

# ENOTA 3

## SPLETNI UGLED & SELF-BRANDING („OSEBNO ZNAMČENJE“)

**DIGI.JOB.ID.**  
Digital Job Identities



## ENOTA 3 SPLETNI UGLED & SELF-BRANDING („OSEBNO ZNAMČENJE“)

### ZAČNIMO Z NEKAJ VPRAŠANJI...

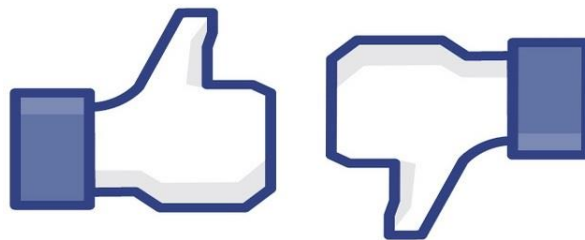
- ✓ Ali ste vedeli, da družbe za zaposlovanje preverijo kandidata za zaposlitev preko spletnih iskalnikov ali pa z neposrednim dostopom javnih profilov na družbenih omrežjih?
- ✓ Ali ste se vprašali, če lahko slike, ki ste jih naložili na družbenih omrežjih in vaše objave stojijo na poti vaši naslednji zaposlitvi?
- ✓ Ali se življenjepis, ki ste ga poslali podjetju, ujema s podatki, ki jih objavljate na spletu, ali pa morda z vašim profilom?
- ✓ Ali so vaši pogovori in ogovarjanja na spletu v skladu z vašimi poklicnimi pričakovanji?
- ✓ Ali ste vedeli, da je lahko samo en „všeček“ na družbenih omrežjih dovolj, da ste politično, seksualno in versko "označeni in profilirani,, kar pa lahko ima posledice tudi na vaše delo in kariero?

## DVE PLATI DRUŽBENIH OMREŽIJ

### **DRUŽBENA OMREŽJA SO MOČNO ORODJE... ČE JIH ZNAŠ UPORABLJATI**

Neprofesionalne slike ali objave v vaših družbenih omrežjih lahko resno vplivajo na vaše možnosti zaposlitve...

Ampak po drugi strani, pa obstaja več načinov, kako lahko družbena omrežja pomagajo pri iskanju zaposlitve in postanejo močno orodje!



## CILJI TE ENOTE

Enota 3 vas bo popeljal skozi korake, ki vam bodo pomagali pri ocenjevanju vašega trenutnega spletnega ugleda in pokazali, kaj lahko storite, da se bo le ta skladal z vašimi zaposlitvenimi cilji.



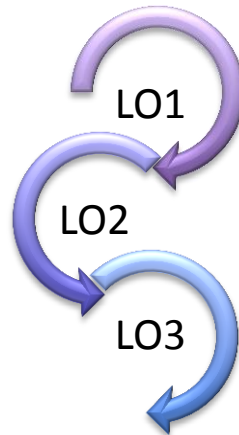
1. Vzbuditi udeležencevo zavest o povezavi med digitalno identiteto, spletnim ugledom in osebno znamko.
2. Optimizirati spletno podobo udeležencev v skladu z zaposlitvenimi in poklicnimi cilji.

## UČNI IZIDI TE ENOTE

UI1. Definirati self-branding (“osebno znamčenje”) in koncepte spletne podobe

UI2. Pregledati vašo trenutno osebno spletno podobo, osebno znamko in ugled + uvrščanje in analiza najdenih podatkov s kontrolnim seznanom dobrih/slabih meril

UI3. Kako odstraniti negativne podatke/informacije iz omrežij



## 2 MOŽNI SITUACIJI

**Znotraj tega projekta bomo identificirali dve situaciji, glede na vključene uporabnike:**

SITUACIJA A – Skupina v učilnici s prisotnostjo predavatelja

SITUACIJA B – Samostojni uporabnik na individualni interaktivni spletni poti

# UI1 – Definirati self-branding (“osebno znamčenje”) in koncepte spletne podobe (slovar)

**Cilj:** opredelitev ključnih pojmov "Self-Branding" in "spletna podoba" s predstavitvijo tehničnega in specializiranega slovarja.

