**Leiðbeiningar með námsefni, efnisyfirlit:**

[**Námskeið**](#_heading=h.gjdgxs) **1**

[**Verkefni 1**](#_heading=h.30j0zll) **8**

[**Verkefni 2**](#_heading=h.i5t8gjepfrc0) **12**

[**Ráð til kennara**](#_heading=h.2et92p0) **16**

# Námskeið

| **Titill** | Stjórnun samfélagsmiðla | |
| --- | --- | --- |
| **Svið** | | Tækni- og þrívíddarteikning |  | | --- | --- | | Viðskiptastjórnun og frumkvöðlastarfsemi |  | | Stjórnun samfélagsmiðla | **x** | | Sjálfsvitund, sjálfsgeta og gagnrýnin hugsun |  | | |
| **Lykilorð (leitarorð/-merki)** | Samfélagsmiðlar, starfshæfni, tengslanet, persónuvernd, neteinelti | |
| **Útvegað af** | Internet Web Solutions | |
| **Tungumál** | Íslenska | |
| **Lýsing** | Vissulega notarðu samfélagsmiðla í daglegu lífi þínu, eins og Twitter eða Instagram, en veistu nákvæmlega hvað samfélagsnet (e. *social network*) er? Í þessari kennslu muntu læra um samfélagsnet og læra að nota þau þér til hagsbóta, þ.e. til að bæta starfshæfni þína. Þú munt læra um þær tegundir samfélagsneta sem eru mest notuð í dag, og hvernig má beita þeim. Þú munt einnig kanna hina duldu hlið samfélagsneta og þá áhættu sem ber að forðast. | |
| **Efni raðað í þrjú þrep** | | |
| **Námseining: Stjórnun samfélagsmiðla**  **Hluti 1: Samfélagsmiðlar**  **Liður 1.1: Hvað eru samfélagsnet?**  Hugtakið **„félagslegt net“** hefur verið notað til að greina samskipti einstaklinga og hópa fólks og samfélaga, frá lokum 19. aldar. Árið 1990, með tilkomu internetsins, færðist hugmyndin um samfélagsnet yfir í sýndarheiminn. Árið 2004 kom Facebook fram, líklega þekktasta samfélagsnet heims (þú hefur kannski séð myndina *The Social Network* í leikstjórn David Fincher, sem segir sögu Mark Zuckerberg, upphafsmann Facebook), en jafnvel fyrir tilkomu Facebook, voru önnur samfélagsnet virk.  **Liður 1.2: Gerðir samfélagsmiðla**  Til eru mismunandi gerðir samfélagsmiðla:   * **Samskiptamiðlar sem byggja á samböndum:** Þetta eru samfélagsnet sem miða að því að tengja fólk saman, eins og Facebook. * **Afþreyingarsamfélagsmiðlar:** Í þessari gerð er meginmarkmiðið að neyta stafræns efnis, eins og YouTube eða TikTok. * **Faglegir samfélagsmiðlar:** Þetta eru þeir sem hafa það að markmiði að skapa fagleg tengsl á milli notenda, eins og LinkedIn. * **Sértækir samfélagsmiðlar:** Þeir eru lagaðir að sérstökum markhóp, eins og TripAdvisor.   Þó er þessi flokkun ekki meitluð í stein mjög opin og sumir þessara flokka gætu skarast. Til dæmis tengir Instagram í dag saman milljónir einstaklinga og er jafnframt notað til að neyta afþreyingar í formi myndbanda og mynda.  **Liður 1.3 Vinsælustu samfélagsnetin**  Meðal vinsælustu samfélagsneta í dag getum við talið upp eftirfarandi:  **Facebook**. Ýtt úr vör árið 2004 með það að markmiði að tengja fólk til að deila upplýsingum, fréttum, myndböndum og myndum. Miðillinn hefur 2,9 milljarða virka notendur árið 2022.  **Youtube**. Stofnað árið 2005, það er samfélagsnetið sérstaklega hugsað til að deila myndböndum, og þaðan kemur hið nýja starfsheiti „youtubers“. Meira en 2,5 milljarðar virkra notenda árið 2022.  **Instagram**. Því var hleypt af stokkunum árið 2010 og er aðallega notað til að deila myndböndum og myndum. 1,5 milljarðar virkra notenda árið 2022.  **Twitter**. Var komið á fót árið 2006 og er samfélagsnet fyrir örblogg, með stuttum „tístum“, að hámarki 280 stafir. Meira en 440 milljónir virkra notenda árið 2022.  **LinkedIn**. Faglegt samfélagsnet stofnað árið 2002, með 310 milljónir virka notendur mánaðarlega árið 2022.  **TikTok**. Hóf starfsemi árið 2016 og er notað til að deila stuttum myndböndum, þar sem tónlist, klipping og brellur eru allsráðandi. Miðillinn hefur nú þegar 1 milljarð virkra notenda árið 2022.  **Pinterest**. Var stofnað árið 2010 og er vettvangur til að deila og uppgötva sjónrænt efni. Þessi miðill hefur 444 milljónir virkra notenda árið 2022.  **Reddit**. Var stofnsett árið 2005 sem frétta- og samfélagsbókamerkjasíða með eins konar undirsamfélögum, eða „subreddits“. Árið 2022 eru 430 milljónir virkra notenda mánaðarlega.  **Twitch**. Var hleypt af stokkunum árið 2011 og er ein stærsta streymisveita sem streymir beinum útsendingum. Veitan hefur meira en 140 milljónir virka notendur mánaðarlega árið 2022.  **Hluti 2: Notkun samfélagsmiðla á 21. öld**  **Liður 2.1: Persónuleg notkun**  Nú til dags má segja að aðalnotkun samfélagsneta sé til einkanota: þau gera þér kleift að **fylgjast með** nýjustu fréttum, **kynnast** nýju fólki, halda sambandi við fólk sem þú þekkir nú þegar (hvar sem er í heiminum), **eiga gagnvirk samskipti** við margs konar texta og **skemmta þér** yfir miklu magni af hljóð- og myndefni.  Samfélagsmiðlar eru skemmtilegir, opnir og breytilegir, en mundu að nota þá á ábyrgan hátt - ekki eyða deginum í að endurhlaða Instagram-síðunni þinni!  **Liður 2.2: Fagleg notkun**  Auk persónulegrar notkunar á samfélagsnetum er hægt að nota þau á faglegan hátt, hvort sem er til **atvinnuleitar**, faglegs **tengslanets** eða sem **samfélagsnet fyrirtækja**. Fyrir uppbyggingu tengslanets eru til samfélagsnet eins og LinkedIn, Xing eða Womenalia, en frá sjónarhóli fyrirtækis getur það verið til staðar á hvaða samfélagsneti sem er, með þær vörur eða þjónustu sýnilega sem eiga erindi til almennings, sem leið til að ná til nýrra og núverandi viðskiptavina.  Vegna uppgangs samfélagsmiðla hafa orðið til nýjar starfsstéttir eins og **„samfélagsstjóri“** eða **„samfélagsmiðlastjóri“** sem starfar við stjórnun og umsjón samfélagsneta fyrirtækja.  Samfélagsnet eru einnig dýrmæt uppspretta upplýsinga, sem gerir rannsakendum kleift að vinna úr viðeigandi gögnum fyrir félagsfræðilegar rannsóknir, sem snúa að félagslegri hegðun fólks, auk þess sem fyrirtækjum er sjálfum mögulegt að öðlast mikilvægar upplýsingar fyrir fyrirtæki sitt.  **Liður 2.3: Samfélagsmiðlar sem starfsgrein: áhrifavaldar**  Þú veist líklega nú þegar hvað áhrifavaldur er, en við munum gefa þér formlega skilgreiningu: **„áhrifavaldur“** eða álitsgjafi, er einstaklingur sem hefur gert samfélagsmiðla að starfi sínu vegna lífsstíls, skoðana eða gilda, og hefur **töluverðan fjölda fylgjenda eða áskrifenda**. Þetta er ein af þeim **nýju starfsgreinum** sem voru ekki til fyrr en fyrir 20 árum, og falla því í sama flokk og „youtuber“ eða „streamer“, þó að þau síðarnefndu séu líka yfirleitt talin til áhrifavalda.  **Starfið er þó ekki auðvelt og yndislegt**, eins og það kann að virðast; það eru ekki allir sem geta lifað af því og það er líka andlega lýjandi, þar sem þú setur allt þitt daglega líf í sviðsljósið og fórnar þar með friðhelgi einkalífs þíns.  Þú gætir fylgst með eða þekkt nokkur af eftirfarandi dæmum:   * **PewDiePie**. Þessi sænski youtuber hefur verið virkur síðan 2010 og er nú þegar með meira en 110 milljónir áskrifenda, sem gerir hann að einum af elstu youtuberunum á YouTube vettvangnum og einnig einn af þeim þekktustu. Hann hefur helst tileinkað sér gerð afþreyingarmyndbanda og tölvuleikja. Árið 2016 var hann skráður af tímaritinu Time sem einn af 100 áhrifamestu mönnum heims. * **Chiara Ferragni.** Ítalskur áhrifavaldur og frumkvöðull sem tileinkar efni sitt tísku og lífsstíl, hún er einnig þekkt um allan heim, er með tæplega 28 milljónir fylgjenda á Instagram og bloggið hennar „The Blonde Salad“, sem hefur verið virkt síðan 2009, fær þúsundir heimsókna á hverjum degi.   **Hluti 3. Hin dulda hlið samfélagsmiðla**  **Liður 3.1: Áhætta samfélagsmiðla**  Þrátt fyrir að samfélagsnet geti haft margt gott í för með sér, má ekki gleyma því að þau hafa sínar skuggahliðar, þar sem eru fjölmargar hættur, svo sem:  **Takmörkuð persónuvernd.