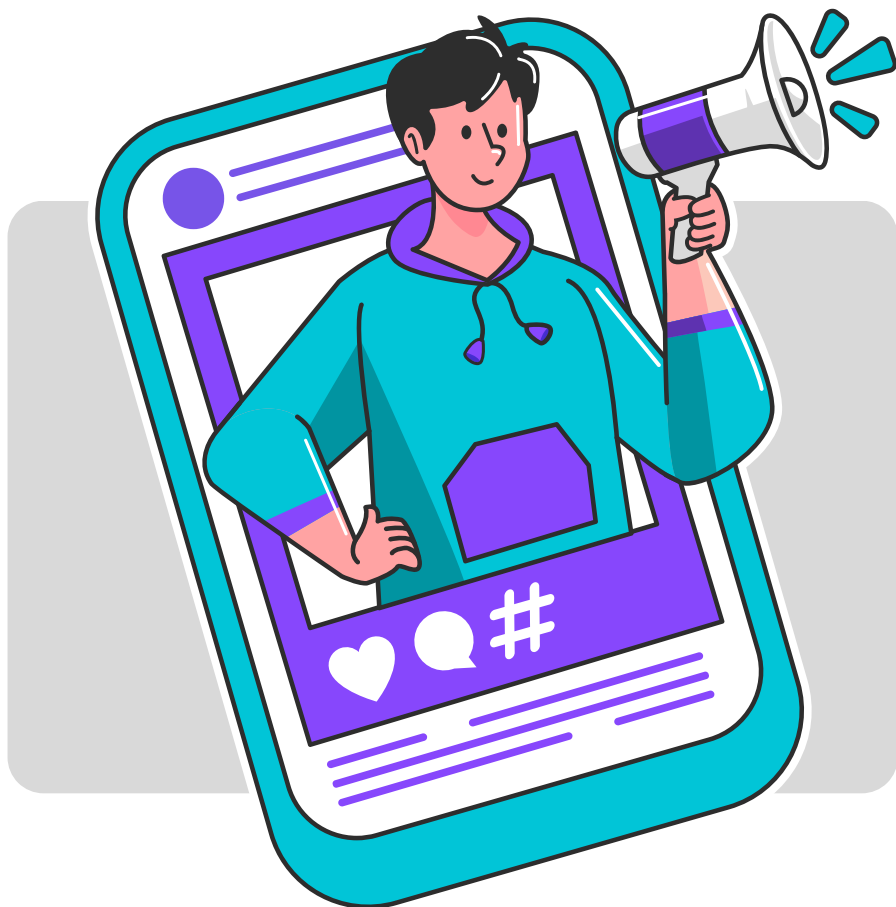


ZBIRKA RADIONICA



**„OSNAŽIVANJE UČENIKA U STRUKOVNOM
OBRAZOVANJU ZA DONOŠENJE ODLUKA
O KARIJERI, S NAGLASKOM
NA KARIJERE INFLUENCERA“**

NAZIV:

Zbirka radionica „Osnaživanje učenika u strukovnom obrazovanju za donošenje odluka o karijeri, s naglaskom na karijere influencera“

PROJEKT:

“Influencing careers of VET students” financiran od strane Agencije za mobilnost i programe Europske unije (AMPEU)

PROJEKTNI PARTNERI:

- Domas, obrt za poduku, savjetovanje i poslovne usluge, vl. Domagoj Morić, Hrvatska
- Outreach Hannover e.V., Njemačka
- Centar za neformalno obrazovanje i cjeloživotno učenje, Srbija

IZDAVAČ:

Centar za neformalno obrazovanje i cjeloživotno učenje, Srbija

UREDNIK:

Željko Pasuj

AUTORI:

Željko Pasuj
Domagoj Morić
Pavle Jevdic

PRIJEVOD S ENGLESKOG JEZIKA:

Domagoj Morić

GRAFIČKI DIZAJN:

Nikola Radovanović

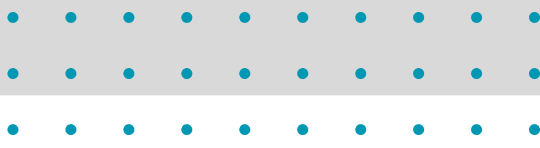
2025



Sadržaj

SAŽETAK PROJEKTA	1
UVOD I STRUKTURA ZBIRKE RADIONICA	3
Online (mrežna) prisutnost.....	5
Važnost online (mrežne) prisutnosti.....	5
Deset strategija za jačanje prisutnosti na društvenim mrežama	5
Šest ključnih koraka za igradnju osobnog brenda online	7
Drugi dio: Praktične aktivnosti / radionice	10
Radionica 1: Osobni brend na društvenim mrežama	10
Radionica 2: Strategije traženja posla u digitalno doba	13
Radionica 3: Prilike za rad na daljinu	16
Radionica 4: Digitalne vještine za razvoj karijere	19
Radionica 5: Profesionalni bonton i komunikacijske vještine u online okruženju	22
Radionica 6: Izrada akcijskog plana za korištenje društvenih mreža u razvoju karijere.....	25
Radionica 7: Istraživanje karijernih putova online.....	27
Radionica 8: Prepoznavanje vjerodostojnih izvora.....	30
Radionica 9: Prepoznavanje autentičnih izvora u području karijernog savjetovanja.....	33
Radionica 10: Razumijevanje influencerske culture i njezin utjecaj na odabir karijere	36
Radionica 11: Izgradnja profesionalne online prisutnosti	39
Radionica 12: Razumijevanje sigurnosnih rizika te rizika privatnosti	42
Radionica 13: Izrada osobnog karijernog akcijskog plana	45
Izvori.....	48





SAŽETAK PROJEKTA

Unatoč rastućim gospodarskim prilikama i društvenom utjecaju u području karijera influencersa, i dalje postoji značajan jaz u strukturiranom obrazovanju za upravljanje karijerom i u pružanju podrške pojedincima koji žele uspjeti u ovom brzo razvijajućem, netradicionalnom zanimanju.

