



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



BRAND4CAREERS

Guida al branding personale

2020-1-UK01-KA226-HE-094634



ARISTOTLE UNIVERSITY OF THESSALONIKI



Università degli Studi Guglielmo Marconi



HeartHands SOLUTIONS HANDS ON KNOWLEDGE



Universidad de Valladolid



About Brand4Careers

BRAND4CAREERS È UN PROGETTO ERASMUS+ DELLA DURATA DI 2 ANNI CHE MIRA AD ASSISTERE I GIOVANI ADULTI A COSTRUIRE IL LORO BRAND PERSONALE

Il progetto è finanziato dal programma Erasmus+ della Commissione Europea e coinvolge partner provenienti da 6 diversi paesi: Cipro, Grecia, Romania, Spagna, Italia e Regno Unito.

Brand4careers mira a introdurre il branding personale come metodo innovativo nelle attività di gestione della carriera. Gli obiettivi del progetto sono:

- Migliorare le capacità di gestione della carriera dei singoli giovani per acquisire un forte vantaggio nel mercato del lavoro.
- Consentire agli educatori della gestione della carriera di usare pedagogie e metodi innovativi per la gestione della carriera e la formazione delle competenze
- Rafforzare la cooperazione tra istituti di istruzione superiore e servizi di orientamento professionale.
Promuovere il modello di branding personale come strumento per lo sviluppo delle capacità di gestione della carriera.



La Guida

- Questa linea guida è indirizzata ai consulenti/coach di orientamento professionale e spera di consentire loro di sviluppare attività online con studenti/giovani per la costruzione di un marchio personale.
- La Guida contiene anche informazioni e risorse che possono essere usate dai consulenti/coach nei loro approcci formativi e nel lavoro con gli studenti.

I Contenuti

SELF BRANDING

Cos'è il self-branding o personal branding?
Perché prestare attenzione al Personal Branding?
Come sviluppare il mio Personal Brand?
Autovalutazione

MOTIVARE GLI ALTRI ATTRAVERSO I SOCIAL MEDIA

Impatto dei social media
L'importanza di motivare e ispirare gli altri
Social Media Platforms and tools for creativity!
Autovalutazione

ADATTABILITÀ DIGITALE

Che cos'è l'adattabilità digitale?
Perché l'adattabilità digitale?
Come possiamo adattarci?
Autovalutazione

PROGETTARE E ORGANIZZARE SEMINARI DI CARRIERA ONLINE

La situazione attuale dei seminari online
Vantaggi dell'organizzazione di un seminario di carriera online
Consigli e suggerimenti su come progettare e organizzare un seminario di carriera online
Autovalutazione

SEGUITECI



Cos'è il self-branding o personal branding?

Il Personal Brand è una combinazione di conoscenze, competenze ed esperienze di una persona che formano un pacchetto attraente sul mercato del lavoro. Può essere definito anche come la REPUTAZIONE o l'IMMAGINE che una persona ha, sia online che offline.

Sul mercato del lavoro, il Personal Brand può definire la direzione della carriera di una persona e il suo pubblico di riferimento. Comprende i vostri sogni, i vostri valori, la vostra missione e i tratti della vostra personalità che volete mostrare agli altri e ai potenziali datori di lavoro.

Cos'è il self-branding o personal branding?

Il personal branding come processo inizia con la conoscenza di sé e termina con la promozione di sé e del valore che si può creare o offrire agli altri. Per entrare nel processo di personal branding, è necessario fare una giusta valutazione di se stessi e definire per cosa si vuole essere conosciuti. Perché, come dice il fondatore di Amazon, Jeff Bezos, "il vostro marchio personale è ciò che gli altri dicono di voi quando uscite dalla stanza".

Se guardiamo al mondo dello spettacolo, possiamo identificare molti marchi personali. Si tratta di personaggi famosi che hanno costruito marchi personali incredibili grazie al duro lavoro, alla costanza e all'attenzione a lungo termine:



Se guardiamo al mondo dello spettacolo, possiamo identificare molti marchi personali. Si tratta di personaggi famosi che hanno costruito marchi personali incredibili grazie al duro lavoro, alla costanza e all'attenzione a lungo termine:



GRETA THUNBERG

Attivista ambientale

È nota per aver sfidato i leader mondiali a intraprendere un'azione immediata per mitigazione dei cambiamenti climatici. Greta ha chiesto di registrare il suo nome e quello del movimento "Fridays for Future" che l'ha catapultata a livello internazionale.



MARIE KONDO

Consulente di organizzazione

È una consulente di organizzazione giapponese, autrice e conduttrice di programmi televisivi. Ha scritto quattro libri sull'organizzazione che hanno venduto milioni di copie in tutto il mondo. È possibile seguirla anche nello show di Netflix "Sparkling Joy with Marie Kondo".



ELON MUSK

Imprenditore innovativo

È noto per aver co-fondato e guidato Tesla, SpaceX, Neuralink e The Boring Company. Musk è diventato uno dei più noti innovatori degli Stati Uniti, che spinge l'umanità ai suoi limiti.

Perché prestare attenzione al Personal Branding?

Perché prestare attenzione al Personal Branding? “Anche voi siete un marchio. Che lo sappiate o meno. Che vi piaccia o no.” Marc Ecko

Secondo un sondaggio europeo condotto nel 2021 in 6 Paesi, il 76,3% dei professionisti delle risorse umane, dei consulenti e dei selezionatori considera il Personal Branding importante o molto importante per trovare lavoro.

Se vi state chiedendo perché il Personal Branding è così importante, ecco alcuni motivi:

Aumenta le opportunità di lavoro

Che vi piaccia o no, avete già un marchio, dipende solo da voi se volete trasformarlo in un processo consapevole e gestire la vostra immagine.

Quando cercate un lavoro, è molto più facile candidarsi e distinguersi dalla massa se conoscete il vostro marchio. Se i vostri sogni e i vostri valori sono chiari, sarà facile scegliere il lavoro più adatto a voi. Se sapete in cosa siete bravi e quali sono i vostri migliori punti di forza, sarete più convincenti al colloquio e saprete come rispondere alle domande.

Perché prestare attenzione al Personal Branding?

Un personal branding efficace vi differenzierà dalla concorrenza

Il vostro marchio personale è qualcosa di unico che vi caratterizza e vi permette di creare fiducia con potenziali clienti e datori di lavoro. Più precisamente, è la promessa di valore che fate di fronte agli altri. Se il vostro marchio personale è "professionalità", gli altri sapranno che ogni volta che interagiranno con voi riceveranno professionalità. Se il vostro marchio si basa sulla "creatività", gli altri si aspetteranno che portiate la vostra creatività a tavola ogni volta che si rivolgeranno a voi.

Inoltre, il vostro marchio personale sarà una grande risorsa quando avrete bisogno di far crescere la vostra rete. Le persone si ricorderanno facilmente di voi e, se avete fatto una buona impressione, potreste anche ricevere una chiamata per una nuova offerta di lavoro.

Aiuta ad accrescere la fiducia in sé stessi

Avere un marchio personale vi dà più fiducia in ciò che siete e in ciò che siete capaci di fare, vi motiva a mettervi in gioco, ad affrontare le sfide e a presentarvi come una persona di successo.

Aumenta la vostra visibilità

Un'altra ragione è che è più popolare per i reclutatori utilizzare i social media durante il processo di intervista. Secondo un'indagine di CareerBuilder del 2018, il 70% dei datori di lavoro utilizza i social media per vagliare i candidati durante il processo di assunzione e il 43% dei datori di lavoro utilizza i social media per controllare i dipendenti attuali.

Perché prestare attenzione al Personal Branding?

Vi aiuta ad adattarvi ai cambiamenti del mercato del lavoro

Un altro motivo per cui il personal branding è prezioso è che la gig economy non sparirà presto. Una persona in media cambia lavoro ogni 2-3 anni e i lavoratori a contratto freelance costituiranno una parte importante della forza lavoro in futuro.

Dorie Clark, specialista in Personal Branding, afferma: "I lavori e le intere industrie cambiano nel giro di pochi anni. Se volete rimanere al passo con i tempi ed essere riconosciuti per ciò che portate in tavola, dovete reinventarvi come un processo costante. La crescita e l'apprendimento dovrebbero essere un'abitudine per tutti noi professionisti. Detto questo, i vostri sforzi non vi porteranno molto lontano se gli altri non li riconoscono. Non volete che gli altri abbiano una visione di voi ferma a cinque anni fa. Volete che sappiano cosa vi interessa e di cosa siete capaci oggi. È qui che entra in gioco il personal branding. Dovete essere consapevoli dei messaggi che inviate".

Come sviluppare il mio Personal Brand?

Come sviluppare il mio Personal Brand?

