

Glossar zur Personalwirtschaft-Reihe „Trends im E-Recruiting“

Dieses Glossar wird laufend erweitert, analog zu der Beitragsreihe in der **Personalwirtschaft** ab Ausgabe 01/2010. Derzeit beinhaltet es Begriffe zu den Themen:

- **Mobile Anwendungen**
- **Twitter**
- **Google Ads**
- **Facebook**
- **CV Parsing**
- **RSS-Feed**
- **Linkedin**
- **HR-XML**
- **You Tube**
- **Online Assessment**
- **Open Graph**
- **URL Shortener**

Mobile Anwendungen

Augmented Reality	<p>Augmented Reality (= „Erweiterte Realität“) ist die Darstellung virtueller Elemente und Informationen im eigenen, realen Blickfeld, z.B. über eine spezielle Datenbrille oder im Display eines Mobiltelefons. Passend zum betrachteten Element werden Informationen eingeblendet. Zum Beispiel können georeferenzierte Daten zum Livebild in der Handy-Kamera angezeigt werden: Streckennetze von Bus und Bahn, oder Informationen zu Sehenswürdigkeiten. Theoretisch könnten Jobbörsen so auch Informationen zu offenen Stellen im Umkreis der Person einblenden.</p> <p>Weiterführende Links: http://www.spiegel.de/netzwelt/gadgets/0,1518,639661,00.html http://www.heise.de/newsticker/meldung/Augmented-Reality-auf-dem-iPhone-753709.html</p>
GPS	<p>Das „Global Positioning System“ ist ein weltweites Navigationssatellitensystem zur Positionsbestimmung und Zeitmessung. GPS basiert auf Satelliten, die mit kodierte Radiosignalen ständig ihre aktuelle Position und die genaue Uhrzeit ausstrahlen. Aus den Signallaufzeiten können spezielle GPS-Empfänger dann ihre eigene Position und Geschwindigkeit berechnen.</p> <p>Weiterführender Link: http://www.welt.de/webwelt/article3210316/Was-bringt-GPS-im-Handy.html</p>

Location Based Service	<p>Location Based Services (= „standortbezogene Dienste“) stellen dem Nutzer Informationen zur Verfügung, die sich auf seinen aktuellen Standort, also seine geographische Position, beziehen. Mit dem Mobiltelefon können zum Beispiel Restaurants in der Umgebung, aber auch offene Stellen im Umkreis angezeigt werden (zum Beispiel „Geosuche“). Die Standortdaten werden dabei vom Mobiltelefon zum Beispiel über GPS oder über das Mobilfunknetz ermittelt.</p> <p>Weiterführender Link: http://www.zdf.de/ZDFmediathek/beitrag/video/698302/Location-Based-Services#/beitrag/video/698302/Location-Based-Services</p>
Mobile Tagging	<p>Mobile Tagging verwendet spezielle Barcodes zur optischen Codierung von Informationen. Die können mit einer Handykamera abfotografiert und decodiert werden. Hierfür ist die Installation einer entsprechenden Software auf dem Mobiltelefon nötig. Die in Mobile Tags codierten Informationen können z.B. kurze Texte oder eine Internetadresse enthalten. In einer Stellenanzeige kann der Nutzer so automatisch auf die entsprechende Karrierewebsite geführt werden.</p> <p>Weiterführender Link: http://www.remomedia.de/index.php/aktuelle-themen.html</p>
Mobiles Endgerät	<p>Ein mobiles Endgerät ist ein Endgerät, das durch seine geringe Größe und geringes Gewicht tragbar und damit mobil einsetzbar ist. PDAs, Smartphones und Notebooks sind beispielsweise Mobile Endgeräte.</p> <p>Weiterführender Link: http://www.business-wissen.de/strategie/informationstechnik/fachartikel/mobility-mobiles-arbeiten-im-mittelstand/mobile-endgeraete-und-betriebssysteme.html</p>
PDA	<p>Ein „Personal Digital Assistant“ ist ein kleiner, tragbarer Computer. Er wird hauptsächlich für die Verwaltung von Aufgaben, Adresspflege und für Kalenderfunktionen verwendet. Die Bedienung erfolgt über das berührungsempfindliche Display oder die Erkennung von Handschrift, die mit einem speziellen Stift auf das Display geschrieben wird. Heute spielen klassische PDAs praktisch kaum noch eine Rolle, sie sind durch sogenannte Smartphones ersetzt worden.</p> <p>Weiterführender Link: http://de.wikipedia.org/wiki/Personal_Digital_Assistant</p>
Smartphone	<p>Smartphones vereinen die Funktionen von Mobiltelefonen mit denen eines PDAs. Sie haben ein Betriebssystem, das es dem Benutzer ermöglicht, selbst Programme zu installieren.</p> <p>Weiterführender Link: http://www.computerwoche.de/netzwerke/mobile-wireless/2024109/</p>

Twitter

@name (oder @reply)	Das Verknüpfen eines Profils (Name des Profils) mit dem @-Zeichen bedeutet einen Verweis auf das Profil, im Englischen @reply genannt. Damit kann der betreffende Anwender sehen, dass er in einem Tweet erwähnt wurde, zum Beispiel dass er als Quelle für einen Re-Tweet genannt wird, oder dass sich ein Tweet an ihn direkt richtet.
API	Eine „API“ ist eine Programmierschnittstelle, mit der andere Anwendungen und Kanäle die Tweets bei sich zur Verfügung stellen. So können Tweets zum Beispiel auch auf XING oder Facebook gelesen werden.
Autor	Derjenige, der einen Account bei Twitter hat und eigene Beiträge schreibt. Der Autor kann ein Profil von sich hinterlegen. Auch Unternehmen, Zeitschriften, etc. können als Autor auftreten.
Follower	Twitter-Nutzer, die Beiträge von anderen lesen oder kommentieren möchten, müssen deren „Follower“ werden (wörtlich: to follow = folgen, hier: „Anhänger“). Nur Follower können die Beiträge lesen. Die Leser abonnieren damit gewissermaßen die Beiträge des Autors. Weiterführender Link zum Hilfe-Menü von Twitter: http://help.twitter.com/forums/10711/entries
Hashtag	Das Symbol für den Hashtag (hash = Raute, tag = Kennzeichnung) bei Twitter ist die Raute: #. Mit dem Hashtag werden Schlagworte gekennzeichnet, die im Tweet enthalten sind. Nach diesen Schlagworten kann gesucht werden und es können entsprechende Trefferlisten generiert und angezeigt werden. Zum Teil werden Hashtags auch genutzt, um einen ironischen Kommentar zu kennzeichnen.
Log	Das „Log“ sind die Beiträge einer Person (eines Autors), die abwärts chronologisch angeordnet als Liste angezeigt werden.
Mikroblogging	Beim Mikrobloggen werden Blogbeiträge geschrieben, die sehr kurz sind. Die Länge dieser Nachrichten ist meist weniger als 200 Zeichen.
ReTweet	Oft werden Beiträge von anderen Autoren aufgegriffen, das heißt wiederholt, um sie im eigenen Netzwerk weiter zu verbreiten. Der aufgegriffene Beitrag trägt die Referenz des Ursprungs-Tweets. Weiterführender Link zum Hilfe-Menü von Twitter: http://help.twitter.com/forums/10711/entries
Tweet	Ein Tweet ist die Nachricht, die auf Twitter verfasst werden kann. Ein Tweet darf maximal 140 Zeichen haben. Ein Tweet dient dem Austausch von Informationen, Gedanken und Erfahrungen, andere Leser können ihn kommentieren und diskutieren. Oft werden sogenannte Hashtags benutzt.

