

DIGI.JOB.ID

Enota 5 – Glavna predstavitvena orodja

Informacije za predavatelje

DIGI.JOB.ID.
Digital Job Identities

AKLUB



Uredniške informacije:

Ta kolekcija materialov za usposabljanje je bila razvita v okviru ERASMUS+ projektnega partnerstva digi.job.id, digijobid.eu, koordiniranega s strani BFI OÖ.

AKLUB je bila odgovorna organizacija za razvoj te učne enote.

Kontakt:

AKLUB

Ricni okruh 26, 794 01 Krnov, The Czech Republic

Tel. +420 603415635, v.plesnik@seznam.cz



<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.



I. Osnovne informacije o enoti 5 - Predstavitvena orodja

Deli enote	Vsebina
Naslov enote	Predstavitvena orodja
Učne ure	7 - 8
Opis enote	Cilj te enote je pridobiti praktičen pregled na področju temeljnih digitalnih predstavitvenih orodij, ki se lahko uporabijo za predstavitev sebe, svojih sposobnosti in znanj potencialnim delodajalcem. Po zaključku te enote, udeleženci poznajo predstavitvena orodja in njihove prednosti. Sposobni so izbrati ustrezna predstavitvena orodja za predstavitev lastnih izdelkov ali spretnosti. Ta enota bo omogočila, da udeleženci naredijo osebni profil na karierno usmerjenem družbenem omrežju (na primer: LinkedIn). Vsak udeleženec bo pripravil osnovni profil s profilno fotografijo, prepričljivim naslovom, sliko ozadja in popolnim povzetkom.

Učni izidi

Po dokončani enoti bodo udeleženci lahko:

UI 1

ustanovili svoj profil na karierno usmerjenem družbenem omrežju (na primer: LinkedIn).

UI 2

poznali glavna predstavitvena orodja, ki se lahko uporabljajo za predstavitev sebe, svojih sposobnosti in znanj potencialnim delodajalcem.

UI 3

pripravili osnovne dele profila (naslov, po meri narejen URL, profilna fotografija, slika ozadja).

UI 4

pripravili popoln povzetek in ga dodali k profilu.

UI 5

dodajali druga predstavitvena orodja na profilu (na primer: video posnetke, fotografije, predstavitve, povezave, dokumente).

Kompetence, znanja in veščine

Kompetence	Po dokončani enoti bodo udeleženci pridobili avtonomijo in odgovornost za:
	Ustanovitev svojega profila na karierno usmerjenem družbenem omrežju. (UI1) Prepoznati in uporabljati glavna predstavitvena orodja, ki se lahko uporabljajo za predstavitev spretnosti in znanj potencialnim delodajalcem. (UI 2) Pripraviti osnovne dele profila. (UI 3) Pripraviti popoln povzetek in ga dodati k profilu. (UI 4)

	Prepoznati in uporabljati druga predstavitvena orodja v profilu. (UI 5)
Veščine	Po dokončani enoti bodo udeleženci pridobili naslednje veščine:
	<p>Izbira primerne karierno usmerjenega družbenega omrežja in ustanovitev lastnega profila na njem. (UI 1)</p> <p>Prepoznavna in kratek opis glavnih predstavitvenih orodij, ki se lahko uporabljajo za predstavitev spretnosti in znanj potencialnim delodajalcem. (UI 2)</p> <p>Priprava naslova, po meri narejenega URL, profilne fotografije, slike ozadja. (UI 3)</p> <p>Priprava popolnega povzetka in ga uporabiti v profilu. (UI 4)</p> <p>Dodajanje drugih predstavitvenih orodij (na primer: video posnetkov, fotografij in predstavitev) v profilu. (UI 5)</p>
Znanja	Po dokončani enoti bodo udeleženci:
	<p>Vedeli, kako pomembno je, da se predstavijo na karierno usmerjenem družbenem omrežju in kako ustvarijo profil. (UI 1)</p> <p>Poznali glavna predstavitvena orodja, ki se lahko uporabljajo za predstavitev spretnosti in znanj potencialnim delodajalcem in poznali svoje prednosti. (UI 2)</p> <p>Poznali pomen osnovnih delov profila in način, kako jih ustvariti. (UI 3)</p> <p>Poznali pomen povzetka profila in način, kako ga ustvariti. (UI 4)</p> <p>Vedeli, zakaj je pomembno, da uporabljajo tudi druga predstavitvena orodja za komuniciranje s potencialnimi delodajalci. (UI 5)</p>