Mladi influenceri se u svojim karijerama suočavaju se s brojnim izazovima, uključujući nedostatak formalnih struktura, nedovoljno priznanje i potrebu za strateškim planiranjem. Kada smo osmišljavali ovaj projekt, cilj nam je bio razviti programe upravljanja karijerom posebno prilagođene potrebama influencersa te im na taj način pružiti potrebne alate i znanja kako bi se mogli snalaziti u složenostima ove profesije. Baveći se specifičnim izazovima i zahtjevima influencerskih karijera, projekt je također usmjeren na osnaživanje edukatora u strukovnom obrazovanju kako bi razvili svoje kapacitete u radu s učenicima na izgradnji održivih i uspješnih karijera u ovoj brzo mijenjajućoj industriji.

Projekt je posebno usmjeren na nastavnike i učenike u strukovnim školama, gdje postoji značajan interes za influencerske karijere, ali i nedostatak specijaliziranog planiranja i savjetovanja o karijeri. Naša istraživanja, opažanja i provedene ankete pokazuju da, iako mnoge učenike u strukovnom obrazovanju privlači ideja influenciranja kao „lakog načina“ zarade, ubrzo shvate izazove, ali i nedostatak specifičnih vještina. Također, edukatori u strukovnom obrazovanju često nisu dovoljno opremljeni pružiti planiranje i savjetovanje o karijeri u skladu s modernim tehnološkim trendovima i realnostima influencerske profesije.

Cilj našeg projekta je popuniti taj jaz osnaživanjem nastavnika u strukovnim školama da organiziraju planiranje i savjetovanje o karijeri za svoje učenike, s naglaskom na influencersku profesiju i njene specifične izazove. Želimo također promicati društvene vrijednosti u karijerama, potičući učenike da svoj utjecaj koriste za pozitivan društveni učinak. Pružajući strukturiranu podršku i obrazovanje i edukatorima i učenicima, projekt nastoji osigurati da mladi budu dobro pripremljeni za snalaženje u svijetu influenciranja te da donose informirane odluke o svojoj karijeri.

Naposljetku, projekt ima za cilj premostiti jaz između strukovnog obrazovanja i novih digitalnih profesija, opremajući i učenike i edukatore alatima potrebnima za dugoročni uspjeh i odgovorno uključivanje u influencersku industriju.

Glavni cilj projekta je:

Doprinijeti obrazovanju učenika u strukovnom obrazovanju kroz informirano usmjeravanje u karijeri te osnaživanje nastavnika u strukovnim školama da pruže učinkovito planiranje i savjetovanje o karijeri koje je usklađeno s trendovima na društvenim mrežama i koje promiče društvene vrijednosti među učenicima.

Specifični ciljevi:

- Obrazovati učenike u strukovnom obrazovanju kako donositi informirane odluke o karijeri influencersa, razumijevajući nijanse influencerskog rada u odnosu na upravljanje karijerom, kroz inovativan priručnik s praktičnim smjernicama i pilot-radionicama;
- Osnažiti edukatore u strukovnom obrazovanju i povezane stručnjake u upravljanju karijerama za nova zanimanja u digitalnim i kreativnim industrijama kroz sveobuhvatan šestodnevni kurikulum s ključnim konceptima, edukativnim sesijama i lokalnim edukacijama;

- 
- Poticati partnerstva sa strukovnim školama i jačati kapacitete partnerskih organizacija u području upravljanja karijerama influencera putem online projektne platforme, diseminacijskih aktivnosti i mrežnih događaja na lokalnoj i nacionalnoj razini.

Aktivnosti projekta uključuju:

- Online početni sastanak
- R1 Priručnik „Osnaživanje učenika u strukovnom obrazovanju za donošenje odluka o karijeri, s naglaskom na karijere influencera“
- Pilot-radionice priručnika s učenicima u strukovnom obrazovanju u Srbiji, Njemačkoj i Hrvatskoj
- Online sastanak nakon prvog seta aktivnosti
- R2 Kurikulum „Osnaživanje edukatora i stručnjaka u upravljanju karijerama u eri influencera“
- Lokalne edukacije edukatora i stručnjaka u strukovnom obrazovanju u Srbiji, Njemačkoj i Hrvatskoj
- R3 Online projektna platforma
- Nacionalna konferencija u Srbiji
- Nacionalna konferencija u Njemačkoj
- Nacionalna konferencija u Hrvatskoj
- Online evaluacijski sastanak

UVOD I STRUKTURA ZBIRKE RADIONICA

Zbirka radionica „Osnaživanje učenika u strukovnom obrazovanju za donošenje odluka o karijeri, s naglaskom na karijere influencersa“ razvijen je kao inovativni obrazovni resurs koji nudi i konceptualna znanja i praktične radionice kako bi učenici u strukovnom obrazovanju bolje razumjeli dinamiku influencerskih karijera i donosili informirane odluke o svojoj budućnosti. Posebno je osmišljen da ojača rad s mladima u kontekstu strukovnog obrazovanja, opremajući učenike ključnim vještinama i svježim potrebama za planiranje karijere u digitalnom dobu.

Priručnik doprinosi karijernom obrazovanju kombinirajući teorijska znanja s praktičnim radionicama koje učenicima omogućuju da istraže stvarnosti influencerskih karijera, a sve je u povezanosti s načelima upravljanja karijerom. Cilj mu je podržati učenike u shvaćanju privlačnosti influencerskih profesija, ali je veći fokus stavljen na odgovornosti, rizike te dugoročne strategije potrebne da bi se takva karijera gradila održivo i etički.