Per sviluppare il vostro marchio personale, ci sono una serie di competenze che potete prendere in considerazione. Secondo un sondaggio europeo che abbiamo condotto nel 2021 in 6 diversi Paesi, le competenze di Personal Branding più apprezzate sono state:

- Conoscenza di sé: essere consapevoli dei propri punti di forza, talenti e valori.
- Autenticità: essere se stessi e agire con naturalezza
- Stabilire e seguire obiettivi personali: come abilità di autogestione

Conoscenza di sé



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Per arrivare a questa fase, dovete fare un lavoro di introspezione. Potete farlo da soli o chiedere la guida di un consulente o di un coach. In primo luogo, si tratta di identificare i propri sogni e le proprie ambizioni di carriera e di articolare ciò che si vuole realizzare in seguito. Poi, si può riflettere sulle esperienze precedenti e sulle opportunità di apprendimento per individuare i punti di forza, i talenti e le aree di miglioramento. Sulla base dei vostri punti di forza e dei vostri talenti è consigliabile iniziare a costruire il vostro Personal Brand, perché in quelle aree avrete più possibilità di eccellere e di distinguervi. Inoltre, potrete definire meglio ciò che vi caratterizza, ciò che apprezzate o che vi rende unici.



Autenticità



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Questa è la chiave del Personal Branding. Dorie Clark dice: "La nostra più grande forza è la nostra autenticità. Volete che le persone lavorino con voi perché c'è qualcosa di unico in voi che vi rende preziosi. Perciò, se vi fate notare per la vostra autenticità, darete loro un chiaro motivo per sceglierVi". Pertanto, potete sedervi e riflettere su ciò che vi rende diversi o unici in un particolare contesto o all'interno di un gruppo di persone. Può essere il fatto di aver viaggiato in molti Paesi, di parlare molte lingue, di saper usare molti strumenti digitali o di avere uno stile di abbigliamento unico. A volte ciò che ci rende unici e preziosi è qualcosa che in realtà non apprezziamo di noi stessi, quindi è bene chiedere un feedback agli altri e convalidare la nostra prospettiva. Si può chiedere: "in cosa pensi che io sia il migliore?", "quando mi hai visto fare un lavoro eccellente/essere al meglio?" ecc.

Stabilire e seguire obiettivi personali

Diciamo che si tratta di un'abilità di autogestione perché richiede un certo grado di autodisciplina sia nella formulazione degli obiettivi che nel loro raggiungimento. In primo luogo, si consiglia di utilizzare un modello SMART per fissare alcuni obiettivi chiari che si hanno nella propria carriera. SMART è l'acronimo di:

- **Specifico:** l'obiettivo è chiaro e preciso? Siate il più concreti possibile e assicuratevi che i vostri obiettivi non siano vaghi. Obiettivi poco chiari creano confusione su ciò che si deve fare.
- **Misurabile:** L'obiettivo dice come sarà il successo? Stabilite un modo per misurare il risultato o come sarà il successo per l'obiettivo che avete in mente. La misura può essere qualitativa (sarò soddisfatto) o quantitativa (mi candiderò a 20 posti di lavoro).
- **Raggiungibile:** l'obiettivo è realisticamente raggiungibile (ma non troppo facilmente) considerando il tempo, il supporto e le risorse disponibili? In altre parole, è possibile?
- **Rilevante:** l'obiettivo è rilevante per voi e per ciò che volete raggiungere a lungo termine? L'obiettivo deve essere collegato alla vostra visione e alle vostre ambizioni di carriera, a ciò che volete per voi stessi, non a ciò che gli altri si aspettano da voi.
- **Legato al tempo:** quando deve essere completato l'obiettivo? È molto importante che gli obiettivi abbiano una data o una finestra temporale. Questo ci aiuta a rimanere motivati e a verificare, a un certo punto, se l'obiettivo è stato completato.



Stabilire e seguire obiettivi personali

Esempi di obiettivi smart:

"Mi iscriverò a un corso di formazione per assicurarmi di essere qualificato e competente per lavorare in questo settore, entro la fine dell'anno".

"Creare tre contatti significativi entro la fine della settimana".

"Preparare un CV entro domenica sera".

"Ricerca l'attuale mercato del lavoro per il mio ruolo entro la fine della settimana per vedere se è un ruolo con molte opportunità o se è in declino".

"Assicurarsi uno stage presso un'agenzia di marketing prima dell'estate".



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union





Altre competenze da considerare per lo sviluppo del vostro Personal Brand:

- Capacità di autopresentazione - la capacità di esprimere se stessi e ciò che si ha da offrire
- Competenza - Il settore in cui siete i migliori e potete essere considerati degli specialisti
- Networking- incontrare nuove persone e creare nuove relazioni
- Autopromozione - impegnarsi in modo proattivo nelle opportunità di farsi vedere
- Costruire e mantenere un'immagine positiva di sé ON-line
- Costruire e mantenere un'immagine positiva di sé OFF-line
- Storytelling- presentare se stessi e la propria storia in modo accattivante per attirare l'attenzione delle persone



01

AUTOPRESENTAZIONE

Si può pensare di redigere un CV professionale, una lettera di motivazione o un elevator pitch. Sebbene i primi due strumenti siano abbastanza comuni, è sempre bene aver preparato anche un elevator pitch. Un elevator pitch è un breve messaggio (30 secondi) sul vostro background e sui vostri interessi professionali. È utile per presentarsi alle fiere della carriera, alle opportunità di networking e anche nella sezione "parlami di te" di un colloquio.

02

COMPETENZA

Dopo aver esaminato la vostra esperienza e il vostro background, potreste rendervi conto che c'è un'area o un argomento che viene fuori spesso, che conoscete molto bene e di cui vi sentite a vostro agio nel parlarne o anche nel fare da guida agli altri. Quindi, mettetelo in evidenza nel vostro marchio personale e dite alle persone cosa potete offrire.

03

NETWORKING

È la capacità di creare nuovi contatti e relazioni con gli altri. Attraverso il networking potete incontrare persone chiave che possono aiutarvi a fare carriera. Inoltre, i selezionatori fanno molto networking, quindi potreste essere i fortunati che scoprono una nuova offerta di lavoro direttamente da un selezionatore. Per fare rete potete affidarvi anche a piattaforme di social media come LinkedIn. Tuttavia, è molto più efficace partecipare a eventi di networking per incontrare nuove persone faccia a faccia. Anche la partecipazione a un corso di formazione o a un workshop può essere una grande opportunità per fare rete.



04

AUTOPROMOZIONE

Qui potete pensare a quanto spesso vi impegnate in attività per farvi vedere. Per esempio, facendo una presentazione pubblica sul vostro argomento preferito, offrendosi come volontari per presentare un evento o coordinare un progetto.

05

COSTRUIRE E MANTENERE UN'IMMAGINE POSITIVA DI SÉ ON-LINE

Online esistono diverse piattaforme su cui è possibile creare un profilo eccezionale. È consigliabile essere selettivi sui contenuti che condividete, perché la maggior parte dei selezionatori controlla il vostro profilo prima di assumervi. Quindi, fate attenzione, ad esempio, a rimuovere qualsiasi foto non appropriata di voi che bevete alcolici, siete seminudi o in una postura che non volete sia vista dal vostro futuro datore di lavoro. Inoltre, fate attenzione al linguaggio che usate, perché il rispetto e la diplomazia sono qualità apprezzate nella maggior parte dei posti di lavoro.

06

COSTRUIRE E MANTENERE UN'IMMAGINE POSITIVA DI SÉ OFF-LINE

Pensate alle vostre interazioni con gli altri e all'impressione che state dando. Potreste avere la percezione di chi siete, ma non riuscire a trasmettere il giusto messaggio agli altri. Pertanto, è molto importante riflettere sulla percezione che gli altri potrebbero avere di voi. Se non riuscite a capirlo da soli, potete sempre chiedere agli altri. La vostra immagine è la vostra reputazione ed è bene sapere qual è il segno che state lasciando.



07

STORY TELLING

Secondo alcuni esperti, il modo più efficace per costruire il vostro marchio personale è raccontare la vostra storia. Ciò significa condividere ciò che vi spinge e creare contenuti che siano autentici per chi siete e per ciò in cui credete. Il motivo per cui questo funziona è che esiste un solo voi e lo storytelling unisce le persone. Il vostro pubblico ama ascoltare le vostre esperienze di vita reale, anche quando non si tratta solo di storie di successo. Le vostre storie possono essere ispirate dalle lezioni di vita e dalle cose che avete preso dalle esperienze precedenti. Quello che dite di voi stessi può aiutarvi a distinguervi in un mare di candidati e a ottenere il lavoro che meritate, quindi scegliete con cura le parole.

08

OTTENERE SUPPORTO NELLA CREAZIONE DEL PROPRIO PERSONAL BRAND

Infine, per sviluppare in modo più efficace il vostro Personal Brand, vi consigliamo di lavorare con un consulente o un coach. La prospettiva che un'altra persona può offrirvi è molto preziosa in questo processo. Potete trovare questo tipo di servizi nella vostra comunità locale o su alcune piattaforme virtuali. Potete accedere a questo servizio nella vostra lingua o, se siete interessati a una carriera internazionale, potete trovare consulenti di lingua inglese in qualsiasi paese desideriate.



