



INTELLECTUAL OUTPUT I.O.3
ERFAHRUNGSORIENTIERTE
TRAININGSAKTIVITÄTEN
5.3. EINFÜHRUNG.
TRANSVERSALKOMPETENZ FÜR
UNTERNEHMERTUM UND
SELBSTBESCHÄFTIGUNG .
SELBSTVERMARKTUNG

PRÄSENTATION DES INTELLECTUAL OUTPUTS

Der Intellectual Output ‚Erfahrungsorientierte Trainingsaktivitäten‘ ist Teil des Projekts ERASMUS + CO_LABOURative_LAB. Die Inhalte sind das Ergebnis der Integration von IO.1 (gemeinsam erstellte Trainingsmethodik) und IO.2 (Schulungsunterlagen).

IO.3 Trainingsaktivitäten ist der letzte Output der folgenden Aktivitäten:

- O3-A1. Entwicklung erfahrungsorientierter Trainingsaktivitäten und Materialien.
- O3-A2. Entwicklung von Materialien für die Trainer der erfahrungsorientierten Trainingsaktivitäten.
- O3-A3. Übersetzung der erfahrungsorientierten Trainingsaktivitäten.

Wie in IO.1 erwähnt, hat das Co_LABOURative_LAB PROJEKT „Verbesserung der Beschäftigungsfähigkeit von Arbeitslosen durch neue Formen der Beschäftigung und Sharing Economy“ das Hauptziel, ein Trainingsprogramm zur Steigerung der Kompetenzen von Langzeitarbeitslosen, jungen Arbeitslosen sowie Personalverantwortlichen zu entwickeln und umzusetzen. Die Sharing Economy und neue Beschäftigungsformen sind innovative Möglichkeiten, Unternehmertum und selbstständige Beschäftigung zu fördern. Co_LABOURative_LAB zielt auf die Weitergabe von innovativem Wissen, sowie Werkzeugen und Praktiken durch praxisorientiertes Lernen, Learning-by-doing, Zusammenarbeit zwischen den Auszubildenden und den Einsatz von IKT-Tools ab. Wir erwarten, dass die Trainees eine hervorragende Trainingserfahrung mit hohem Einfluss auf ihr künftiges Berufsleben machen.

Der Kurs ist nach den folgenden Grundsätzen strukturiert

1. Die Dauer des Kurses beträgt 62 Stunden, davon:
 - a. 26 Stunden Face-to-Face Sitzungen,
 - b. 28 Stunden Online-Sitzungen,
 - c. 8 Stunden sind 6 Expertenseminaren zugeteilt.
2. Der letzte Workshop dient der Projektpräsentation der Trainees.
3. Die Methodik wird aktiv und partizipativ sein, wird in unterschiedlichen Workshops umgesetzt und umfasst:
 - a. Face-to-Face Sitzungen.
 - b. Online-Sitzungen.
 - c. Webinare.
 - d. Virtuelle Zusammenarbeit.
 - e. Räumlichkeit für Trainees während des Kurses (für gemeinsame Arbeit).
 - f. Die Unterstützung von Mentoren oder Coaches für die Auszubildenden während des Kurses.
 - g. Praktischer Ansatz mit Fallstudien, Videos, Expertenseminaren, ergänzender Lektüre.
4. Eine e-Training-Plattform wird mit dem Ziel entwickelt werden:
 - a. die verschiedenen Schulungsunterlagen und Ressourcen zuzuteilen.
 - b. Virtuelle gemeinsame Arbeit zu ermöglichen.

Die Trainees sind:

- Arbeitslose (vor allem diejenigen, die mehr als ein Jahr arbeitslos gewesen sind bzw. älter als 45 Jahre und / oder jünger als 30 Jahre sind).
- Personalverantwortliche.

Es wird empfohlen, die Schulungen nicht mit mehr als 12-15 Trainees durchzuführen, um eine effiziente Zuweisung und Organisation der Ressourcen zu gewährleisten.

Das allgemeine Ziel des Projekts Co-LABOURative LAB Projekt ist es, die Kompetenzen der Langzeitarbeitslosen, der jungen Arbeitslosen sowie der Personalverantwortlichen zu erhöhen, und Wege zu finden, die Sharing Economy (SHE) und neue Formen der Beschäftigung zu nutzen (NFE), um Entrepreneurship (EPS) und Selbständigkeit (SE) zu fördern. Möglich werden

soll dies durch die Übertragung von innovativem Wissen, Werkzeugen und Praktiken basierend auf praxisorientiertem Lernen, indem die Zusammenarbeit zwischen Auszubildenden sowie der Einsatz von IKT-Tools erhöht wird.