Sadržaj priručnika podijeljen je u dva dijela:

Prvi dio: Ključni koncepti i preporuke

Ovaj dio uvodi osnovne pojmove i strateške savjete kako bi učenici razumjeli temelje influencerskih karijera. Obrađuje teme poput važnosti online prisutnosti, uloge društvenih mreža u planiranju karijere i izgradnji osobnog brenda. Također potiče kritičko promišljanje o privlačnosti influencerske profesije, dok istovremeno promiče donošenje odluka temeljenih na vrijednostima i odgovorno digitalno ponašanje.

Drugi dio: Praktične radionice

Drugi dio priručnika sastoji se od 13 praktičnih radionica, pri čemu se svaka bavi specifičnim aspektom razvoja influencerske karijere i spremnosti za digitalne profesije. Radionice su namijenjene nastavnicima u strukovnim školama, edukatorima u lokalnim zajednicama, stručnim suradnicima u školama koji se bave temom profesionalnog usmjeravanja i osobama koje rade s mladima u grupnom ili razrednom okruženju, no mogu se prilagoditi i za samostalno učenje. Teme koje se obrađuju uključuju:

- osobni branding na društvenim mrežama
- strategije traženja posla u digitalnom dobu
- mogućnosti rada na daljinu
- digitalne vještine za napredovanje u karijeri
- profesionalni bonton i komunikacija online
- izrada akcijskog plana za razvoj karijere putem društvenih mreža
- istraživanje karijernih puteva online
- prepoznavanje vjerodostojnih izvora
- prepoznavanje autentičnih izvora u području profesionalnog usmjeravanja i karijere
- razumijevanje influencerske kulture i njenog utjecaja na izbor karijere
- izgradnja profesionalne online prisutnosti
- razumijevanje rizika privatnosti i sigurnosti
- kreiranje personaliziranog akcijskog plana za karijeru

Svaka radionica uključuje: uvod, cilj i specifične ciljeve, kompetencije koje se razvijaju te opis metoda, kao i detaljan tijek aktivnosti. Metodologija radionica temelji se na načelima aktivnog učenja i neformalnog obrazovanja, uključujući oluju ideja, refleksiju, interaktivne aktivnosti i slične pristupe, čime se osigurava pristup usmjeren na učenike.



Ovaj priručnik osmišljen je kao obrazovni i osnažujući alat koji potiče učenike u strukovnom obrazovanju da donose informirane, sigurne i odgovorne odluke na svom putu izgradnje karijere koja je u skladu i s njihovim osobnim ambicijama i sa širim društvenim vrijednostima.

Prvi dio: Koncepti i preporuke za podršku učenicima u strukovnom obrazovanju u razumijevanju dinamike influencerskih karijera i donošenju informiranih odluka

Online (mrežna) prisutnost

Online prisutnost odnosi se na cjelokupnu sliku jedne osobe na svim digitalnim platformama. To uključuje profile na društvenim mrežama, digitalne portfelje, objavljene sadržaje, profilne fotografije, kratke opise (bio), povijest interakcija, pa čak i rezultate pretraživanja na internetu. Online prisutnost ne svodi se samo na ono što svjesno objavljujemo - ona obuhvaća i situacije kada nas drugi označe, spomenu ili povežu naše ime s određenim sadržajem, oblikujući tako našu vidljivost i reputaciju u digitalnom okruženju.

Za učenike u strukovnom obrazovanju koji žele karijeru u kreativnim ili digitalnim industrijama, a posebno u području influenciranja, upravljanje online prisutnošću je ključno. Ona igra važnu ulogu u izgradnji vidljivosti, vjerodostojnosti i stvaranju prilika. U mnogim slučajevima, prvi dojam danas nastaje upravo online, bilo kod potencijalnih suradnika, poslodavaca, klijenata ili brendova. Potpuni izostanak online prisutnosti može se tumačiti kao nedostatak angažmana ili profesionalnog usmjerenja, osobito u medijski orijentiranim profesijama. S druge strane, nedosljedna ili loše održavana digitalna prisutnost (npr. zastarjeli opisi, nebitan sadržaj ili neprofesionalne objave) može narušiti vjerodostojnost i izazvati sumnju u to da će osoba biti spremna preuzeti neku profesionalnu ulogu u budućnosti.

Važnost online (mrežne) prisutnosti

Prema Okyereu (2025), snažna i dobro vođena online prisutnost podržava osobni brend i dugoročni razvoj karijere. U članku objavljenom u The Business Unlimited (2025), Okyere naglašava da online prisutnost omogućava mladim influencerima da promoviraju svoje vrijednosti, interese i stručnost u izrazito konkurentnom digitalnom okruženju. Nadalje, vjerodostojna i angažirana digitalna prisutnost može dovesti do potencijalnih suradnji, profesionalnih partnerstva i ponuda za posao, osobito u industrijama u kojima je online vidljivost ključna za uspjeh.

Deset strategija za jačanje prisutnosti na društvenim mrežama

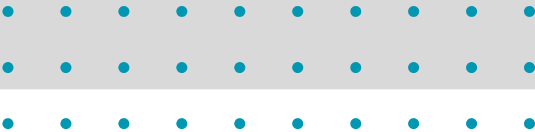
U spomenutom članku u The Business Unlimited (2025), Okyere dodatno opisuje strategije za jačanje prisutnosti na društvenim mrežama. Navodi deset ključnih koraka, a koji su sljedeći:

1. Optimizacija profila

Profil na društvenim mrežama često je prva točka kontakta za razne poslodavce i druge zainteresirane ljude. Informativan opis (bio), profesionalna ili s brendom usklađena profilna fotografija te funkcionalni linkovi pridonose dojamu pouzdanosti i pristupačnosti. Uključivanje relevantnih ključnih riječi u opis dodatno povećava pretraživost i vidljivost.

2. Strateška uporaba hashtagova

Hashtagovi povećavaju vidljivost sadržaja, a kojeg će vidjeti i osobe izvan vašeg kruga pratitelja. Kombinacija popularnih i specifičnih hashtagova pomaže u pozicioniranju sadržaja unutar relevantnih digitalnih zajednica. Pretjerano ili nasumično korištenje hashtagova treba izbjegavati radi očuvanja profesionalnog dojma.