AUTOVALUTAZIONE

<u>Domande</u>	<u>Risposte</u>
1. Sapete cos'è il personal branding?	SI NO
2. Siete consapevoli dei vantaggi di avere un marchio personale?	SI NO
3. Sapete come il personal branding può aiutarvi a trovare lavoro?	SI NO
4. Sapete in che modo il personal branding può aiutarvi a fare carriera?	SI NO
5. Sapete come potete sviluppare il vostro marchio personale?	SI NO



AUTOVALUTAZIONE

6. Sapete chi può aiutarvi a sviluppare il vostro marchio personale?	SI NO
7. Sapete quali competenze dovete sviluppare per poter creare il vostro Personal Brand?	SI NO
8. Avete qualche buon esempio di Personal Brand da cui imparare?	SI NO
9. Siete pronti a fare un po' di auto-riflessione?	SI NO
10. Volete creare il vostro Personal Brand?	SI NO

MOTIVARE GLI ALTRI ATTRAVERSO I SOCIAL MEDIA



Impatto dei social media

- Al giorno d'oggi l'uso della tecnologia, come i telefoni cellulari o i computer, è molto frequente, quindi l'accesso ai social media è facile e ricorrente. Pertanto, le persone forniscono online un numero maggiore di informazioni personali rispetto al passato, come la condivisione della propria posizione, delle informazioni di contatto, dei numeri di carta di credito sui siti di social media e anche le informazioni sulle persone, come le relazioni, i viaggi o le posizioni lavorative, sono più accessibili.
- I social media sono fortemente correlati all'**impronta digitale**. L'**impronta digitale** si riferisce alle informazioni e ai dati che le persone generano, attraverso azioni mirate o registrazioni passive, quando vanno online (Thatcher, 2014). Questo include: i **social network** su cui abbiamo un profilo, ciò che pubblichiamo, i post con cui interagiamo, i siti web che frequentiamo, le **informazioni inviate online**, le recensioni pubblicate online e qualsiasi altra interazione che effettuiamo online.
- È importante sapere che la nostra impronta digitale è molto difficile e a volte impossibile da rimuovere una volta che i dati sono pubblici o addirittura semi-pubblici come nel caso di Facebook; in quanto proprietari, abbiamo poco controllo su come verranno utilizzate le nostre informazioni. Proprio come in un negozio è importante che la vetrina sia pulita, dobbiamo prestare attenzione all'immagine della nostra persona che può essere dedotta attraverso la nostra impronta digitale.



Impatto dei social media

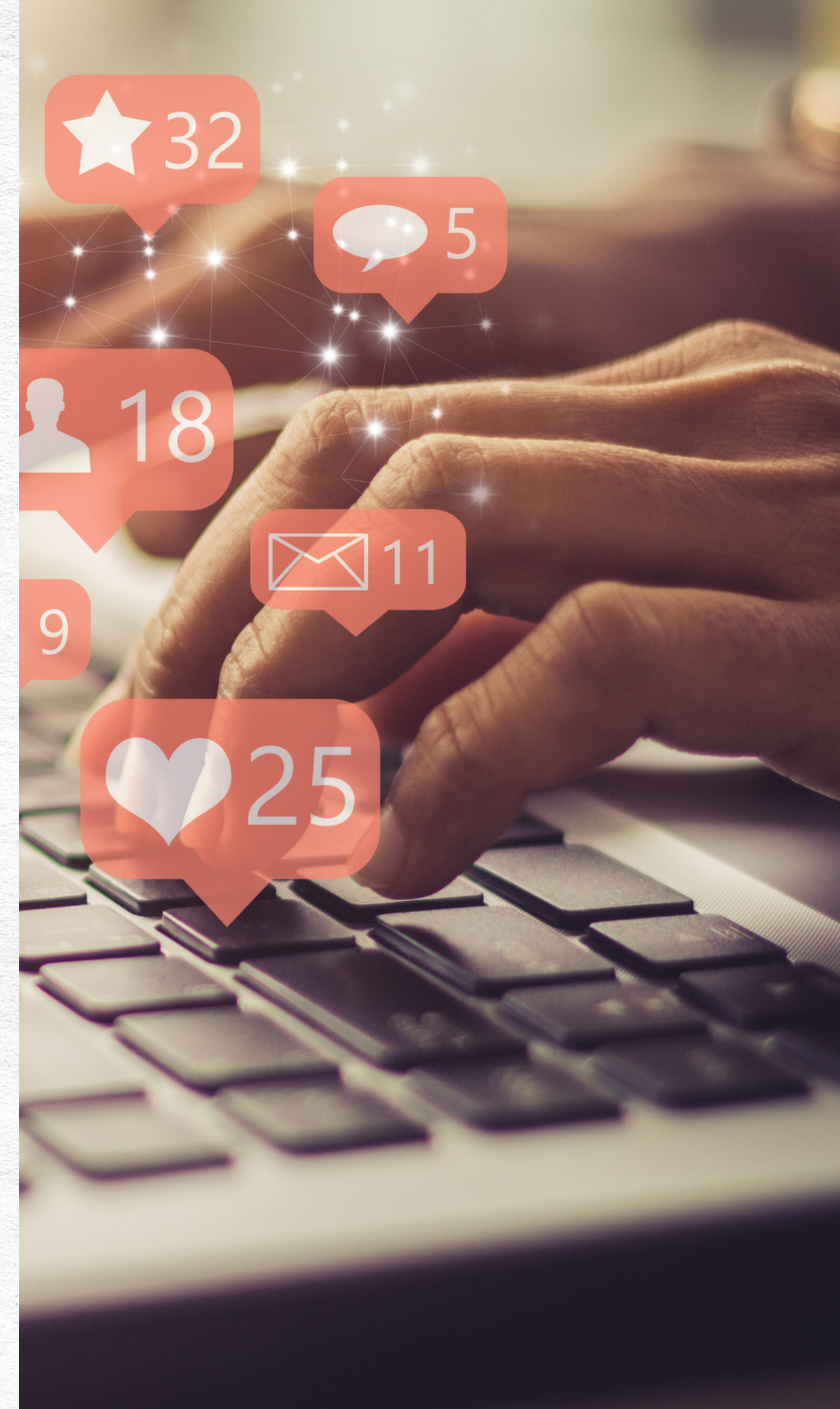
Per questo motivo è molto importante conoscere il concetto di impronta digitale e utilizzarlo a proprio vantaggio:

L'impronta digitale può determinare la reputazione digitale di una persona, che oggi è importante quasi quanto la sua reputazione offline.

Le parole e le foto pubblicate online possono essere interpretate in modo errato o alterate, il che potrebbe portare a offese involontarie.

I contenuti destinati a un gruppo privato possono diffondersi in una cerchia più ampia, danneggiando potenzialmente relazioni e amicizie.

I criminali informatici possono sfruttare la vostra impronta digitale, utilizzandola per scopi quali il phishing per l'accesso agli account o la creazione di identità false basate sui vostri dati.



Impatto dei social media

Uno degli aspetti più rilevanti e pertinenti per questa guida è il legame tra impronta digitale e personal branding in relazione all'occupabilità. I datori di lavoro possono controllare le impronte digitali dei loro potenziali dipendenti, in particolare i loro social network, prima di prendere decisioni di assunzione. Attraverso una semplice ricerca o ricerche più sofisticate è possibile identificare gli interessi, le preferenze, le antipatie, le motivazioni, ecc. di una persona. Questo profilo, se non allineato con gli interessi del datore di lavoro, sarà negativo per quest'ultimo. Tuttavia, se siamo consapevoli di tutto ciò che pubblichiamo e delle nostre interazioni, possiamo rafforzare il nostro profilo agli occhi del datore di lavoro.

Ad esempio, se il lavoro per cui mi candido è legato all'istruzione, sarebbe positivo che se qualcuno mette il mio nome su internet, quello che appare è ad esempio un post su un blog educativo, la partecipazione a una conferenza, che seguo gli influencer dell'istruzione sui social network, che i miei commenti su altri post sono positivi, gentili, rispettosi, ecc.

Questo rafforzerebbe le informazioni che il datore di lavoro ha su di me attraverso il mio CV, compreso il colloquio personale. Verificherebbe o contraddirebbe quanto dichiarato nel processo di selezione.