## SITUACIJA A)

- Po opredelitvi najbolj pomembnih besed iz področja o self-brandingu in konceptih spletne podobe, predavatelj napiše te besede na majhne koščke papirja.
- Vsak udeleženec pobere košček papirja in poda svojo osebno definicijo izbrane besede. Drugi udeleženci lahko sčasoma kaj dodajo iz svojega osebnega opazovanja. Na koncu brainstorminga učitelj poda pravilno definicijo (s pomočjo nekaterih diapozitivov), s preoblikovanjem in integracijo predlogov udeležencev.

Razpoložljiv čas: **1 ura**

## UI2 Pregledati vašo trenutno osebno spletno podobo - uvrščanje in analiza najdenih podatkov s kontrolnim seznamom meril

**Cilj:** iskanje podatkov in informacij na spletu v zvezi z osebno spletno podobo in analiza teh podatkov s pomočjo kontrolnega seznama slabih / dobrih meril.

### SITUACIJA A)

**Korak 1.** Skupina se razdeli v pare. Vsak udeleženec poskuša opredeliti spletno identiteto svojega para

**Korak 2.** Udeleženca izmenjata mnenja o značilnostih analiziranih informacij na spletu, s pomočjo kontrolnega seznama (Spletni kontrolni seznam Da in Ne-jev), ki vsebuje nekaj pomembnih pozitivnih ali negativnih elementov, glede na digitalni in družbeni ugled.

**Korak 3.** Študentje nato s pomočjo kontrolnega seznama primerjajo pomembne značilnosti svoje osebne digitalne identitete z navedbami v seznamu in ugotavljajo pozitivne in negativne elemente lastnega profila v primerjavi z želenim profesionalnim profilom.

Razpoložljiv čas: **4 ure.**



## UI3 – Kako odstraniti negativne podatke / informacije iz omrežij

**Cilj:** učitelj predstavi učencem način za odstranitev podatkov in informacij, ki niso ustrezna, tako da dobimo spletno podobo, ki je skladna z osebnimi in / ali poklicnimi cilji.

### SITUACIJA A)

- Predstavi se postopek, kako odstraniti podatke in informacije (ki so neprimerni za želeno spletno podobo uporabnika) iz družbenih medijev
- Vsak udeleženec nato popravi in odstrani podatke, ki niso skladni in primerni za njegove poklicne cilje, da ustvari pozitivno spletno podobo.

Razpoložljiv čas: **2 uri.**

## UI3 – Kako odstraniti negativne podatke / informacije iz omrežij

**Cilj:** učitelj predstavi učencem način za odstranitev podatkov in informacij, ki niso ustrezna, tako da dobimo spletno podobo, ki je skladna z osebnimi in / ali poklicnimi cilji.

### SITUACIJA A)

- Predstavi se postopek, kako odstraniti podatke in informacije (ki so neprimerni za želeno spletno podobo uporabnika) iz družbenih medijev
- Vsak udeleženec nato popravi in odstrani podatke, ki niso skladni in primerni za njegove poklicne cilje, da ustvari pozitivno spletno podobo.

Razpoložljiv čas: **2 uri.**

## NA KONCU TE ENOTE BOSTE:

1. Poznali koncepte spletnega „self-brandinga“ in njegove pozitivne in negativne elemente
2. Analizirali osebne podatke na spletu, da boste lahko prepoznali slab/dober spletni ugled
3. Previdno izbirali primerne podatke in informacije za objavljanje na spletu in ustvarjanje pozitivne osebne znamke
4. Poznali potencialna tveganja, katerim smo izpostavljeni pri vnosu osebnih podatkov in poznavanje Evropske zakonodaje na področju varstva osebnih podatkov
5. Popravili ali odstranili negativne informacije z vaših spletnih profilov

**OSTANITE MIRNI  
IN  
SE TRŽITE ODGOVORNO!**



**AKLUB**



*This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.*



**DIGI.JOB.ID.**  
Digital Job Identities