** Mundu að allt sem þú hleður upp á internetið verður skráð að eilífu einhvers staðar, svo íhugaðu mikilvægi einkalífs þíns.  **Samfélagsmiðlafíkn.** Það er mikilvægt að setja sér mörk þegar þú notar samfélagsmiðla, því notkun þeirra getur leitt til alvarlegrar fíknar sem fjarlægir þig frá fólkinu í kringum þig (fólki sem þú hittir augliti til auglits).  **Neteinelti.** Alltaf þegar þú verður vitni að því að einhver leggur einhvern annan í einelti á netinu (og í raunveruleikanum) ættirðu að tilkynna það til yfirvalda svo að þau geti gripið til viðeigandi aðgerða.  **Fjárkúgun.** Vertu varkár með hvað þú birtir á samfélagsmiðlum til að forðast að verða fyrir fjárkúgun. Ef slíkt kemur fyrir þig skaltu tilkynna það til yfirvalda.  **Falsfréttir.** Ekki láta óáreiðanlegar fjölmiðlafréttir hafa áhrif á þig, reyndu alltaf að athuga hvort upplýsingarnar eru traustar.  **Raunveruleikaskekkja.** Stundum gefa samfélagsmiðlar ranga mynd af stöðugri hamingju annars fólks, sem er bæði óraunhæf og getur leitt til þess að sá raunveruleiki sem þú skynjar, sé skekktur.  **Liður 3.2: Glæpir á samfélagsmiðlum**  Þar sem hætturnar eru margar eru einnig brot á samfélagsnetum sem hvert land tekur til í löggjöf sinni, en sem almennt má draga saman á eftirfarandi hátt:   * **Vefveiðar eða eftirlíkingar** (e. phishing and impersonation). Þegar þú gefur upp persónulegar upplýsingar á samfélagsnetum getur fólk notað þær til að herma eftir þér eða einhverjum öðrum í þeim tilgangi að nálgast persónulegar upplýsingar um annað fólk. Til dæmis notar fólk tæknina til að ná í kynferðislegar myndir til að kúga fé frá viðkomandi. * **Einelti og neteinelti**. Þetta er glæpur sem er of algengur og sér stað þegar fólk tjáir óvægna gagnrýni eða meiðandi ummæli, hótar og viðheldur áframhaldandi áreitni. Hugsaðu alltaf um einstaklinginn á bak við skjáinn, þegar þú beinir athugasemdum að honum/henni. Viðkomandi gæti liðið andlegar þjáningar vegna þessa. * **Ærumeiðingar og rógburður.** Þetta brot varðar árásir á heiður og æru einstaklings eða fyrirtækis. Tjáningarfrelsið verður að vera takmörkunum háð, enda ekki hægt að nota það sem afsökun til að ráðast á aðra án afleiðinga.   **Liður 3.3: Ráðleggingar**   * Vertu á varðbergi gagnvart **ókunnugum**. * Ekki gefa upp **persónulegar upplýsingar** eins og heimilisfang eða símanúmer. * Hafðu reikningana þína aðeins sýnilega fólki sem þú þekkir með því að breyta **persónuverndarstillingunum** þínum. * Athugaðu **reglur** hvers samfélagsnets; oft eru reglur brotnar vegna vanþekkingar, til dæmis þegar kemur að lágmarksaldri til skráningar. Þekktu **réttindi** þín og skyldur. * **Ekki birta of persónulegar myndir**,eða myndir af öðru fólki án samþykkis þeirra. * Finndu út hvaða **yfirvöld** þú ættir að hafa samband við ef þú verður vitni að glæp á samfélagsmiðlum. * **Tilkynntu móðgandi athæfi eða hugsanlega glæp**i. Samfélagsnet hafa einnig möguleika á að loka fyrir reikninga ef þér finnst þú vera áreitt(ur) eða ráðist á þig á einhvern hátt. | | |
| **5 orðskýringar** | | |
| **Samfélagsmiðill.** Eða samfélagsnet. Hugtak sem vísar til samskipta á netheimum frá lokum 20. aldar. Það er stafrænn vettvangur sem gerir fólki og samfélögum kleift að tengjast og hafa samskipti sín á milli, auk þess að birta og deila margmiðlunarefni. Til dæmis Facebook eða Instagram.  **Samfélagsstjóri.** Staða innan fyrirtækis. Þessi aðili ber ábyrgð á viðveru fyrirtækisins á netinu, stjórnun og umsjón samfélagsmiðla, uppbyggingu netsamfélags, sköpun og birtingu margmiðlunarefnis og samskiptum við áhorfendur fyrirtækisins.  **Áhrifavaldur.