Merila za ocenjevanje

UI-ji	Uporaba & veščine
UI 1	Ustanovitev lastnega profila na karierno usmerjenem družbenem omrežju.
UI 2	Imenovanje vsaj 4 različnih predstavitvenih orodij, ki se lahko uporabljajo za predstavitev svojih veščin in znanj potencialnim delodajalcem.
UI 3	Predstavitev osnovnih delov profila.
UI 4	Predstavitev dela Povzetek profila.
UI 5	Imenovanje drugih predstavitvenih orodij, ki jih lahko uporabljate v profilu.

II. Urnik usposabljanj

Del A) Uvod v enoto, pričakovanja udeležencev. (25 min)

Del B) Glavna digitalna predstavitevna orodja, ki jih lahko uporabljate z predstavitev sebe, svojih sposobnosti in znanj potencialnim delodajalcem. (70 min)

Del C) Glavno orodje - osebni profil na karierno usmerjenem družbenem omrežju (na primer: LinkedIn ali Xing). (80 min)

Del D) LinkedIn osebni profil, vključno z osnovnimi komponentami (LinkedIn naslov, po meri narejen URL, profilna fotografija, slika ozadja in popoln povzetek). (85 min)

Del E) Kako dodati druga predstavitevna orodja, kot so video posnetki, fotografije, predstavitve, dokumenti, povezave, infografika. (80 min)

Del F) Zaključek enote 5. (60 min)

Odmori med usposabljanjem. (Skupaj 60 minut)

III. Del A) Uvod v enoto, pričakovanja udeležencev

Na začetku enote 5 je primerno predstaviti vsebino, cilje in pričakovane rezultate te enote. Uporabite predstavitev ENOTA 5 PowerPoint udeleženci - Predstavitevna orodja. Pojasnite udeležencem, kaj jim nudi enota 5. Vprašajte jih, kaj je najbolj privlačno za njih. Česa se najbolj veselijo? Ali že ima kateri izmed udeležencev profil na LinkedInu ali Xingu?

Ta del lahko traja približno 25 minut.

IV. Del B) Glavna digitalna predstavitevna orodja, ki jih lahko uporabljate za predstavitev sebe, svojih sposobnosti in znanj potencialnim delodajalcem.

Uporabite predstavitev ENOTA 5 - Glavna digitalna predstavitevna orodja. Pokažite prvi video na diapozitivu št. 2 udeležencem - video Kaj je LinkedIn?

Po ogledu videa lahko postavite udeležencem naslednja vprašanja:

- Poznate LinkedIn ali druga karierno usmerjena družbena omrežja?
- Zakaj ljudje uporabljajo LinkedIn?

Nadaljujte z diapozitivom št. 3 in predstavite glavna digitalna predstavitevna orodja, ki jih lahko ljudje uporabljajo za predstavitev sebe, svojih sposobnosti in znanj potencialnim delodajalcem.

- ✓ Glavno predstavitevno orodje je osebni profil na karierno usmerjenem družbenem omrežju (na primer: LinkedIn ali Xing).
- ✓ V osebnem profilu lahko uporabljate druga predstavitevna orodja, kot so video posnetki, fotografije, predstavitve, dokumenti, povezave in infografika.

Za boljše razumevanje pokažite študentom video na diapozitivu št. 4. Ta video vsebuje dodatne informacije o LinkedInu.

