

**PROJEKTNI REZULTAT**  
**I.O.3**  
**IZKUSTVENO USPOSABLJANJE**  
**5.3 HORIZONTALNE KOMPETENCE -**  
**OSEBNA BLAGOVNA ZNAMKA**

Izvedba tega projekta je financirana s strani Evropske komisije.

Vsebina publikacije je izključno odgovornost avtorja in v nobenem primeru ne predstavlja stališč Evropske komisije.

IZKUSTVENO USPOSABLJANJE 5 KAZALO	
PREDSTAVITEV PROJEKTNEGA REZULTATA.	p. 3
NAČRT IZKUSTVENEGA USPOSABLJANJA.	p. 5
IZKUSTVENO USPOSABLJANJE 5.1. UVOD.	p. 6
FRONTALNO USPOSABLJANJE. NAVODILA, ČASOVNI OKVIR IN ORODJA.	p. 6
ONLINE USPOSABLJANJE. NAVODILA, ČASOVNI OKVIR IN ORODJA.	p. 14
HORIZONTALNO USPOSABLJANJE. CO-DELOVNI PROSTOR IN TRENER / MENTOR.	p. 17

### PREDSTAVITEV PROJEKTNEGA REZULTATA

Projektni rezultat, izkustveno usposabljanje, spada v projekt ERASMUS + CO\_LABOURative\_LAB. Vsebina, ki jo bomo prikazali na naslednjih straneh, je rezultat integracije IO.1, soustvarjene metodologije usposabljanja in gradiva za usposabljanje IO.2.

#### **IO.3 je končni rezultat naslednjih dejavnosti:**

- O3-A1. Oblikovanje izkustvenega usposabljanja in materialov.
- O3-A2. Razvoj materialov za izkustveno usposabljanje.
- O3-A3. Prevod izkustvenega usposabljanja.

Kot je navedeno v IO.1, je glavni cilj projekta **Co\_LABOURative\_LAB** "Krepitev zaposljivosti brezposelnih oseb prek novih oblik zaposlovanja in ekonomije delitve" razviti in izvajati program usposabljanja za povečanje možnosti zaposlitve dolgotrajno brezposelnih, vključno z mladimi brezposelnimi osebami, in predstaviti kadrovskim strokovnjakom (HR) ter managerjem, kako izkoristiti ekonomijo delitve in nove oblike zaposlovanja, da bi povečali svoje podjetniške priložnosti. Namen usposabljanja **Co\_LABOURative\_LAB** je prenesti na ciljno skupino, inovativno znanje, orodja in prakse, ki temeljijo na učenju na delovnem mestu, učenju po delih, sodelovanju med udeleženci usposabljanja in izkoriščanju orodij IKT na tem področju. Udeleženci usposabljanja lahko koristno uporabijo pridobljene izkušnje na njihovem bodočem delovnem mestu ali pa v življenju.

Usposabljanje ima naslednje značilnosti:

1. Usposabljanje traja 62 ur, od tega:
  - a. Frontalna srečanja: 26 ur.
  - b. Usposabljanje na daljavo: 28 ur
  - c. Seminarji strokovnjakov: 8 ur (6 seminarjev).
2. Udeleženci bodo predstavili svoje projekte.
3. Metodologija usposabljanja je aktivna in participativna. Usposabljanje bo potekalo v različnih delavnicah in bo vključevalo naslednja orodja in gradiva za usposabljanje:
  - a. Frontalno usposabljanje.
  - b. Usposabljanje na daljavo.
  - c. Spletne seminarje.
  - d. Virtualno sodelovanje.
  - e. Fizični prostor za udeležence (sodelovanje).
  - f. Mentorji ali trenerji bodo med usposabljanjem podpirali udeležence.
  - g. Praktični pristop s študijskimi primeri, video posnetki, strokovnimi seminarji, dopolnilnimi branji.
4. Platforma za e-izobraževanje bo razvita z naslednjimi nameni:
  - a. Dostopnost različnih gradiv za usposabljanje.
  - b. Virtualno sodelovanje.

Udeleženci bodo,

- brezposelne osebe (predvsem tiste, ki so brezposelni več kot 1 leto in so starejši od 45 let ter mlajši od 30 let).
- HR strokovnjaki.

Priporočljivo je, da usposabljanja nimajo več kot 12-15 udeležencev v posamezni skupini, zato da je mogoče usposabljanje organizirati učinkovito.

Splošni cilj projekta **Co\_LABOURative\_LAB** je povečati usposobljenost dolgotrajno brezposelnih, vključno z mladimi brezposelnimi ter menedžerji in kadrovskimi strokovnjaki (HR), o tem, kako izkoristiti ekonomijo delitve (SHE) in nove oblike zaposlovanja (NFE) za povečanje

priložnosti za podjetništvo (EPS) in samozaposlovanje (SE) s prenosom inovativnih znanj, orodij in praks, ki temeljijo na učenju na delovnem mestu, učenju z delom, sodelovanju med udeleženci in koriščenju orodij IKT.