** Einstaklingur sem er álitsgjafi á netinu, sem lætur í ljós skoðanir á einu efni eða margvíslegu, og hefur áhrif á fólk sem fylgist með, eða þekkja hann/hana. Nú á dögum eru áhrifavaldar ,,fræga fólk” internetsins og senda frá sér umfjallanir um efni eins og tísku, förðun, tölvuleiki, íþróttir og svo framvegis.  **Tengslanet.** Hugtak sem vísar til þess að byggja upp faglegt net fólks með innbyrðis tengda hagsmuni. Því stærra sem netið er, þeim mun meiri líkur eru á að finna vinnu eða viðskiptatækifæri.  **Persónuvernd.** Allt sem tengist persónulegu lífi einstaklings, trúnaðarmál sem skal ekki deilt með öðrum nema með samþykki einstaklingsins. Friðhelgi einkalífsins er grundvallarréttur sem er lögfestur af Sameinuðu þjóðunum, Evrópuþinginu og lögum á landsvísu. | | |
| **Heimildir** | | |
| Álvarez, J. (2022). ¿Qué es Reddit y para qué le sirve a una startup? Actualización 2022. LinkedIn. <https://es.linkedin.com/pulse/qu%C3%A9-es-reddit-y-para-le-sirve-una-startup-2022-juan-rodrigo-alvarez>  Centribal. Los 5 principales delitos en redes sociales. Centribal. (<https://centribal.com/es/5-principales-delitos-redes-sociales/>  Consumo Responde. Recomendaciones sobre la utilización de las redes sociales. Junta de Andalucía. <https://www.consumoresponde.es/art%C3%ADculos/recomendaciones_sobre_la_utilizacion_de_las_redes_sociales>  Dean, B. (2022). Twitch Usage and Growth Statistics: How Many People Use Twitch in 2022? Backlinko. <https://backlinko.com/twitch-users>  Esparza, I. (2017). El uso personal de las Redes Sociales. Medium. <https://medium.com/@ileanaesparza/el-uso-personal-de-las-redes-sociales-5bad7e5c01e3>  Fernández, R. (2022). Redes sociales con mayor número de usuarios activos a nivel mundial en enero de 2022. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/600712/ranking-mundial-de-redes-sociales-por-numero-de-usuarios/>  Grupo Atico34. Peligros de las redes sociales para niños y adolescentes. Grupo Atico34. <https://protecciondatos-lopd.com/empresas/peligros-redes-sociales/>  Mayordomo, J. (2021). La lista definitiva de estadísticas de LinkedIn para 2022. Findstack. <https://findstack.com/es/linkedin-statistics/>  McLachlan, S. (2022). 23 Estadísticas de YouTube esenciales para este año. Blog Hootsuite. <https://blog.hootsuite.com/es/estadisticas-de-youtube/>  Rodríguez, M. J. (2022). El uso profesional de las redes sociales. Cursos Femxa. <https://www.cursosfemxa.es/blog/uso-profesional-redes-sociales>  Wynter, G. (2022). ¿Qué es un influencer? Definición, tipos y ejemplos. Blog HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-influencers> | | |
| **Fimm fjölvalsspurningar til sjálfsmats** | | |
| **Spurning 1: Hvert eftirfarandi samfélagsneta er hugsað til uppbyggingar faglegs tengslanets?**  Möguleiki a: Reddit.  Möguleiki b: LinkedIn.  Möguleiki c: TripAdvisor.  Möguleiki d: Allt ofantalið er rétt.  **Réttur valmöguleiki: b**  **Spurning 2: Hvert eftirfarandi er áhætta sem felst í notkun samfélagsmiðla?**  Möguleiki a: Skekkt veruleikasýn.  Möguleiki b: Skert einkalíf.  Möguleiki c: Fíkn.  Möguleiki d: Allt ofantalið er rétt.  **Réttur valmöguleiki: d**  **Spurning 3:** **Hvað ættir þú að gera ef þú verður var/vör við neteinelti?**  Möguleiki a: Ég ætti ekki að skipta mér að einhverju sem kemur mér ekki við.  Möguleiki b: Ég ætti að móðga gerandann.  Möguleiki c: Ég ætti að láta viðeigandi yfirvöld vita.  Möguleiki d: Allt ofantalið er rétt.  **Réttur valmöguleiki: c**  **Spurning 4: Hvert er hlutverk samfélagsstjóra?**  Möguleiki a: Stjórnun á rafrænum viðskiptum fyrirtækis.  Möguleiki b: Stjórnun á samfélagsmiðlum fyrirtækis.  Möguleiki c: Stjórnun á viðskiptavinum fyrirtækis.  Möguleiki d: Allt ofantalið er rétt.  **Réttur valmöguleiki: b**  **Spurning 5:** **Hvenær geta samfélagsmiðlar verið hjálplegir?**  Möguleiki a: Þegar leitað er að starfi.  Möguleiki b: Þegar sambandi er haldið við vini í öðrum löndum.  Möguleiki c: Þegar komið er á faglegum samböndum (tengslaneti).  Möguleiki d: Allt ofantalið er rétt.  **Réttur valmöguleiki: d** | | |
