduls Digitales Selbstmarketing: Die Teilnehmenden verfügen über ein komplettes Bewerbungsportfolio und haben ihre Bewerbungsstrategie definiert.

Ziele

Die Teilnehmenden verfügen über ein Profil in einem der branchenspezifischen Social Media-Kanäle und sind in der Lage, dieses erfolgversprechend für die Stellensuche einzusetzen

- wissen, welche Bedeutung die Sozialen Medien für die Stellensuche haben
- kennen die Sichtweise von HR und Personalverantwortlichen
- kennen die Eigenheiten/unterschiedlichen Wirkungsfelder der wichtigsten Plattformen
- kennen den Aufwand für die Bewirtschaftung der Plattformen
- filtern die für sie geeignete Plattform heraus
- kennen die Kriterien griffiger Profile/kennen den Umgang mit/den Einsatz von Keywords
- können ein eigenes Profil auf facebook, XING oder LinkedIn einrichten
- optimieren gegebenenfalls ihr bestehendes Profil

Inhalte

- z.B. XING, LinkedIn, facebook, Blogs, etc.
- Chancen und Risiken, Vor-/Nachteile, Nutzen
- gute/schlechte Profile, Kriterien für Profilerstellung
- Sicherheit, Datenschutz

Dauer und Zeit

Das Modul dauert 12 Stunden und findet Montag, Mittwoch, Freitag entweder vormittags von 8 – 12 Uhr oder nachmittags von 14 – 18 Uhr statt.

Die freien Tage zwischen den Unterrichtseinheiten nutzen die Stellensuchenden, um das Gelernte in die Praxis umzusetzen.