Posebni cilji projekta so:

- Udeležencem zagotoviti znanje o dinamiki SHE in NFE, z delovanjem povezanih orodij in platform IKT.
- Udeležencem omogočiti razvoj lastnih načrtov EPS in SE z uporabo konceptov SHE in NFE ter platform IKT.
- Udeležencem omogočiti pridobitev in izboljšanje kompetenc za povečanje svojih EPS in SE načrtov (ustvarjalnost in inovativnost, digitalne veščine, upravljanje socialnih mrež in osebno blagovno znamko).
- Udeležencem omogočiti pridobitev in izboljšanje znanja za obravnavo določenih tem, kot so: dostop do financiranja, pravno-formalno okolje in dostop do trgov.
- Povezati obe strani trga dela, delodajalce in iskalce dela v istem izobraževalnem okolju.
- Udeležencem omogočiti prave ter skupno delovno okolje, kjer lahko uporabijo svoje spretnosti in povečajo svojo zaposljivost takoj že med usposabljanjem.

Za doseganje zgoraj navedenih ciljev se predlaga razvoj metodologije usposabljanja, ki temelji na naslednjih korakih:

- Prilagajanje učnim sposobnostim oseb, ki pripadajo ciljnim skupinam (brezposelnim in strokovnjakom s področja HR).
- Usposabljanje bo temeljilo na konceptu praktičnega usposabljanja in učenja, zato bo metodologija usposabljanja v glavnem aktivna in praktična.
- Usposabljanja bodo potekala v razredu in na spletu, zato bodo razviti materiali za usposabljanje in orodja za usposabljanje, ki bodo uporabljeni v obeh okoljih usposabljanja.
- Udeležba udeležencev bo potrebna na frontalnem usposabljanju, kjer bodo udeleženci lahko sodelovali ter izmenjavali izkušnje in znanje.
- Usposabljanje bo zastopalo princip mentorstva / treniranja. Strokovnjaki iz gospodarskih zbornic bodo podpirali udeležence usposabljanja.
- Gospodarske zbornice bodo sodelovale, tako da bodo udeleženci lahko razvili svoje projekte načrte.
- Razvila se bo platforma za e-usposabljanje, ki bo omogočala spletno usposabljanje, izmenjavo znanj in izkušnje.

Naslednje strani vsebujejo priporočila za vsako delavnico, vključno z:

- Strukturo in vsebino vsake delavnice.
- Timing vsake delavnice z razčlenitvijo glavnih dejavnosti, ki jih je treba opraviti.
- Nekaj nasvetov in predlogov, ki jih je treba vključiti.
- Nekatere stvari, ki jih ne smemo pozabiti.

Smernice so le priporočilo, ki bi ga radi izvedli, vendar moramo biti tudi prožni, tako da lahko trenerji pripravijo vsako delavnico, kot si želijo in mislijo, vendar v kontekstu doseganja ciljev programa usposabljanja ter ob upoštevanju sposobnosti udeležencev. Povečanje priložnosti za podjetništvo (EPS) in samozaposlovanje (SE) s prenosom inovativnega znanja, orodij in praks, ki temeljijo na učenju na delovnem mestu, učenju z delom, sodelovanju med udeleženci usposabljanja in izkoriščanje orodij IKT na teh področjih.

**NAČRTOVANJE USPOSABLJANJA.**

	F2F / ONLINE	PARTICIPANTS	DURATION	WEEK 1	WEEK 2	WEEK 3	WEEK 4	WEEK 5	WEEK 6	WEEK 7	WEEK 8
DETA 1. Introduction to sharing economy and new forms of employment.	F2F	ALL	4H.	1F2F SESSION							
	ONLINE	ALL	4H.	ONLINE							
DETA 2. SHE & NFE digital platforms: how to use and what to know.	F2F	ALL	8H.		1F2F SESSIONS	1F2F SESSION					
	ONLINE	ALL	8H.		ONLINE	ONLINE					
DETA 3. Self-assessment & development of an entrepreneurship / self-employment plan.	F2F	UNEMPLOYED	4H.			1F2F SESSION					
	ONLINE	UNEMPLOYED	4H.				ONLINE				
DETA 4. Legal and financing issues regarding SHE and NFE.	ONLINE	ALL	4H.				ONLINE				
		ALL					ONLINE				
DETA 5. Training in transversal skills for entrepreneurship and self-employment	F2F	UNEMPLOYED	12H.				1F2F SESSIONS	1F2F SESSIONS	1F2F SESSION		
	ONLINE	UNEMPLOYED	8H.						ONLINE	ONLINE	
DETA 6. Sharing experiences and best practices.	F2F	ALL	8H.								1F2F SESSION
WORKING ON SELF-EMPLOYMENT AND ENTREPRENEURSHIP PLANS	ALL	UNEMPLOYED	-	CONTINUOUS TASK							
WEBINARS	ONLINE	ALL	-	WB1	WB2	WB3	WB4	WB5	WB6	WB7	
EXPERTS' SEMINARS	F2F or VIDEO or STREAMING	ALL	2H.		DETA 1-ES1 & ES2 2 HOURS EACH			DETA 4-ES3 & ES4 1 HOUR EACH		DETA 5-ES5 & ES6 1 HOUR EACH	
CO-WORKING SPACE	F2F	UNEMPLOYED	-	CONTINUOUS TASK							
MENTORS / COACHES	F2F & ONLINE	UNEMPLOYED	-	CONTINUOUS TASK							