3. Dosljednost u objavljivanju na društvenim mrežama

Redovito objavljivanje održava angažman publike i signalizira aktivnost prema algoritmu na platformi, što znači da će vaš sadržaj biti vidljiviji. Alati poput Buffera, Hootsuitea ili Latera mogu pomoći u automatizaciji i planiranju objava za optimalno vrijeme i doseg.

4. Angažman publike

Autentične interakcije, poput odgovaranja na komentare, postavljanje pitanja ili zahvaljivanje pratiteljima, jačaju povjerenje i lojalnost onih koji prate određeni profil. Visoka razina angažmana također poboljšava algoritamsku vidljivost i povećava organski doseg sadržaja.

5. Korištenje "story-ja" i "reel-ova"

Platforme često favoriziraju kratki i kreativni sadržaj poput storyja i reelsa. Oni nude privlačan način dijeljenja novosti i uvida te se pokazuju posebno učinkovitim za izgradnju autentičnosti i privlačenje novih pratitelja.

6. Suradnje s influencerima

Partnerstvo s relevantnim influencerima, osobito mikro-influencerima, može doprinijeti međusobnom rastu i povećanju vjerodostojnosti. Suradnje proširuju doseg i izlažu sadržaj novim i ciljanijim publikama.

7. Natječaji i darivanja

Dobro osmišljeni natječaji ili darivanja potiču interakciju, privlače nove pratitelje i stvaraju uzbuđenje oko sadržaja. Kako bi bili učinkoviti, nagrade trebaju biti relevantne za ciljanu publiku, a pravila sudjelovanja jasna.

8. Promocija na različitim platformama (unakrsna promocija)

Dijeljenje sadržaja na različitim platformama pomaže u dosezanju šire publike i održava dosljednost brenda. Ovakva promocija na različitim mrežama omogućuje širenje dosega bez potrebe za stalnim kreiranjem potpuno novih materijala.

9. Prilagodba strategije na temelju podataka

Analitički alati daju uvid u preferencije publike i uspješnost sadržaja. Redovita analiza omogućuje prilagodbu strategije prema onome što najbolje funkcionira, čime se osigurava rast i relevantnost.

10. Ciljana plaćena promocija

Iako je organski angažman važan, mala ulaganja u ciljano oglašavanje mogu ubrzati vidljivost. Plaćene promocije, kada su jasno usmjerene na određene ciljane skupine, omogućuju učinkovitiji dolazak do željene publike.¹

¹ Okyere, A. (2025, February 9). How to increase your online presence: 10 social media hacks. TheBusinessUnlimited.com. <https://thebusinessunlimited.com/how-to-increase-online-presence/>

Važnost društvenih mreža u upravljanju karijerom i izgradnji osobnog brenda online

Društvene mreže pružaju jedinstvenu mogućnost za napredovanje u karijeri, osobito mladima u novim industrijama poput digitalnog marketinga, kreiranja sadržaja i poduzetništva. One danas služe kao alat za učenje, umrežavanje, vidljivost pa čak i za ostvarivanje prihoda. Upravljanje karijerom danas podrazumijeva puno više od samog odabira posla - uključuje samosvijest, postavljanje dugoročnih ciljeva i sposobnost prilagodbe na stalne promjene u digitalnim trendovima. Društvene mreže pomažu u tome jer omogućuju da pojedinac: promovira svoj osobni brend i profesionalne interese, predstavi svoja postignuća i kreativni rad, prati trendove, inovacije i karijerne prilike i gradi i održava mreže mentora, vršnjaka i stručnjaka iz industrije. Osobni brend nije logo ni slogan. To je reputacija, poruka i vrijednost koju osoba prenosi kroz sadržaj, ton komunikacije i javne aktivnosti.

Ovu temu istražuju brojni instituti i stručnjaci. U članku „*How to harness social media for personal branding*“ objavljenom na Harvard Business School Online, naglašava se da su društvene mreže u digitalnom dobu postale središnji element upravljanja karijerom i razvoja osobnog brenda. Za one koji se žele baviti kreativnim i digitalnim profesijama - uključujući buduće influencere - društvene mreže nude ključne prilike za vidljivost, angažman i profesionalni rast. Autor članka, Stobierski (2025), ističe da strateška uporaba društvenih mreža oblikuje javnu percepciju, povećava vjerodostojnost i pomaže u stvaranju profesionalnog identiteta usklađenog s karijernim ciljevima.

Šest ključnih koraka za izgradnju osobnog brenda online

Šest ključnih koraka za izgradnju osobnog brenda online, a koje je iznio Stobierski (2025) na stranici *Harvard Business School Online*, uključuju sljedeće:

Korak 1: Definiranje ciljeva karijere i brenda

Proces započinje jasnim ciljevima - primjerice, proširiti profesionalnu mrežu, privući klijente ili suradnike, pokazati stručnost u određenom području ili graditi dobar ugled. Ovi ciljevi usmjeravaju sve daljnje odluke: od izbora platformi do strategije sadržaja.

Korak 2: Odabir platformi i relevantne publike

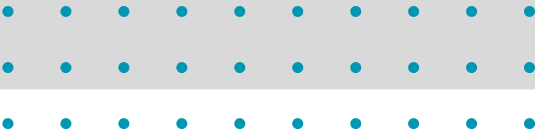
Svaka društvena mreža ima svoju funkciju i privlači različitu publiku. LinkedIn služi za profesionalno umrežavanje, Instagram za vizualno pripovijedanje, a TikTok za kreativni doseg. Ključno je odabrati platforme koje najbolje odgovaraju ciljevima i ciljanoj publici. Ako osoba razumije gdje je njihova ciljana publika najaktivnija i koji sadržaj im najviše odgovara, moći će lakše proizvesti i prilagoditi sadržaj.