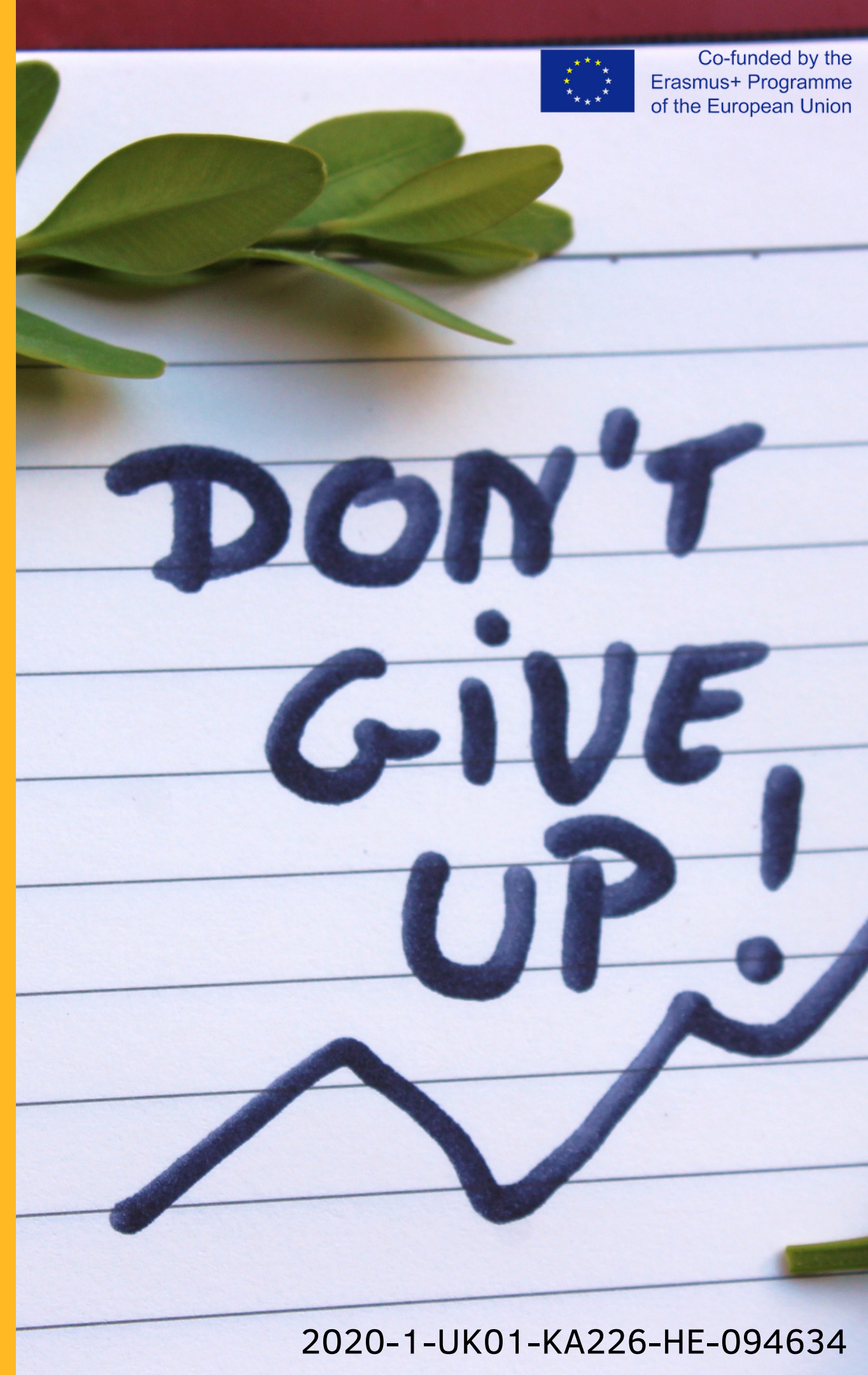
L'importanza di motivare e ispirare gli altri

I social media sono la condivisione di esperienze. Che siano sotto forma di immagini, testi, video o altri media, è uno dei motivi per cui molti vi partecipano. L'uso dei social media in questo modo può motivare a stare all'aria aperta attraverso la condivisione delle esperienze, la convalida e la soddisfazione che ne deriva (Maggie Wooll, 2022). Quando ispiriamo gli altri, possiamo estendere la nostra influenza e il nostro raggio d'azione al di là della nostra cerchia di amici e familiari, per raggiungere altre persone che potrebbero aver bisogno di sostegno in qualche momento della loro vita (Valerie Forgeard, 2022).

La capacità di ispirare gli altri è un tratto di personalità importante per qualsiasi leader. I leader ispirati infondono energia nell'ambiente di lavoro. Incoraggiano tutti coloro che li circondano a sognare più in grande, a impegnarsi di più e a condurre una vita più soddisfacente (Maggie Wooll, 2022).



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



L'importanza di motivare e ispirare gli altri

Comunicatelo con energia ed entusiasmo. La maggior parte delle persone prospera in un ambiente in cui sono autorizzate a svolgere il proprio lavoro a modo loro. Ciò non significa che non sia necessario monitorare ciò che le persone fanno, ma se si controlla troppo la motivazione diminuisce. Date loro l'opportunità di dare un contributo alle decisioni sulla strategia che li riguardano (Valerie Forgeard, 2022).



L'importanza di motivare e ispirare gli altri

D'altra parte, per ottenere il massimo beneficio dall'uso dei social media per avere un'impronta digitale positiva, ci sono molteplici azioni che possiamo attuare:



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union





L'importanza di motivare e ispirare gli altri

- **Cercate il vostro nome e cognome:** fatelo su diversi motori di ricerca e controllate le prime due pagine dei risultati. C'è qualcosa che non vi convince? Se è in vostro potere modificarlo, fatelo immediatamente, ad esempio cambiando un profilo da pubblico a privato. Se si trova su un sito di terzi, contattate gli amministratori del sito per chiedere di modificare o rimuovere le informazioni.
- **Limitare la condivisione delle informazioni:** essere sempre consapevoli di ciò che si condivide e con chi lo si fa. Rivedete periodicamente i vostri post sui social media di qualche anno fa. Se ritenete che non siano in linea con ciò che volete trasmettere di voi stessi oggi, potete nasconderli, limitare chi può vederli o cancellarli del tutto.
- **Rendetevi visibili come volete essere visti:** pensate al vostro obiettivo di carriera o a un altro obiettivo. Poi rendetevi visibili per avvicinarvi il più possibile a quell'obiettivo. Ad esempio, postate o condividete contenuti rilevanti o freschi su Facebook; commentate i post su LinkedIn per dimostrare che siete interessati all'argomento e che lo padronegiate; seguite gli influencer dello stesso settore di lavoro su Twitter o Instagram.
- **È inoltre buona norma rivedere periodicamente i propri messaggi precedenti.** Se vi accorgete che non corrispondono a ciò che volete trasmettere, potete modificarli, limitare il numero di persone che possono vederli o cancellarli del tutto.

L'importanza di motivare e ispirare gli altri

- **Controllare le impostazioni sulla privacy:** Le impostazioni sulla privacy sui social media consentono di controllare chi può vedere i contenuti pubblicati. Molte di queste impostazioni non sono predefinite in "modalità privata", quindi è bene dedicare un po' di tempo alla comprensione di queste impostazioni di privacy e di tutte le loro possibilità.
- **Eliminate i vecchi account e le app che non usate più:** Abbiamo account online e app per tutto, ma ce ne sono alcune che, per un motivo o per l'altro, smettiamo di usare. Anche se non le utilizzate, le informazioni che avete condiviso sono ancora lì e, se non avete mai configurato le vostre impostazioni sulla privacy, potrebbero essere trovate online.
- **Prima di eliminare un'applicazione, chiudete o disattivate il vostro account per rimuovere le informazioni dal vostro profilo.** In questo modo si riduce al minimo la propria impronta digitale e ci si protegge da potenziali fughe di dati.

Piattaforme di social media e strumenti per la creatività!

PIATTAFORME DI SOCIAL MEDIA

Instagram: Instagram conta 1,4 miliardi di utenti al mese, il che lo rende il quarto social network più popolare. Potete intervenire per qualche secondo sulle storie di Instagram e fare un breve discorso motivazionale. Non deve essere necessariamente qualcosa di grandioso, ma solo qualcosa che motivi i vostri follower a compiere l'azione che desiderate. Condividendo citazioni d'ispirazione, non solo vi motiveranno, ma motiveranno anche gli altri. (Universo Edgy, 2020)



TikTok: L'app TikTok è stata scaricata 3 miliardi di volte, diventando così la quinta app a raggiungere questo traguardo e la prima non di proprietà di Meta. TikTok si è classificata come l'app più scaricata del 2021. L'utente medio apre TikTok 19 volte al giorno. TikTok è un'ottima piattaforma per pubblicizzare e promuovere la propria attività o il proprio marchio personale. Nel 2019 TikTok ha introdotto una piattaforma pubblicitaria self-service, simile all'offerta di Facebook, che rende più facile la creazione di annunci su TikTok rispetto al passato.



Piattaforme di social media e strumenti per la creatività!

LinkedIn: Potete connettervi con aziende e privati su tutte le reti che utilizzate attualmente. Potete anche taggare persone e aziende appropriate nei vostri post. In questo modo, anche la vostra rete avrà accesso a loro. Questo funziona molto bene in caso di eventi e promozioni imminenti (Courtney Nestler, n.d.). Ogni tanto capita di vedere su LinkedIn un post virale sulla storia di un dipendente, di un datore di lavoro o di una realizzazione che ha cambiato la vita e che risuona con tutti i membri della community. Queste storie tendono a ottenere un enorme coinvolgimento per l'impatto o l'influenza che possono avere su qualcuno, in un modo o nell'altro.

La verità è che il vostro post ispiratore non deve essere necessariamente una storia che va dalla ricchezza alla ricchezza, se è questo che state pensando. Potete già ispirare gli altri semplicemente condividendo le motivazioni alla base di una decisione o di un'azione e mostrando cosa la rende così cruciale ed efficace rispetto a come lo farebbero altre persone (Verz Design, n.d.).