Korak	<b>IZKUSTVENO USPOSABLJANJE (DETA) 5.3. UVOD.</b> <b>HORIZONTALNE KOMPETENCE - OSEBNA BLAGOVNA ZNAMKA</b>
0	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dolžina tega usposabljanja (DETA) se ocenjuje na 8 ur, razdeljenih na 3 usposabljanja, <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 ure F2F (frontalno usposabljanje)</li> <li>• 4 ure na spletu (online).</li> </ul> </li> <li>- Ne pozabite pripraviti seznam prisotnih.</li> <li>- Ne pozabite dokumentirati usposabljanja, če je mogoče tudi posneti aktivnosti.</li> <li>- Odmori za kavo v F2F niso vključeni v ta čas.</li> </ul>
0.1	<p><b>Podatki o usposabljanju:</b></p> <p><b>Cilji:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Povečati znanje in kompetence udeležencev o teh transverzalnih kompetencah.</li> <li>• Omogočite udeležencem, da te veščine uporabijo v svojem okolju.</li> </ul> <p><b>Udeleženci:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brezposelne osebe.</li> </ul> <p><b>Kompetence:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• izgradnja partnerstev; ustvarjanje pozitivnih delovnih odnosov (timsko delo / sodelovanje); graditi na zaupanju; komunikacija.</li> </ul> <p><b>Vsebina usposabljanja: TEMA 2. Podjetništvo in samozaposlitev. Povečanje transverzalnih kompetenc.</b></p> <p>1. <b>Osebna blagovna znamka.</b> Kako zgraditi trden profil in ugled v kontekstu SHE in NFE.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Osebna blagovna znamka - pregled</li> <li>b. Zakaj potrebujete osebno blagovno znamko?</li> <li>c. Graditev osebne blagovne znamke - izhodišča in cilji?</li> <li>d. Kaj so socialni mediji?</li> <li>e. Razvrščanje spletnih mest v družabnih omrežjih</li> <li>f. Honeycomb okvir socialnih medijskih funkcionalnosti</li> <li>g. Socialni mediji - kaj je kaj zame (na osebni ravni)</li> <li>h. Socialni mediji - kaj je kaj zame (na ravni dela)</li> <li>i. Izbiranje in upravljanje socialnih omrežij</li> <li>j. Upravljanje spletnega ugleda</li> </ol>
1	<b>FRONTALNO USPOSABLJANJE SREČANJE 1 – NAVODILA, ČASOVNI OKVIR IN ORODJA</b>
1.1	<p><b>Otvoritev.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ko udeleženci prispejo v učilnico, jih predavatelj pozdravi, se predstavi in predstavi na kratko usposabljanje <b>DETA 5.1. (cilji, vsebine in načrt)</b></li> <li>- Predavatelj na kratko opozori na koncepte in dejavnosti, opravljene v predhodnjih DETA, in pusti nekaj časa za dvome in vprašanja, ki so se pojavila, in ki niso bila rešena.</li> <li>- Cilj tega dela otvoritve je tudi povezovanje vsebin in dejavnosti iz DETA 1 in 2, 3 in 4 z vsebino in dejavnostmi v DETA 5.1., zato da udeleženci vidijo skladnost in kontinuiteto usposabljanja.</li> <li>- Čas: 10 minut.</li> <li>- Orodja: PPT.</li> </ul>

1.2	<p><b>Vsebina usposabljanja:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Osebna blagovna znamka - pregled</b></li> <li><b>2. Zakaj potrebujete osebno blagovno znamko?</b></li> </ol> <p>Predavatelj bo predstavil udeležencem koncept, glavni cilj, da bodo razumeli: »Kaj je osebna blagovna znamka; kdo jo potrebuje in zakaj?«</p> <p>Predavatelj bo udeležence seznanil s konceptom osebne blagovne znamke, tako da udeležence prosil, naj delijo svoje mnenje o tej temi. Vedeti, kaj vsak udeleženec razume pod tem pojmom, je pomembno, da predavatelj strukturira vsebino na tak način, da bi jim pomagal pri razvoju osebne blagovne znamke. Za osebno blagovno znamko potrebujemo čas za razmislek, samoocenjevanje osebnih lastnosti, spretnosti in postavljanje osebnih razvojnih ciljev, so vse spodaj navedene dejavnosti primerne za osebne in spletne seje. Najboljši način za njihovo izvedbo je, da začnete dejavnost v frontalnem usposabljanju in jo pustite kot nalogo, ki jo morajo opraviti sami udeleženci. Rezultate / priporočila / nasvete lahko daste udeležencem na forumu.</p> <p>Za to bo trener začel s <b>skupinsko diskusijo <u>AKTIVNOST 1:</u></b></p> <p>Predavatelj odpre sejo s temo za skupinsko razpravo »Kaj menite, da je osebna blagovna znamka?« In sprejema odgovore udeležencev, zapiše jih na tablo / steno.</p> <p>Cilj te skupinske razprave je lažji in gladki uvod v naslednjo vajo. Razprava je namenjena vzpodbujanju udeležencev v smeri, da so osebne vrednote in prepričanja izražena v njihovem strokovnem vedenju, zato mora njihova osebna blagovna znamka temelji na njih. Ni potrebe, da si ustvarite lažno podobo sebe, da bi napredovali še naprej, saj bo vaša prava identiteta prej ali slej razkrita. Osebna blagovna znamka je veliko več od vrednot, prepričanj in profesionalnem vedenju." Zato je izhodišče za izdelavo osebne blagovne znamke analiza, kdo ste in kaj vas najbolje opisuje.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Čas:</b> 15 minut - 10 min skupinska razprava in 5 min za predavatelja, da naredi povzetek.</li> <li>- <b>Orodje:</b> PPT</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Po tej dejavnosti predavatelj uvade koncept osebne blagovne znamke - kaj vključuje; zakaj je; za koga je; kdaj začeti razvijati osebno blagovno znamko; kako začeti razvijati osebno blagovno znamko.</li> <li>2. Predstavitev je mogoča s pomočjo predhodno izbranega videoposnetka (<a href="#">glej primer</a>).</li> </ol> <p>Predavatelj nadaljuje s predstavitvijo <b><u>AKTIVNOSTI 2 (PRIMER)</u></b>:</p> <p>Predavatelj lahko združi udeležence glede na njihovo število (npr. v 5 skupin x 3 udeležence) in vsaki skupini dodeli drugo delo / poddelo videoposnetka za osebno blagovno znamko 101 (vsebina je podana spodaj).</p> <p><b>Alternativna metodologija:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1)</b> Drugi videoposnetek v zadevnem nacionalnem jeziku se lahko uporabi pri pregledu in uvajanju koncepta osebne blagovne znamke na splošno na frontalnem usposabljanju. Videoposnetek je lahko izbran tako, da je podoben tistemu, navedenemu kot spodnji primer.</li> </ol> <p><b>Nasveti za izbiro videoposnetka: poiščite tistega, kjer je osebna blagovna znamka razložena bolj kot teoretična lekcija - kaj je to, za koga je, kako to storiti. Novi videoposnetek se lahko uporabi na isti način, kot je opisano zgoraj.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>2)</b> Podjetje / samozaposleno osebo / osebo, ki dela v ekonomiji delitve in je znana po dosežkih glede osebne blagovne znamke (ali pa je že že raziskala to pot), jo lahko povabite, da poda svoje pričanje o tem, kako jim je osebna blagovna znamka pomagala napredovati.</li> </ol> <p><b>PRIMERI VIDEOPOSNETKOV</b> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=JR3k7Ef9kJI">https://www.youtube.com/watch?v=JR3k7Ef9kJI</a></p> <p>Ta videoposnetek je zelo dobro strukturiran, saj opisuje "kaj" in "kako" osebne blagovne znamke za 3 različne skupine ljudi, od katerih sta dve točno ciljna skupina projekta CO-LAB (iskalci zaposlitve, podjetniki).</p>
-----	---