Spezifische Ziele sind:

- Kenntnisse zu SHE und NFE und ihrer Dynamik zu vermitteln, einschließlich der Funktionsweise der entsprechenden IKT-Tools und Plattformen.
 - Den Trainees die Entwicklung eigener Konzepte zu Entrepreneurship und Selbstständigkeit unter Verwendung von SHE und NFE zu ermöglichen.
 - Den Trainees den Erwerb von Kompetenzen zur Verbesserung ihrer unternehmerischen Pläne zu ermöglichen (Kreativität und Innovation, digitale Fähigkeiten, die Verwaltung von sozialen Netzwerken und Personal Branding).
 - Den Trainees den Erwerb von Wissen zu spezifischen Themen wie dem Zugang zu Finanzierung, relevanten rechtlichen Regulierungen und dem Zugang zu relevanten Märkten zu erleichtern.
 - Beide Seiten des Arbeitsmarktes, Arbeitgeber und Arbeitssuchende, in der gleichen Trainingsumgebung zu verbinden.
 - Den Trainees konkrete und kollaborative Arbeitsansätze zu bieten, um die trainierten Fähigkeiten anzuwenden und ihre Beschäftigbarkeit noch während der Ausbildung zu erhöhen.
- Um die oben genannten Ziele zu erreichen, wird vorgeschlagen, eine Trainingsmethodik zu entwickeln, die auf den folgenden Richtlinien basiert:

- Anpassung die Lernfähigkeiten der Zielgruppen (Arbeitslose und Personalverantwortliche).
- Die Ausbildung basiert auf Konzepten erfahrungsorientierten Trainings und Learning by doing, die Trainingsmethodik wird damit in erster Linie aktiv und praktisch sein.
- Die Schulungen finden im Klassenzimmer und online statt, es werden also Materialien und Tools für beide Trainingsumgebungen entwickelt.
- Die Teilnahme der Auszubildenden ist obligatorisch während der Schulungen, die Trainer sind daher aufgefordert, interaktive Trainingsaktivitäten zu entwickeln, die den Austausch von Erfahrungen und Wissen zwischen den Trainees ermöglichen.
- Die Schulung wird einen Mentoring / Coaching-Ansatz haben. Techniker aus den Industrie- und Handelskammern werden die Trainees während des Trainings unterstützen.
- Die Industrie- und Handelskammern werden einen Co-working Space für die Trainees zur Verfügung stellen, damit sie ihre Projekte und Pläne in einer unterstützenden Umgebung entwickeln können.
- Eine e-Training-Plattform wird entwickelt, um Online-Training zu erleichtern, Wissen und Erfahrungen der Auszubildenden zu teilen und Schulungen durch verschiedene Online-Training-Tools zu unterstützen.

Eine vorgeschlagene Struktur jedes Workshops umfasst:

- Aufbau und Inhalt.
- Zeitplan mit einer Aufschlüsselung der wichtigsten Aktivitäten.
- Tipps und Anregungen.
- Wichtiges.

Diese Richtlinien sind ein empfohlenes Verfahren, das in der Praxis flexibel angewendet werden soll. Trainer sollten jeden Workshop entsprechend der je spezifischen Anforderungen vorbereiten und dabei immer die Ziele des Gesamtprogramms im Blick behalten.

TRAINING Kursplanung.

	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							

Schritt	<p>EXPERIENTAL TRAINING AKTIVITÄT 5.3 . EINFÜHRUNG. TRANSVERSALKOMPETENZ FÜR UNTERNEHMERTUM UND SELBSTBESCHÄFTIGUNG . SELBSTVERMARKTUNG</p>
0	<p>-Die Länge dieser DETA wird in 8 Stunden in 3 Trainingseinheiten verteilt ,</p> <ul style="list-style-type: none"> • 4 Stunden F2F • 4 Stunden online <p>- Vergessen Sie nicht, die Anwesenheitsliste bereit zu haben.</p> <p>- Vergessen Sie nicht, Fotos zu machen und wenn möglich ein Video der Aktivitäten aufzunehmen.</p> <p>- Kaffeepausen in den F2F-Sitzungen sind nicht im Timing enthalten, wir schätzen, dass sie 30 Minuten dauern können, so dass Sitzungen von Angesicht zu Angesicht 3 Stunden und 30 Minuten effektive Arbeit beinhalten .</p>
0.1	<p>Workshopdaten: Ziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erhöhen Sie die Kenntnisse und Fähigkeiten der Auszubildenden über diese transversalen Fähigkeiten. • Erleichtern Sie es den Auszubildenden, diese Fähigkeiten auf reale Umgebungen anzuwenden. <p>Teilnehmer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arbeitslose. <p>Kompetenzen, die trainiert werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau von Partnerschaften; Aufbau positiver Arbeitsbeziehungen (Teamwork / Collaboration); Vertrauen aufbauen; Kommunikation . <p>Trainingsinhalte: THEMA 2. Unternehmertum und Selbständigkeit. Transversale Kompetenzen stärken .</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persönliches Branding . Wie man ein solides Image und Ansehen im SHE- und NFE-Kontext aufbauen kann. <ol style="list-style-type: none"> a. Personal Branding - Übersicht b. Wofür benötigen Sie ein persönliches Branding? c. Aufbau Ihrer persönlichen Marke - Ausgangspunkt und Ziel? d. Was sind Social Media? e. Klassifizierung der Social-Media-Sites f. Honeycomb Framework der Social Media Funktionalität g. Social Media - was ist für mich drin (auf persönlicher Ebene) h. Social Media - was ist für mich drin (auf Arbeitsebene) i. Auswählen und Verwalten von sozialen Netzwerken j. Online-Reputationsmanagement
1	<p>Face-to-Face-Sitzung 1- Leitlinie, Zeitplan und Werkzeuge</p>
1.1	<p>Eröffnung .</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sobald die Teilnehmer im Klassenraum angekommen sind, heißt der Trainer sie willkommen . - Der Trainer stellt die Ziele, Inhalte und Planung von DETA 4.2 vor. - Der Trainer ruft die Konzepte und Aktivitäten aus den bisherigen Workshops in Erinnerung und läßt einige Zeit für Zweifel und Fragen, die aufkommen. - Das Ziel ist auch, die Inhalte und Aktivitäten aus den bisherigen Workshops mit den Inhalten und Aktivitäten in DETA 4.2 zu verbinden, damit die Trainees Kohärenz und Kontinuität im Verlauf der Workshops sehen. <p>- Timing: 10 Minuten.</p> <p>- Werkzeug: PPT.</p>

