

**DIGI.JOB.ID**

**Enota 4 – Komuniciranje v družbenih omrežjih**

**Informacije za predavatelje**

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

## Uredniške informacije:

Ta kolekcija materialov za usposabljanje je bila razvita v okviru ERASMUS+ projektnega partnerstva [digi.job.id](http://digi.job.id), [digijobid.eu](http://digijobid.eu), koordiniranega s strani BFI OÖ.

CEPS Projectes Socials Barcelona je bila odgovorna organizacija za razvoj te učne enote.

Kontakt:

CEPS Projectes Socials Barcelona  
Carrer de la Bòria, 17 Principal, 08003 Barcelona, España  
Tel. +34 933 19 47 50



<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Izvedba tega projekta je financirana s strani Evropske komisije. Vsebina publikacije (komunikacije) je izključno odgovornost avtorja in v nobenem primeru ne predstavlja stališč Evropske komisije.



# Knjižica z navodili za predavatelje

## UVOD

## SESTAVA ENOTE

UI1 – Opredelitev najpomembnejših kanalov družbenih medijev.

UI2 – Prepoznavanje ustreznih kanalov družbenih medijev.

UI3 – Predlogi & nasveti o najpomembnejših družbenih medijih.

Powerpoint predstavitev in navodila za pričetek enote.

## DELOVNI LISTI

# UVOD

Uporaba družbenih medijev na široko razširi vaše potencialno omrežje. Namesto, da bi lahko komunicirali samo s svojimi prijatelji in družino, vam družbeni mediji omogočajo, da vidite tudi prijatelje in družino vseh vaših povezav. Lahko vidite kdo so, kje delajo in kako jih poznate. Družbeni mediji vam tudi omogočajo vzpostaviti osebno povezavo s potencialnim delodajalcem, ki trenutno mogoče ne zaposluje, s kolegi na fakulteti, ali pa z nekom, ki je blizu vas. Tako, da se povežete z njimi na družbenih medijih in ste z njimi v stiku, lahko dobite njihovo pozornost, ki je drugače ne bi dobili.

Cilj enote je, da udeleženci dobijo vpogled različnih načinov uporabe družbenih medijev in kako oblikovati dobro digitalno strategijo osebnega znamčenja.

Po enoti 4 bodo udeleženci sposobni ugotoviti, katere družbene medije uporabljajo delodajalci, kadrovski managerji in podjetja. Udeleženci bodo prav tako izbrali dva družbena medija, ki sta najbolj primerna za njihov profesionalen sektor in ugotovili način, kako ju uporabljati.

## SESTAVA ENOTE

To usposabljanje bo pomagalo udeležencem oblikovati dobro digitalno strategijo osebnega znamčenja z:

1. Opredelitvijo najpomembnejših kanalov družbenih medijev, ki jih uporabljajo delodajalci in podjetja (UI 1).
2. Prepoznavanjem kanalov družbenih medijev, ki se najbolj skladajo s cilji udeleženca (UI 2).
3. Predlogi & nasveti o najpomembnejših platformah družbenih medijev (UI 3).

Dejavnosti potekajo v skupinah in posamično. Rezultat teh dejavnosti se bo komentiral v učilnici. Predavatelj bo imel nalogo predstavitve teoretične podlage v zvezi z različnimi konceptualnimi skupinami in kasneje podpirati udeležence v operativni fazi izvedbe.

## UI1 – Opredelitev najpomembnejših kanalov družbenih medijev

Cilj: predavatelj podpira uporabnike pri analizi različnih načinov uporabe družbenih medijev s strani delodajalcev.

Ker je v današnjem času veliko digitalnih orodij, je pomembno ugotoviti, kako delodajalci, ki so vaš cilj, uporabljajo družbene medije in nato prilagoditi naše izvajanje. Tako se bomo v prvem delu usposabljanja naučili:

- **kako strokovno analizirati družbene medije,**
- **prepoznati kanale družbenih medijev, ki jih delodajalci/podjetja najpogosteje uporabljajo.**

Po analizi uporabe družbenih medijev s strani delodajalcev in tega, kako le ti komunicirajo z različnimi uporabniki z uporabo diapozitivov UI1, naj udeleženci naredijo seznam podjetij, v katerih bi želeli delati.