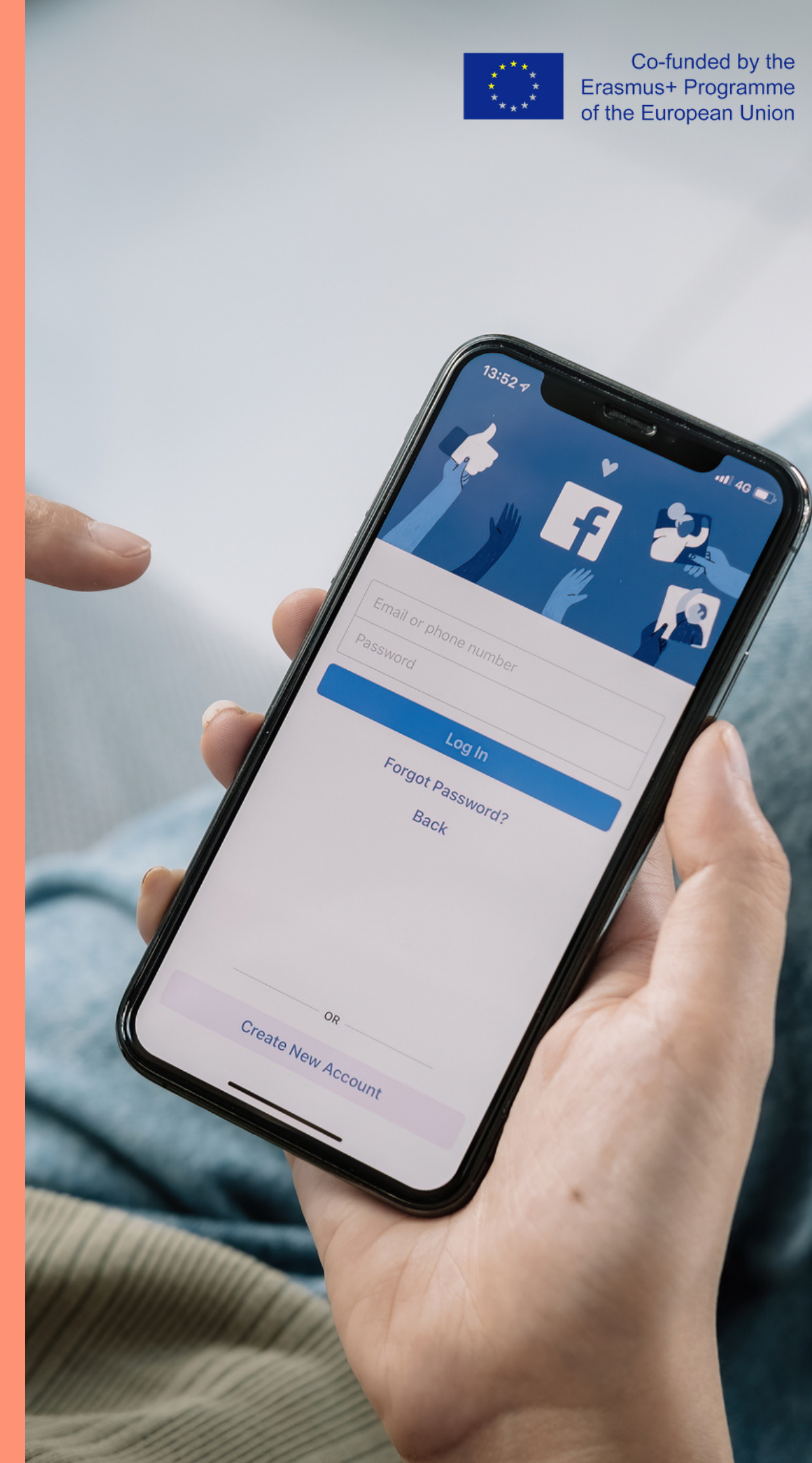


Piattaforme di social media e strumenti per la creatività!

Facebook: Facebook è diventato il più grande social network del mondo. Il 22% della popolazione mondiale è iscritto a Facebook. Di questi, 1,85 miliardi sono utenti attivi quotidianamente e 2,8 miliardi sono utenti attivi mensilmente. È presente in oltre 190 Paesi e in 111 lingue diverse. È un'eccellente fonte di ispirazione. Su Facebook, i contenuti virali hanno maggiori probabilità di evocare sentimenti positivi: gioia, interesse, attesa, fiducia, ecc. Gli articoli più condivisi tendono a suscitare sentimenti di

- *Stupore (25%)*
- *Risate (17%)*
- *Divertimento (15%)*
- *Gioia (14%)*

Pertanto, creare i propri messaggi positivi per aiutare gli altri a condividere sentimenti positivi è molto efficace (Peg Fitzpatrick, 2016).



Piattaforme di social media e strumenti per la creatività!



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

STRUMENTI DI CREATIVITÀ

Canva: Canva è un ottimo strumento da utilizzare per creare il vostro logo, i vostri post su Facebook e Instagram e molto altro. Non è necessario essere un designer esperto per iniziare o sapere qualcosa di design, è semplice da usare e user-friendly. È possibile scegliere tra un'ampia gamma di modelli, tra cui, ma non solo, banner di Facebook, banner di LinkedIn, miniature di YouTube, storie di Instagram, slide decks e altro ancora. Esiste una versione gratuita, anche se limitata (Liz Pienaar, 2020). È possibile trovarla qui: <https://www.canva.com/>

Genially: Genially dispone di oltre 1100 modelli in 12 diverse categorie per una rapida creazione e consente anche di partire da zero, rendendo le creazioni personalizzabili a piacere. Funziona perfettamente con quasi tutte le piattaforme o gli strumenti esterni, rendendo facile l'inserimento di video di Youtube, immagini, audio, animazioni, attività didattiche, mappe di Google e altro ancora nelle creazioni di Genially. Per saperne di più, cliccate qui: <https://genial.ly/>

Piattaforme di social media e strumenti per la creatività!



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

STRUMENTI DI CREATIVITÀ

Crello: Crello è un software di progettazione grafica facile da usare e basato su cloud. Ideale per creatori di contenuti, aziende, piattaforme di e-commerce e istituzioni, è dotato di oltre 45.000 modelli già pronti per creare rapidamente contenuti fotografici e video. Gli utenti che non hanno conoscenze di grafica o competenze tecniche possono utilizzare facilmente tutte le funzioni di Crello, poiché tutti i comandi e le indicazioni sono diretti e semplici. Tutti gli utenti di Crello hanno inoltre accesso gratuito a oltre 180 milioni di foto stock e a più di 30.000 videoclip in HD. (Compare Camp, n.d.). Per saperne di più: <https://create.vista.com/>

Adobe Spark: Adobe Spark è un'applicazione gratuita per la progettazione grafica online e mobile. È gratuita, ma i progetti conservano la filigrana "Adobe Spark". È disponibile su iOS, Android e come applicazione basata sul Web. È possibile creare immagini, video e pagine web. Per saperne di più, cliccate qui: <https://sites.google.com/view/adobesparkmc/home?authuser=0>

2020-1-UK01-KA226-HE-094634



AUTOVALUTAZIONE

1. L'impronta digitale si riferisce alle informazioni e ai dati che le persone accettano di fornire online.

VERO

FALSO

Feedback: L'impronta digitale si riferisce alle informazioni e ai dati che le persone generano, attraverso un'azione mirata o una registrazione passiva, quando vanno online (Thatcher, 2014)

2. I datori di lavoro non possono controllare l'impronta digitale dei candidati.

VERO

FALSO

Feedback: I datori di lavoro possono controllare le impronte digitali dei loro potenziali dipendenti, in particolare i loro social network, prima di prendere decisioni di assunzione.

3. La capacità di ispirare gli altri è un tratto di personalità importante per qualsiasi leader.

VERO

FALSO

4. I datori di lavoro non dovrebbero dare ai dipendenti la possibilità di contribuire alle decisioni strategiche che li riguardano, perché questo rovinerebbe le loro relazioni.

VERO

FALSO

5. L'impronta digitale può avere effetti positivi.

VERO

FALSO

AUTOVALUTAZIONE

6. Su Facebook, gli articoli più condivisi tendono a scatenare sentimenti di curiosità.

VERO

FALSO

Feedback: Gli articoli più condivisi tendono a suscitare sentimenti di stupore (25%)

7. Ci sono app che potete utilizzare liberamente per creare post motivazionali e di ispirazione.

VERO

FALSO

8. LinkedIn aiuta a promuovere gli eventi futuri.

VERO

FALSO

Feedback: Potete anche taggare persone e aziende appropriate nei vostri post e questo vi aiuta in modo significativo con gli eventi che volete promuovere.

9. TikTok è una piattaforma per i giovani e quindi non c'è bisogno di pubblicità nella piattaforma.

VERO

FALSO

Feedback: L'utente medio apre TikTok 19 volte al giorno ed è stato scaricato 3 miliardi di volte.

10. Possiamo cancellare facilmente la nostra impronta digitale.

VERO

FALSO

Feedback: È importante sapere che la nostra impronta digitale è molto difficile e talvolta impossibile da rimuovere una volta che i dati sono pubblici o addirittura semi-pubblici, come nel caso di Facebook.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ADATTABILITÀ DIGITALE





Che cos'è l'adattabilità digitale?



Negli ultimi anni, l'impatto della tecnologia nel campo dei servizi di carriera e della gestione delle risorse umane ha cambiato radicalmente il modo di lavorare dei professionisti. Le competenze digitali per il lavoro e per la vita sono in cima all'agenda politica europea.

Il processo di digitalizzazione ha interessato tutte le aree di business: dal modo in cui si trovano e si gestiscono i nuovi clienti a come si costruisce la reputazione del cliente e la propria su Internet. In questo contesto, i processi di gestione del personale e dei clienti si stanno spostando verso sistemi basati su cloud, che garantiscono una maggiore efficienza. La tecnologia può essere utilizzata per incoraggiare il lavoro flessibile, per facilitare la comunicazione e la collaborazione tra i team e i clienti anche da remoto o per ridurre le attività ripetitive del personale automatizzandole. Processi come i colloqui, la raccolta di informazioni sulla carriera e la personalizzazione dei corsi di formazione in base alle caratteristiche personali di ciascun dipendente o cliente si stanno spostando sempre più nella realtà virtuale.