Twitter	Twitter (to twitter = zwitschern) wurde 2006 in den USA gegründet und ist ein soziales Netzwerk, das kurze Textnachrichten im Internet veröffentlicht (= Mikroblogging). Twitter basiert auf einer simplen Frage: "What are you doing? - Was machst Du gerade?". Die Antwort, Tweet genannt, darf 140 Zeichen lang sein und kann als SMS, Instant Messaging oder über die Twitter-Webseite veröffentlicht werden. Jeder darf lesen und kommentieren – weltweit.
----------------	---

Google Ads

Anmeldung / Erstellung von Adwords	Um eine Adwords-Anzeige erstellen zu können, braucht der Anzeigenersteller ein Konto bei Google. Für das Konto fällt eine Aktivierungsgebühr an. Die aktuellen Preise sind hier einsehbar: https://adwords.google.com/select/AfpoFinder?hl=DE
Anzeige-URL	Die Anzeige-URL ist der Text, der in der Adwords-Anzeige angezeigt wird. Die Anzeige-URL ist in der Regel deutlich kürzer als die Ziel-URL. Beispiel: die Anzeige-URL lautet „www.employer-branding.de“, die Ziel-URL, die dahinter liegt, führt auf die Webseite mit folgender Internetadresse: „ http://www.employer-branding.de/2006/wms/muz/index.php?language=1 “
Content-Werbenetzwerk	Die Adwords-Anzeige kann nicht nur auf der Suchergebnisseite von Google angezeigt werden, sondern auch auf externen „fremden“ Webseiten oder Blogs. So wird die Reichweite der Anzeige deutlich erhöht. Google hat Partnerschaften zu einer Vielzahl an Webseiten, die Adwords-Anzeigen im Contentbereich ihrer Webseiten einbinden. Der Anzeigenersteller entscheidet, ob und welche Webseiten mit seiner Adwords-Anzeige „versorgt“ werden dürfen. Dies geht über „Placements“ oder „Kontext-Targeting“. Google hat Kriterien, die diese Webseiten erfüllen müssen, um als Partner im Werbenetzwerk in Frage zu kommen. Weitere Informationen: https://adwords.google.com/support/aw/bin/answer.py?hl=de&lev=answer&cbid=-uy6k3j4db4f5&answer=117120&src=cb
Google Adsense	Google Adsense sind Adwords-Anzeigen, die auf einer Webseite erscheinen, weil diese Webseite zum Partnernetzwerk für Adwords gehört. Sie sind von Google mittels „Kontext-Targeting“ passend zum Thema der Webseite ausgesucht worden und somit ist die Wahrscheinlichkeit größer, dass sie angeklickt werden. Jedesmal, wenn auf die Anzeige geklickt wird, erhält der Webseiteninhaber eine Provision. Die Anzeigen können auf die Farben der Website abgestimmt werden. www.google.com/adsense/
Google Adword	Google Adword (eng. Adverts = Werbeanzeigen und Words = Wörter) ist eine Internetwerbung, welche zu den passenden Suchergebnissen auf Google angezeigt wird. Wenn der Suchende Suchbegriffe eingibt, für die die Anzeige gebucht wurde, erscheinen zu den Suchergebnissen die Anzeigen der Unternehmen. Die Zahlung erfolgt erst, nachdem auf die Anzeige geklickt wird. Weiterhin kann eine Adwords-Anzeige im Content-Werbenetzwerk von Google geschaltet werden. http://www.google.de/ads/

Impression	Die Anzahl der Impressionen ist die Häufigkeit, mit der die Adwords-Anzeige bei Google oder im Content-Werbenetzwerk erscheint.
Kampagne	Mehrere Anzeigen können zu einer Kampagne zusammengefasst werden, sie strukturieren die geschalteten Anzeigen. Die Anzeigen in einer Kampagne haben dasselbe Tagesbudget, dieselbe geografische Ausrichtung, Zielsprachen und Optionen im Werbenetzwerk. Mehr Informationen: https://adwords.google.com/support/aw/bin/answer.py?hl=de&answer=6304 Zur optimalen Gestaltung und Erstellung von Kampagnen gibt es zahlreiche Tipps und Dienstleister, die sich auf das Thema spezialisiert haben. Beispiel: http://searchengineland.com/four-unobvious-strategies-for-improving-google-adwords-profitability-32132
Keyword	Wörter oder Wortgruppen, die sich auf das Unternehmensangebot beziehen, bzw. Stichwörter für das darstellen, was beworben werden soll. Gibt ein Suchender in das Suchfeld bei Google eines der Keywords ein, wird die Adwords-Anzeige oberhalb oder neben den Suchergebnissen angezeigt. Google bietet zur Unterstützung ein Tool, um sich weitere, möglicherweise relevante Keywords anzeigen zu lassen: https://adwords.google.de/select/KeywordToolExternal?defaultView=2
Klick/ Klickrate/ Click-through-rate (CTR)	Ein Klick ist, wenn ein Google-Besucher auf die Anzeige klickt und zum Linkziel (die Ziel-Webseite oder Landingpage) geleitet wird. Die Klickrate oder CTR ist die Anzahl von Klicks auf Ihre Anzeige geteilt durch die Anzahl der Schaltungen (Impressionen) Ihrer Anzeige nur bei der Google-Suche. Die Keyword-Klickrate ist ein Anhaltspunkt für die Relevanz des Keywords. Eine niedrige CTR kann bedeuten, dass die Anzeige optimiert werden sollte, d.h. dass sie nicht so gut funktioniert.
Kontext-Targeting	Kontext-Targeting wird von Google verwendet, um Keyword-Targeting enthaltende Anzeigen den Websites im Content-Werbenetzwerk zuzuordnen. Das AdWords-System analysiert den Content und das Thema jeder Website. Hierbei werden Faktoren wie Text, Sprache, Linkstruktur und Seitenstruktur berücksichtigt. Mithilfe dieser Faktoren ermittelt Google die zentralen Themen jeder Website und ordnet die AdWords-Anzeigen der Seite nach den vom Kunden ausgewählten Keywords sowie der Ausrichtung auf Sprachen und der geografischen Ausrichtung zu. Mehr Infos: https://adwords.google.com/support/aw/bin/answer.py?hl=de&answer=91765
Landingpage / Zielseite	Das ist die Webseite, auf der der Nutzer landet, wenn er den Link in der Adwords-Anzeige anklickt. Es ist sinnvoll, diese Zielseite im Text spezifisch auf die Anzeige abzustimmen, damit der Nutzer sich gut wiederfindet in dem, was er durch Anklicken der Anzeige erwartet.

Placements	Placements sind spezifische Seiten im Content-Werbenetzwerk von Google, auf denen die Anzeige geschaltet werden kann. Weiterführende Erläuterungen: https://adwords.google.com/support/aw/bin/answer.py?hl=de&answer=99502
Preis-pro-Klick/ Cost-Per-Click (CPC)	Das ist der Betrag, den der Anzeigenersteller festlegt, den er pro Klick auf die Adwords-Anzeige zu zahlen bereit ist. Es kann ein maximaler CPC pro Anzeige oder pro Keyword festgelegt werden.
Tagesbudget	Das ist der maximale Betrag, der pro Tag für eine Adwords-Anzeige oder für eine Kampagne ausgegeben werden soll. Eine Anzeige kann unterschiedliche Preise haben. Je nachdem, wieviele Anzeigen es von anderen Unternehmen zum bebuchten Keyword noch gibt, wird der Preis festgelegt. Ist das Tagesbudget erreicht, wird die Adwords-Anzeige nicht mehr angezeigt.
Texterstellung in Adwords	Da in den Anzeigen nicht viel Platz zur Verfügung steht, müssen die Texte kurz, dabei aber sehr ansprechend und mit einem auffordernden Charakter getextet sein, der zum Anklicken des Links einlädt. Ein Fachbeitrag mit vielen Tipps zum Texten von Adwords ist hier zu finden: http://www.ecin.de/marketing/perfekt-texten/
Ziel-URL	Die Ziel-URL ist die Internetadresse, auf die die Anzeige führt, wenn ein Nutzer die Anzeige bzw. den enthaltenen Link anklickt.

Facebook

Anonyme Registrierung	siehe unter "Fake Account"
Anzeigen (Ads)	Bei Facebook gibt es mehrere Anzeigenformen: 1. sogenannte Homepage-Ads und Engagement-Ads: werden auf der Startseite nach dem Login durch den Nutzer angezeigt. Engagement Ads werden nach TKP (Tausender-Kontakt-Preis) gebucht und haben ein Mindestbudget. Es sind keine externen Links in der Anzeige erlaubt, sie darf nur auch eine Seite innerhalb Facebooks verweisen. Zu diesen Anzeigen stehen zahlreiche sogenannte "Engagement-Features" zur Verfügung, zum Beispiel die "Gefällt-mir"-Funktion. Diese Engagement-Features kosten extra. 2. Self Service oder Social Ads: Anzeigen in der rechten Spalte einer Fanpage oder Profildseite: sie können unter http://www.facebook.com/ads/create angelegt werden. Sie können nach CPC (Cost-per-Click) oder TKP (Tausender-Kontakt-Preis) abgerechnet werden und sind günstiger als Engagement Ads. Hier können interne und externe Links gesetzt werden. Vor dem schalten der Anzeige kann die Zielgruppe festgelegt werden, dafür stehen zahlreiche Kriterien zur Verfügung. 3. Sponsored Links: sie haben ein hohes Mindestvolumen, das gebucht werden muss. Umfangreiche Informationen zu Marketingmöglichkeiten gibt es hier: http://www.facebookbiz.de