| **Tengt efni** | |  |
| **Hlekkur með tengdu efni** | |  |
| **Myndband á YouTube formi** | |  |

# Verkefni 1

| **Titill verkefnis** | Að nota samfélagsmiðla til að fá vinnu | |
| --- | --- | --- |
| 1. **Kynning: Um hvað snýst þetta?** | | |
| **Kynningarmynd** | | |
| **Slóð að mynd** | | <https://drive.google.com/file/d/1mubXotAFQqMx4ktQc5a4zSlsa22jMQb7/view?usp=sharing> |
| **Titill myndar (ásamt höfundarréttar- upplýsingum)** | | Picture by Gordon Johnson from Pixabay |
| **Hefurðu leyfi til að nota myndina?** | | **JÁ** (*Pixaybay License: free for commercial use, no attribution required*) |
| **Kynningartexti** | | |
| Við skulum tala um LinkedIn. Faglegt samfélagsnet, sem stofnað var árið 2002 af Reid Hoffman og Konstantin Guericke, hefur nú meira en 830 milljónir meðlima og meira en 58 milljónir skráðra fyrirtækja.  LinkedIn er notað til að tengja saman fagfólk og fyrirtæki sem leita að sameiginlegum snertiflötum í starfi, og nýjum viðskiptatækifærum. Þess vegna eru tvær tegundir reikninga: fyrirtækjasnið og notendasnið (e. *the company profile/the user profile*). Auk þess er mjög áhugavert svæði á miðlinum tileinkað atvinnuleit, þar sem hundruð atvinnutilboða eru birt daglega og notendur geta sótt um. | | |
| 1. **Sjálft verkefnið: Hvað á að gera?** | | |
| **Kynningarmynd** | | |
| **Slóð að mynd** | | <https://drive.google.com/file/d/1dtUaTRjRIZzTf_LIF-BpoTeY2o5XzzyY/view?usp=sharing> |
| **Titill myndar (ásamt höfundarréttar- upplýsingum)** | | LinkedIn logo |
| **Hefurðu leyfi til að nota myndina?** | | **JÁ** (dominio público) |
| **Leiðbeinandi texti** | | |
| Í þessu verkefni munum við leiðbeina þér í því að **búa til þinn eigin faglega LinkedIn notendareikning**, svo að þú getir notað hann í leit að atvinnutækifærum og til að efla fagleg tengsl þín.  Það er mjög mikilvægt að hafa í huga að LinkedIn er faglegt samfélagsnet, svo ímyndaðu þér að þú sért á skrifstofu fullri af viðskiptafólki í drögtum og jakkafötum. Myndir þú ekki haga þér á kurteisan og faglegan hátt? | | |
| 1. **Ferli: Hvað ætla ég að gera?** | | |
| * Farðu á <https://www.linkedin.com/> og búðu til reikning. Þú getur líka halað niður appinu á Android eða iOS á snjallsíma eða spjaldtölvu. Bættu við persónulegum upplýsingum þínum. Þegar þú smellir á *join* er **reikningurinn þinn tilbúinn**. Nú byrjar mikilvægasti hlutinn: að fylla út prófílinn þinn til að gera hann faglega aðlaðandi. Þú hefur kannski enga starfsreynslu eða menntun, en ekki hafa áhyggjur - það gerir þig ekki minna fagmannlega(n)! * Ljúktu við notendareikninginn þinn. Bættu við prófílmynd (ekki setja mynd af fríinu þínu á ströndinni!), bættu við góðri **faglegri samantekt**, **starfsreynslu** þinni og **menntun**. * Eigðu samskipti við fólk til að **byggja upp fagleg tengsl.** * Nokkur **ráð** til að stjórna LinkedIn prófílnum þínum: **hugsaðu vel um stafsetning**u, **ekki afrita og líma sömu upplýsingar úr ferilskránni þinni**, **ekki vera feimin(n)**, hafðu samband við fólk á **kurteisan og virðingarfullan hátt** og leggðu áherslu á **það góða** sem þú hefur fram að færa. | | |
| 1. **Hæfniviðmið: Hvað mun ég læra?** | | |
| **Hæfni**  **(LifeComp)** | | * P1 Sjálfstjórn: meðvitund og stjórn á tilfinningum, hugsunum og hegðun. * S2 Samskipti: að nota viðeigandi samskiptaaðferðir, þau tákn og verkfæri sem hæfa hverju sviði, allt eftir samhengi og efni. * L1 Persónuþroski: þú lærir að trúa og aðra þegar kemur að stöðugum lærdómi og framþróun. |