Trainingsinhalte:

Personal Branding - Übersicht

Wofür benötigen Sie ein persönliches Branding?

Der Trainer wird den Teilnehmern die Konzepte vorstellen, das Hauptziel ist, dass die Auszubildenden verstehen: "Was ist Personal Branding? Wer braucht es und warum? "

Der Trainer wird den Teilnehmern das Konzept des persönlichen Branding vorstellen, indem er die Teilnehmer dazu auffordert, ihre Meinung zu diesem Thema zu äußern. Zu wissen, was jeder der Trainees unter diesem Begriff versteht ist wichtig, damit der Trainer den Inhalt so strukturieren kann, dass die Trainees weiter in ihrer persönlichen Branding Entwicklung unterstützt werden. Da Personal Branding Zeit für Reflexion, Selbsteinschätzung persönlicher Qualitäten, Fähigkeiten und die Festlegung persönlicher Entwicklungsziele benötigt, eignen sich alle unten vorgeschlagenen Aktivitäten sowohl für persönliche als auch für Online-Sitzungen. Der beste Weg, dies zu tun, besteht darin, die Aktivität in der persönlichen Sitzung zu beginnen und sie dann als Aufgabe zu verstehen, die von den Auszubildenden selbst ausgefüllt werden muss. Ergebnisse / Empfehlungen / Hinweise können den Teilnehmern im Forum gegeben werden.

Dazu beginnt der Trainer mit einem ACTIVITY 1 Group-Gespräch . Methodik:

Der Trainer eröffnet die Sitzung mit einem Thema für Gruppendiskussion „Was glaube ich, dass Personal Branding ist? "Er schreibt die Antworten der Teilnehmer auf Post-it-Notizen und klebt diese auf eine Tafel / Wand.

1. 2

Ziel dieser Gruppendiskussion ist es, die nächste Übung leichter und reibungsloser zu gestalten. Die Diskussion soll die Auszubildenden in die Richtung bringen, in der persönliche Werte und Überzeugungen in ihrer professionellen Art und ihrem Verhalten äußerlich zum Ausdruck kommen, daher basiert ihre persönliche Marke auf ihnen. Es ist nicht notwendig, ein falsches Bild von Ihnen zu erschaffen, um weiter voranzukommen, da Ihre wahre Identität früher oder später enthüllt werden wird. Personal Branding ist viel mehr über Ihre Grundwerte, Überzeugungen und professionelles Verhalten. Ausgangspunkt für den Aufbau einer persönlichen Marke ist daher die Analyse, wer Sie sind und was Sie am besten beschreibt.

-Timing : 15 Minuten - 10 Minuten Gruppendiskussion und 5 Minuten für den Trainer, um eine Zusammenfassung zu machen

- Werkzeug : PPT

Nach dieser Aktivität führt der Trainer das Konzept des Personal Branding ein - was es beinhaltet; wofür ist das; für wen ist das; Wann man beginnt, seine Eigenmarke zu entwickeln; Wie beginne ich mit der Entwicklung einer persönlichen Marke?

Die Einführung kann mit Hilfe eines zuvor ausgewählten Videos erfolgen (siehe Beispiel).

Dafür präsentiert der Trainer ACTIVITY 2 (BEISPIEL):

Der Trainer kann die Teilnehmer nach ihrer Anzahl gruppieren (zB: 5 Gruppen x 3 Auszubildende) und jeder Gruppe einen anderen Teil / Unterthema des Videos für Personal Branding geben (der Inhalt ist unten angegeben).

Methodische Alternativen:

1) Ein weiteres Video kann im Rahmen des F-2F-Trainings dem Überblick und der Einführung des Konzepts von Personal Branding im Allgemeinen dienen. Das Video kann so gewählt werden, dass es dem unten angegebenen Beispiel ähnelt.

Tipps zur Auswahl des Videos : Finden Sie eines, bei dem das persönliche Branding eher als theoretische Lektion verstanden wird - was ist es, für wen ist es, wie? Das neue Video kann auf dieselbe Weise wie oben beschrieben verwendet werden.