API	API = Application Programming Interface und bedeutet Programmierschnittstelle. Hierüber können externe Applikationen in Facebook eingebunden werden. Facebook bietet dafür eine Plattform mit Tutorials: http://developers.facebook.com/
Applikation	Eine Applikation ist eine Anwendung, die entweder von Facebook bereitgestellt wird, oder von externen Entwicklern und Unternehmen auf Facebook zur Verfügung gestellt wird. Externe Anbieter können Anwendungen entwickeln, die dann in die Menüs und Profilelemente von Facebook selbst integriert werden. Für Anwendungen müssen die "Developer Principles and Policies" von Facebook beachtet werden. Es gibt mehrere tausend kostenlose externe Applikationen. Die Anwendungen können dabei Daten der Nutzer auswerten, wenn der Nutzer dem zustimmt. Externe Applikationen werden über eine "API" an Facebook übergeben, damit sie dort angezeigt werden können. Weitere Informationen: http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,484983,00.html
Engagement Ads	Siehe unter "Anzeigen"
Engagement Feature	Engagement Features stehen auf einer Profilseite zur Verfügung oder können in Anzeigen verwendet werden. Diese Funktionen stellt Facebook zur Verfügung, zum Beispiel "Gefällt-mir-Funktion", "Fan-werden"-Funktion, "Event-teilnehmen"-Funktion, "Geschenk-senden"-Funktion
Facebook	Facebook ist eine Social Media Webseite, die auf das kommunizieren mit Freunden und Bekannten über dieses Portal ausgelegt ist. Außerdem gibt es viel Anwendungen und Spiele an denen man teilnehmen kann. Ursprünglich als Alumni- bzw. Studentenseite für Harvard (USA) gegründet, ist Facebook mittlerweile in 70 Sprachen verfügbar. Einen Überblick gibt folgender Artikel: http://www.welt.de/webwelt/article4946049/Ist-Facebook-das-bessere-Google.html
Fake Account	Bei Facebook ist es möglich, sich mit einem "Fake Account" anzumelden. Das bedeutet, man kann sich einen beliebigen Nutzernamen und ein frei erfundenes Profil zulegen, nutzt nicht seine reale Identität. Es gibt keinerlei Überprüfung, ob die eingegebenen Nutzerdaten korrekt sind und der Wahrheit entsprechen. Allerdings läuft dies im Grunde dem Sinn zu Zweck von Facebook zuwider, seine Freunde und Bekannten zu finden und mit ihnen zu kommunizieren. Der Nutzer eines Fake Accounts kann nur schwerlich von seinen Bekannten gefunden werden. Facebook behält sich vor, Fake Accounts zu löschen.
Fan	Während man von einer Profilseite eines einzelnen Nutzers "Freund" wird, wird man von einer Fanseite "Fan". Als Fan erhält der Nutzer alle Nachrichten, die auf der Fanseite erstellt werden auf seiner Startseite angezeigt.
Fanpage	Eine Fanpage auf Facebook ist die Seite eines Unternehmens oder einer prominenten Person. Facebook-Nutzer können nicht Freund dieser Seite, sondern deren Fan werden.
Freund / Freunde	Facebook-Nutzer können sich miteinander vernetzen, indem sie sich eine Freundschaftsanfrage in Facebook senden, die der Andere

	bestätigt. Je nach Privatsphären-Einstellung können nur Freunde eines Nutzers seine Kommentare und Aktivitäten auf Facebook sehen, nicht alle Facebook-Nutzer. Ein Blogbeitrag zum Thema "Online-Freunde sind nicht gleich echte Freunde" findet sich hier: http://www.socialnetworkstrategien.de/category/theoretische-gedanken/
Gefällt mir-Funktion	Die Gefällt mir-Funktion ist eine Anwendung von Facebook, mit der ein Nutzer einen Beitrag, Bilder und Linktipps mit einem einzigen Klick positiv bewerten kann.
Gruppe	Facebook-Nutzer können eine Gruppe eröffnen oder bestehenden Gruppen beitreten. Es handelt sich um Diskussionsforen zu einem bestimmten Thema oder Motto, um Meinungen und Informationen auszutauschen. Es gibt offene - für jeden zugängliche - Gruppen und geschlossene Gruppen, bei denen ein Nutzer nur auf Antrag Mitglied werden kann. Im Nutzerprofil wird angezeigt, in welchen Gruppen der Nutzer Mitglied ist.
Kommentar	Ein Kommentar kann man zu jeder Tätigkeit, Bild, Link oder Sonstigem schreiben. Es wird direkt unter dem Kommentierten gezeigt. Andere Nutzer können alle weiteren Kommentare sehen, sofern sie mit dem Ersteller der Ursprungsmeldung "befreundet" sind.
Livemeldung	Auf der Startseite eines Nutzers werden die angezeigten Meldungen in "Neuigkeiten" und "Live-Meldungen" unterschieden. Live-Meldungen listen chronologisch absteigend alles, was von Freunden oder von Seiten, von denen der Nutzer Fan ist, gepostet wurde. Ein Blogbeitrag zu den Neuigkeiten: http://deblog.schwindt-pr.com/2009/10/23/facebook-aendert-newsfeed-auf-startseite/
Neuigkeiten	Auf der Startseite eines Nutzers werden die angezeigten Meldungen in "Neuigkeiten" und "Live-Meldungen" unterschieden. Die Neuigkeiten filtern die Live-Meldungen nach Kriterien wie meist gelesen, meist kommentiert und laut Facebook einigen weiteren Faktoren. Hier wird angezeigt, was Facebook für den Nutzer als "besonders interessant" einstuft.
Pinnwand	Die Pinnwand ist die Haupt-Kommentarfläche eines Nutzerprofils oder einer Fanpage. Hier verfasst der Nutzer Beiträge, die von anderen Nutzern kommentiert werden können, veröffentlicht Bilder oder Videos oder gibt Linktipps.
Profil	Jeder Benutzer hat ein Profil, das er mit Informationen über sich füllen kann, Beiträge verfassen, Bilder und Videos hochladen. Im Profil verwaltet der Nutzer seine Freunde, Fotos, Statusmeldungen und pflegt seine Pinnwand.
Programmierschnittstelle	siehe unter "API"
Seite	Eine Seite ist entweder die Profilseite eines privaten Nutzers oder die Fanseite einer berühmten Persönlichkeit oder eines Unternehmens. Eine Seite bietet viele Kommunikationsmöglichkeiten, zum Beispiel das Schreiben von Kommentaren, aber auch viele weitere Funktionen und Anwendungen. Andere Benutzer können ebenfalls Nachrichten oder

	Kommentare hinterlassen. Der Seiteninhaber kann bestimmen, wie viel angezeigt wird und ob fremde Benutzer die Seite überhaupt sehen dürfen.
Self Service Ads	Siehe unter "Anzeigen"
Social Ads	Siehe unter "Anzeigen"
Tiny URL	Eine Tiny URL, auch Kurz-URL oder Alias-URL genannt, ist eine besonders kurze Internetadresse, die zum Beispiel in einen Facebook- oder Twitter-Kommentar eingefügt sein kann. Da die Nutzer oft nur wenige Zeichen verwenden dürfen oder möchten, sollen auch die Links möglichst kurz sein. Um eine Tiny URL zu erstellen, muss man auf die Webseite eines Anbieters solch eines Kurz-URL-Dienstes gehen und in einem Formular die "normale" lange und handliche Ziel-Internetadresse eingeben. Dann wird dort automatisch die Kurz-URL erzeugt, die der Nutzer sich kopieren und in seinen Beitrag einfügen kann. Jeder Aufruf der Kurz-URL leitet automatisch auf eigentliche Ziel-URL weiter. Ein Risiko dabei ist, dass die Kurz-URL das eigentliche Ziel, wo der Nutzer hingeleitet wird, versteckt. Ein "echter" Link enthält Informationen wie z.B. den Namen des Servers, mit dem man die Vertrauenswürdigkeit besser beurteilen kann. Weitere Informationen zu den möglichen Risiken: http://de.wikipedia.org/wiki/Kurz-URL-Dienst
Vanity URL	Für eine Seite kann eine individuelle, eigene Internetadresse festgelegt werden nach folgendem Muster: http://www.facebook.com/username/ Weitere Informationen gibt es hier: http://facebookmarketing.de/tutorials/vanity-url-selbstgemacht

CV Parsing

CV	CV = lat., Curriculum Vitae, ist eine sehr geläufige Abkürzung für den Lebenslauf
Extraktion von Daten	Extraktion von Daten bedeutet das automatische Auslesen / Herausziehen von Daten, zum Beispiel aus verschiedenen Quellen oder aus einem Textdokument, um sie anschließend weiter verarbeiten zu können.
HR-XML	Human Resources Extensible Markup Language ist ein Standard des amerikanischen HR-XML-Consortiums zum Austausch von Daten zwischen verschiedenen Software-Systemen. Der Standard gilt speziell für den HR-Bereich, zum Beispiel für den Austausch von Stelleninformationen oder Lebenslaufdaten. Wie jeder Standard (zum Beispiel DIN-Normen) auch, dient HR-XML dem Zweck, den Austausch der Daten in einem einheitlichen Format stattfinden zu lassen. Dabei geht es ausschließlich um die Form der Daten, d.h. es wird zum Beispiel festgelegt, welche Zusatzinformationen (sogenannte "Tags") einer Postadresse mitgegeben werden, um dem anderen System mitzuteilen, dass es sich um Straße, Hausnummer, Stadt etc. handelt. Es geht nicht, wie manchmal fälschlich angenommen, darum, einen Einheits-Lebenslauf, also die Lebenslauf-Inhalte an sich als Standard