<p>1.3.</p>	<p><b>Zaključki.</b> Ko se izvedejo prejšnji koraki, predavatelj predlaga udeležencem, naj se vrnejo k opombam (Aktivnost 1) in se pogovorijo o tem, ali so bili njihovi predlogi pravilni, njihova pričakovanja izpolnjena in/ali so dobili odgovore na vsa vprašanja / dvome. Vključite čas za vprašanja in razpravo. - Čas: 1 urain 15 min - Orodja: videoposnetki <b>Vsebina usposabljanja:</b> 1. <b>Graditev osebne blagovne znamke - izhodišča in cilji?</b></p> <p>Predavatelj bo predstavil koncepte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Osebna blagovna znamka temelji na načelih in osebni izjavi</li> </ul> <p>Predavatelj nadaljuje s predstavitvijo <b>AKTIVNOSTI 3:Opredelitev vodilnih načel (3 besede). Metodologija.</b></p> <p>Po razlagi teorije in pregleda osebne blagovne znamke predavatelj vpraša vsakega od udeležencev, da naj razmisli o treh besedah, ki bi najbolje opisale njegovo osebnost: "Ko razmišljate o sebi in kaj imate ponuditi svetu, kaj so tri besede, ki vam pridejo na misel? Vzemite si čas za razmislek, vendar hkrati poskušajte biti spontani (ne pretiravajte). "Te 3 besede ni nujno treba uradno navesti ali jih objaviti, zato bo lahko vsak udeleženec prosto pojasnil, kaj ga naredi edinstvenega in kaj ga vodi kot osebo, kaj se odraža v njegovem poklicnem življenju / karieri. Ta vodilna načela morajo odražati lastna prepričanja in vrednote udeležencev. Te besede so tudi osnova osebne izjave (glej naslednjo dejavnost). Če poznate vodnike, skozi življenje in kaj je vaš namen, je zelo enostavno narediti nadaljnjo analizo osebnostnih lastnosti in spretnosti.</p> <p>Predavatelj bi morda želel prikazati svoja 3 vodilna načela, da bi udeležencem pokazal smer razmišljanja in pojasnil namen te naloge. Nato pripravite naslednja navodila za udeležence: napišite vse besede, ki ste si jih zamislili, ko ste slišali za to vajo, nato pomislite nekaj minut in zožite seznam.</p> <p>Po tej dejavnosti lahko predavateljodpre skupinsko razpravo v skladu s pripravljenostjo udeležencev, da delijo svoja vodilna načela s preostalo skupino.</p> <p><b>Alternativna metodologija:</b> Če se nekateri izmed udeležencev v skupini že poznajo, jim lahko predavatelj predlaga, naj delajo v parih (ali drugih formatih skupin) in se med seboj vprašajo »Po čem sem poznan«. Nato lahko navedemo besede in vsak udeleženec lahko zoži seznam.</p> <p><b>Zaključki.</b> Ko so opravljene zgoraj opisane dejavnosti, predavatelj poda povzetek te podteme, ponovi cilj te aktivnosti in da udeležencem navodila, kako nadaljevati vadbo, ki se bo nadaljevala tudi na online sejah. Ta vaja je podrobneje opisana spodaj, v oddelku spletnih sej.</p> <p><b>Čas:</b> 30 min: 20 min individual work + 10 min group discussion (<b>AKTIVNOST 3</b> je predvidena kot individualna naloga, rezultati se lahko razpravljajo v skupini) <b>Orodja:</b> PPT - Vključite čas za vprašanja in razpravo.</p>
-------------	--