| **Hæfni**  **(EntreComp)** | | * 2.1 Sjálfsvitund og sjálfsgeta: trúðu á sjálfa(n) þig og haltu áfram að þróast sem einstaklingur. * 2.5 Virkja aðra: hvetja, efla og fá aðra til liðs við sig. * 3.1 Að eiga frumkvæði: láttu vaða. |
| **Hæfni**  **(DigiComp)** | | * 2.2 Samnýting í gegnum stafræna tækni: að deila gögnum, upplýsingum og stafrænu efni með öðrum. Að starfa sem miðlari, vita hvernig er gott að benda á og vísa til vinnu annarra. * 2.5 Siðareglur á netinu: að vera meðvitaður um hegðunarviðmið þegar stafræn tækni notuð, og samskipti í stafrænu umhverfi. Að laga samskiptaáætlanir að tilteknum markhópi og sýna meðvitund um menningar- og kynslóðafjölbreytileika í stafrænu umhverfi. * 2.6 Stjórnun stafrænnar sjálfsmyndar (e. *digital identity*): að búa til og stjórna stafrænu auðkenni, til að geta verndað eigið orðspor, og til að takast á við þau gögn sem þú framleiðir með stafrænum verkfærum, umhverfi og þjónustu. |
| 1. **Niðurstöður: Hvað tek ég með mér heim?** | | |
| Hvað fannst þér um þessi fyrstu samskipti innan faglegs samfélagsnets? Nú hefur þú þinn eigin LinkedIn prófíl og getur byrjað að finna þín eigin atvinnutækifæri á netinu.  Samfélagsmiðlar eru mjög áhugavert tæki í dag. Nýjar starfsstéttir hafa meira að segja skapast í kringum þá, eins og staða ,,samfélagsstjóra". Hins vegar geta samfélagsmiðlar líka unnið gegn þér, svo þú ættir að athuga hvaða upplýsingar eru til um þig á netinu. Þar geta vinnuveitendur líka leitað að þér og fundið upplýsingar eða myndir sem þú vilt kannski ekki að þeir finni. Gættu að friðhelgi einkalífs þíns og orðspori þínu á netinu.  Að lokum mælum við með því að þú skoðir listann yfir frekari gögn í þessu verkefni, þar sem þú finnur áhugaverða tengla á síður og myndbönd þar sem þú getur öðlast dýpri þekkingu á efninu.  Haltu áfram að læra! ;) | | |
| **6: Gögn: Hvað þarf ég?** | | |
| **Vefsíður (hlekkir)** | | What is social media? |
| [*https://www.thebalancesmb.com/what-is-social-media-2890301*](https://www.thebalancesmb.com/what-is-social-media-2890301) |
| Redes sociales para la búsqueda de empleo |
| [*https://www.educaweb.com/contenidos/laborales/herramientas-recursos-encontrar-trabajo/redes-sociales-busqueda-empleo/*](https://www.educaweb.com/contenidos/laborales/herramientas-recursos-encontrar-trabajo/redes-sociales-busqueda-empleo/) |
| Redes sociales |
| [*https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/*](https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/) |
| ¿Qué es LinkedIn y para qué sirve esta red social profesional? |
| [*https://webescuela.com/que-es-linkedin-para-que-sirve/*](https://webescuela.com/que-es-linkedin-para-que-sirve/) |
| Set up a new LinkedIn account |
| [*https://www.linkedin.com/learning/learning-linkedin-2021/set-up-a-new-linkedin-account*](https://www.linkedin.com/learning/learning-linkedin-2021/set-up-a-new-linkedin-account) |
| **Myndbönd (fráYouTube)** | | Aprende cómo crear un buen perfil en LinkedIn paso a paso |
| [*https://www.youtube.com/watch?v=11BO60skPTM*](https://www.youtube.com/watch?v=11BO60skPTM) |
| How to make a LinkedIn profile with no working experience (2022) |
| [*https://www.youtube.com/watch?v=wYtlRgECrWE*](https://www.youtube.com/watch?v=wYtlRgECrWE) |

# Verkefni 2

| **Titill** | Stjórnun samfélagsmiðla fyrir stafræna fyrirtækið þitt | |
| --- | --- | --- |
| 1. **Kynning: Um hvað snýst þetta?** | | |
| **Kynningarmynd** | | |
| **Slóð að mynd** | | <https://drive.google.com/file/d/181wttOA6RiKVIQcbFoIpt10L4Uf7RT_T/view?usp=sharing> |
| **Titill myndar (ásamt höfundarréttar- upplýsingum)** | | Picture from Pixabay |
| **Hefurðu leyfi til að nota myndina?** | | **JÁ** *(Pixaybay License: free for commercial use, no attribution required)* |