Korak 3: Izgradnja profesionalnog i autentičnog profila

Potpuno ispunjen i pažljivo oblikovan profil (fotografija, kratka biografija, iskustvo, multimedijски elementi) ključan je za dobar dojam. Stručnjaci za osobni brend naglašavaju važnost autentičnosti jer iskren online identitet gradi povjerenje i jače veze s pratiteljima i suradnicima.

Korak 4: Dosljedan ton i vizualni identitet

Prepoznatljiv stil, ton i poruka na svim platformama jačaju identitet i olakšavaju prepoznatljivost. Kao i kod brendova, digitalni identitet osobe treba odražavati vrijednosti, osobnost i profesionalni fokus na koherentan i blizak način. Nedosljednost može zbuniti publiku i narušiti vjerodostojnost.



Korak 5: Strateški razvoj sadržaja

Ključ osobnog brenda nalazi se u sadržaju. Dobro planirana strategija osigurava da objave budu redovite, svrhovite i usklađene s interesima publike. Sadržaj može biti edukativan, inspirativan, zabavan ili profesionalan, no uvijek treba dodavati vrijednost i naglašavati identitet osobe. To mogu biti neke profesionalne objave, fotografije kada organizirate nešto, ili inspirativne objave za vašu ciljanu skupinu. Aktivna komunikacija (odgovaranje na komentare, traženje povratnih informacija) dodatno gradi zajednicu i lojalnost publike i pratitelja.

Korak 6: Monitoring i evaluacija

Uspješnost osobnog brenda mjeri se pomoću pokazatelja poput angažmana (lajkovi, komentari, dijeljenja), dosega (pregledi, rast pratitelja) i konverzija (klikovi, poruke, suradnje). Gotovo sve platforme nude vlastite analitičke alate, dok aplikacije poput Hootsuitea ili Buffera omogućuju detaljniju analizu. Redovita evaluacija pomaže da se strategija stalno prilagođava i ostane u skladu s karijernim ciljevima.

Osim koraka koje treba slijediti, važno je znati i pogreške koje treba izbjegavati, a važne su za razvoj osobnog brenda. One uključuju neredovite objave, ignoriranje publike i promovirani sadržaj bez prave vrijednosti. Uspješan osobni brend temelji se na dosljednosti, dijeljenju vrijednosti koje prioritiziraju potrebe publike te koja promovira profesionalnu autentičnost.²

² Stobierski, T. (2025). How to harness social media for personal branding. Business Insights Blog. <https://online.hbs.edu/blog/post/social-media-for-personal-branding>

Preporuke za edukatore i nastavnike u radu s učenicima u strukovnom obrazovanju na temi karijernog i profesionalnog usmjeravanja u području influencerstva

Rad s učenicima u strukovnom obrazovanju na temama poput online prisutnosti, osobnog brenda i uloge društvenih mreža u razvoju karijere zahtijeva pristup koji je istovremeno angažirajući i refleksivan. Mnogi mladi su svakodnevno aktivni online, no rijetko zastanu da kritički promisle o tome kako njihovo digitalno ponašanje utječe na njihovu buduću karijeru. U nastavku donosimo preporuke koje edukatorima i nastavnicima mogu pomoći da stvore sigurno, motivirajuće i strukturirano okruženje za učenje u ovim temama:

- Stvorite nenametljivo i podržavajuće ozračje za učenje. Mladi se često osjećaju ranjivo kada govore o vlastitom korištenju društvenih mreža. Važno je naglasiti da nema „pogrešnih odgovora“ pri razmišljanju o trenutačnim navikama online. Potrebno je poticati znatiželju, a ne kritiku, te jasno poručiti učenicima da svi zajedno uče kako poboljšati svoju digitalnu prisutnost.
- Koristite stvarne alate i primjere. U radionicama se preporučuje koristiti konkretne primjere profila, biografija na društvenim mrežama ili objava javnih osoba. To pomaže učenicima da apstraktne ideje povežu s realnošću. Važno je ne koristiti isključivo poznate osobe iz javnog života - primjeri bi trebali uključivati i mlade profesionalce, mikroinfluencere ili specijalizirane kreatore sadržaja s kojima se učenici mogu poistovjetiti.
- Prilagodite prostor za fokus i refleksiju. Preporučuje se kružni ili polukružni raspored sjedenja radi poticanja otvorene rasprave. Za aktivnosti poput mapiranja osobnog brenda učenicima treba omogućiti individualni prostor (klupe, podloge ili stolove). Lagana glazba u pozadini može pomoći da učenici budu koncentriraniji tijekom mirnih zadataka pisanja.
- Izbjegavajte preopterećenje tehnologijom. Iako je tema digitalna, nije potrebno da svaka aktivnost uključuje ekran. Kombiniranje digitalnih zadataka (npr. analiza profila) s offline metodama (plakati, flomasteri, papirnate radne liste) doprinosi uključivanju svih učenika, osobito onih s ograničenim pristupom tehnologiji ili onih koji se osjećaju preopterećeno ekranima.
- Ostavite prostor za refleksiju prije grupne rasprave. Pitanja poput „Što moja online prisutnost govori o meni?“ mogu izazvati nesigurnost ili nelagodu. Individualni rad ili rad u paru prije zajedničke diskusije može pomoći učenicima da se postupno otvore i osjećaju sigurnije u dijeljenju svojih stavova.
- Budite svjesni digitalnih nejednakosti i razlika u iskustvu. Neki učenici možda već imaju vrlo aktivne profile, dok drugi gotovo uopće ne koriste društvene mreže. Važno je ne pretpostavljati jednaku razinu iskustva. Fokus bi trebao biti na napretku i osvještavanju, a ne na uspoređivanju rezultata.
- Uključite dizalice (eng. energizers) i igre u procesu učenja. Kako bi se razbila „ozbiljnost“ digitalnih tema, edukatori mogu koristiti kratke igre, zabavne vježbe ili igre uloga (primjerice osmišljavanje lažnog influencera i njegovog profila). Humor i lagano natjecanje mogu povećati angažman i motivaciju učenika, a da tema ostane relevantna.