Del študentov ne bo poznal izraza "infografika". Torej, jim lahko razložite, kaj pomeni infografika.

Informacijska grafika ali infografika so grafično vizualne predstavitve informacij, podatkov ali znanj, ki naj bi hitro in jasno predstavili informacije.

Infografika (informacijska grafika) je predstavitev informacij v grafični obliki, zasnovani tako, da so podatki lahko razumljivi na prvi pogled. Ljudje uporabljajo infografiko za hitro komunikacijo, za poenostavitev predstavitve velike količine podatkov, za predstavitev vzorcev podatkov in odnosov in za spremljanje sprememb v spremenljivkah skozi čas. Infografika se pojavlja v skoraj vsakem javnem okolju - prometni znaki, zemljevidi podzemnih, note in vremenske karte - je le nekaj primerov med velikim številom možnosti.

Za boljše razumevanje pokažite udeležencem video na diapozitivu št. 5 - Infografika infografike.

Nadaljujte z diapozitivom št. 6 in navedite tudi druge razloge, zakaj uporabljati LinkedIn.

- ✓ Na LinkedIn profilu lahko predstavijo vse podatke o sebi, svojih sposobnostih in svojih znanjih.
- ✓ Cilj je začeti ali zgraditi uspešno poklicno kariero.
- ✓ Cilj je zagotoviti ustrezno in privlačno vsebino potencialnim delodajalcem.
- ✓ Prepričati delodajalca, da je dobra ideja, da vas zaposli in vas dobro plača.

Lahko uporabite slike na tem diapozitivu in na kratko opišete trg dela kot kraj tekmovanja. In LinkedIn kot sodobno orodje, ki jim bo pomagalo uspeti v tem tekmovanju.

Na koncu tega dela lahko prosite udeležence, da poimenujejo predstavitvena orodja, o katerih ste govorili (osebni profil na karierno usmerjenem družbenem omrežju, video posnetki, fotografije, predstavitve, dokumenti, povezave in infografika). Lahko uporabite tablo ali stojalo in napišete, katerih orodij se spomnijo.

Ta del lahko traja približno 70 minut.

V. Del C) Glavno orodje - osebni profil na karierno usmerjenem družbenem omrežju (na primer: LinkedIn ali Xing)

Uporabite predstavitev ENOTA 5 - Glavno orodje - osebni profil. Predstavite LinkedIn profil. Pokažite udeležencem video na diapozitivu št. 2 - LinkedIn za udeležence.

Povejte udeležencem, da bo med enoto 5, vsak izmed njih ustvaril LinkedIn profil. Če kdo že ima profil, ga bo še izboljšal.

Nadaljujte z diapozitivom št. 3 in vprašajte udeležence: "Kateri grafični element je najpomembnejši na LinkedIn profilu?"

Pustite jih ugibati dokler nekdo ne reče "profilna fotografija". Predavatelj bo pomagal udeležencem s postopkom profilne fotografije. Povejte udeležencem, da bodo naredili profilne fotografije. Vse potrebne informacije so vključene v naslednjih 3 video posnetkih. Pokažite video posnetke na diapozitivih št. 5, 6, 7 udeležencem.

Udeleženci lahko delajo v parih. Z uporabo svojih mobilnih telefonov naj naredijo več profilnih fotografij in izberejo najboljšo. Dobra ideja je, da gredo ven iz stavbe in najdejo enobarvno ozadje (na primer: stena). Če je možno, lahko naredite fotografije z dobrim fotoaparatom in imate posebno luč - naredite majhen fotografski studio.



Primer majhnega fotografskega studia.

Udeleženci lahko uporabijo mobilne aplikacije ali grafično programsko opremo in izboljšajo svoje profilne fotografije (ostrina, saturacija, obrezovanje, sence).

Ta del lahko traja približno 80 minut.

VI. Del D) LinkedIn osebni profil, vključno z osnovnimi komponentami (LinkedIn naslov, po meri narejen URL, profilna fotografija, slika ozadja in popoln povzetek).