2) Ein Unternehmer / Selbständiger / Person, der/die in der kollaborativen Wirtschaft arbeitet und für ihre Leistungen in Personal Branding bekannt ist (oder einfach den Weg der persönlichen Entwicklung bereits erkundet hat), kann eingeladen werden, sein/ihr persönliches Engagement zu demonstrieren.

es beschreibt das "Was" und "Wie" des persönlichen Brandings für drei verschiedene Personengruppen, von denen zwei genau die Zielgruppe des CO-LAB-Projekts (Arbeitssuchende, Unternehmer) sind.

1.2

BEISPIEL VIDEOS

<https://www.youtube.com/watch?v=JR3k7Ef9kJI>

Dieses Video ist sehr gut strukturiert, den **Schlussfolgerungen**.

Nachdem die vorherigen Schritte durchgeführt wurden, schlägt der Ausbilder den Auszubildenden vor, zu den Post-it-Notizen (Aktivität 1) zurückzukehren und mit ihnen zu diskutieren , ob ihre Vorschläge richtig waren, ihre Erwartungen erfüllt und alle Fragen / Zweifel beantwortet wurden.

Planen Sie Zeit für Fragen und Interaktion ein.

Timing : 1 Stunde und 15 min

- Werkzeug : Video

1.3.	<p>Trainingsinhalte: Aufbau Ihrer persönlichen Marke - Ausgangspunkt und Ziel ?</p> <p>Der Trainer wird den Teilnehmern die Konzepte vorstellen:</p> <p>Personal Branding basiert auf Leitsätzen und einer persönlichen Aussage</p> <p>Dazu beginnt der Trainer mit ACTIVITY 3 : Leitsätze identifizieren (3 Wörter) . Methodik.</p> <p>Nachdem der Trainer die Theorie und den Überblick über das persönliche Branding erklärt hat, bittet er jeden der Auszubildenden, an drei Wörter zu denken, die sie am besten als Persönlichkeit beschreiben mit der Frage "Wenn du über dich nachdenkst und was du der Welt zu bieten hast,welche drei Wörter kommen dir in den Sinn? Nimm dir Zeit zum Nachdenken, aber versuche gleichzeitig, spontan zu sein (nicht zuvielnachzudenken). "Diese drei Wörter müssen nicht unbedingt offiziell angegeben oder irgendwo veröffentlicht werden, sie werden für jeden der Auszubildenden benötigt, um zu klären, was sie ausmacht einzigartig und was führt sie als Personen, die dann in ihrem Berufsleben / Karriere reflektiert wird. Diese Leitsätze sollten die Überzeugungen und Werte der Auszubildenden widerspiegeln. Diese Worte bilden auch die Grundlage für die persönliche Aussage (siehe nächste Aktivität). Wenn du weißt, was dich durch das Leben führt und was dein Zweck ist, ist es sehr leicht, weitere Analysen der Persönlichkeitsqualitäten und Fähigkeiten zu machen.</p> <p>Der Trainer möchte vielleicht seine eigenen 3 Leitprinzipien zeigen, um den Auszubildenden die Richtung des Denkens zu zeigen und den Zweck dieser Aufgabe zu verdeutlichen. Dann gibt er / sie den Auszubildenden folgende Anweisungen: " Schreibe alle Wörter, die dir in den Sinn gekommen sind, als du von dieser Übung gehört hast, dann denke einige Minuten nach und beschränke die Liste " .</p> <p>Nach dieser Aktivität kann der Trainer eine Gruppendiskussion nach der Bereitschaft und Bereitschaft der Teilnehmer führen, ihre Leitprinzipien mit dem Rest der Gruppe zu teilen.</p> <p>Methodologiealternative: Wenn sich einige der Auszubildenden innerhalb der Gruppe bereits kennen, könnte der Trainer ihnen vorschlagen, in Paaren (oder anderen Gruppenformaten) zu arbeiten und sich gegenseitig zu fragen, "wofür ich bekannt bin". Dann können die Wörter aufgelistet werden und jeder der Teilnehmer kann daran arbeiten, die Liste einzugrenzen.</p> <p>Schlussfolgerungen .</p> <p>Nachdem die oben beschriebenen Aktivitäten durchgeführt wurden, erstellt der Trainer eine Zusammenfassung dieses Unterthemas, bekräftigt das Ziel dieser Aktivität und gibt den Teilnehmern Anweisungen, wie sie die Übung während der Online-Sitzungen fortsetzen können. Diese Übung wird unten im Abschnitt Online-Sitzungen ausführlich beschrieben.</p> <p>Timing : 30 min: 20 min Einzelarbeit + 10 min Gruppendiskussion (ACTIVITY 3 ist als individuelle Aufgabe vorgesehen und Ergebnisse können in der Gruppe diskutiert werden)</p> <p>Werkzeug : PPT</p> <p>Fügen Sie Zeit für Fragen und Diskussionen ein.</p>
------	--