| **Kynningartexti** | | |
| Eins og þú hefur lesið og lært um, hafa á undanförnum árum orðið til ný starfsheiti sem tengjast samfélagsmiðlum. Dæmi um þau eru samfélagsstjóri eða samfélagsmiðlastjóri, sem eru tileinkuð stjórnun netviðveru fyrirtækja og netsamfélagi þeirra. Samfélagsmiðlar eru því mikilvægt og dýrmætt tæki fyrir fyrirtæki til að eiga samskipti við markhóp sinn og afla fleiri viðskiptavina.  Líklega notarðu félagslegt net í daglegu lífi og þú getur nýtt þér þekkingu þína, og þekkingu sem þú hefur öðlast í þessari þjálfun, til að yfirfæra hana í raunverulegar aðstæður, alveg eins og frumkvöðull myndi gera. | | |
| 1. **Sjálft verkefnið: Hvað á að gera?** | | |
| **Kynningarmynd** | | |
| **Slóð að mynd** | | <https://drive.google.com/file/d/1f1u6pWUbLQvIs6YsE1TsOdUV956DoqQ3/view?usp=sharing> |
| **Titill myndar (ásamt höfundarréttar- upplýsingum)** | | Picture from Pixabay |
| **Hefurðu leyfi til að nota myndina?** | | **JÁ** *(Pixaybay License: free for commercial use, no attribution required)* |
| **Leiðbeinandi texti** | | |
| Í þessu verkefni verður þú að setja þig í spor frumkvöðuls. **Ímyndaðu þér að þú sért með fyrirtæki og finndu út hvaða samfélagsnet myndi hæfa fyrirtækinu best.**  Þegar þú hefur ákvarðað það skaltu **búa til reikning,** sem þitt eigið verkefni, og **búa til faglega ímynd fyrirtækisins, auk að minnsta kosti 3 útgefinna texta/rita** sem þú myndir birta ef þú ættir fyrirtæki. | | |
| 1. **Ferli: Hvað ætla ég að gera?** | | |
| Ímyndaðu þér að þú sért með fyrirtæki: veldu hvers konar starfsemi, vörur og/eða þjónustu sem þú býður, og markhóp fyrirtækisins. Það er mikilvægt að þú hugsir hópinn sem fyrirtækið talar til; um hugsanlegar þarfir þeirra og eiginleika þeirra, á hvaða aldri er fólkið, kemur það frá þéttbýli eða dreifbýli, hver er smekkur þeirra?  Þegar þú hefur borið kennsl á það fólk sem fyrirtækið talar til skaltu skoða vinsælustu samfélagsnetin í dag og íhuga hvar markhópurinn þinn gæti fallið inn í. Gerðu nokkrar rannsóknir á netinu, þar sem þú getur fundið rannsóknir sem tengjast eiginleikum notenda hvers og eins.  Að lokum skaltu búa til reikning fyrir ímyndaða fyrirtækið þitt og búa til fyrirtækjaímynd þína, auk 3 útgefinna texta/rita. Þú getur notað verkfæri eins og Canva (https://www.canva.com/) til að hanna lógóið þitt og færslur. Mundu að færslurnar ættu að einblína á það besta í vörum þínum eða þjónustu, en einnig koma einhverju áleiðis til notandans, sem vekur forvitni eða skemmtun. Skoðaðu listann yfir gögn! | | |
| 1. **Hæfniviðmið: Hvað mun ég læra?** | | |
| **Hæfni**  **(LifeComp)** | | * S2 Samskipti: að nota viðeigandi samskiptaaðferðir, þau tákn og verkfæri sem hæfa hverju sviði, allt eftir samhengi og efni. * L1 Persónuþroski: þú lærir að trúa og aðra þegar kemur að stöðugum lærdómi og framþróun. |
| **Hæfni**  **(EntreComp)** | | * 1.2 Sköpun: þú þróar skapandi og markvissar hugmyndir. * 2.3 Virkja gögn og efnivið: þú lærir að safna saman gögnum sem þú getur nýtt þér, og öðlast yfirsýn yfir þau. * 3.2 Áætlanagerð og stjórnun: þú temur þér forgangsröðun, skipulag og að fylgja hlutum eftir. |
| **Hæfni**  **(DigiComp)** | | * 1.3 Umsjón með gögnum, upplýsingum og stafrænu efni: að skipuleggja, geyma og sækja gögn, upplýsingar og efni í stafrænu umhverfi. Að skipuleggja og vinna úr þeim í skipulögðu umhverfi. * 2.6 Stjórnun stafrænnar sjálfsmyndar (e. *digital identity*): að búa til og stjórna stafrænu auðkenni, til að geta verndað eigið orðspor, og til að takast á við þau gögn sem þú framleiðir með stafrænum verkfærum, umhverfi og þjónustu. * 3.1 Þróun stafræns efnis: að búa til og breyta stafrænu efni á mismunandi vettvangi, tjá sig með stafrænum hætti. * 5.3 Að nota stafræna tækni á skapandi hátt: að nota stafræn tæki og tækni til að skapa þekkingu og til nýsköpunar á ferlum og vörum. Að taka þátt í vitrænni úrvinnslu, til að skilja og leysa huglæg vandamál og aðstæður sem valda vandamálum í stafrænu umhverfi. |