Neobvezno - Pred naslednjimi deli lahko predavatelj ponovi informacije o LinkedIn profilu. Predavatelj lahko stori to tako, da odpre predstavitev ENOTA 5 - LinkedIn Navodila za predavatelje in pogleda video na diapozitivu št. 2.

Uporabite predstavitev ENOTA 5 - LinkedIn osebni profil, vključno z osnovnimi komponentami. To je dober čas, da pomagate udeležencem pri oblikovanju LinkedIn profila. Predavatelj bo pokazal udeležencem postopek oblikovanja profila korak za korakom. Dajte študentom naslednjo infografiko - infografski vizualni vodnik.

LinkedIn
The **Ultimate Cheat Sheet**
A Visual Guide To Achieving LinkedIn Profile Perfection in 7 Steps

1 The Perfect Profile Blue Print

There are more than 350 million professionals on LinkedIn. To stand out, you need to pay great attention to creating a profile. In this section, you'll learn how that's done.

Headline 120 characters

This is the most important aspect of the profile! Be succinct, creative, and include key terms that make it easy for others to define your industry and your role within.

Name

Include your first, last, and middle name (if applicable). This is not the place for nicknames or humorous references to job titles (such as "sales rockstar" or "developer ninja").

James Eaton
Award winning Sports Psychologist who works with some of the best sports people in the UK.
Southampton, United Kingdom | Sport

487 connections

https://uk.linkedin.com/in/

Add your industry to be more visible to members.

URL

Customize the LinkedIn URL to make it easy for people to find you.

Find your unique URL in the light-grey box below your name. Click the edit button and revise.

✓ linkedin.com/in/jameseaton

✗ linkedin.com/pub/james-seaton73427864

Profile Photo

First impressions matter during business meetings and when people see your profile picture.

Consider your industry in addition to potential consumers and peers to select the appropriate headshot.

Dos and don'ts of LinkedIn profile photos

Do's	Don'ts
<p>Get a professional photographer</p> <p>It's worth the investment since you can use the pictures throughout your portfolios and resumes.</p>	<p>Be professional</p> <p>Remember your audience. Structure your profile according to how you intend to use it.</p>
<p>Look personable</p> <p>The best headshots are those that you don't look like you're smiling at the camera. Give your audience a genuine smile.</p>	<p>Balance formality</p> <p>Don't get carried away with the latest self-portraits or your status. Get professional. Balance your headshots and casual.</p>
<p>Use most of the frame</p> <p>Your face should be centered, leaving a small border around the top and bottom of the photo and crop your shoulders.</p>	<p>Leave fields out</p> <p>It's a bad idea to have your headshot in the background of your LinkedIn profile picture.</p>
<p>Choose a familiar picture</p> <p>Keep the photo look-to-like. If you have a picture of you in a professional setting, make the profile picture a reproduction of that picture naturally look at work.</p>	<p>Keep the background neutral</p> <p>Don't let the background distract viewers. Choose a neutral and non-busy background.</p>

14 TIMES MORE PROFILE VIEWS!

Adding a professional photo of yourself on your LinkedIn profile can result in 14 times more profile views!

LinkedIn naslov (ang. headline)

Predavatelj bo pomagal učencem napisati Ime (ang. Name). Navodila so v infografskem vizualnem vodniku. Trener bo pomagal učencem ustvariti Naslov. Uporabite video na diapozitivu št. 2, infografski vizualni vodnik in (ali) pripeti dokument z naslovom "Kako ustvariti prepričljiv LinkedIn naslov."

Po meri narejen LinkedIn URL

Majhna skupinska vaja: Pojdite na google.com. Vsak udeleženec naj napiše njegovo / njeno ime in priimek. Kaj se bo pojavilo na strani? Vas je enostavno najti? Zdaj je čas za izboljšanje situacije. Prilagodite svoj LinkedIn URL in potem ponovno preverite google.