	<p>Trainingsinhalte * :</p> <p>Was ist Social Media? Klassifizierung der Social-Media-Sites Honeycomb Framework der Social Media Funktionalität</p> <p>Der Trainer wird den Teilnehmern die Konzepte von * vorstellen :</p> <p>Was ist Social Media und wie funktioniert es? Welches sind die am weitesten verbreiteten Social-Media-Websites und wofür werden sie verwendet (in Bezug auf das persönliche Branding)?</p> <p>Dazu beginnt der Trainer mit einer Erklärung, was Social Media ist, welche Social-Media-Netzwerke es gibt und welche die wichtigsten Arten von Social-Networking-Sites sein werden, und erklärt ihre Funktionalitäten. Danach erklärt der Trainer die Klassifizierung der Social-Media-Seiten.</p> <p>Die Darstellung des Trainers kann mit Hilfe eines zuvor ausgewählten Videos (siehe Videovorschlag) verbessert werden , insbesondere im Bereich der Funktionalitäten der Social-Media-Seiten.</p> <p>EMPFOHLENES VIDEO: https://www.youtube.com/watch?v=BCjCbqYs_j0</p> <p>Schlussfolgerungen Nachdem Sie über verschiedene Social-Media-Networking-Sites gesprochen und das Video angeschaut haben, ist es wichtig, das Verständnis der Teilnehmer zu bestätigen, dass Präsenz auf Social-Media-Sites eine bewusste Entscheidung sein sollte, anstatt einem Trend unter Freunden und dem engsten Kreis zu folgen verwaltet werden.</p> <p>1.4. Um dies zu erreichen und um einen reibungslosen Auftakt für den nächsten Teil der Sitzung zu ermöglichen, kann der Trainer mit den Praktikanten eine Diskussion mit der Frage "Auf welchen Social-Media-Seiten Sie bereits präsent sind und wie es gemacht wurde Sie treffen Ihre Wahl? ". Die Diskussion ist offen und kostenlos, zum Teilen eingeladen sind nur diejenigen, die möchten.</p> <p>Planen Sie Zeit für Fragen und Diskussionen ein.</p> <p>Timing * : Total: 45 Minuten: 40 Minuten - Ausstellung; 5 Minuten Gruppendiskussion Werkzeug: PPT, Video</p> <p>* ALTERNATIVE Es könnte sich herausstellen, dass die Ausführung der Übung s 1.1, 1.2 und 1.3 wird in der gesamten Zeit für die F2F - Sitzung bis jetzt gewidmet füllen. Dem Trainer wird empfohlen, zu überprüfen, was hier in diesem Abschnitt enthalten ist , und darüber nachzudenken, einige Übungen als zusätzliche Aktivitäten, die über die Plattform zugänglich sind, umzuleiten . Zum Beispiel könnte der Trainer direkt mit dem Video beginnen, indem er die Funktionen der sozialen Medien erklärt und Beispiele von Funktionalitäten mit konkreten Social-Media-Sites erklärt, um mit Praktikanten zu diskutieren, welche sozialen Medien für welche Zwecke gut sind. Dies ermöglicht es ihnen, beide Teile von 1.4 zu kombinieren (Erklärung von Social-Media-Funktionalitäten mit Video und Diskussion der Präsenz auf Social-Media-Sites). Somit kann das Timing auf 20 Minuten verkürzt werden. Alternatives Timing: 20 Minuten</p>
--	--

Trainingsinhalte:

1. Social Media - was ist für mich drin (auf persönlicher Ebene);
2. Social Media - was ist für mich drin (auf Arbeitsebene);
3. Auswählen von sozialen Netzwerken

Jeder Trainer wird den Teilnehmern das Konzept vorstellen:

- Social Media - was ist für mich abhängig von meinem Profil (Individual- / Business-Level). Wie wählt man die am besten geeigneten sozialen Netzwerke nach meinem Profil - Arbeitssuchender / Selbstständiger / Unternehmer.

Dazu beginnt der Trainer mit ACTIVITY 5 * mit einer Gruppendiskussion über ein zuvor ausgewähltes Video (siehe Beispiel). Das Video erzählt die Geschichte eines Grafikdesigners

Nach dem Anschauen des Videos gruppiert der Trainer die Auszubildenden (EX: 5 Gruppen x 3 Personen) und jede Gruppe erhält eine separate Frage, um anhand der Informationen im Video zu antworten: Wo hat er seinen ersten Job gefunden? Wo suchte er nach anderen Möglichkeiten (Blog, Social-Media-Profile); Welche sozialen Medien hat er benutzt?

Nach dieser Aktivität stellt der Trainer den Auszubildenden die wichtigsten Konzepte von Social Media vor - was für mich in Abhängigkeit von meinem Profil drin ist und dann die verschiedenen Arten von Social Media (die am weitesten verbreiteten) einführt. Diese Sitzung endet damit, den Teilnehmern eine Infografik mit den am weitesten verbreiteten Social-Media-Sites zu zeigen und den Trainees zu erklären, wie ihre Online-Sessions aussehen würden (siehe unten).

