

CAREER COUNSELLING



PRACTICAL APPROACH

ÓRATERV

A közösségi média mellőzése

Szint, a diákok életkora:	14-18
Tantárgy:	Bármelyik
Érintett tantárgyak:	Összes
Célok:	A diákok megértik, milyen hatással van a közösségi média a közvéleményre és az álláskeresésre a mai üzleti világban.
A diákok száma csoportban (javasolt):	10-15
A fő tevékenység időtartama:	15 perc
Szükséges anyagok:	1. Eszközök interneteléréssel 2. Feladatlap 3. Íróeszközök
Kompetenciák:	a) interperszonális kommunikáció b) professzionalizmus c) képes kritika és visszajelzés elfogadására és beépítésére
Előkészítő tevékenységek (ha van):	-
Várt eredmények:	A diákok szembesülnek a közösségi média hatásával a munkaerőfelvétel során.
Várható nehézségek:	Előfordulhat, hogy néhány diákot nem érdekel a téma.
További tevékenységek (ha vannak):	-



CAREER COUNSELLING



PRACTICAL APPROACH

Idő	FOLYAMAT (T: TANÁR; D: DIÁK; E: EGYÉB)	MÓDSZER/ESZKÖZIGÉNY
3'	I. Előkészítés: Cél: felhívni a diákok figyelmét a témára A tanár elmagyarázza, hogy számos munkaadó, ösztöndíj bizottság és főiskola "rágugliz" a jelöltre, hogy el tudják dönteni, hogy alkalmas –e számukra. A diákok megbeszélik, milyen fiókjaik vannak és mennyi időt töltenek online. Megbeszélik a népszerű közösségi oldalakat, beleértve az inaktív fiókokat is - Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram, Vine, Pinterest, Tumblr, YouTube stb.	kérdés-válasz magyarázat kérdés-válasz
10'	Utasítások A tanulók ezután megnyitják az egyik közösségimédia-fiókjukat (általában a mobiltelefonokkal működnek a legjobban), amelyen hírfolyam is található, és meghatározott ideig böngészik azt (30 másodperctől 1 percig a legjobb). A tanár elmagyarázza, hogy azért nézik a hírfolyamukat, mert az, hogy közben mások is figyelik őket, hatással van nemcsak arra, hogy mit posztolnak, hanem arra is, hogy a "barátaik" mit posztolnak. A tanár kiosztja a feladatlapot és elmagyarázza, ami rajta áll. A tanár elmagyarázza a tanulóknak, hogy ezek olyan dolgok, amelyeket a különböző méretű és kiterjedésű cégek toborzói és menedzserei negatívnak vagy pozitívnak tekintenek a potenciális jelölt közösségi oldalain. (Tartalma a Jobvite nevű cég által végzett tényleges felmérésen alapul, amely évente felmérést készít a toborzási viselkedésről, különös tekintettel az internetre és a közösségi médiára.) A diákok elvégzik a feladatot, kiszámolják pontszámaikat, és megkapják az eredményeket.	csoport munka reflexió egyéni munka
2'	II. Befejezés A diákok megbeszélik az eredményeket és ötleteket adnak, hogyan	csoport munka



CAREER COUNSELLING



PRACTICAL APPROACH

javíthatnák azokat.	
---------------------	--