Udeleženci bodo razpravljali o tem, kako ta podjetja uporabljajo družbene medije z vidika zaposlovanja, vrste vsebine, zaposlitvenih možnosti, tona glasu.

Didaktična Metodologija: kooperativno učenje, brainstorming, frontalni pouk.

Razpoložljivi čas: 2 uri

## UI2 - Prepoznavanje ustreznih kanalov družbenih medijev

Cilj: Ko ugotovite, kako delodajalci/podjetja uporabljajo različne družbene medije, je naslednji korak, da izberete digitalno orodje, ki najbolj ustreza vašemu življenjepisu in področju.

V tem delu se bomo naučili prepoznati, kateri družbeni medij se najbolj ujema z določenim delodajalcem/podjetjem.

Predavatelj s pomočjo diapozitivov predstavi ključne informacije najpomembnejših družbenih medijev, kjer se lahko udeleženci naučijo ključne aplikacije.

Po predstavitvi predavatelja, se udeleženci razdelijo v skupine in izvedejo naslednje vaje:

- Izbira dveh podjetij iz seznama, ki so ga naredili v delu UI1 (opredelitev najpomembnejših kanalov družbenih medijev).
- Navedba družbenih omrežij, kjer so ta podjetja aktivna.
- Pregled uporabe družbenih omrežij teh podjetij
  - o kako pogosto objavljajo,
  - o o katerih temah govorijo,
  - o kako izpostavljajo teme,
  - o kako lahko sodelujete v teh pogovorih.
- Iskanje podobnih profilov na družbenih omrežjih in izvedba podobne analize:
  - o kako pogosto objavljajo,
  - o o katerih temah govorijo,
  - o kako izpostavljajo teme,
  - o kako lahko sodelujete v teh pogovorih.

Didaktična metodologija: kooperativno učenje, brainstorming, predavanja.

Razpoložljiv čas: 2,5 uri.

## UI3 - Predlogi & nasveti o najpomembnejših družbenih medijih

Cilj: Zadnji korak je poznavanje pravilne uporabe družbenih medijev tako, da se lahko udeleženci predstavijo s profesionalnim profilom.

Ta del usposabljanja je sestavljen nekaj predlogov in nasvetov za uporabo Facebooka. V tem delu se bomo osredotočili na "alternativne" platforme družbenih medijev, ki imajo profesionalen profil. Facebook je najbolj uporabljan družbeni medij, tako da je dober in strokoven profil bistvenega pomena.

Predavatelj bo, s pomočjo diapozitivov, predstavil različne predloge in nasvete o pravilni uporabi Facebooka.

Po predstavitvi bo vsak udeleženec (individualno) opravil naslednje korake:

- na facebooku bo dopolnil svojo poklicno zgodovino,
- svoje kontakte bo razvrstil po seznamih,
- preveril bo svoj javni profil,
- ugotovil, kakšne posodobitve potrebuje,
- sestavil koledar objav, na podlagi vaje v delu UI2.

Ob koncu vaje, bo celotna skupina prediskutirala zaključke.

Didaktična metodologija: Predavanja, kooperativno učenje.

Razpoložljiv čas: 3,5 ure.

**OPOMBA: Za izvajanje tega usposabljanja je potreben računalnik z internetno povezavo za dostop do najpomembnejših družbenih medijev.**

## PPT diapozitivi in navodila o pričetku enote

Glejte datoteko "Enota 4 Predstavitev.ppt"

## DELOVNI LISTI

Glejte datoteko .. "Enota 4 Digijob Delovnilisti.doc"





Izvedba tega projekta je financirana s strani Evropske komisije. Vsebina publikacije (komunikacije) je izključno odgovornost avtorja in v nobenem primeru ne predstavlja stališč Evropske komisije.