Methodische Alternativen:

1.5

- Eine reale Person (im besten Fall eine Person, die in SHE / NFE-Plattformen arbeitet) kann eingeladen werden, ihre eigene Geschichte darüber zu erzählen, wie es ihnen geholfen hat, in ihren Karriere- / Unternehmens- / Selbstständigkeitsbestrebungen zu finden.
- Ein weiteres Video in der jeweiligen Landessprache erzählt eine persönliche / reale Geschichte von jemandem, dessen Karriere / Selbständigkeit / Geschäft von der Präsenz in den sozialen Medien profitiert hat.

Beispiele für Videos:

- <https://www.youtube.com/watch?v=qeHtvuTcy70>

Schlussfolgerungen:

Der Trainer beendet dieses Unterthema mit einer Gruppendiskussion darüber, ob die Teilnehmer eine klarere Sicht und ein besseres Verständnis dafür haben, wofür Social Media steht. Dies ist auch die Zeit für Fragen und Antworten sowie für Gruppeninteraktionen.

Schulungsinhalte:

1. Soziale Netzwerke verwalten

Der Trainer stellt das Konzept der Verwaltung sozialer Netzwerke vor - auf welchen Medienseiten, wie oft und wann Inhalte aktualisiert werden sollten. Zu diesem Zweck kann der Trainer die Teilnehmer wiederum nach ihrem Profil in kleinere Gruppen einteilen - Arbeitssuchende (eine Gruppe) und Unternehmer / Selbstständige (zweite Gruppe). Jede Gruppe hat einen anderen Artikel zu lesen (siehe Beispiele), da es einen anderen Ansatz für das Verhalten und Management von Social Media gibt. Dies bietet den Auszubildenden praxisnahe und maßgeschneiderte Inhalte, die ihrem Profil und ihrem Ziel entsprechen

(ob sie einen Job finden oder sich selbstständig machen wollen).

Beispiele für Presseartikel:

Unternehmer :

<https://www.shopify.com/blog/5130392-top-5-social-media-mistakes-entrepreneurs-make>

Arbeitssuchende :

<https://theundercoverrecruiter.com/social-media-jobseekers-tips-career-savvy/> / ODER

<http://abranchofholly.com/blog/2015/11/20/how-to-brand-yourself-using-social-media>

Nach Abschluss dieser Aktivität erhält jede der Gruppen eine Liste mit zu beantwortenden Fragen. Am Ende haben beide Gruppen die Möglichkeit, sich vor der anderen Gruppe zu präsentieren . Am Ende skizziert der Trainer zusammen mit den Auszubildenden die Ähnlichkeiten zwischen den beiden Gruppen.

Timing : 60 Minuten.

Werkzeug: PDF;

*** ALTERNATIVE**

Da für diese Aktivität 1 Stunde eingeplant ist und sie sowohl die Videobeobachtung, Gruppendiskussion, Artikel lesen und dann wieder Diskussionsgruppe umfasst, könnte sie für die Auszubildenden zu anstrengend sein, vor allem , wenn sie die bisherigen Aktivitäten bereits getan haben. Nachdem dies gesagt wurde, wird dem Trainer empfohlen, über die folgenden alternativen Schritte nachzudenken:

- vor dem Beginn des Trainings entscheiden, ob eine Person als Beispiel aus dem wirklichen Leben eingeladen werden kann, um zu sehen, wie Social Media ihnen geholfen hat, ihre Karriere / unternehmerische Erfahrung zu starten / zu erweitern . Dies könnte das Timing von 1.5 als Ganzes verkürzen, da beide Übungen (Video-Beobachtung und Artikel-Lektüre) mit der eingeladenen Person durchgeführt werden können ;

- Wenn es eine Person gibt, die eine Aussage darüber hat, wie Social Media ihnen geholfen hat, in ihrer Karriere / ihrem Geschäft zu wachsen, aber nicht bei den F2F-Sitzungen anwesend sein kann, könnte der Trainer ein Webinar mit den Teilnehmern einplanen. In diesem Fall muss der Trainer das Datum und die Uhrzeit während der F2F-Sitzung festlegen und den Teilnehmern Anweisungen geben, wie sie an dem Webinar teilnehmen können (technische Anforderungen plus Regel für die Teilnahme an einer Online-Sitzung. Weitere Informationen finden Sie in Online-Sitzung 2) um das Webinar zu planen;

-wenn es keine Option gibt, eine Person zu den Sitzungen eingeladen zu werden, wird dem Trainer empfohlen, das Video zu überarbeiten und nur einige Abschnitte davon auszuwählen . Das Video ist 16 Minuten lang, kann auf 7-8 Minuten verkürzt werden, indem es auf Pause gestellt wird, und die Diskussion kann gleichzeitig mit dem Fernsehen geführt werden - insgesamt kann es 20 Minuten statt 60 Minuten dauern .

Alternatives Training : 20 Minuten

- Dem Trainer wird empfohlen, den Artikel im Voraus zu lesen und abhängig von den Entscheidungen, die in den vorherigen Schritten getroffen wurden (ob eine Einladung zur Interaktion mit Auszubildenden oder Video für den Fall des Grafikdesigners gekürzt wird), um zu entscheiden, wie Aktivität 1.5 durchgeführt wird .