	<p>vorzugeben, d.h. nur bestimmte Angaben im Lebenslauf zuzulassen. Es geht vielmehr darum, den Angaben einheitliche IT-technische Informationen mitzugeben, welche Art von Angabe sie darstellen, damit die IT-Systeme diese Daten miteinander austauschen können. Mehr Informationen zu HR-XML auf der Consortiums-Seite http://www.hr-xml.org</p>
OCR	<p>OCR = eng., Optical Character Recognition, im deutschen Texterkennung. Eine automatische Texterkennung kann Bilddateien, die eingescannt wurden, oder als Text erkennbare Dateien (z.B. ASCII, PDF, Word, RTF) in Muster und relevante Bereiche unterteilen, diese Muster mit bekannten Daten abgleichen (Mustererkennung) und in ein Ausgabeformat bringen, in dem die Daten gewünscht sind, zum Beispiel als HTML oder XML. So werden aus gescannten Papierdokumenten editierbare, durchsuchbare und strukturierte Daten. Weitere Erläuterungen hier: http://www.claraocr.org/de/ocr/ocr/was-ist-ocr.html</p>
parsen, Parsing	<p>to parse bedeutet so viel wie "Syntax analysieren". Ein Dokument zu parsen beinhaltet, die Daten auszulesen, zu analysieren und sie in einem gewünschten Format der nachgeschalteten Software zur Verfügung zu stellen.</p>
Strukturierte Daten	<p>Strukturierte Daten sind Daten, die in einer Datenbank strukturiert sind, d.h. nach bestimmten Kategorien ein- und zugeordnet sind und auch danach genutzt und weiter verarbeitet werden können. Unstrukturierte Daten dagegen sind zum Beispiel Texte, Briefe, etc.</p>
Taxonomie	<p>Eine Taxonomie ist eine Methode oder ein Messinstrument, um Objekte eines nach bestimmten Kriterien zu klassifizieren. In Bezug auf Dokumente bzw. Inhalte wird der Begriff Taxonomie für ein Klassifikationssystem, eine Systematik oder den Vorgang des Klassifizierens verwendet. Klassifizierungen können beispielsweise durch die Erfassung von Metadaten und/oder die Verwendung einer Ablagestruktur vorgenommen werden (Quelle: http://de.wikipedia.org/wiki/Taxonomie). Beim CV Parsing werden von einigen Systemen Taxonomien in die Mustererkennung einbezogen.</p>
Texterkennung	<p>siehe OCR</p>

RSS-Feed

Blog	<p>Blog ist die Kurzform von "Weblog" und bezeichnet eine Art "Logbuch", das im Internet geführt wird. Wie in einem Tagebuch äußern ein oder mehrere Autoren in einem Blog ihre Meinung, nehmen Stellung zu aktuellen Geschehnissen und Neuigkeiten, berichtet über sich und/oder ihren Beruf. Es gibt private und geschäftliche Blogs. Viele Unternehmen führen "Corporate Blogs", die als Kommunikationskanal für die Unternehmen dienen. Ein Blog enthält chronologisch aufgelistet Einträge, die aus Texten, Bildern, Audio-Dateien, Videos, Downloads und/oder Verlinkungen bestehen können. Als Software für Blogs stehen spezifische Content Management Systeme zur Verfügung, verbreitet sind zum Beispiel WordPress oder Movable Type.</p>
-------------	---

Client	Ein Client ist ein Rechner (Hardware), der sich in ein Netzwerk einklinkt und auf einen Server zugreift. Bei Software sind mit "Client" Programme gemeint, die Netzwerk-Funktionalität anbieten, zum Beispiel Browser oder FTP-Programme. Der Client sendet in regelmäßigen Abständen Anfragen zur Aktualisierung des RSS-Feeds an den Server.
Content Syndication	Content-Syndication erlaubt den Austausch von Inhalten zwischen verschiedenen Websites bzw. die Übernahme von fremden Content-Bausteinen auf einer anderen Website. Einige Content-Management-Systeme bieten die Möglichkeit, automatisch auch bestimmte Formen von RSS-Feeds (auch "Channels" genannt) zu generieren. Dadurch wird eine einfache Content-Syndication nicht nur im Internet sondern auch in Intranets ermöglicht. Quelle: http://www.contentmanager.de/magazin/artikel_347-print_content_syndication_durch_rss_feeds.html
MP3	MP3 (Bezeichnung nach dem zugehörigen Dateiformat bei Computern, eigentlich: MPEG-1 Audio Layer 3) ist ein Verfahren zur verlustbehafteten Kompression digital gespeicherter Audiodaten. MP3 bedient sich dabei der Psychoakustik mit dem Ziel, nur für den Menschen bewusst hörbare Audiosignale zu speichern. Dadurch wird eine Reduzierung der Datenmenge möglich, welche die wahrgenommene Audioqualität nicht oder nur kaum wahrnehmbar verringert. MP3 ist das dominierende Verfahren zur Speicherung und Übertragung von Musik auf Computern und im Internet, obwohl es mittlerweile eine Anzahl von technisch weiterentwickelten Alternativen gibt. Quelle: http://de.wikipedia.org/wiki/MP3
Podcast	Podcast ist eine Wortschöpfung aus dem bekannten MP3-Player iPod (Apple) und Broadcasting. Es handelt sich dabei um die Bereitstellung und Veröffentlichung von Audiobeiträgen im Internet sowie um das Herunterladen aus dem Internet. Quelle: http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Podcasting-podcasting.html
RSS	Technisch gesehen ist RSS eine Familie von XML-basierten Dateiformaten. Die Abkürzung RSS hat in den verschiedenen technischen Spezifikationen eine unterschiedliche Bedeutung: Rich Site Summary in den RSS-Versionen 0.9x, RDF (Resource Description Framework) Site Summary in den RSS-Versionen 0.9 und 1.0 oder auch Really Simple Syndication in der aktuellen Version RSS 2.0. Quelle: http://de.wikipedia.org
RSS-Feed	Die Bereitstellung von Daten im RSS-Format bezeichnet man als RSS-Feed (engl. to feed – im Sinne von einspeisen, zuführen). Er liefert dem Leser, wenn er einmal abonniert wurde, automatisch alle neuen Einträge. Ein RSS-Feed enthält Inhalte, die häufig aktualisiert werden. Aktualisierte Inhalte des Feeds werden automatisch auf den Computer heruntergeladen und können in Internet Explorer und anderen Programmen angezeigt werden. Mehr Informationen: http://www.rss-pr.de/rss-info.php
RSS-Reader	Als RSS-Reader bezeichnet man Computerprogramme mit denen sich abonnierte Webseiteninhalte lesen lassen. RSS-Reader sind teilweise bereits als Programme im Web-Browser oder E-Mail Programm

	integriert oder es werden externe Programme zum Lesen und Verwalten von RSS-Feeds verwendet. Quelle: http://hilfe-center.1und1.de/mobilfunk/allgemein/7.html
Server	Der Server ist ein Computer (Hardware), auf dem ein oder mehrere Software-Programme laufen, die mit anderen Programmen, den Clients, kommunizieren. Der Server bietet bestimmte Dienste an.
Weblog	siehe Blog
XML	XML ist die Abkürzung für "Extensible Markup Language", übersetzt bedeutet es so viel wie "erweiterbare Auszeichnungssprache". Wie HTML auch ist es eine Programmiersprache, um Daten in einer Textdatei darzustellen und "auszuzeichnen", d.h. sie mit einer Kennzeichnung, dem sogenannten "Tag" zu versehen. Da es sich um reine Textdaten handelt, ist XML vollständig plattformunabhängig. XML wird zum Austausch von Daten zwischen verschiedenen Software-Systemen eingesetzt.