Drugi dio: Praktične aktivnosti / radionice

Radionica 1: Osobni brend na društvenim mrežama

Naziv radionice: Osobni brend na društvenim mrežama: Istraživanje važnosti osobnog brenda na društvenim mrežama poput Instagrama, X-a i TikTok-a

Trajanje: 120 minuta

Pozadina radionice:

U današnjem digitalnom okruženju, osobni brend jedan je od najvažnijih aspekata uspješne karijere, posebno u području influence-anja. Osobni brend nadilazi estetiku objava i broj pratitelja. Riječ je o tome kako osoba predstavlja svoje vrijednosti, glas i identitet publici. Mnogi mladi i učenici danas teže tome da postanu budući influenceri. Za učenike strukovnih škola koji žele postati influenceri, razumijevanje i izgradnja osobnog brenda prvi je korak prema ulasku u ovo konkurentno područje na profesionalan i smislen način. Mnogi mladi svakodnevno koriste društvene mreže bez strateškog razmišljanja ili svijesti o tome kako se njihov sadržaj doživljava. Zato ih ova radionica potiče da promisle o svom online identitetu i da počnu oblikovati osobni brend koji je autentičan, dosljedan i usklađen s njihovim ambicijama.

Cilj radionice:

Razumjeti važnost osobnog brenda i izgradnje autentičnog i konzistentnog online identiteta na društvenim mrežama, kroz interaktivne rasprave i samo-refleksiju.

Specifični ciljevi:

- Definirati osobni brend i razumjeti njegov značaj za karijere influencera;
- Istražiti ključne sastavnice osobnog brenda kao što su stil sadržaja, vrijednosti, ton i ciljana publika;
- Podržati učenike u promišljanju vlastitog identiteta i načina na koji žele biti percipirani u online okruženju;
- Započeti proces izgradnje mape osobnog brenda kao temelja za njihov budući influencerski put.

Kompetencije koje se razvijaju ovom radionicom:

- Kritičko razmišljanje;
- Kreativno razmišljanje;
- Timski rad;
- Digitalna kompetencija;
- Kompetencija pismenosti;
- Komunikacija;
- Vještina analize;
- Osobne, socijalne i kompetencije "učiti kako učiti".

Metodologija koja se koristi u radionici:

- Individualna aktivnost: Instagram opis;
- Oluja ideja;

- Teorijski input;
- Individualni rad te rad u manjim grupama: Mapa osobnog brenda;
- Rasprava.

Tijek radionice:

I. Dobrodošlica i uvod u radionicu, Aktivnost "Instagram opis" (20 minuta)

Edukator pozdravlja sve sudionike. Radionicu otvara pozivom učenicima da se uključe u razigranu, ali i poticajnu uvodnu aktivnost. Njihov je zadatak osmisлити kratki "Instagram opis (bio)" od najviše 150 znakova za izmišljeni ili humoristični lik. To može biti, primjerice, superjunak, influencer ili mudra stara kornjača. Aktivnost se radi pojedinačno, a vrijeme za izradu je 5 do 10 minuta. Učenici svoje opise zapisuju na papir ili izravno lijepe na ploču. Kada svi završe, edukator poziva nekoliko učenika da pročitaju ili podijele svoje rezultate. Nakon malo smijeha i znatiželje, edukator otvara raspravu o tome što čini Instagram opis zanimljivim, privlačnim ili povezivim. Zatim uvodi ideju da osobni brend često počinje s kratkom, promišljenom porukom i da svaki influencer mora definirati što je njegova poruka.

II. Oluja ideja i teorijski uvod: Definiranje osobnog brenda i prepoznavanje ključnih elemenata osobnog brenda (20 minuta)

Edukator započinje sljedeću aktivnost olujom ideja o tome što osobni brend znači. Od učenika traži da podijele svoje razumijevanje pojma. Ključne riječi koje učenici spomenu (npr. identitet, sadržaj, pratitelji, poruka i sl.) bilježe se na ploči. Nakon otvorenog brainstorminga, voditelj daje radnu definiciju osobnog brenda: „Način na koji se netko predstavlja online kroz svoj sadržaj, stil komunikacije, vrijednosti i interakciju s publikom.“ Zatim kratko objašnjava ključne elemente osobnog brenda: ton komunikacije, vizualni stil, poruka, vrijednosti, publika i dosljednost. Dodatno, navodi ili pita učenike za nekoliko poznatih influencera kako bi ovi elementi postali jasniji i konkretniji.

III. Izrada mape osobnog brenda (40 minutes)

Nakon uvoda u osobni brend, edukator najavljuje interaktivnu aktivnost. Učenici dobivaju prazan A4 papir podijeljen u pet dijelova: „Moje strasti i interesi“, „Moje posebne osobine i stil“, „Moje vrijednosti“, „Moja publika“ i „Moj vizualni identitet.“ Edukator ukratko objašnjava svaki dio i daje im 15 do 20 minuta da popune sve. Ova aktivnost naziva se mapom osobnog brenda, a učenici rade pojedinačno. Mogu zapisivati riječi, crtati simbole ili male skice koje predstavljaju njihov identitet i viziju influencera. Kada završe, učenici se dijele u manje grupe od 3 do 4 osobe i međusobno dijele svoje mape. U grupama se potiču da postavljaju pitanja ili daju pozitivne povratne informacije o tome što je posebno upečatljivo u tuđoj viziji brenda. Za ovu aktivnost predviđeno je 15 do 20 minuta.