| 1. **Niðurstöður: Hvað tek ég með mér heim?** | | |
| Hvað segirðu? Fannst þér áhugavert að setja þig í spor frumkvöðla með fyrirtæki í hinum stafræna heimi?  Verklegar æfingar af þessu tagi hjálpa þér að læra á áhrifaríkan hátt hvað þú myndir gera í alvöru starfi, hvort sem þú ert samfélagsstjóri fyrirtækis, eða hvort þú ert að stofna þitt eigið fyrirtæki og vilt hafa viðveru á netinu í gegnum samfélagsmiðla.  Mundu að þú getur skoðað gagnalistann (hér að neðan) sem tengist þessu verkefni, til að fá ítarlegri upplýsingar og finna ráð og brellur sem gera þér kleift að framkvæma verkefnin á skilvirkari hátt. | | |
| 1. **Gögn: Hvað þarf ég?** | | |
| **Vefsíður (hlekkir)** | | 16 Effective Ways to Build Your Online Presence |
| [*https://blog.hubspot.com/marketing/online-presence*](https://blog.hubspot.com/marketing/online-presence) |
| How to Use Social Media for Small Business: 12 Simple Tips |
| [*https://blog.hootsuite.com/social-media-tips-for-small-business-owners/*](https://blog.hootsuite.com/social-media-tips-for-small-business-owners/) |
| Social Media for Business: Marketing, Customer Service and More |
| [*https://www.businessnewsdaily.com/7832-social-media-for-business.html*](https://www.businessnewsdaily.com/7832-social-media-for-business.html) |
| How to Create a Great Corporate Logo |
| [*https://www.businessnewsdaily.com/10269-corporate-logo-brand-business.html*](https://www.businessnewsdaily.com/10269-corporate-logo-brand-business.html) |
| How to Effectively Manage Multiple Social Media Accounts |
| [*https://digitalmarketinginstitute.com/blog/how-to-effectively-manage-multiple-social-media-accounts*](https://digitalmarketinginstitute.com/blog/how-to-effectively-manage-multiple-social-media-accounts) |
| **Myndbönd (frá YouTube)** | | How to Make a Logo in 5 Minutes | Canva Tutorial – Free Logo Maker for Business |
| [*https://www.youtube.com/watch?v=6av-IB0DxG4*](https://www.youtube.com/watch?v=6av-IB0DxG4) |
| 5 Expert Tips for Better Community Management |
| [*https://www.youtube.com/watch?v=9BEml-07-F0*](https://www.youtube.com/watch?v=9BEml-07-F0) |

# Ráð til kennara

| Mælt er með því að nálgast þessa námslotu á sem hagnýtastan hátt; í ljósi þess að markhópur verkefnisins er ungt fólk sem er hvorki í námi né vinnu, á aldrinum 15 til 29 ára um það bil, mun það sýna meiri áhuga á því sem þeim finnst gagnlegt og skemmtilegt.  Þess vegna, með tilliti til þess að flest þeirra munu nú þegar nota samfélagsmiðla daglega (Instagram, Twitter...), gæti verið áhrifaríkara að leggja áherslu á forvitni og hluti sem enn eru óþekktir fyrir þeim.  Auk þess munu dæmi um áhrifavaldar sem þau kunna að þekkja, vekja athygli þeirra og hjálpa þeim að skilja hvernig heimur samfélagsmiðla virkar. Kennslan ætti að vera kraftmikil og með stöðugri endurgjöf til að halda athygli og einbeitingu.  **Verkefni 1**: Þetta verkefni ætti að skoða frá sjónarhóli atvinnulauss einstaklings, sem vill nota LinkedIn til að fá vinnu. Mikilvægt er að einblína á nauðsyn þess að setja sig í spor vinnuveitenda sem kunna að skoða prófíl nemandans. Leggja skal áherslu á mikilvægi góðrar stafsetningar, að veita góðar og viðeigandi upplýsingar og sýna öðrum notendum virðingu.  **Verkefni 2**: Í þessu tilviki er áhersla lögð á frumkvöðlastarf, þó ekki megi heldur gleyma því að stjórnun samfélagsmiðla fyrirtækis getur verið hugsanlegt starf í fyrirtæki þriðja aðila. Þess vegna, þó að megináherslan sé á frumkvöðlastarf, þarf að nálgast verkefnið á tvíþættan hátt. |
| --- |