1. 6	<p>Der Trainer fragt die Teilnehmer nach Feedback, versucht alle möglichen Zweifel und Fragen zu lösen.</p> <p>Der Trainer erklärt den Auszubildenden, wie die Online-Schulungen ablaufen und was von ihnen erwartet wird, und erläutert auf spezifische Weise die Aktivitäten, die im nächsten Online-Training durchgeführt werden.</p> <p>Der Trainer ruft die Schüler zur nächsten F2F-Trainingseinheit auf.</p> <p>Fügen Sie Zeit für Fragen und Interaktion ein.</p> <p>Timing: 15 Minuten.</p> <p>Werkzeug: PPT</p>
------	---

2	ONLINE SESSION1- RICHTLINIEN, ZEITPLAN UND WERKZEUGE
2.0	<p>Der Trainer hat die Online-Sitzung bereits entworfen und in die e-Training Plattform hochgeladen. Dinge, die online zu erledigen sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Schulungsteilnehmer müssen die Schulungsmaterialien (PPT, Word-Dokument, ergänzende Lesungen usw.) für Thema 2 lesen, sehen und herunterladen (wenn sie dies wünschen). Personal Branding.
2.1	<p>Aktivität 1</p> <p>Diese Online-Aktivität steht im Zusammenhang mit der F2F- Sitzung zum Thema "Personal branding - overview. Wozu brauchst du persönliches Branding? "</p> <p>Die Teilnehmer laden das E-Book von Colin Wright "Personal branding" herunter und lesen die vom Trainer vorgegebenen Abschnitte. Danach sollten sie einige Bereiche auflisten, von denen sie nicht erwartet haben, dass sie Teil des persönlichen Brandings sind.</p> <p>Das Ziel dieser Aktivität ist es, die Teilnehmer zu aktivieren, um das Thema zu erforschen und ihnen ein tiefes und gründliches Verständnis des persönlichen Branding zu geben und was es in seinem eigenen Tempo beinhaltet.</p> <p>Timing: 1 Stunde Werkzeug: E-Buch PDF</p> <p>Kostenlose Informationen zum Thema Personal Branding https://en.wikipedia.org/wiki/Personal_branding</p>
2.2	<p>Aktivität 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eine persönliche Aussage entwickeln <p>Diese Aktivität basiert auf der Übung in F2F "AKTIVITÄT 3 Identifizierung von Leitprinzipien (3 Wörter)". Die Auszubildenden sollten bereits während ihrer Klassenaktivität mit identischen 3 Worten als Leitprinzip für ihre Persönlichkeit begonnen haben. Jetzt sollten sie diese Leitprinzipien in ihrem Leitbild weiterentwickeln. Jeder der Teilnehmer muss seine Mission Statements schreiben und diese entweder im Forum online oder persönlich mit dem Trainer teilen.</p> <p>Das Leitbild sollte nicht mehr als 5 Sätze umfassen. Timing: 1 Stunde Werkzeug: Word-Dokument</p> <p>Kostenlose Artikel zur Entwicklung persönlicher Marken: https://prosocial.com/insights/personal-branding/ https://www.levo.com/posts/3-step-defining-your-personal-brand https://www.betterbrandingcourse.com/article/cohesive-branding-as-a-multi-passionate-creative http://www.creativeandcoffee.com/what-is-branding-why-is-it-so-important/ http://freedomjunkies.com/how-do-i-put-myself-out-there-and-grow-my-brand-when-i-am-sie-shy/</p> <p>Kostenlose Lektüre zu Mission Statements: https://www.forbes.com/forbes/welcome/?toURL=https://www.forbes.com/sites/drewhendricks/2014/11/10/personal-mission-statement-of-14-ceos-and-lessons-du-musst-lernen/&refURL=&referrer= https://well.blogs.nytimes.com/2015/01/05/personal-coaches-and-mission-statements/?_r=0</p>