LinkedIn

Box.net files	Anwendung, um Dateien online verwalten zu können. Mit Box.net können Inhalte und Dokumente im Profil angezeigt und gemeinsam mit Freunden und Kollegen bearbeitet werden.
Direktmarketing	Als Direktmarketing (auch Direct-Response-Werbung) oder Dialogmarketing wird innerhalb des Marketing jede Werbemaßnahme bezeichnet, die eine direkte Ansprache des möglichen Kunden mit der Aufforderung zur Antwort enthält.
Empfehlung	Mitglieder und auch Außenstehende können Empfehlungen für LinkedIn-Nutzer verfassen. Durch diese Empfehlungen werden Dienstleister, Kollegen oder Geschäftspartnern bei der Akquise, beim Recruiting oder der Stellensuche unterstützt. Bereits vorhandene Erfahrungen können an Neukunden, Unternehmen und Bewerber weitergegeben werden. LinkedIn Nutzer profitieren von Empfehlungen, da so das Profil gestärkt und interessanter für Recruiter und Auftraggeber wird. Empfehlungen sind an einem Icon mit nach oben gestrecktem Daumen zu erkennen.
Events	Durch die Integration eines Eventmoduls in das eigene Profil werden automatisch, als für die Person interessant erachtete, Events empfohlen und auf der Startseite angezeigt. Außerdem werden Events angezeigt an denen direkte Kontakte in nächster Zeit teilnehmen. Interessante Veranstaltungen können öffentlich auf das eigene Profil gestellt und so für andere zugänglich gemacht werden. Eine gesonderte Kennzeichnung für Aussteller oder Veranstalter ist möglich. Die Kommentarfunktion ermöglicht es sich im Vorfeld über Events zu informieren und anschließend eine Bewertung abzugeben.
Fragen und Antworten	In der Rubrik Fragen und Antworten können sich einzelne LinkedIn-Nutzer als Experten zu einem oder mehreren Themen hervortun. Das Prinzip ist: Nutzer fragen – Nutzer antworten.

Gruppe	LinkedIn-Nutzer können eine Gruppe eröffnen oder bestehenden Gruppen beitreten. Es handelt sich um Diskussionsforen zu einem bestimmten Thema oder Motto, um Meinungen und Informationen auszutauschen. Es gibt offene - für jeden zugängliche - Gruppen und geschlossene Gruppen, bei denen ein Nutzer nur auf Antrag Mitglied werden kann. Im Nutzerprofil wird angezeigt, in welchen Gruppen der Nutzer Mitglied ist.
Job Seeker Premium	Recruiter erhalten die Möglichkeit potentielle Kandidaten zu kontaktieren, Profile zu speichern und alle eingegebenen Profildaten zu sehen, ohne direkter Kontakt des Kandidaten zu sein. Für die Nutzung dieser Funktionen fallen jedoch Kosten an, die je nach Größe und Umfang des Pakets berechnet werden.
Karriereseite	Auf der Karriereseite werden auf die Zielgruppe zugeschnittene Informationen bereitgestellt. Die Inhalte, z.B. Videos, Umfragen, Jobbeschreibungen, können jederzeit ergänzt oder aktualisiert werden. Welche Informationen der Nutzer geliefert bekommt, ergibt sich aus seinen Profildaten, wie der Jobbeschreibung, Branche oder der Region. In jedem Fall werden Profile von Recruitern aus dem Unternehmen angezeigt.
Kontakte	LinkedIn-Nutzer können Kontakte zu anderen Nutzern aufbauen. Dadurch werden Profil und Aktivitäten für den jeweils anderen sichtbar. Kontakte zweiten Grades können immer noch einzelne Informationen sehen, darüber hinaus bleibt der LinkedIn Nutzer, aus datenschutzrechtlichen Gründen, weitestgehend anonym. Auch Nachrichten können sich nur Kontakte untereinander schicken. Werden Kontaktanfragen häufiger abgelehnt, so fällt das negativ auf das eigene Profil zurück.
LinkedIn	LinkedIn ist ein internationales Netzwerk zur Pflege von Geschäftskontakten. Im Gegensatz zu Facebook, das eher private Kontakte („Freunde“) zum Ziel hat, definiert sich LinkedIn als Community für Fach- und Führungskräfte.
Online-Marketing	Online-Marketing (auch Internetmarketing oder Web-Marketing genannt) sind alle Marketing-Maßnahmen, die mit Hilfe des Internets erfolgen können. Bei LinkedIn können, durch Daten, die aus den Nutzerprofilen generiert werden, Werbemittel zielgerichtet eingesetzt und gebucht werden. Dadurch haben Unternehmen die Möglichkeit Mitglieder mit einer bestimmten Funktion, in einer bestimmten Region oder mit einem bestimmten Alter direkt anzusprechen. Wie umfassend die Kampagne ausfällt hängt vom Budget und den jeweiligen Anforderungen ab. Denkbar sind unter anderem Sponsorships, klassische Banner-Anzeigen oder E-Mail Messages.
Recruiting Tool	Durch das Recruiting Tool können passiv Jobsuchende, die auf ausgeschriebene Stellen passen, leichter identifiziert werden. Durch spezielle, umfassende Matching- und Targeting-Techniken werden die passenden Kandidaten gefiltert und per E-Mail an die Recruiter gesendet. Außerdem können Recruiter das ganze Profil von LinkedIn-Nutzern sehen und potentielle Kandidaten anschreiben ohne direkter Kontakt des Kandidaten zu sein.
Statistik	In jedem Unternehmensprofil werden statistische Daten zu dem Unternehmen angezeigt. Diese Daten ermittelt LinkedIn anhand der Mitarbeiter, die ein LinkedIn Profil haben. Daraus ergeben sich

	Angaben zu Durchschnittsalter, Geschlecht, Bildungsabschluss und Position im Unternehmen.
Stellenanzeigen	LinkedIn betreibt einen eigenen Stellenmarkt. Jedes LinkedIn Mitglied bekommt automatisch Stellenangebote angezeigt, die für die jeweilige Person interessant sein könnten. Unternehmen müssen für das Schalten von Stellenanzeigen bezahlen. Die Stellenanzeigen eines Unternehmens dürfen dann auch in unternehmenseigenen Gruppen angezeigt werden. Stellenangebote können auch direkt an definierte Zielgruppen oder aber viral verbreitet werden.
Unternehmensprofil	Unternehmen können sich mit Hilfe eines Unternehmensprofils auf LinkedIn präsentieren. Neben Informationen zum Unternehmen, wie Standorte und Unternehmensstruktur werden automatische Updates, beispielsweise über Beförderungen oder neue Mitarbeiter, veröffentlicht – Voraussetzung ist, dass diese Mitarbeiter auch LinkedIn-Nutzer sind. Alle LinkedIn Mitglieder können einem Unternehmensprofil folgen und werden dadurch automatisch über aktuelle Entwicklungen und Aktivitäten informiert.

HR-XML

XML	XML ist die Abkürzung für Extensible Markup Language. Es ist ein Satz an Regeln für die Erstellung von Textformaten zur Strukturierung von Daten. XML ist keine Programmiersprache, sondern eine sogenannte "Auszeichnungssprache". XML erleichtert es einem Computer, Daten zu lesen und sorgt dafür, dass eine bestimmte Datenstruktur eindeutig bleibt. Mehr Infos: http://www.w3c.de/Misc/XML-in-10-points.html
HR-XML	HR-XML ist ein Standard zur Beschreibung und Austausch von Daten im Personalbereich, zum Beispiel in Stellenanzeigen, Lebensläufen, Payroll, Assessments, Benefits, Background Screening
strukturierte Daten	Strukturierte Daten sind Daten, die in einer bestimmten Art und Weise angeordnet und verknüpft werden, zum Beispiel Daten in einer Datenbank. Unstrukturierte Daten sind zum Beispiel die Inhalte eines Dokuments. Weiterführend zur Wichtigkeit strukturierter Daten: http://www.erpmanager.de/magazin/artikel_1772_daten_qualitaet_it.html
Schnittstelle	Die Schnittstelle oder das Interface ist der Teil eines Systems, das der Kommunikation dient. Softwareschnittstellen oder softwareseitige Datenschnittstellen sind logische Berührungspunkte in einem Softwaresystem: sie definieren, wie Kommandos und Daten zwischen verschiedenen Prozessen und Komponenten ausgetauscht werden. Ausführlichere Definition unter: http://de.wikipedia.org/wiki/Schnittstelle
Standard	Industrie-Standard bedeutet, dass es sich im Laufe der Jahre durch die Praxis vieler Anwender und verschiedener Hersteller als technisch nützlich und richtig erwiesen hat, bei einer gewissen Problemstellung ein bestimmtes pragmatisches Regelwerk einzuhalten, ohne dass ein (inter)nationales Normungsverfahren durchgeführt wurde. Ein De-facto-Standard kann aus einem Industrie-Standard hervorgegangen sein. Quelle: http://www.itwissen.info/definition/lexikon/standard-Norm-STD.html