Che cos'è l'adattabilità digitale?



Inoltre, i nuovi strumenti tecnologici consentono ai consulenti di carriera di aumentare il numero di persone con cui lavorano, rendendo più facile e veloce raggiungere i potenziali clienti e fornire feedback utilizzando gli strumenti TIC. Gli studenti e le persone alla ricerca di un nuovo lavoro o di uno sviluppo di carriera sono ora in grado di beneficiare dell'orientamento e della formazione online in qualsiasi momento a loro conveniente. L'uso di strumenti di valutazione online consente ai consulenti di carriera di assistere efficacemente i loro clienti nella scelta del giusto percorso professionale grazie a un approccio più individuale e dettagliato.

Le nuove tecnologie e la recente situazione di emergenza hanno cambiato radicalmente il mondo del lavoro e i professionisti delle Risorse Umane e dei servizi alla carriera hanno il compito di gestire queste trasformazioni, senza intaccare i processi organizzativi delle aziende e rispondendo alle nuove esigenze e aspettative dei clienti legate alla realtà in rapida evoluzione.

Che cos'è l'adattabilità digitale?



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

La Commissione europea, nella sua definizione di competenza digitale, sottolinea l'importanza di un uso consapevole e responsabile delle tecnologie digitali nell'istruzione, nel lavoro e nella vita pubblica.

La competenza digitale dovrebbe includere la capacità di cooperare digitalmente, la sicurezza e la risoluzione dei problemi. L'alfabetizzazione digitale comprende le competenze personali, tecniche e digitali necessarie per navigare nel moderno mondo digitale.



adaptability

Che cos'è l'adattabilità digitale?

DigComp

Il framework **DigComp** identifica le componenti chiave della competenza digitale in **5 aree** (Dimensione 1). Le aree sono riassunte di seguito:

Alfabetizzazione all'informazione e ai dati: Articolare le esigenze informative, individuare e recuperare dati, informazioni e contenuti digitali. Giudicare la rilevanza della fonte e del suo contenuto. Archiviare, gestire e organizzare dati, informazioni e contenuti digitali.

Comunicazione e collaborazione: Interagire, comunicare e collaborare attraverso le tecnologie digitali, tenendo conto della diversità culturale e generazionale. Partecipare alla società attraverso i servizi digitali pubblici e privati e la cittadinanza partecipativa. Gestire la propria presenza, identità e reputazione digitale.



Che cos'è l'adattabilità digitale?



Creazione di contenuti digitali: Creare e modificare contenuti digitali per migliorare e integrare informazioni e contenuti in un corpus di conoscenze esistenti, comprendendo le modalità di applicazione del copyright e delle licenze. Saper dare istruzioni comprensibili per un sistema informatico.

Sicurezza: Proteggere i dispositivi, i contenuti, i dati personali e la privacy negli ambienti digitali. Proteggere la salute fisica e psicologica ed essere consapevoli delle tecnologie digitali per il benessere e l'inclusione sociale. Essere consapevoli dell'impatto ambientale delle tecnologie digitali e del loro utilizzo.

Risoluzione di problemi: Identificare esigenze e problemi e risolvere problemi concettuali e situazioni problematiche in ambienti digitali. Utilizzare gli strumenti digitali per innovare processi e prodotti. Mantenersi aggiornati con l'evoluzione digitale.

Che cos'è l'adattabilità digitale?



I livelli di competenza digitale possono essere suddivisi in:

- Al **livello base**, il dipendente conosce l'insieme degli strumenti e delle tecnologie adottate dall'azienda, si rende conto dell'importanza del loro utilizzo ed è in grado di svolgere i compiti tipici nell'ambito delle proprie mansioni.
- Al **livello medio**, il dipendente ha confidenza con gli strumenti e le tecnologie digitali, è in grado di risolvere problemi complessi nell'ambito delle proprie mansioni.
- Al **livello avanzato** una persona formula i compiti per lo sviluppo degli strumenti e implementa la programmazione di base.
- A **livello di esperto**, una persona implementa la parte tecnica dei progetti digitali, determina la strategia e gestisce lo sviluppo della base tecnologica e sviluppa gli standard per l'uso della tecnologia in azienda.

Che cos'è l'adattabilità digitale?



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



L'alfabetizzazione digitale significa anche inclusione, nuove possibilità di vita sociale, opportunità di lavoro. Superare l'analfabetismo informatico e colmare il divario digitale è utile a tutte le età: ai più giovani per studiare meglio, utilizzando piattaforme informatiche e strumenti multimediali che rendono l'apprendimento più piacevole e proficuo, agli adulti in età lavorativa per stare al passo e superare il digital divide che li rende svantaggiati rispetto ai colleghi nativi digitali.



PERCHÉ l'adattabilità digitale?



I progressi delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) hanno trasformato in modo significativo il modo in cui le organizzazioni e gli individui interagiscono tra loro. I servizi di assistenza e il loro rapporto con i clienti stanno diventando sempre più dinamici e complessi, con un'elevata richiesta di prodotti e servizi personalizzati online.

La situazione del mercato del lavoro sta cambiando rapidamente insieme alle condizioni in cui operano le aziende. Se prima le aziende avevano almeno diversi mesi per ristrutturarsi e adattarsi alle nuove regole del gioco, ora, a causa della rapidità con cui cambiano le circostanze esterne e interne, devono adattarsi rapidamente.

Insieme alla digitalizzazione, le nuove aspettative delle giovani generazioni stanno cambiando il lavoro dei responsabili delle risorse umane e dei consulenti di carriera. Essi si trovano sempre più spesso ad affrontare problemi socio-economici, scarsa motivazione, alto livello di stress, richieste come un migliore equilibrio tra vita personale e lavorativa, una maggiore attenzione alla diversità, la necessità di strumenti di lavoro e di collaborazione basati sul web e sul cloud e modi migliori per valutare, riconoscere e valorizzare le competenze. Inoltre, è apparso evidente che i social network aiutano indubbiamente a promuovere e comunicare se stessi come brand: aumentano la visibilità, rendono più riconoscibile il proprio lavoro, aiutano a essere più competitivi negli affari e ad attrarre nuove e migliori opportunità professionali.

PERCHÉ l'adattabilità digitale?



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Negli ultimi anni è emersa una varietà di sistemi digitali di informazione sulla carriera, alcuni dei quali sono: Sistemi informativi sul mercato del lavoro, sistemi interattivi basati sul web per l'orientamento professionale, uso di big data, app e simulatori di carriera. L'erogazione di interventi di orientamento professionale e occupazionale ai clienti a distanza e/o il supporto ai clienti nella ricerca di informazioni sul mercato del lavoro richiedono la trasformazione delle pratiche e un nuovo modo di pensare e lavorare. Per adattarsi a questi cambiamenti, è necessario trasformare l'identità professionale degli operatori dell'orientamento professionale.

Nella nuova realtà gli operatori dell'orientamento professionale non devono solo utilizzare soluzioni digitali pratiche: vari siti educativi, creazione e archiviazione di CV Europass, portali pubblicitari, ma anche impegnarsi nel trasferimento di tutte le attività di orientamento professionale all'interno di un ambiente virtuale: corsi di formazione, lezioni, seminari, consultazioni, test, escursioni, ecc. È importante notare che in questo periodo non solo le varie soluzioni tecnologiche per il lavoro a distanza sono diventate un punto centrale, ma anche le competenze e le abilità digitali dei consulenti sono diventate rapidamente componenti rilevanti e importanti.

Le competenze digitali sono diventate uno dei requisiti essenziali per qualsiasi funzione organizzativa. Si tratta di un ampio insieme di competenze tecnologiche che consentono di identificare, valutare, utilizzare, condividere e creare contenuti utilizzando le tecnologie informatiche e Internet, utili per lo svolgimento del proprio lavoro. L'evoluzione della tecnologia oggi ha abbracciato tutti i settori della vita. Ciò implica cambiamenti di comportamento per adattarsi e rimanere competitivi.



PERCHÉ l'adattabilità digitale?



La combinazione di soft skills, hard skills e digital skills diventa un requisito fondamentale a tutti i livelli della vita professionale, una priorità da non sottovalutare.

Purtroppo, molti professionisti reagiscono ai cambiamenti tecnologici in modo passivo e senza un reale coinvolgimento, ed è proprio questa mancanza di impegno la causa principale del fallimento di molte iniziative di change management all'interno delle organizzazioni. Ma quando i professionisti non hanno le competenze necessarie, la loro motivazione e produttività diminuiscono.

Inoltre, oggi è già impossibile immaginare la nostra vita quotidiana senza la presenza delle moderne tecnologie digitali. Ogni anno le risorse esistenti vengono migliorate e vengono creati nuovi oggetti "intelligenti". Le case delle persone sono dotate di vari dispositivi, quasi tutti gli individui utilizzano gadget, le tecnologie di Internet si sviluppano a passi da gigante.