<p>1.4.</p>	<p><b>Vsebina usposabljanja:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kaj so socialni mediji?</li> <li>2. Razvrščanje spletnih mest v družabnih omrežjih</li> <li>3. Honeycomb (čebelja matrika) okvir socialnih medijskih funkcionalnosti</li> </ol> <p><b>Predavatelj bo predstavil koncept:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kaj so socialni mediji in kako delujejo; katera so najbolj razširjena spletna mesta socialnih medijev in kaj uporabljajo (v smislu osebne blagovne znamke)</li> </ul> <p>Predavatelj nadaljuje s predstavitvijo, kaj so socialni mediji, kaj je socialna mreža in predstavi glavne vrste socialnih omrežij ter razloži njihove funkcionalnosti. Po tem bo predavatelj razložil klasifikacijo spletnih strani socialnih medijev.</p> <p>Predavanje se lahko izboljša s pomočjo predhodno izbranega videa (<a href="#">glej predlagani videoposnetek</a>), še posebej v delu funkcij socialnih medijev.</p> <p><b>PREDLAGANI VIDEOPOSNETEK:</b> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=BCjCbqYs_j0">https://www.youtube.com/watch?v=BCjCbqYs_j0</a></p> <p><b>Zaključki.</b> Po pogovorih o različnih socialnih medijih in gledanju videoposnetka je pomembno, da preverite, ali se udeleženci zavedajo, da mora biti prisotnost na spletnih mestih namerna izbira in ne trend med prijatelji, in da je treba socialne medije upravljati.</p> <p>Da bi to naredili in zagotovili nemoten uvod v naslednji del seje, ki bo bolj praktično usmerjen, lahko predavatelj začne razpravo z vprašanjem "Na katerih socialnih medijih ste že prisotni in kako ste naredili izbiro?". Razprava je odprta, povabljeni so le tisti, ki bi radi sodelovali.</p> <p>Vključite čas za vprašanja in razpravo. <b>Čas*:</b> Skupaj: 45 minut: 40 minutes – predavanje; 5 minut - razprava <b>Orodja:</b> PPT, videoposnetek</p> <p><i>*ALTERNATIVA</i> <i>Izkazalo bi se lahko, da bodo vaje 1.1, 1.2 in 1.3 zapolnile celoten čas namenjen seji F2F. Predavatelju svetujemo, da si ogleda, kaj je vključeno in razmisli o preusmerjanju nekaterih vaj na dodatne dejavnosti, ki so dostopne prek platforme. Predavatelj lahko na primer začne neposredno s video posnetkom, ki pojasnjuje funkcionalnosti socialnih medijev, pri tem pa ponudi primere funkcionalnosti na konkretnih spletnih mestih. To bo omogočilo združitev obeh delov 1.4 (razlaga funkcij socialnih medijev z videoposnetki in razpravo o prisotnosti na spletnih mestih). Tako se čas lahko skrajša za 20 minut.</i> <i>Alternativni čas: 20 minut</i></p>
-------------	--

1.5	<p><b>Vsebina usposabljanja:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Socialni mediji - kaj je kaj zame (na osebni ravni)</li> <li>2. Socialni mediji - kaj je kaj zame (na ravni dela)</li> <li>3. Izbiranje in upravljanje socialnih omrežij</li> </ol> <p><b>Predavatelj bo predstavil koncept:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Socialni mediji - kaj je v njih zame, odvisno od profila (posameznik / poslovna raven). Kako izbrati najprimernejše socialne mreže glede na profil - iskalec zaposlitve / samozaposleni / podjetnik.</li> </ul> <p>Predavatelj nadaljuje s predstavitvijo <b>AKTIVNOSTI 5*</b>s skupinsko razpravo o videnemu videoposnetku (glej primer). Videoposnetek govori o grafičnemu oblikovalcu.</p> <p><b>Po ogledu videoposnetka</b> predavatelj združi udeležence v skupine (npr. : 5 skupin x 3 osebe) in vsaka skupina prejme ločeno vprašanje za odgovor na informacije, podane v videu: kje je našel prvo zaposlitev; Kje iskal druge priložnosti (blog, profili socialnih medijev); Katere socialne medije je uporabil, itd?</p> <p><b>Po tej dejavnosti</b> predavatelj predstavi glavne koncepte socialnih medijev - kaj je v njej, odvisno od profila, in nato predstavi različne vrste socialnih medijev (najbolj razširjene). Ta seja se konča tako, da se udeležencem prikaže infograf z najbolj razširjenimi spletnimi mesti socialnih medijev in razloži udeležencem, kakšna bi bila njihova prisotnost na spletu (glej spodaj).</p> <p><b>Alternativna metodologija:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realna oseba (primer osebe, ki dela na SHE / NFE platformah) je povabljen, da pove svojo zgodbo o tem, kako prisotnost na spletnih pomaga pri iskanju / rasti kariere / podjetja / samozaposlitve.</li> <li>• še en videoposnetek v zadevnem nacionalnem jeziku, ki govori o osebni / pravi zgodbi nekoga, katerega kariera / samozaposlitev / podjetje je izkoristila socialne medije.</li> </ul> <p><b>PRIMERI VIDEOPOSNETKOV:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=qeHtvuTcy70">https://www.youtube.com/watch?v=qeHtvuTcy70</a></li> </ul> <p><b>Zaključki:</b></p> <p>Predavatelj konča tO podtočko s skupinsko diskusijo o tem, ali imajo udeleženci jasnejši pogled in razumevanje socialnih medijev. To je tudi čas za Q &amp; A in za skupinsko interakcijo.</p> <p><b>Vsebina usposabljanja:</b></p> <p><b>1. Upravljanje spletnega ugleda</b></p> <p>Predavatelj uvede koncept upravljanja socialnih mrež - na katerih spletnih mestih, kako pogosto in kdaj je treba posodobiti vsebino. Pri tem lahko predavatelj ponovno udeležence združi v skupine - iskalci zaposlitve (ena skupina) in podjetnike / samozaposlene (druga skupina). Vsaka skupina ima drug člen, ki ga je mogoče prebrati (glej primere), saj obstaja drugačen pristop za vedenje in upravljanje družbenih medijev. S tem bomo udeležencem ponudili bolj praktično naravnano in prilagojeno vsebino glede na njihov profil in glede na njihov cilj (najdejo delo ali si prizadevajo za svoje delo).</p> <p><b>PRIMERI ČASOPISNIH ČLANKOV:</b></p> <p><b>Podjetniki:</b> <a href="https://www.shopify.com/blog/5130392-top-5-social-media-mistakes-entrepreneurs-make">https://www.shopify.com/blog/5130392-top-5-social-media-mistakes-entrepreneurs-make</a></p> <p><b>Iskalci zaposlitve:</b> <a href="https://theundercoverrecruiter.com/social-media-jobseekers-tips-career-savvy/">https://theundercoverrecruiter.com/social-media-jobseekers-tips-career-savvy/</a> / OR <a href="http://abranchofholly.com/blog/2015/11/20/how-to-brand-yourself-using-social-media">http://abranchofholly.com/blog/2015/11/20/how-to-brand-yourself-using-social-media</a></p> <p>Po zaključku te dejavnosti vsaka od skupin prejme seznam z vprašanji in odgovore. Po tem se obe skupini lahko predstavita pred drugo skupino. Na koncu predavatelj skupaj z udeleženci izriše in navede podobnosti med obema skupinama.</p>
-----	---