Norm	<p>Unter einer Norm (engl. Standard) versteht man eine allseits rechtlich anerkannte und durch ein Normungsverfahren abgesegnete, allgemein gültige sowie veröffentlichte Regel zur Lösung eines Sachverhaltes. Bei dem in der Literatur ebenfalls häufig verwendeten Begriff Standard ist zu unterscheiden zwischen der falschen Verwendung als Synonym für das Wort Norm und den Bedeutungen Industrie-Standard und herstellerepezifischer Standard. Ersteres bedeutet, dass dieses Regelwerk die Instanzen eines Normungsverfahrens - auf nationaler oder internationaler Ebene - durchlaufen hat und anschließend als Vorschrift abgesegnet sowie veröffentlicht wurde.</p> <p>Quelle: http://www.itwissen.info/definition/lexikon/standard-Norm-STD.html</p>
HR	Abkürzung für Human Resources = Personalwesen
HR-XML Consortium	<p>Das HR-XML-Consortium ist eine unabhängige, gemeinnützige Vereinigung, die den unternehmensweiten Datenaustausch im Personalwesen weltweit standardisieren möchte. Die Arbeit der Vereinigung konzentriert sich auf die Entwicklung und die Förderung des standardisierten XML-Vokabulars im Bereich Personalwesen</p> <p>http://www.hr-xml.org</p>
ERP-System	<p>ERP ist die Abkürzung für Enterprise Resource Planning. Enterprise Resource Planning-Systeme Informationssysteme, die es den administrativen und organisatorischen Teilen eines Unternehmens erlauben, auf eine gemeinsame Datenbasis zuzugreifen und miteinander zu kommunizieren. Die Systeme werden eingesetzt zur Planung, Steuerung und Kontrolle der Informations-, Material- und Zahlungsflüsse einer Organisation.</p> <p>Weiterführende Infos: http://www.ephorie.de/hindle_erp.htm</p>
Datenaustausch	<p>Datenaustausch ist ein Begriff aus der elektronischen Datenverarbeitung (EDV). Er bezeichnet die Übertragung von Daten zwischen Computern, Systemkomponenten oder Programmen. Quelle:</p> <p>http://de.wikipedia.org/wiki/Datenaustausch</p>
OAGIS	<p>Open Applications Group Integration Specification; Die OAG ist eine internationale Organisation, die sich mit der Weiterentwicklung von eBusiness- und Web-Service-Standards beschäftigt. Sie wurde 1995 von führenden Softwarefirmen mit dem Ziel gegründet, einen offenen Standard für die Integration von B2B (Business to Business) und A2A (Application to Application) zu entwickeln. Mehr Infos:</p> <p>http://www.prozeus.de/eBusiness/standards/transaktion/oagis/index.html</p>
Framework	<p>Ein Framework ist selbst noch kein fertiges Programm, sondern stellt den Rahmen zu Verfügung, innerhalb dessen der/die ProgrammiererIn eine Anwendung erstellt. Ein Framework gibt somit in der Regel die Anwendungsarchitektur vor. Quelle:</p> <p>http://mcwiwa.de/index.php?article_id=12</p>
UN/CEFACT	<p>UN/CEFACT steht für United Nations Centre for Trade Facilitation and Electronic Business, d. h. Zentrum der Vereinten Nationen für Handelserleichterungen und elektronische Geschäftsprozesse. CEFACT ist u. a. verantwortlich für den internationalen Datenstandard EDIFACT und einer der Initiatoren von ebXML. Webseite:</p> <p>http://www.unece.org/cefact/</p>

Release	Ein Release, englisch: Ausgabe, ist im IT-Bereich die Veröffentlichung einer neuen Version eines Software-Programms.
SCHEMA-Datei	XML Schema Dateien (.xsd) enthalten die Elementnamen und die verfügbaren Attribute eines XML Dokuments, d.h. eine Schemadatei enthält die hierfür nötigen Deklarationen. Quelle und mehr Infos: http://www.aspheute.com/artikel/20010514.htm
XSL	XSL, die »eXtensible Stylesheet Language«, wurde als ein eigener Standard vom World-Wide-Web-Konsortium entwickelt. XSL ist eine Familie von Empfehlungen zur Definition von Transformation und Präsentation von XML-Dokumenten. Quelle: http://www.pagina-online.de/index.php?id=191
Mapping	Mapping bezeichnet den Abgleich von Daten aus zwei verschiedenen Systemen. Beim Mapping geht es darum, Einheitlichkeit bei dem jeweils verwendeten Vokabular zwischen den Systemen herzustellen. Bspw. können für den Begriff „IT“ (Tätigkeitsbereich) die Begriffe „Informationstechnologie“, „Informatik“ oder „Datenverarbeitung“ genutzt werden. Wird in dem einen System „IT“ verwendet, müssen die drei anderen Begriffe auf „IT“ gemapped werden. Der Aufwand für das Mapping ist abhängig von der Anzahl der Importsysteme und der Freiheit (Freitextfelder oder fixe Wertemenge), die die jeweiligen Benutzer bei dem Erstellen der Anzeigen in deren System besitzen.

Online Assessment

Eignungsdiagnostik	Auch Personaldiagnostik genannt. Eignungsdiagnostik ist ein Sammelbegriff für die zur Messung der beruflichen Kompetenzen und Verhaltenstendenzen herangezogenen Verfahren. Herausgefunden werden soll die Eignung eines Kandidaten für eine zu besetzende Stelle, um eine möglichst hohe Erfolgs- und Zufriedenheitsquote zu erreichen.
validierte Testverfahren	Ein validiertes Testverfahren ist gültig im Hinblick auf die Messgenauigkeit eines bestimmten Kriteriums, das wiederum für eine Aussage steht. Soll zum Beispiel eine bestimmte Fähigkeit eines Kandidaten bewertet werden, so ist mit einem validierten Test sichergestellt, dass auch tatsächlich genau diese Fähigkeit gemessen wird.
Validität	Die Validität ist das Gütekriterium bzw. die Gültigkeit einer Messmethode oder einer Untersuchung.
Potenzial	Das Potenzial eines Bewerbers oder Mitarbeiters bezeichnet seine Fähigkeit, bestimmte Aufgaben zu übernehmen und Leistungen zu vollbringen. Mitarbeiter sollten so eingesetzt werden, dass ihr Potenzial voll ausgeschöpft werden kann, also möglichst genau zum Stellenprofil passt. Das bedeutet erstens einen betriebswirtschaftlichem Vorteil für das Unternehmen und trägt zweitens zur Zufriedenheit des Mitarbeiters bei.
Potenzial-einschätzung	Das Potenzial, also die Fähigkeiten von Bewerbern werden mit Hilfe von Tests eingeschätzt, um zu prüfen, ob diese zu den Anforderungen einer bestimmten zu besetzenden Stelle passen.

Assessment	Übersetzt heißt Assessment soviel wie "Bewertung" oder "Abschätzung". Bewertet sollen in Bezug auf Recruiting die fachliche und überfachliche Eignung von Bewerbern.
Anforderungsprofil	Das Anforderungsprofil an einen Bewerber umfasst sowohl fachliche als auch persönliche Fähigkeiten. Die Softskills nehmen heute einen höheren Stellenwert ein, als noch vor einigen Jahren und werden einen nahezu gleichwertig mit den Hardskills betrachtet.
Qualitätskriterien nach DIN 33430	Die DIN 33430 ist die Norm für berufsbezogene Eignungsbeurteilungen, entwickelt von der Deutschen Gesellschaft für Psychologie und dem Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen. Festgehalten sind Qualitätskriterien und -standards, um qualitativ hochwertige Prozesse der Eignungsbeurteilung zu gewährleisten, die Personalauswahl zu optimieren, das Mitarbeiterpotenzial sicher einzuschätzen und Assessment Center sowie Eignungsinterviews effizient und valide durchzuführen.
Assessor	Die Beobachter im Assessment Center, meist ein Gremium, sind die Assessoren. Es sind speziell ausgebildete Mitarbeiter des Unternehmens oder Personal einer externen Beratungsfirma.
Self-Assessment	Das Self-Assessment ist ein Selbsttest, um die eigenen berufsbezogenen Fähigkeiten, Neigungen, Interessen und persönliche Eigenschaften herauszufinden. Self-Assessments werden oft internetgestützt angeboten.
Leistungsfähigkeit	In Bezug auf HR bedeutet die Leistungsfähigkeit eines Bewerbers, dass dieser die nötigen Voraussetzungen und Fähigkeiten für ein bestimmtes Einsatzgebiet mitbringt und diese sicher und langfristig erbringen kann.
Recruitainment	Eine Wortschöpfung, die sich aus "Recruiting" bzw. "Recruitment" und "Entertainment" zusammensetzt. Unterhaltsame Verfahren, um Bewerber im Zuge des Bewerbungsverfahrens zu testen und einzuschätzen.

You Tube

YouTube	YouTube ist das weltweit größte und bekannteste Internet-Videoportal, auf dem kostenlos Videos von Privatpersonen, Unternehmen und Organisationen eingestellt und bereitgestellt werden kann.
Channel	Der Channel ist ein Videokanal der im Corporate Design gestaltet werden kann. Videos lassen sich hier für spezielle Inhaltsbereiche, separate Zielgruppen etc. "kanalisieren". Hintergrundgrafiken, Informationstext und Farbgestaltung bieten Möglichkeiten zur optischen Anpassung.
Hosten	Der "Hoster" ist der Anbieter des Webservers, auf welchem Internetinhalte liegen. Ein Videohost sollte ein Server mit besonders guten Zugriffszeiten und ausreichend Kapazität sein. "Hosten" ist das Bereitstellen der Serverressourcen des Internet Service Providers für Daten.