La maggior parte della popolazione di età compresa tra i 15 e i 72 anni utilizza un computer e Internet. Il concetto di "alfabetizzazione digitale" comprende il possesso di competenze nell'uso delle tecnologie digitali, la ricerca e la creazione di contenuti, lo scambio di informazioni con altri, la programmazione informatica, ecc.

PERCHÉ l'adattabilità digitale?



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Per non perdersi nel flusso delle ultime tecnologie e stare al passo con i tempi, è necessario comprendere i principi di funzionamento dei dispositivi, sapere dove cercare le informazioni e come applicarle nella propria vita. Anche la semplice manutenzione di una pagina su un social media può portare a tristi conseguenze se una persona non sa come mantenere al sicuro i propri dati personali, quali informazioni possono essere condivise su Internet e quali è meglio mantenere private.

Uno dei motivi principali per cui oggi le aziende hanno difficoltà a innovare è la mancanza di competenze digitali tra i dipendenti. Di conseguenza, le prestazioni dell'azienda diminuiscono, perde clienti fedeli e non riesce a svilupparsi.

Per questo motivo, i requisiti per le competenze dei dipendenti stanno cambiando a un ritmo elevato. Lo sviluppo di competenze digitali aiuta a fare carriera e a rimanere richiesti come specialisti in un'economia in via di digitalizzazione.



COME possiamo adattarci?

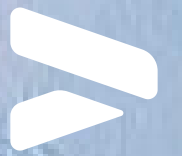
Il successo dell'integrazione della tecnologia, degli strumenti digitali e dei social media nei servizi per le carriere e le risorse umane dipende non solo dalle competenze degli utenti, ma anche dalla loro disponibilità ad accettare i cambiamenti che le nuove tecnologie potrebbero portare. Sebbene i professionisti della carriera valutino generalmente bene le proprie competenze, tendono ancora a utilizzare alcune delle risorse e degli strumenti più comuni. Di conseguenza, tendono a non utilizzare il maggior numero possibile di opportunità di consulenza professionale. Si suggerisce quindi che i professionisti della carriera si impegnino a esplorare altri strumenti digitali pertinenti che possono utilizzare per migliorare la capacità di fornire i loro servizi a distanza.

Le soft skill digitali, come la capacità di comunicare efficacemente attraverso diversi strumenti digitali, la capacità di utilizzare gli strumenti digitali per creare contenuti innovativi, la capacità di analizzare i dati, sono essenziali per far fronte alla continua evoluzione digitale. Non sono direttamente legate alle tecnologie e consentono alle persone di utilizzare efficacemente i nuovi strumenti digitali, migliorando la produttività e la qualità delle attività lavorative svolte.

Le informazioni sullo sviluppo tecnologico da sole non bastano. È importante sviluppare strategie di coping. Una delle strategie più efficaci è la **formazione continua**. Poiché l'evoluzione è continua, anche l'adattamento deve essere continuo. Ogni utente di tecnologie moderne non deve essere resistente al cambiamento.



COME possiamo adattarci?



In queste circostanze la flessibilità diventa una delle soft skills più preziose, che deve essere allenata. È la capacità di adattarsi a situazioni mutevoli o di superare ostacoli. Essere flessibili è una delle soft skills che può aiutare a fare carriera, perché la capacità di adattarsi alle situazioni, di collaborare con diversi gruppi di persone e di apprendere nuove attività permette a un professionista di essere scelto per le attività di maggiore responsabilità.

Per allenare la flessibilità è importante non cedere allo stress quando si affrontano situazioni impreviste, ma allo stesso tempo è importante mantenere un atteggiamento proattivo nel lavoro.

Costruire nuove abitudini nei processi di lavoro, implementando nuovi piccoli compiti un passo alla volta su base continuativa. Ognuno di noi ha delle abitudini legate al lavoro, che spesso ci impediscono di abbracciare pienamente i cambiamenti tecnologici. Quanti continuano a scambiarsi file tra colleghi via e-mail, ignorando strumenti di lavoro come Microsoft Teams, che permette di lavorare su un unico documento contemporaneamente?

COME possiamo adattarci?



Per **valutare il vostro livello di alfabetizzazione digitale**, ponetevi alcune domande:

- Sapete come lavorare con i prodotti digitali, ad esempio con un sistema operativo o un editor di testo?
- È facile per voi lavorare con i dispositivi digitali: telefono, stampante o tablet?
- È difficile per voi inviare a qualcuno una foto o un video, modificare un'immagine o creare un video?
- Siete in grado di usare il pensiero critico e di analizzare le informazioni provenienti dai social network e dai video hosting?
- Siete in grado di proteggere i vostri dati personali, i login salvati e le password da hacking, furti e phishing?



COME possiamo adattarci?

Decidete **quali competenze** vi servono. Avete difficoltà ad applicare la tecnologia nella vita quotidiana? Volete utilizzare i programmi informatici in modo più efficiente? Avete bisogno di competenze digitali per il lavoro? Le risposte a queste domande definiranno il vostro scopo e vi daranno la direzione da seguire.

Esistono diversi modi per **valutare l'alfabetizzazione digitale** dei professionisti dell'orientamento professionale. Uno di questi è il Northstar Digital Literacy Assessment, che può aiutare ad apprendere le competenze digitali anche online.

Lo strumento assiste i professionisti nella raccolta di dati sull'uso della tecnologia, sull'accesso alle infrastrutture e alle competenze hardware di base, e aiuta a valutare l'accesso allo sviluppo tecnologico professionale.

Scoprite il vostro **punto di partenza**. Anche se è la prima volta che incontrate il concetto di alfabetizzazione digitale, è improbabile che il vostro livello di competenze sia pari a zero. Come minimo, siete sicuramente in grado di scaricare un'applicazione o di accendere il computer. Pertanto, è importante stabilire **in che direzione andare e cosa studiare** esattamente.



COME possiamo adattarci?

Decidete **come studiare**. Esistono vari modi per essere aggiornati sulle ultime innovazioni nel vostro settore professionale, dalla lettura di siti web, riviste e manuali relativi all'argomento di vostro interesse a una formazione continua, partecipando a corsi di aggiornamento e webinar, o anche condividendo le informazioni con i vostri colleghi su siti web e forum specializzati.

Le competenze digitali non sono un concetto statico. Diventano obsolete alla stessa velocità con cui cambia la tecnologia. Pertanto, dovranno essere aggiornate con una regolarità invidiabile. Ciò richiederà un altro importante gruppo di competenze: la ricerca autonoma di informazioni, la loro assimilazione e il rapido adattamento a nuove condizioni, la creatività nell'affrontare nuovi problemi. **L'apprendimento permanente** deve diventare uno stile di vita per chiunque voglia stare al passo con i cambiamenti digitali. Questo vi permetterà di non perdere opportunità di carriera e di sentirvi più sicuri in un mondo in continua evoluzione.

AUTOVALUTAZIONE

Domande	Risposte
Sapete come il processo di digitalizzazione ha influenzato tutte le aree di business?	<Si> <No>
Sapete come i nuovi strumenti tecnologici aiutano i consulenti di carriera nel loro lavoro?	< Si > <No>
Conoscete le componenti chiave della competenza digitale?	< Si > <No>
Sapete qual è il ruolo dei social network nello sviluppo della carriera?	< Si > <No>
Conoscete alcuni dei nuovi sistemi digitali di informazione sulle carriere?	< Si > <No>
Sapete quali sono le attività di orientamento professionale in un ambiente virtuale?	< Si > <No>
Sapete come non perdersi nel flusso delle ultime tecnologie?	< Si > <No>
Sapete cosa sono le soft skill digitali?	< Si > <No>
Sapete come valutare il vostro livello di alfabetizzazione digitale?	< Si > <No>
Sapete qual è una delle soft skill più preziose legate all'alfabetizzazione digitale?	< Si > <No>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

PROGETTARE E ORGANIZZARE SEMINARI DI CARRIERA ONLINE

2020-1-UK01-KA226-HE-094634



La situazione attuale dei seminari online



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Negli ultimi anni, soprattutto dopo la pandemia COVID-19, la comunicazione a distanza è diventata sempre più diffusa. Per facilitare tutti questi scambi, sono state create molte piattaforme virtuali dove si possono tenere incontri di lavoro e seminari.

Dal punto di vista dell'apprendimento, l'online sta raggiungendo nuovi picchi in quanto è più comodo imparare in qualsiasi momento e da qualsiasi luogo. Gli studenti, quindi, hanno meno limitazioni, soprattutto perché si tratta di corsi più brevi. Si parla di microapprendimento, "un tipo di formazione che si riferisce a unità di apprendimento relativamente piccole. Implica strategie focalizzate sul breve termine, specificamente progettate per la comprensione/apprendimento/istruzione basata sulle competenze". Progettare e organizzare un seminario sulla carriera online è quindi un modo più comodo e fruibile per tutti. L'importante è fare riferimento alle migliori pratiche in modo che il seminario sia efficiente.





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Vantaggi dell'organizzazione di un seminario di carriera online





Vantaggi dell'organizzazione di un seminario di carriera online

Perché può essere conveniente organizzare seminari sulla carriera online piuttosto che di persona?

Questo tipo di seminario può generare vantaggi sia per i partecipanti che per gli organizzatori.