IV. Inspiracija od pravih influencera (40 minutes)

Edukator priprema tzv. „šetnju galerijom“ tako da na četiri zida u prostoriji postavi velike papire. Svaki papir sadrži jednu temu: „Autentični influenceri“, „Jasna poruka i niša“, „Snažan vizualni identitet“ i „Pozitivan utjecaj.“ Učenici obilaze papire i zapisuju primjere stvarnih influencera koji predstavljaju svaku kvalitetu. Mogu zapisati ime, njihov profil (@) ili kratki opis. Aktivnost traje oko 15 minuta. Nakon toga edukator okuplja sve sudionike i vodi raspravu ispred papira. Učenici analiziraju koje obrasce primjećuju kod navedenih influencera, što im se sviđa i kako ti elementi mogu oblikovati njihov osobni brend. Rasprava traje 20 minuta i pomaže učenicima da bolje razumiju koncept brendiranja kroz primjere iz stvarnog života koji su im već poznati.



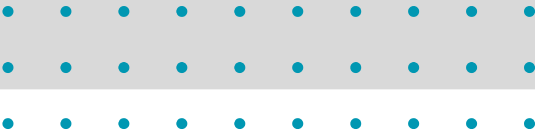
Potrebni materijali: A4 and A3 papiri, obične olovke, kemijske olovke, markeri, flipchart papiri, post-it papirići, računalo, projektor.

Pozadinski dokumenti i resursi za daljnje istraživanje:

- Personal Branding: What it is and why it matters. (2024). Business Insights Blog. <https://online.hbs.edu/blog/post/personal-branding-at-work>
- Canva stranica: <https://www.canva.com/?msockid=38d2fb11820b653429c6ef8e83ad6488>

Preporuke za edukatore koji žele provesti ovakvu radionicu:

- Preporučuje se da edukator potakne učenike da nakon radionice ponovno pogledaju svoje profile na društvenim mrežama i promisle koliko se njihov sadržaj podudara s mapom osobnog brenda koju su izradili.
- Edukator može organizirati dodatnu sesiju ako se tako dogovori s učenicima, kako bi ih detaljnije vodio kroz izradu plana sadržaja koristeći Canvu ili da iskoriste predloške, pomažući im da svoje ideje pretvore u strategiju sadržaja usklađenu s njihovim identitetom brenda.



Radionica 2: Strategije traženja posla u digitalno doba

Naziv radionice: Strategije traženja posla u digitalno doba

Trajanje: 110 minuta

Pozadina radionice:

Tržište rada posljednjih se godina dramatično promijenilo, osobito za mlade koji se tek snalaze u odabiru svoje karijere. Isto vrijedi i za one koji svoju karijeru vide u digitalnim i kreativnim industrijama. Tradicionalni životopisi i motivacijska pisma i dalje su važni, ali više nisu jedini, a često ni primarni alati za pronalaženje posla. U digitalno doba važno je osvijestiti moć društvenih mreža, mrežnih stranica za povezivanje, digitalnih portfelja i online zajednica. Sve to igra ključnu ulogu u načinu na koji se profesionalci povezuju s poslodavcima, suradnicima i publikom. Za učenike strukovnih škola koji žele graditi karijeru kao influenceri ili u modernim tehnološkim zanimanjima, ključno je naučiti kako koristiti digitalne strategije traženja posla. Ovo je važno bilo da traže sponzorstva, *freelance* poslove, suradnje s brendovima ili honorarne angažmane koji im mogu pomoći na putu razvoja karijere. Moraju znati kako se profesionalno predstaviti online, gdje tražiti prilike i kako biti proaktivni u izgradnji svoje mreže kontakata.

Cilj radionice:

Opremliti učenike strukovnih škola praktičnim strategijama za traženje posla i prilika u digitalno doba, s naglaskom na digitalne profile, online prisutnost i umrežavanje.

Specifični ciljevi:

- Podići svijest o promjenjivoj prirodi traženja posla u digitalnim industrijama;
- Upoznati učenike s online alatima i platformama za pronalazak posla ili prilika za suradnju;
- Stvoriti prostor za promišljanje o tome kako se profesionalno predstaviti u digitalnim prostorima;
- Podržati i ohrabriti učenike u izradi jednostavnog osobnog akcijskog plana za digitalno traženje posla.

Kompetencije koje se razvijaju ovom radionicom:

- Kritičko razmišljanje
- Digitalna kompetencija
- Timski rad
- Komunikacija
- Analitičke vještine;
- Kreativno razmišljanje;
- Osobne, socijalne i kompetencije “učiti kako učiti”

Metodologija koja se koristi u radionici:

- Oluja ideja;
- Grupna rasprava;
- Individualni rad;
- Rad u parovima;
- Samorefleksija.

Tijek radionice:

I. Oluja ideja: Istraživanje realnosti traženja posla danas (20 minuta)

Edukator otvara radionicu brainstorming aktivnošću. Od učenika traži da promisle kako su njihovi roditelji ili stariji članovi obitelji tražili posao kad su bili mladi. Za to imaju 3 do 5 minuta, a zatim se potiču da podijele svoja saznanja. Nakon toga edukator postavlja drugo pitanje: „Kako ljudi vaše dobi danas traže posao ili pronalaze prilike za usavršavanje ili volontiranje?“ Nakon nekoliko minuta edukator podsjeća na primjere poput LinkedIna, Instagrama, Upworka, TikTok suradnji i dr., ako ih učenici sami ne spomenu. Usporedbom tih dviju perspektiva naglašava se koliko su se metode promijenile i zašto je važno učiti nove strategije prilagođene digitalnom okruženju.

II. Mapiranje digitalnog krajolika traženja posla (30 minuta)

Edukator na flipchartu crta veliku kartu s četiri kategorije: Profesionalne platforme, Kreativne platforme, Freelance platforme i Prostori za umrežavanje. Zajedno s učenicima, edukator ispunjava svaku kategoriju konkretnim primjerima:

- Profesionalne: LinkedIn, Glassdoor, JobTeaser
- Kreativne: Instagram, TikTok, Behance, YouTube
- *Freelance*: Fiverr, Upwork, Freelancer
- Prostori za umrežavanje: Discord zajednice, Facebook grupe, Reddit forumi

Učenici predlažu dodatne platforme ili aplikacije koje koriste. Nakon toga, edukator vodi kratku raspravu o prednostima i rizicima svake platforme, načinu strateške upotrebe i vrstama prilika koje nude mladima u digitalnim i kreativnim industrijama.

