

DIGI.JOB.ID

Unit 4 – Soziale-Medien-Kommunikation

Ressourcen

DIGI.JOB.ID.
Digital Job Identities

Redaktionelle Informationen:

Diese Sammlung von Trainingsmaterialien wurde von der ERASMUS + Projektpartnerschaft digi.job.id / digijobid.eu (Koordination BFI OÖ) entwickelt.

CEPS Projectes Socials ist verantwortlich für die Entwicklung und Herausgabe dieser Unit.

Kontakt:

Berufsförderungsinstitut OÖ

Muldenstraße 5, 4020 Linz, Österreich

Tel. +43 732 6922-0, service@bfi-ooe.at



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

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.



EINFÜHRUNG

Soziale Medien ermöglichen es dir, dein potentiell Netzwerk weitreichend auszubauen. Anstatt dich auf deinen persönlichen Kreis zu beschränken, kannst du auch auf sämtliche Kontakte deiner Familie und Freunde zugreifen. Du siehst, wer diese Personen sind, wo sie arbeiten und in welchem Kontext Sie sich kennengelernt haben. Soziale Medien ermöglichen es dir weiters, mit potentiellen Arbeitgebern in Kontakt zu treten und eine nähere Verbindung zu diesen aufzubauen, unabhängig von deinem aktuellen Aufenthaltsort oder Umständen. Indem du online deren Beiträgen folgst und mit ihnen interagierst, kannst du deren Aufmerksamkeit auf eine Weise auf dich lenken, die dir vorher nicht möglich gewesen wäre.

Die aktuelle Unit zur Sozialen - Medien - Kommunikation verfolgt das Ziel, verschiedene Nutzungsarten sozialer Medien aufzuzeigen und Lernenden Möglichkeiten zu vermitteln, ein geeignetes Selbst-„Branding“ online umzusetzen.

Nach Abschluss von Unit 4 sind Lernende in der Lage, jene Sozialen-Medien-Plattformen zu bestimmen, die häufiger von Unternehmen bzw. bei der Akquisition junger Talente genutzt werden. Darüber hinaus sollen Lernende zwei adäquate Plattformen für ihre beruflichen Zwecke auswählen und deren Nutzung erlernen.

INHALTLICHER AUFBAU

Das aktuelle Training wird Lernenden dabei helfen, ein geeignetes Selbst-„Branding“ umzusetzen, indem sie in der Lage sein werden:

1. all jene Soziale -Medien-Kanäle zu bestimmen, die von Unternehmen und in der Personalbeschaffung genutzt werden (LO 1).
2. all jene Soziale -Medien-Kanäle zu bestimmen, die mit den Zielen der Lernenden konform sind (LO 2).
3. nützliche Hinweise und Informationen zu den wichtigsten Sozialen-Medien-Plattformen zu sammeln und diese geeignet einzusetzen (LO 3).

Die Aktivitäten werden als Gruppen- und/oder Einzelübungen durchgeführt, wobei die jeweiligen Ergebnisse im Plenum kommentiert werden. Die Aufgabe des Trainers / der Trainerin ist es hierbei, theoretische Kenntnisse zur Durchführung der Aktivitäten zu vermitteln und anschließend die Lernenden bei der Realisierung ihrer Ideen zu unterstützen.

LO 1 Bestimmung der wichtigsten Sozialen-Medien-Kanäle

Ziel: Der/die Trainer/in unterstützt die Lernenden bei der Analyse des Nutzungsverhaltens von Sozialen-Medien-Plattformen der Personalverantwortlichen in Unternehmen.

Aufgrund der Bandbreite an digitalen Tools gilt es zu bestimmen, wie Personalverantwortliche in Unternehmen, Soziale Medien einsetzen, um die Vorgehensweise gegebenenfalls an den neuen Kenntnisstand anzupassen. Im ersten Teil des Trainings soll deshalb den Fragen nachgegangen werden,

- **wie Soziale Medien in einem professionellen Kontext analysiert werden und**
- **welches die von Unternehmen und Personalverantwortlichen meist genutzten Sozialen Medien-Kanäle sind.**

Nach der Analyse, wie Soziale-Media-Plattformen von Unternehmen und Personalverantwortlichen genutzt werden bzw. welche Kommunikationskanäle (LO 1) hierbei zur Anwendung kommen, sollen die Lernenden eine Liste von Unternehmen erstellen, bei denen sie eine Arbeitstätigkeit anstreben würden. Im Anschluss soll diskutiert werden, wie diese Unternehmen Soziale-Medien-Plattformen in der Personalbeschaffung einsetzen, und zwar in Hinblick auf deren inhaltliche Aufbereitung, die dort angekündigten Jobangebote und die dort verwendeten sprachlichen Mittel.