Predavatelj bo pomagal udeležencem prilagoditi LinkedIn URL. Uporabite video na diapozitivu št. 3 in infografski vizualni vodnik.

Potem končajte majhno skupinsko vajo. Pojdite na google.com. Vsak učenec naj napiše njegovo / njeno ime in priimek. Kaj se bo pojavilo na strani sedaj? Ali se pojavi vaš LinkedIn profil?

Profilna fotografija

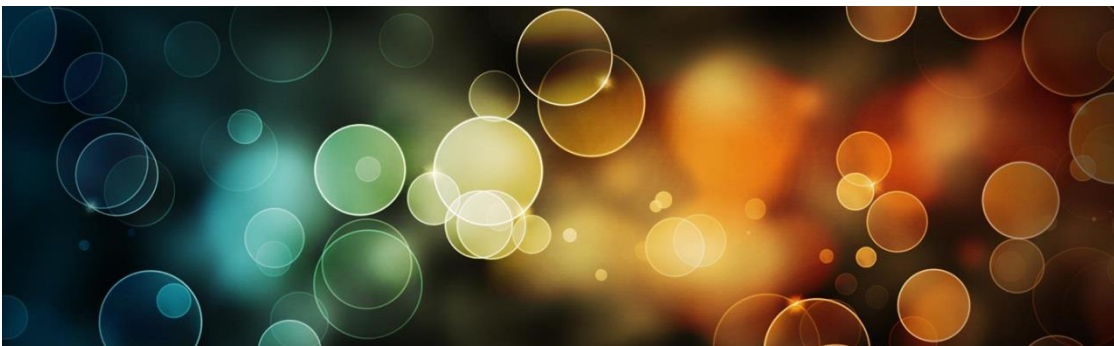
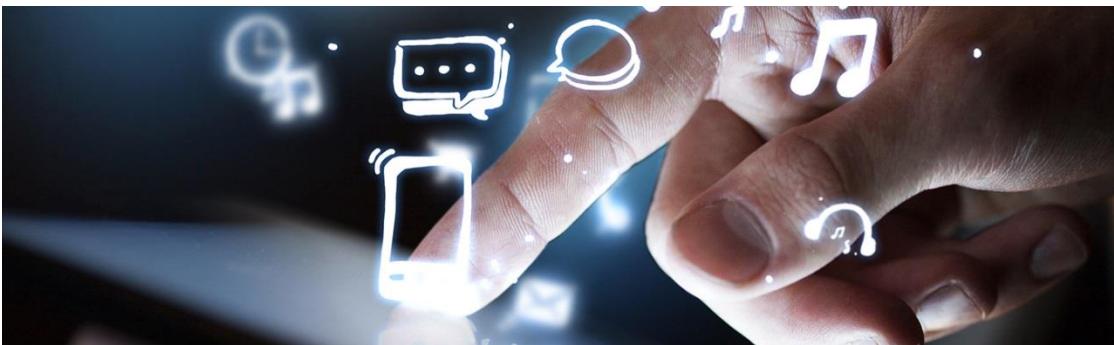
Predavatelj bo pokazal udeležencem, kako vstaviti profilno fotografijo v LinkedIn profil. To je enostavno.

LinkedIn slika ozadja

Predavatelj bo pomagal udeležencem najti in vstaviti LinkedIn sliko ozadja, da bo njihov profil bolj vizualno privlačen. Pokažite udeležencem video na diapozitivu št. 4.

Udeleženci lahko najdejo veliko LinkedIn slik ozadja na google.com. Samo napišite besedilo "LinkedIn slika ozadja" ali „LinkedIn background image“ na google.com in našli bodo veliko slik. Velikost mora biti 1400x425 pikslov. Vsak udeleženec naj najde njegovo / njeno najljubšo sliko in jo vstavi na LinkedIn profil. Navodila so v zgoraj omenjenem videu.