	<p><b>Čas:</b> 60 minut. <b>Orodje:</b> PDF; <b>*ALTERNATIVA</b></p> <p><i>Ker je za to Aktivnost 5 predvideno, da traja 1 uro in vključuje gledanje videoposnetkov, skupinsko razpravo, potem branje člankov in nato ponovno razpravo v skupini, je morda vse to preveč in presega omejitve 1 ure. Predavatelj lahko razmisli o naslednjih alternativnih korakih:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>se pred začetkom usposabljanja odloči, ali je mogoče povabiti osebo, da priča, kako so ji socialni mediji pomagali začeti / razviti kariero / podjetniško izkušnjo. To lahko skrajša čas za polovico, saj lahko obe vaji (gledanje videoposnetka in branje članka) opravi s povabljenimi osebami;</i></li> <li>- <i>Če bo oseba s pričevanjem o tem, kako so ji socialni mediji pomagali pri rasti v svoji karieri / podjetju, vendar ne more biti fizično prisotna, lahko predavatelj načrtuje online sejo. V tem primeru mora predavatelj predvideti datum in uro na seji F2F ter dati navodila udeležencem, kako se udeležiti spletnega seminarja (tehnične zahteve in pravilo za udeležbo na spletni seji. Za več nasvetov glejte online sejo 2);</i></li> <li>- <i>Če ni nobene možnosti, da bi bila oseba povabljena na sejo, se predavatelju priporoča, da pregleda videoposnetek in izbere le nekaj njegovih delov. Videoposnetek traja 16 min, lahko ga skrajšate na 7-8 minut premori za razpravo - skupaj lahko traja 20 minut namesto 60 minut.</i></li> </ul> <p><i>Alternativni čas: 20 minut</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>predavatelju se priporoča, da se vnaprej seznanijo z udeleženci, da se bo lažje odločil, kako voditi aktivnost 1.5. Članki za branje so dobro načrtovani za "Online sejo 2 / Aktivnost 3. Izberite, na katerih spletnih mestih so prisotni in tam odprite / registrirajte profil", udeležencem se lahko dodeli še dodatnih 0,5 ure, da bi izpolnili obe nalogi, vključno s tistimi, ki so opisane v tem oddelku.</i></li> </ul>
1.6	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Predavatelj vpraša udeležence za povratne informacije, poskuša rešiti vse možne dvome in vprašanja..</li> <li>• Predavatelj razloži udeležencem, kako se bodo izvajala online usposabljanja in kaj se od njih pričakuje, ter pojasni dejavnosti, ki bodo izvedene na spletu.</li> <li>• Predavatelj pripravi udeležence za naslednjo srečanje F2F.</li> </ul> <p>Vključite čas za vprašanja in razpravo. <b>Čas:</b> 15 minut. <b>Orodje:</b> PPT</p>