Unterrichtsmethode: Kooperatives Lernen, Brainstorming, Frontalunterricht

Zeitlicher Rahmen: 2 Stunden

LO 2 Bestimmung der geeignetsten Soziale-Medien-Kanäle

Ziel: Sobald das Nutzungsverhalten von Unternehmen und Personalverantwortlichen in Bezug auf die unterschiedlichen Soziale-Medien-Plattformen analysiert wurde, gilt es, ein digitales Tool auszuwählen, welches unter Berücksichtigung des Lebenslaufs und des beruflichen Hintergrundes der Lernenden, am geeignetsten erscheint.

Das aktuelle Ziel besteht folglich darin, einschätzen zu lernen, welche Soziale-Medien-Plattformen sich für welche Unternehmen besonders eignen.

Hierbei soll der/die Trainer/in mithilfe von PowerPoint die Kerninformationen der wichtigsten Sozialen-Medien-Plattformen aufzeigen und die Lernenden auf die jeweiligen Hauptfunktionen aufmerksam machen.

Nach der Präsentation sollen Gruppen gebildet werden, die mit folgenden Aufgaben betraut werden:

- Auswahl zweier Unternehmen der unter Modul LO 1 erstellten Liste (Bestimmung der wichtigsten Sozialen-Medien-Kanäle)
- Auflistung jener sozialen Netzwerke, in denen besagte Unternehmen die größte Aktivität aufweisen
- Analyse des Nutzungsverhaltens
 - Wie oft erfolgen „Updates“/Aktualisierungen und werden neue Posts veröffentlicht?
 - Welche Themen kommen hierbei zur Sprache?
 - Wie werden diese Themen aufbereitet?
 - Wie könnte an diesen Unterhaltungen teilgenommen werden?
- Suche ähnlicher Soziale-Medien-Profile und Durchführung weiterer Analysen
 - Wie oft erfolgen „Updates“/Aktualisierungen und werden neue Posts veröffentlicht?
 - Welche Themen kommen hierbei zur Sprache?
 - Wie werden diese Themen aufbereitet?
 - Wie könnte an diesen Unterhaltungen teilgenommen werden?

Unterrichtsmethode: Kooperatives Lernen, Brainstorming, Frontalunterricht

Zeitlicher Rahmen: 2,5 Stunden

LO 3 Nützliche Hinweise und Informationen zu den wichtigsten Soziale-Medien-Plattformen

Ziel: Als letzten Schritt gilt es, sich Kenntnisse anzueignen, die einen adäquaten Umgang mit sozialen Medien ermöglichen und durch welche der professionelle Auftritt passend in Szene gesetzt wird.

Das aktuelle Ziel besteht darin, nützliche Hinweise und Informationen im Umgang mit Facebook für berufsspezifische Zwecke zu erlangen und „alternative“ Soziale-Medien-Plattformen kennenzulernen, mithilfe derer das berufliche Profil adäquat digital aufbereitet werden kann. Da Facebook die meist genutzte Soziale-Medien-Plattform darstellt, ist die sorgsame Gestaltung eines dementsprechenden beruflichen Profils von äußerstem Belang.

Hierbei soll der/die Trainer/in mithilfe von PowerPoint nützliche Hinweise weitergeben und auf weitere Informationen im Umgang mit Facebook für berufsspezifische Zwecke aufmerksam machen.

Nach der Präsentation sollen die Lernenden in Einzelarbeit folgende Aktivitäten sequentiell durchführen:

- Erstellen und Ausarbeiten eines beruflichen Werdegangs auf Facebook
- Klassifizieren der Kontakte mithilfe von Kontaktlisten
- Überprüfen des gesamten, sichtbaren Profils
- Bestimmen, welche Informationen es regelmäßig zu aktualisieren gilt
- Veröffentlichen eines Online-Kalender-Eintrages, basierend auf der unter Modul

LO

2

durchgeführten Übung

Zum Schluss werden die Ergebnisse im Plenum kommentiert.

Unterrichtsmethode: Frontalunterricht, Kooperatives Lernen

Zeitlicher Rahmen: 3,5 Stunden



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.