LinkedIn Popoln povzetek

Predavatelj bo pomagal udeležencem napisati popoln povzetek. Pokažite udeležencem video na diapozitivu št. 5. Lahko uporabite tudi priloženi dokument z naslovom "Pisanje popolnega povzetka profila".

Ta del lahko traja približno 85 minut.

VII. Del E) Kako dodati druga predstavitvena orodja, kot so video posnetki, fotografije, predstavitve, dokumenti, povezave, infografika.

Na začetku tega dela lahko predavatelj povzame dele profila in elemente, ki so že pripravljene:

- Povzetek
- Naslov
- URL
- Slika ozadja

V naslednji enoti ali v prostem času, naj udeleženci izpolnijo tudi druge dele v LinkedIn profilu:

- Izkušnje
- Izobraževanje

- Jeziki
- Veščine in priporočila
- Prostovoljstvo
- Projekti
- Skupine

Poleg pisnih informacij so pomembna tudi ostala predstavitvena orodja (predvsem video posnetki, fotografije, dokumenti, predstavitev, povezave). Naloga je jasna. Če imate možnost za snemanje svojih spretnosti na video ali posneti fotografijo, to tudi storite. Nato vstavite video posnetke, fotografije in dokumente o vaših izdelkih in veščinah na vaš profilu. Jasno pokažite bodočemu delodajalcu, kaj lahko storite, katere veščine posedujete, kateri software znate uporabljati, katere stroje ali naprave znate uporabljati in popravljati.

Uporabite predstavitev ENOTA 5 - Kako uporabljati druga predstavitvena orodja. Pokažite udeležencem video na diapozitivu št. 2. Udeleženci lahko prikažejo vzorce njihovega dela v profilu. Stvari se lahko dodajajo, urejajo, premikajo ali odstranijo na strani Urejanje profila. LinkedIn podpira več kot 300 ponudnikov vsebin. Video, avdio, slike, izdelki, in še več. Več na <http://embed.ly/providers>.

Če imate čas, lahko pokažete, kako uporabljati Youtube. YouTube je spletno javno komunikacijsko mesto. Spletna stran omogoča registriranim uporabnikom nalaganje svojih video posnetkov, ki so potem na voljo javnosti za ogled. Vsakdo, ki gre na spletno stran, si lahko ogleda video posnetke, ki so objavljeni na tej spletni strani. Video posnetki so začetniški, kakor tudi profesionalni. Udeleženci lahko predstavijo svoje videoposnetke (o svojih sposobnostih ali izdelkih) na Youtube. Pokažite udeležencem video na diapozitivu št. 3.

Če imate še več časa, lahko udeleženci izboljšajo svoje profile. Izpolnijo lahko podatke v manjkajočih odsekih profila ali dodajo medije (druga predstavitvena orodja - na primer: video posnetke, fotografije, predstavitev, dokumente).

To je idealen čas za tekmovanje najboljših profilov. Predavatelj lahko določi pravila. Na primer, vsak udeleženec bo predstavil profil drugim. Po vseh predstavitvah bodo udeleženci in predavatelj razdelili točke. Tekmovanje se lahko začne.

Ta del lahko traja približno 80 minut.

VIII. Del F) Zaključek enote 5.

Ob koncu enote 5 je primerno ovrednotiti rezultate enote 5. Uporabite predstavitev ENOTA 5 - Zaključek. Skupaj z udeleženci odgovorite na naslednja vprašanja:

- Kaj smo se naučili v enoti 5?
- Smo izpolnili cilje enote 5?
- Prosite učence, da izpolnijo in oddajo svoje ocenjevalne liste.
- Kako ste zadovoljni z rezultati enote 5?
- Kako vam je všeč enota 5?

Ob koncu enote je tudi pravi čas, da se nagradi zmagovalce natečaja za najboljši LinkedIn profil. Zakaj ne bi kupili majhne torte in jo dali vsem petim zmagovalcem skupaj? Nato lahko to nagrado pojedete skupaj z vsemi učenci.

Ta del lahko traja približno 60 minut.



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.