Erfolgskontrolle	Wie oft wurde der YouTube Beitrag aufgerufen, wie viele Zugriffe auf die Unternehmenshomepage (oder sonstige Landingpages) gab es vom eigenen YouTube-Kanal oder von der Seite, auf der das YouTube Video eingebunden war? Dieses und weiteres statistisches Material lässt sich auswerten, um den Erfolg der Aktion zu bewerten und zu kontrollieren.
Clip	Ein Clip ist eine kurze audiovisuelle Sequenz, oder kann auch den Ausschnitt eines größeren Films bezeichnen.
Video	Ein Video ist eine Bewegbilddarstellung, die zu ihren Anfangszeiten durch eine schnelle Abfolge von Einzelbildern erzeugt wurde und mit den heutigen technischen Mitteln weiterentwickelt wurde.
YouTube Konto	Ein YouTube Konto ist nötig, um eigene Beiträge auf der Videoplattform veröffentlichen zu können. Voraussetzungen sind ein Mindestalter von 18 Jahren und ein Google-Konto. Der Nutzernamen des YouTube Kontos sollte eingängig und aussagekräftig sein, da er Teil der URL zu Ihrem YouTube Kanal ist: youtube.com/nutzername
Auflösung	Die Auflösung von Bildmaterial bezeichnet Detailgenauigkeit der Darstellung. Bei hoher Auflösung sind kleine Details klar erkennbar, bei geringer Auflösung entsteht bei analogem Bildmaterial Unschärfe, bei digitalem Material limitiert die Pixelanzahl die Detailgenauigkeit. Je besser die digitale Bildauflösung ist, desto größer wird die Datei. Für Internetanwendungen sind Übertragungsrate und Serverplatz limitierende Faktoren für die Bildqualität.
Suchmaschinenoptimierung	Suchmaschinenoptimierung ist Teil des Suchmaschinenmarketing und wird auch Search Engine Optimization (SEO) genannt. Sie dient zur möglichst guten Platzierung von Webinhalten auf Suchmaschinen bei passenden Suchanfragen.
Format	Das Format kann sowohl das Verhältnis von Breite zu Höhe beschreiben (gängig sind hier die TV Formate 4:3 und 16:9), als auch das Aufzeichnungsverfahren (z.B. HDTV, PAL) oder das Komprimierungsverfahren (z.B. mpg4, mov, flv). YouTube wandelt beim Hochladen des Videomaterials automatisch in das flv-Format um, was für den von YouTube verwendeten Flash-Player nötig ist.
Virales Marketing	Im viralen Marketing werden soziale Netzwerke des Internet für Marketingzwecke genutzt. Die enge Vernetzung der untereinander bekannten Nutzer von Social Media Plattformen kann für eine virusartige Verbreitung von Werbebotschaften führen. Vorteil des viralen Marketing: geringe Startinvestition - Nachteil: der Erfolg hängt von zahlreichen unsicheren Variablen ab, der Marketingeffekt ist nicht (genau) steuerbar.
Server	Der Server ist ein Rechner mit spezieller Serversoftware, auf dem Webinhalte gespeichert und verarbeitet werden. Clients (z.B. der heimische Rechner) rufen diese Inhalte vom Server ab. Serverhardware wird auch als Host bezeichnet. Es sind meist sehr leistungsstarke Großrechner mit besonderen Betriebssystemen.
Videoproduktion	Eine Videoproduktion umfasst zahlreiche Schritte. Begonnen bei Konzept, Drehbucherstellung, Finden des geeigneten Drehortes, Requisite, Maske, Casting der Protagonisten..., über den Videodreh inkl. Ton- und Lichttechnik bis hin zu Postproduktion, Schnitt und Bereitstellung im gewünschten Format.

Produktionsfirma	Die Produktionsfirma ist (auf den Bereich der Videoproduktion bezogen) ein Unternehmen, das technische Ausstattung, sämtliche Dienstleistungen und das Know-How rund um die Videoproduktion anbietet.
Postproduktion	Als Postproduktion werden alle Arbeitsschritte der Filmproduktion bezeichnet, die sich an den eigentlichen Dreh anschließen. Dazu gehören zum Beispiel Schnitt, Vertonung und Effekte.
Testimonialvideo	Ein Testimonial ist eine Person, die für eine bestimmte Marke steht und für diese glaubwürdig als Werbebotschafter eintritt. Im eRecruiting sind Testimonials oft Mitarbeiter oder Mitarbeiterinnen oder Personen, die prototypisch mit ihrem Aussehen und Charakter für ein bestimmtes Unternehmen mit seiner Unternehmenskultur stehen. Videobeiträge, in denen Testimonials zu Wort kommen, sind Testimonialvideos - oft auf Online-Karriereseiten zu finden.
Footage	Footage bezeichnet das Filmmaterial mit dem ein Film „gefüttert“, also zwischen Interview- oder Gesprächsszenen angereichert wird. Footage wird aus dem ungeschnittenen Filmmaterial gewonnen.
Stock Footage	Stock Footage ist archiviertes Rohfilmmaterial.
flv-Format	YouTube konvertiert hochgeladene Videos automatisch in das Flash Video Format (flv). Dieses Format ist für die Übertragung im Internet optimiert und kann mit Adobe Flash Playern ab Version 7 abgespielt werden.
Flash Player	YouTube Videos werden per Flash-Player abgespielt. Dieser Player bietet die wichtigsten Bedienelemente (Start, Stop, Pause, Lautlos, Zeitleiste etc.) und einige zusätzliche Möglichkeiten (Werbeeinblendung, Anzeige von Teasern für andere Videos, die mit dem Thema des gezeigten Videos korrelieren etc.).

Open Graph

API	API steht für Application Programming Interface, Schnittstelle zur Anwendungsprogrammierung. Die Anbindung zu verschiedenen Programmen (Betriebssysteme, Anwendungsprogramme, Internetdienste...) wird auf Quellcodeebene zur Verfügung gestellt, so dass Entwickler auf häufig genutzte Funktionen zurückgreifen können. API Schnittstellen eines Betriebssystems beziehen sich z.B. auf den Aufbau von Fenstern oder Bildschirmmeldungen - Schnittstellen für Internetdienste wie Facebook, beziehen auf die Verwendung der Funktionen "Share-Button" oder "Linke-Button".
Soziale Netzwerke	Online Portale, die registrieren Mitgliedern als Netzwerk zur Verfügung stehen und entsprechende Funktionen zur Kommunikation und Interaktion untereinander bieten, werden im Internet als Soziale Netzwerke bzw. "social networks" bezeichnet. Besonders bekannt sind Facebook, Xing, StudiVZ und MySpace.
rich object	"Rich" bedeutet in diesem Zusammenhang "reichhaltig", ein "object" bezieht sich auf eine Internetseite. Mit Hilfe des Open Graph Protokolls wird eine einfache Internetseite zu einem "rich object", da