I partecipanti hanno l'opportunità di partecipare a distanza senza dover raggiungere una sede fisica con tutte le difficoltà che ciò comporta. La comodità dei seminari virtuali, soprattutto se si svolgono nell'arco di poche ore, facilita la partecipazione delle persone in cerca di lavoro. Questi ultimi hanno anche l'opportunità di chattare privatamente con gli altri partecipanti e di stabilire connessioni con persone che lavorano nello stesso settore o che sono anche in cerca di lavoro. Attraverso le bacheche virtuali è anche possibile scambiare opinioni, eliminando molti dei fattori di stress spesso causati dagli eventi tradizionali. Uno spazio virtuale riduce anche le barriere permettendo a tutti di intervenire senza esitazione, alleviando così l'ansia sociale. possono incontrare, ove presenti, esperti del settore e avere scambi diretti con loro per approfondire la comprensione dei temi trattati. I partecipanti possono inoltre accedere ai contenuti presentati, rivederli e studiarli nuovamente.



Vantaggi dell'organizzazione di un seminario di carriera online



Attraverso un seminario di carriera online, gli organizzatori possono reclutare partecipanti da tutto il mondo in un'unica sessione.

In questo modo, è possibile ridurre gli sforzi di preparazione, il personale organizzativo e sicuramente i costi. Infatti, i seminari virtuali non comportano costi di sede o di viaggio e richiedono molto meno personale per la loro realizzazione. L'organizzazione di un seminario tradizionale, a differenza di un seminario virtuale, può richiedere settimane o mesi, dalla ricerca della sede alla commercializzazione.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Consigli e suggerimenti su come progettare e organizzare un seminario di carriera online





Quando si pianifica e si organizza un seminario sulla carriera online, come per qualsiasi evento, è importante definire una buona logistica.

Prima di tutto, è necessario porsi alcune domande fondamentali per un seminario di successo.

È necessario definire il proprio pubblico di riferimento, decidendo quindi a quale pubblico si vuole rivolgere il seminario. A questo punto è importante capire quali contenuti e valori si vogliono trasmettere e condividere con i partecipanti.

Quali sono i messaggi chiave che volete far apprendere ai partecipanti?

Una volta definiti questi primi passi, dovrete decidere quando e come organizzare il seminario, anche in base alle esigenze dei partecipanti.



Esempio 1: nel caso di studenti universitari, potrebbe essere utile organizzare il corso in periodi in cui non hanno esami o lezioni.

Esempio 2: nel caso di studenti adulti, questi potrebbero preferire corsi in orari adatti ai loro impegni (tardo pomeriggio) e potrebbero preferire la suddivisione del seminario in più parti.

A tal fine, e anche per conoscere meglio i partecipanti, potrebbe essere utile inviare loro un questionario di indagine. Per questo tipo di sondaggio, esistono diversi strumenti che possono essere utili, ad esempio Google Forms, Typeform, SurveyMonkey.

Grazie a questi sondaggi, è anche possibile conoscere il numero di partecipanti potenzialmente interessati a frequentare il corso (il che è importante per gestire meglio il seminario).



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Per capire meglio come procedere con la pianificazione, possiamo dividere l'organizzazione del seminario in tre fasi principali:

- fase iniziale del seminario
- svolgimento del seminario
- fase post-seminario

Fase iniziale del seminario

Dopo un'introduzione al seminario, ai suoi obiettivi e ai suoi contenuti, i partecipanti potrebbero aver bisogno di un'attività per rompere il ghiaccio. Questo tipo di attività è perfetto per permettere a tutti di esprimersi, conoscere gli altri partecipanti e lavorare in gruppo.

Svolgimento del seminario

In questa fase è importante riuscire a trasmettere in modo efficace i contenuti principali del seminario, tenendo sempre conto del pubblico di riferimento. Il modo migliore per farlo è far interagire i partecipanti e organizzare i contenuti in modo interattivo.

Anche in questo caso, sono disponibili molti strumenti online a seconda delle attività da svolgere. In generale, si possono utilizzare power point e documenti. Certamente foto, video e audio sono migliori per coinvolgere i partecipanti, in quanto rappresentano un elemento più dinamico e aiutano a trattenere meglio le informazioni. L'importante è che nella progettazione dei contenuti il layout sia chiaro e conciso, cercando di evitare la confusione.



Una delle attività che mantengono viva l'attenzione dei partecipanti sono i quiz. Esistono strumenti con i quali è possibile sondare rapidamente le opinioni dei partecipanti al seminario su un particolare argomento o approfondire un aspetto del contenuto del seminario. Alcune soluzioni sono: Stormz, Axis, Mentimeter, Slido. Durante il corso può essere utile, dopo una fase di formazione, fare un brainstorming o generare idee. I partecipanti potrebbero analizzare e affrontare insieme una situazione, un contesto o un problema. A questo scopo, esistono lavagne online in cui i partecipanti possono lavorare simultaneamente e replicare la sensazione di lavorare insieme di persona su una lavagna. Gli strumenti più utilizzati sono: Miro, Stormboard, Google Jamboard.

Invitare esperti è un altro modo per attirare l'attenzione. I partecipanti possono essere interessati ad ascoltare il punto di vista di relatori esperti per approfondire gli argomenti del seminario e acquisire competenze più specifiche.

Ai partecipanti può essere consigliato di utilizzare applicazioni per prendere appunti per annotare informazioni e salvare link utili durante il seminario. Con queste app è possibile registrare le informazioni necessarie in un unico posto, in modo che gli appunti possano essere organizzati, trovati e condivisi più facilmente e immediatamente. Alcune delle app disponibili sono: Evernote, OneNote, Google Drive & Docs, Notion. Grazie a queste attività, il seminario può risultare meno noioso e più attraente per i partecipanti, che potranno imparare in modo diverso.



Fase post-seminario

Alla fine del seminario, è importante assicurarsi che tutti i partecipanti ricordino i punti chiave discussi. Se non è stato fatto durante il seminario, si può utilizzare una lavagna online dove tutti gli scambi e i contenuti condivisi possono essere pubblicati ai partecipanti.

Infine, sarebbe bene rendere i contenuti accessibili a tutti, magari utilizzando un software speciale per la condivisione dei dati, come Google Drive, Dropbox o One Drive. In questo modo, i partecipanti potrebbero anche condividere ulteriori contributi e materiali utili a tutti.

Qualche giorno dopo il seminario, potrebbe essere utile inviare un'e-mail ai partecipanti per ringraziarli della partecipazione e invitarli al seminario successivo.

AUTOVALUTAZIONE

Domande	Risposte
È vero che l'organizzazione di un seminario di carriera online può generare vantaggi sia per i partecipanti che per gli organizzatori?	SI NO
È più facile partecipare a un seminario sulla carriera online che a uno organizzato di persona?	SI NO
Per i partecipanti è più stressante partecipare a un seminario di carriera online che a uno di persona?	SI NO
È vero che in questo modo non è possibile incontrare esperti del settore?	SI NO
È possibile ridurre gli sforzi di preparazione e i costi di organizzazione?	SI NO
La prima cosa da fare quando si organizza un seminario di carriera online di successo è fissare la data?	SI NO
È importante adattare il contenuto del seminario al pubblico di riferimento?	SI NO
L'uso di un software per le attività online può creare confusione durante il seminario?	SI NO
Le lavagne interattive possono aiutare i partecipanti a condividere idee e risolvere problemi?	SI NO
È importante condividere i contenuti del seminario con i partecipanti?	SI NO

CV Generator

Il Generatore di CV assiste i singoli giovani nella creazione di un CV che presenterà le loro competenze più forti.

Il Generatore comprende due fasi principali. Nella prima fase c'è un livello di personalizzazione del branding che guida gli studenti nell'identificazione delle loro passioni, competenze, valori e conoscenze in modo da giungere ad una direzione personalizzata del marchio. Più specificamente, lo strumento “profila” lo studente identificando i suoi elementi di personalità. Questa è una fase necessaria per la seconda fase. Nella seconda fase, loro possono creare il loro CV, salvarlo e modificarlo in qualsiasi momento. Ci sono tre diversi tipi di CV: accademico, aziendale e creativo.

Il Generatore di CV è gratuito per tutti coloro che possono avere accesso alla loro strategia personalizzata e ai loro CV in qualsiasi momento lo desiderino. Ci sono gli esempi di tutti e tre i modelli in modo che abbiano un'immagine completa del CV.

Potete visitare il sito Web del generatore di CV qui: <https://brand4careers-cvgenerator.eu/pre-assessment>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Con le linee guida per il branding personale dovrete essere in grado di trovare le risorse di cui avete bisogno per fare un ulteriore passo in avanti nella creazione di un marchio personale di successo per la vostra carriera.

Vi auguriamo buona fortuna!!



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

BRAND4CAREERS
2020-1-UK01-KA226-HE-094634

SEGUITECI



SITO WEB

<https://www.brand4careers.eu/>



PAGINA FACEBOOK

<https://www.facebook.com/brand4careers>



**INDIRIZZO DI POSTA
ELETTRONICA**

eleni@civicuk.com



unimc
UNIVERSITÀ DI MACERATA
l'umanesimo che innova



Universidad de Valladolid



Coaching  4EU

HeartHands
SOLUTIONS
HANDS ON KNOWLEDGE



ARISTOTLE
UNIVERSITY
OF THESSALONIKI



Università degli Studi
Guglielmo Marconi