2	<b>ONLINE SEJA 1 - SMERNICE, ČAS IN ORODJA</b>
2.0	<p>Predavatelj je že oblikoval online sejo in jo naložil na platformo e-usposabljanja.</p> <p>Stvari, ki jih je treba opraviti na spletu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Udeleženci morajo prebrati, si ogledati in prenesti (če hočejo), gradiva za usposabljanje (PPT, Wordov dokument, dopolnilni branja itd.) za Temo 2.</li> </ul>
2.1	<p><b>Aktivnost 1</b></p> <p>Ta spletna dejavnost je povezana s sejo F2F z naslovom »Osebna blagovna znamka - pregled«. Za kaj potrebujete osebno blagovno znamko? "</p> <p>Udeleženci prenesejo e-knjigo Colin Wrighta "Osebna blagovna znamka" in jo preberejo v oddelkih, ki jih je dal predavatelj. Po tem bi morali navesti nekaj področij, za katera niso pričakovali, da bodo del osebne blagovne znamke.</p> <p>Cilj te aktivnosti je aktiviranje udeležencev za raziskovanje teme in omogoči se jim poglobljeno in temeljito razumevanje osebne blagovne znamke.</p> <p>Čas: 1 ura Orodje: e-knjiga PDF</p> <p>Dodatno branje o osebni blagovni znamki: <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Personal_branding">https://en.wikipedia.org/wiki/Personal_branding</a></p>
2.2	<p><b>Aktivnost 2</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Razvijanje osebne izjave</b></li> </ul> <p>Ta aktivnost temelji na vajah, podanih v F2F "AKTIVNOST 3 Opredelitev vodilnih načel (3 besed)". Udeleženci bi morali identificirati 3 besede kot vodilna načela za svojo osebnost. Zdaj morajo še naprej razvijati ta vodilna načela in jih vključiti v izjavo o poslanstvu. Vsak udeleženec mora napisati svojo izjavo o poslanstvu in jo deliti bodisi na spletu bodisi osebno s predavateljem.</p> <p>Izjava o poslanstvu ne sme imeti več kot 5 stavkov.</p> <p>Čas: 1 ura Orodje: word dokument</p> <p><b>Dodatno branje:</b></p> <p><a href="https://sproutsocial.com/insights/personal-branding/">https://sproutsocial.com/insights/personal-branding/</a>  <a href="https://www.levo.com/posts/3-steps-to-defining-your-personal-brand">https://www.levo.com/posts/3-steps-to-defining-your-personal-brand</a>  <a href="https://www.betterbrandingcourse.com/article/cohesive-branding-as-a-multi-passionate-creative">https://www.betterbrandingcourse.com/article/cohesive-branding-as-a-multi-passionate-creative</a>  <a href="http://www.creativeandcoffee.com/what-is-branding-why-is-it-so-important/">http://www.creativeandcoffee.com/what-is-branding-why-is-it-so-important/</a>  <a href="http://freedomjunkies.com/how-do-i-put-myself-out-there-and-grow-my-brand-when-i-am-very-shy/">http://freedomjunkies.com/how-do-i-put-myself-out-there-and-grow-my-brand-when-i-am-very-shy/</a></p> <p>Dodatno branje za razvoj izjave o poslanstvu:  <a href="https://www.forbes.com/forbes/welcome/?toURL=https://www.forbes.com/sites/drewhendricks/2014/11/10/personal-mission-statement-of-14-ceos-and-lessons-you-need-to-learn/&amp;refURL=&amp;referrer=">https://www.forbes.com/forbes/welcome/?toURL=https://www.forbes.com/sites/drewhendricks/2014/11/10/personal-mission-statement-of-14-ceos-and-lessons-you-need-to-learn/&amp;refURL=&amp;referrer=</a>  <a href="https://well.blogs.nytimes.com/2015/01/05/personal-coaches-and-mission-statements/?_r=0">https://well.blogs.nytimes.com/2015/01/05/personal-coaches-and-mission-statements/?_r=0</a></p>

3	<b>ONLINE SEJA 2 - SMERNICE, ČAS IN ORODJA</b>
3.0	<p>Predavatelj je že oblikoval online sejo in jo naložil na platformo e-usposabljanja.</p> <p>Stvari, ki jih je treba opraviti na spletu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Udeleženci morajo prebrati, si ogledati in prenesti (če hočejo), gradiva za usposabljanje (PPT, Wordov dokument, dopolnilni branja itd.) za Temo 2.</li> </ul>

**Aktivnost 3\*.**

- **Izberite, na katerih socialnih medijev želite biti prisoten, in tam odprite / registrirajte profil.**

Udeležencem svetujemo, da odprejo svoj profil- glede na njihov namen (iskanje zaposlitve ali začetek lastnega podjetja). Za pravilno odločitev so na voljo naslednje dodatno branje (glej spodnje povezave). Lahko se sklicujejo na infografe, ki so jim prikazane med sejo F2F. Če nekateri udeleženci navedejo, da so že prisotni na nekaterih socialnih medijih, jim svetujemo, da skrbno preučijo svoj profil in če so ti bolj uporabljeni za osebno življenje ali pa so bolj zabavni, potem jih povabimo, da razmislijo o odprtju drugega profila na isti spletni strani socialnih medijev, vendar za poklicne namene.

Izbira za prisotnost v socialnih medijih je možna tudi ob upoštevanju seje F2F o upravljanju prisotnosti v socialnih medijih. Če na primer oseba želi odpreti spletno trgovino in je edini zaposleni, jim svetujemo, da so prisotni, ne več kot dveh socialnih mestih, saj jim bo to omogočilo redno posodabljanje profilov.

Po zaključku te spletne dejavnosti so udeleženci povabljeni, da delijo s predavateljem, katere spletne strani za socialne medije so izbrali. Predavatelj jim nato poda infograf o tem, kako še izboljšati te profile (izberite ustrezne infografe o tem, kako izboljšati svoj profil na ... npr.: LinkedIn, Facebook itd.)