	<p>zahlreiche/reichhaltige Möglichkeiten zu Verfügung stehen, die per Open Graph Protokoll eingebunden werden können, um die Webseite in das soziale Netzwerk von Facebook zu integrieren. Die so eingebundenen Webseiten verfügen dann über dieselben Funktionalitäten wie eine Facebook-Seite und sind in das Soziale Netzwerk integriert.</p>
Protokoll	<p>Ein Protokoll legt die Regeln für die Übertragung von Daten zwischen verschiedenen Programmen fest. Dazu gehören z.B. das Format, die Bedeutung von übertragenen Daten und die Reihenfolge der Übertragung.</p>
Plugin	<p>Ein Plugin ist ein Erweiterungsmodul für ein Programm, das diesem neue Funktionen hinzufügt.</p>
Social Plugin	<p>Ein Social Plugin ist eine Funktionserweiterung um Komponenten, die man in Sozialen Netzwerken findet. So ist z.B. der Facebook "Fan-Button" ein Social Plugin für eine Webseite.</p> <p>Facebook bietet als Social Plugins:</p> <ul style="list-style-type: none"> Like-Button (Gefällt mir), Recommendations (Empfehlung) Login Button (Zugang zu Facebook) Comments (Kommentare) Activity Feed (zeigt, was Freunde auf der eigenen Seite mögen/kommentieren) Like Box (ermöglicht Nutzern, die eigene Facebook-Seite per "Like-Button" zu bewerten/zu mögen) Facepile (zeigt die Facebook-Profilbilder derjenigen, die die eigene Seite mögen) und Live Stream (ermöglicht den Besuchern einer Webseite Kommentare und Interaktionen auf der Facebookseite in Echtzeit zu verfolgen)
Schnittstelle	<p>Eine Schnittstelle ermöglicht die Kommunikation zwischen verschiedenen Programmen, Computern oder Geräten. Für die Kommunikation muss ein festgelegtes Protokoll eingehalten werden (siehe API / Protokoll).</p>
Like-Button/ Gefällt mir	<p>Der Like-Button lässt sich per Open Graph auf jeder beliebigen Webseite einfügen. Über diesen Button teilen Besucher der Webseite den entsprechenden Inhalt mit ihren Facebook-Freunden: Klickt ein Besucher auf den Like-Button der Webseite, erscheint in seiner Facebook-Timeline ein Eintrag "X mag die Webseite Y" mit einem Link zur Webseite Y.</p>
Nutzerprofil	<p>Das Nutzerprofil umfasst persönliche Daten und Interaktionen. Dazu gehören sowohl die statisch angelegten Daten wie z.B. Name, Standort, Geburtstag, als auch dynamisch gesammelte Daten, die sich durch Interaktionen im sozialen Netzwerk ergeben.</p>
Freunde	<p>Bei Facebook sind Freunde die Personen, mit dem höchsten Zugriffsrecht auf die eigenen bei Facebook hinterlegten Daten. Ein Facebook-Kontakt wird erst nach gegenseitiger Bestätigung bzw. Freundschaftsanfrage zum Status "Freund" gehoben.</p>
Timeline	<p>Die Timeline oder auch der Live-Stream ist das Herzstück der eigenen Facebook Seite. Hier werden alle Aktionen und Meldungen der Freunde (und deren Freunde) in Echtzeit angezeigt.</p>

Social Action	Interaktionen über die Social Plugins und Aktionen der Freunde auf der Facebook Seite bezeichnet man als Social Actions - also Aktionen innerhalb des sozialen Netzwerkes.
Post/posten	Einen Beitrag (Post) zu veröffentlichen wird "posten" genannt.
Applikation/App	Eine Applikation ist ein Programm, das den Anwendern nützliche Funktionen zur Verfügung stellt. Applikationen im Bereich der Sozialen Netzwerke sind z.B. die Facebook-Timeline oder der Like-Button.
Badge	In Zusammenhang mit dem Facebook Open Graph Protokoll bezeichnet "Badge" den funktional und grafisch in sich abgeschlossenen Bereich auf einer externen Webseite, in dem Facebook-Inhalt im Facebook-Layout dargestellt wird. Das können nur die Profilbilder von Fans der Seite sein, oder auch die integrierte Timeline der Facebook-Fanpage.
Fanpage/Fan	Auf einer Facebook Fanpage präsentiert eine Person/ein Unternehmen gezielte Informationen zu sich/über ein bestimmtes Produkt oder eine Aktion. Interessiert man sich als Facebook Nutzer für eine bestimmte Fanpage und bestätigt man dies durch Klick, so wird man zum "Fan" dieser Seite.
Metadaten	Metadaten sind Informationen über andere Daten. Metadaten zu einem Facebook Nutzer sind z.B. der Zeitpunkt seines Eintritts bei Facebook, die Anzahl der Logins, die Anzahl seiner Freunde.
Open Source	Der Quellcode eines Programmes wird als "source code" bezeichnet. Open source bedeutet, dass dieser normalerweise urheberrechtlich geschützte und für Anwender und Entwickler nicht (unverschlüsselt) sichtbare Code offen liegt. Der Quellcode ist öffentlich zugänglich und kann weiterentwickelt werden, unterliegt u.U. der OSI Lizenz (Open Source Initiative). Das Open Graph Protokoll ist eine open source Software.

URL Shortener

URL	Uniform Ressource Locator, oder umgangssprachlich auch Webadresse genannt. Die URL steht für eine bestimmte Adresse innerhalb eines Computernetzwerkes, z.B. dem Internet. Über die Eingabe der URL in das Browseradressfeld wird die Adresse mit Hilfe eines bestimmten Protokolls aufgerufen.
Protokoll	Ein Protokoll legt die Regeln für die Übertragung von Daten zwischen verschiedenen Programmen fest, z.B. zwischen dem serverseitigen Programme und dem Browser eines Anwenderrechners.
Mikroblogging	Beim Mikrobloggen werden Blogbeiträge geschrieben, die sehr kurz sind. Die Länge dieser Nachrichten ist meist weniger als 200 Zeichen.

Twitter	Twitter (to twitter = zwitschern) wurde 2006 in den USA gegründet ist ein soziales Netzwerk, das kurze Textnachrichten im Internet veröffentlicht (= Mikroblogging). Twitter basiert auf einer simplen Frage: "What's happening?" (zuvor: What are you doing?). Die Antwort, Tweet genannt, darf 140 Zeichen lang sein und kann als SMS, Instant Messaging oder über die Twitter-Webseite veröffentlicht werden. Jeder darf lesen und kommentieren – weltweit.
Facebook	Die Webseite Facebook ist ein Online-Kontaktnetzwerk, das neben der Kommunikation zwischen vernetzten Teilnehmern auch Anwendungen und Funktionalitäten integriert. Facebook wird aktuell in 74 Sprachversionen angeboten, gegründet wurde das Netzwerk im Jahr 2004 von Mark Zuckerberg u.A.
Shortener	"To shorten" bedeutet etwas zu kürzen, ein Shortener ist also ein Kürzungsvorgang. In diesem Fall werden lange Webadresse per URL-Shortener in kürzere Adressen geändert.
Shortener-Dienst	Wird auch als Kurz-URL-Dienst bezeichnet. Ein Shortener Dienst erstellt aus der ursprünglichen URL eine gekürzte Alias-URL. Ruft man diese über die Browseradresszeile auf, wird auf die ursprüngliche Adresse weitergeleitet. Lange URLs können so kürzer dargestellt werden.
Alias-URL	Als Alias-URL bezeichnet man auch die gekürzte URL, die auf die ursprüngliche URL weiterleitet. Anhand der Alias-URL kann man die echte Webadresse nicht erkennen.
Hack	Ein Hack ist ein illegaler Angriff auf ein Programm, der Sicherheitslücken ausnutzt. Das Programm kann so korrumpiert oder zerstört werden, sensible Daten können ausgelesen werden. Kurz-URL-Dienste legen Deep-Links der Nutzer in Ihren Datenbanken ab, die eventuell sensible Daten beinhalten.
Deep-Link	Ein tiefer Link auf Webinhalte, die nicht oder nicht über einen Klick über die normale Navigationsstruktur einer Webseite zu erreichen sind. Deep-Links können z.B. Kundennamen oder Kundennummern enthalten und sind daher unter Umständen als sensibles Datenmaterial zu betrachten.
http	Hyper Text Transfer Protocol, oder Hypertext-Übertragungsprotokoll, ist ein Protokoll, das die Übertragung von Daten innerhalb eines Netzwerkes regelt - hier: im World Wide Web oder Internet.
http-redirect	Ein http-redirect leitet den Aufruf einer über den Browser eingegebenen Webadresse auf eine andere Adresse um, z.B. wird von der gekürzten URL auf die echte UL umgeleitet.
key	Kurz-URLs sind aus dem Namen des Shortener-Dienstes und einem angehängten Identifizierungsschlüssel, dem Key zusammengesetzt. Dieser besteht aus einer alphanumerischen Zeichenfolge, die explizit für die umgewandelte Lang-URL steht. Der Key kann z.B. per Hash-Funktion oder als Zufallszahl erzeugt werden.
Hash-Funktion	Eine Hash-Funktion erzeugt aus einer ursprünglich großen Datenmenge einen kleineren Hashwert. Die lange URL ist in diesem Fall die Quelldatenmenge, der Key der Kurz-URL ist der erzeugte Hashwert.

Zufallszahl	Der Key kann auch aus einer zufällig erzeugten Zahl bestehen, bei welcher innerhalb jedes Shortener-Dienstes sichergestellt sein muss, dass sie nur ein einziges Mal vergeben wird, da jede Zufallszahl genau eine lange URL repräsentieren darf.
Tiny URL	Tiny bedeutet winzig, eine Tiny URL ist also eine Kurz-URL. Der älteste Kurz-URL-Dienst hieß tinyurl.com, jedoch wird Tiny URL auch als Oberbegriff für die Shortener-Dienste verwendet.
open source	Der Quellcode eines Programmes wird als "source code" bezeichnet. Open source bedeutet, dass dieser normalerweise urheberrechtlich geschützte und für Anwender und Entwickler nicht sichtbare Code offen liegt. Der Quellcode ist öffentlich zugänglich und kann weiterentwickelt werden, unterliegt u.U. der OSI Lizenz (Open Source Initiative). Das Open Graph Protokoll ist eine open source Software.