3	ONLINE SESSION2- RICHTLINIEN, ZEITPLAN UND WERKZEUGE
3.0	<p>Der Trainer hat die Online-Sitzung bereits entworfen und in die e-Training Plattform hochgeladen.</p> <p>Dinge, die online zu erledigen sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Schulungsteilnehmer müssen die Schulungsmaterialien (PPT, Word-Dokument, ergänzende Lesungen usw.) für Thema 2 lesen und herunterladen (falls gewünscht). Personal Branding.
3.1	<p>Aktivität 3*.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wählen Sie, auf welchen Social-Media-Seiten Sie sich befinden und öffnen / registrieren Sie Ihr Profil. <p>Die Teilnehmer werden gebeten, Profile basierend auf ihren Leitbildern - was ihr Zweck ist (einen Job zu finden oder ihr eigenes Unternehmen zu gründen). Um die richtige Entscheidung zu treffen, stehen Ihnen folgende kostenlose Lesungen zur Verfügung (siehe unten). Sie können sich jederzeit auf die Infografiken beziehen, die Ihnen während der F2F-Sitzung gezeigt wurden, um ihre Wahl zu unterstützen. Wenn einige der Teilnehmer angeben, dass sie bereits auf einigen der Social-Media-Sites präsent sind, wird ihnen dringend empfohlen, diese Profile sorgfältig zu prüfen und wenn diese mehr für das persönliche Leben oder mehr zum Spaß verwendet werden, werden sie gebeten, die Öffnung in Betracht zu ziehen ein anderes Konto auf derselben Social-Media-Website, das jedoch für berufliche Zwecke verwendet wird.</p> <p>Die Entscheidung für die Social-Media-Präsenz kann unter Berücksichtigung der F2F-Session zur Verwaltung der Social Media-Präsenz getroffen werden. Zum Beispiel, wenn eine Person ihren Shop online öffnen möchte und sie der einzige Angestellte sind, dann wird ihnen empfohlen, nicht mehr als 2 Social-Media-Sites anwesend zu sein, da dies ihnen erlaubt, diese Profile regelmäßig zu aktualisieren.</p> <p>Nach Abschluss dieser Online-Aktivität werden die Teilnehmer eingeladen, mit dem Trainer zu teilen, welche Social-Media-Seiten sie gewählt haben. Der Trainer stellt ihnen dann Infografiken zur weiteren Verbesserung dieser Profile zur Verfügung (wählen Sie die entsprechende Infografik zur Verbesserung Ihres Profils auf ... EX: LinkedIn, Facebook usw.)</p> <p>Timing: 1 Stunde*</p> <p>Werkzeug: Word-Dokument</p> <p>Kostenlose Lektüre zur Auswahl der richtigen Social-Media-Seiten - allgemeiner Überblick https://www.statista.com/statistics/260808/social-network-penetration-in-western-europe/ https://blog.pepper.com/these-are-europe-biggest-social-networks/</p> <p>Kostenlose Lektüre über die Auswahl der richtigen Social Media für mich https://blog.wishpond.com/post/72672192941/social-media-marketing-which-platform-is-right-for https://www.searchenginepeople.com/blog/925-social-media-platforms-round-the-world.html</p> <p>ALTERNATIVE*</p> <p><i>Bitte beachten Sie, dass diese Online-Sitzung zusätzliche Übungen für die Auszubildenden enthalten kann, abhängig von den Entscheidungen, die die Ausbilder im Rahmen der Aktivität 1.5 getroffen haben, dh ob es sich um Artikel zum Lesen unter Aktivität 1.5 handelt. sind hier enthalten. In diesem Fall erhalten die Praktikanten zusätzlich 0,5 Stunden,</i></p>

	<p>um beide Aufgaben zu erledigen, einschließlich der oben in diesem Abschnitt bereits beschriebenen.</p> <p>Wenn der Trainer eine Entscheidung trifft, eine Person zur Interaktion mit den Teilnehmern einzuladen, während der Online-Sitzung jedoch als Webinar, können sie die oben genannten Übungen als zusätzliche Aktivitäten für die Auszubildenden anbieten und die 1 Stunde für eine Online-Diskussion nutzen der Eingeladene und die Auszubildenden. Wenn diese Option ausgewählt wird, erhalten die Teilnehmer vor dem Webinar Anweisungen zu Datum und Uhrzeit des Online-Meetings, den technischen Anforderungen und einigen Grundregeln für die Teilnahme an einer Online-Sitzung, abhängig von dem für das Webinar ausgewählten Tool.</p> <p>Beispiel für Regeln sind:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Alle Teilnehmer können sich zum vereinbarten Zeitpunkt am Webinar anmelden /teilnehmen 2) Wenn jemand zu spät kommt, melden Sie sich bitte / schließen Sie sich still an und versuchen Sie zu verstehen und in die Diskussion einzutauchen, unterbrechen Sie das Gespräch nicht, um sich für die Verspätung zu entschuldigen; 3) stellen Sie Ihr Mikrofon immer auf stumm, um Seitengeräusche zu vermeiden; 4) Wenn Sie nicht in der Lage sind, eine Verbindung herzustellen, setzen Sie sich mit dem Trainer in Verbindung und warten Sie geduldig, bis das Problem gelöst ist. Schreiben Sie nicht an die Teilnehmer der Diskussion, da dies sie ablenkt. 5) Andere spezifische Regeln, falls vorhanden, entweder von der eingeladenen Person oder vom Trainer.
<p>3.2</p>	<p>Aktivität 4</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mache eine Strategie für die Aktualisierung deines Social-Media-Profiles. <p>Aus den Infografiken, die im Ordner für diese Online-Sitzung hochgeladen wurden, wählen Sie bitte die Infografik, die für Ihre bevorzugten sozialen Medien geeignet ist, und erstellen Sie eine Strategie gemäß den dort angegebenen Anweisungen. (Beispiel: Wenn Sie Facebook ausgewählt haben, wählen Sie die Infografik, die für Facebook bestimmt ist, und versuchen Sie einen 1-monatigen Plan, was auf diesem Profil gepostet werden soll.</p> <p>Kostenlose Lesung darüber, warum Sie Ihre Marke verwalten: https://theundercoverrecruiter.com/things-damage-brand/</p> <p>Timing: 1 Stunde Werkzeug: Infografiken, Word-Dokument</p>