3.1

Čas: 1 ura

Orodja: word dokument

Dodatno branje za izbiro pravega socialnega omrežja – splošni pregled

<https://www.statista.com/statistics/260808/social-network-penetration-in-western-europe/><https://blog.pepper.com/these-are-europes-biggest-social-networks/>

Dodatno branje:

<https://blog.wishpond.com/post/72672192941/social-media-marketing-which-platform-is-right-for><https://www.searchenginepeople.com/blog/925-social-media-platforms-around-the-world.html>**\*ALTERNATIVA**

Upoštevajte, da lahko ta spletna seja vključuje dodatno vajo za udeležence usposabljanja, odvisno od odločitev, ki so jih izvedli predavatelji v okviru dejavnosti 1.5, in sicer ali so članki za branje v okviru dejavnosti 1.5. ali so vključeni tukaj. V tem primeru se udeležencem dodeli dodatne 0,5 ure, da izpolnijo obe nalogi, vključno s tistim, ki je že opisan v tem razdelku.

Če se je predavatelj odločil, da povabi osebo k interakciji z udeleženci med online sejo lahko uporabite 1 uro za spletno razpravo. Če ste izbrali to možnost, je potrebno dati udeležencem ustrezna navodila.

Primer pravil:

1) vsi udeleženci se lahko prijavijo / pridružijo webinarju ob dogovorjenem času

2) ob zamudi, se prijavite / pridružite tiho in poskusite razumeti in poglobiti v razpravo, ne prekinjajte pogovora, da se opravičite, ker ste pozni;

3) vedno izključite mikrofona, da preprečite stranski hrup;

4) Če se ne morete povezati, stopite v stik s predavateljem in potrpežljivo počakajte, dokler se problem ne reši. Ne diskutirajte z udeleženci v razpravi, ker jih to moti.

5) Druga pravilapostavi povabljenec ali predavatelj.

3.2	<p><b>Aktivnost 4</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>izdelajte strategijo za posodobitev profila.</b></li></ul> <p>Iz infografov, naloženih v mapo za to spletno sejo, izberite infografijo, ki je za vaše želene socialne medije najbolj primerna in naredite strategijo v skladu z navodili, ki so tam navedena. (npr: če ste izbrali Facebook, nato izberite infografijo, ki je za Facebook, in poskusite narediti enomesečni načrt, kaj želite objaviti na tem profilu.</p> <p>Dodatno branje na temo zakaj je treba upravljati z blagovno znamko: <a href="https://theundercoverrecruiter.com/things-damage-brand/">https://theundercoverrecruiter.com/things-damage-brand/</a></p> <p>Čas: 1 ura Orodje: Infographics, Word dokument</p>
-----	--

3	<b>HORIZONTALNO USPOSABLJANJE. CO-DELOVNI PROSTOR IN TRENER / MENTOR.</b>
3.1	<p>Udeleženci bodo imeli možnost dela v co-prostoru, tam kjer bo potekalo usposabljanje. V teh prostorih se bodo ukvarjali z aktivnostmi usposabljanja in bodo okrepili svoje podjetniške in samozaposlitvene načrte in aktivnosti. Prostor mora imeti internetno povezavo in lahko se odločijo tudi usposabljati v teh prostorih.</p> <p>Glede DETA 5.1 bodo udeleženci delali na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Posodobitvi samo-diagnoze:</li> <li>• Udeleženci bodo testirali in uporabili več razpoložljivih orodij za samodijagnozo osebnih blagovnih znamk.</li> <li>• Udeleženci bodo posodobili svojo samodijagnozo in jo predstavili kot "stvari za izboljšanje" v načrtu samozaposlitve</li> <li>• Posodobili samozaposloveni načrt:</li> <li>• Udeleženci se bodo poglobili in ocenili, kakšno osebno blagovno znamko potrebujejo za vključevanje v SHE okolja in platforme in kako bi jih lahko bolje prilagodili svojemu načrtu samozaposlovanja.</li> </ul>
3.2	<p>Udeleženci bodo vzdolž usposabljanja imeli podporo (spletno in / ali F2F) predavatelja / trenerja / mentorja, ki jim bo pomagal pri razvoju dejavnosti in bo poskusil odgovoriti na dvome, ki se jim bodo pojavili.</p> <p>Glavni cilj tega je olajšati usposabljanje udeležencem, ne le za doseganje ciljev usposabljanja, ampak tudi za povečanje njihovih načrtov za podjetništvo ali samozaposlitev.</p> <p>Predavatelj / Trener / mentor bo olajšal (olepšal) program z alternativni dogodki SHE in NFE, forumi, tv programi, itd., Udeleženci bodo seznanjeni z dogajanjem okoli konceptov SHE in NFE.</p> <p>Predavatelj / Trener / mentor bo podpiral izmenjavo znanja med udeleženci.</p> <p>Glede DETA 5.1 bo predavatelj / trener / mentor sledil:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Online seji1, aktivnost 1in 2.</li> <li>• Online seji2, aktivnost 3 in 4.</li> <li>• Izmenjava znanja v co-virtualnem prostoru in spodbujanje foruma s tem, da se udeležencem pošiljajo vprašanja, razmišljanja o temi, novice, itd.</li> <li>• COACH / MENTOR bo na voljo v posebnem urniku za preverjanje in podporo udeležencev.</li> </ul>