III. Individualni rad: izrada „Digitalne posjetnice“ (30 minuta)

Učenici promišljaju kakav dojam njihovi online profili trenutno ostavljaju na potencijalnog poslodavca, suradnika ili donatora. Edukator dijeli male papiriće ili post-it listiće s naslovom Moja digitalna posjetnica. Na nju trebaju upisati:

- Ime
- Kratki opis (bio)
- Područje fokusa ili nišu
- Svoje snage i vještine
- Platforme na kojima sam najaktivniji_a
- Jedno postignuće koje želite istaknuti

Učenici rade pojedinačno 15–20 minuta. Edukator objašnjava da ovo nije formalan životopis, već kreativni način predstavljanja profesionalne persone u digitalnom okruženju. Nakon toga učenici se uparuju i trebaju međusobno podijeliti svoju digitalnu posjetnicu. Nakon dijeljenja, trebaju si međusobno dati povratne informacije kroz odgovor na sljedeća pitanja: Što se ističe? Što bi moglo biti jasnije? Što nedostaje?

IV. Izazov - simulacija traženja posla (15 minuta)

Sljedeća aktivnost je praktičan zadatak: edukator daje izazov učenicima – „Zamislite da sada tražite suradnju ili posao vezan uz svoj osobni brend ili vještine. U roku od 5 minuta pokušajte pronaći jednu potencijalnu priliku na bilo kojoj platformi koja vam se čini relevantnom.“ Učenici pretražuju online, a nakon isteka vremena nekoliko njih treba podijeliti što su pronašli (freelance priliku, poziv za kreatora sadržaja, kampanju u kojoj bi mogli sudjelovati ili oglas za posao). Edukator naglašava da je svrha pokazati koliko prilika postoji i koliko je važno znati gdje i kako ih tražiti.

V. Refleksija i akcijsko planiranje (15 minuta)

Za kraj, edukator poziva učenike na refleksiju sa sljedećim pitanjem: Kako se trenutno predstavljaju online i koji bi jedan konkretan korak mogli poduzeti za poboljšanje svoje strategije traženja posla. Svaki učenik zapisuje jednu akciju koju će provesti u idućih tjedan dana (npr. ažurirati LinkedIn profil, pridružiti se mreži kreatora, zapratiti brend koji im se sviđa ili istražiti platforme za suradnje). Nakon 5 minuta, nekoliko učenika dijeli svoje planove. Edukator zatvara radionicu ohrabrujući ih da uvijek budu proaktivni u traženju prilika.

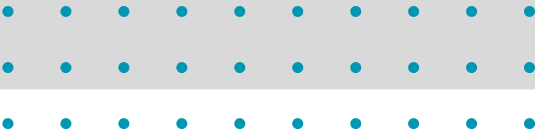
Potrebni materijali: A4 i A3 papiri, olovke, kemijske olovke, marker, post-it papirići za aktivnost Digitalne posjetnice, flipchart stalak i flipchart papiri, računalo, projektor.

Pozadinski dokumenti i resursi za daljnje istraživanje:

- Pankowski, L. (2024b). Everything you need to know about job searching in the digital age. Business News Daily. <https://www.businessnewsdaily.com/9358-digital-job-search-guide.html>
- Job hunting in the digital age. (2022). <https://www.welcometothejungle.com/en/collections/job-hunters/digital-job-search-strategies-tips>

Preporuke za edukatore koji žele provesti ovakvu radionicu:

- Radionica se može obogatiti gostujućim predavačem, primjerice osobom koja se bavi selekcijom zaposlenika u kreativnoj agenciji, digitalnim marketinškim stručnjakom ili mikro-influencerom koji je pronašao posao online. Njihove priče i iskustva mogu približiti učenicima stvarne primjere i povećati njihovu motivaciju. Edukatori mogu organizirati i nastavnu radionicu na temu pisanja digitalnih životopisa ili emailova za kontaktiranje brendova i potencijalnih suradnika.



Radionica 3: Prilike za rad na daljinu

Naziv radionice: Prilike za rad na daljinu

Trajanje: 120 minuta

Pozadina radionice:

Rad na daljinu postao je sastavni dio današnjeg profesionalnog svijeta, ubrzan tehnološkim napretkom i globalnim događajima poput pandemije COVID-19. U kontekstu influencerskih karijera i digitalnih zanimanja, rad na daljinu nije samo privremeno rješenje nego je često standard. Od upravljanja kreiranjem sadržaja, marketinškim kampanjama i freelance projektima do izgradnje partnerstava s brendovima diljem svijeta, udaljena suradnja omogućuje fleksibilnost, neovisnost i međunarodni doseg. Međutim, mnogi učenici strukovnih škola nisu svjesni širokog spektra prilika za rad na daljinu, posebno onih koje se povezuju s influencerskim vještinama poput pisanja sadržaja, video montaže, vođenja društvenih mreža, dizajna i komunikacije s brendovima. Ova radionica učenike upoznaje s pojmom rada na daljinu, pomaže im istražiti relevantne uloge i ohrabruje ih da prepoznaju što već sada mogu ponuditi na ovom rastućem tržištu rada.

Cilj radionice:

Podići svijest među učenicima strukovnih škola o prilikama za rad na daljinu te ih podržati u prepoznavanju vještina, alata i platformi potrebnih za razvoj freelance poslova i poslova koje mogu raditi od kuće, povezanih s influencerskim karijerama.

Specifični ciljevi:

- Upoznati učenike s pojmom i prednostima rada na daljinu;
- Istražiti stvarne poslove i karijerne putove dostupne kroz rad na daljinu;
- Pomoći učenicima u refleksiji o vlastitim digitalnim vještinama i njihovoj primjenjivosti u specifičnom okruženju rada na daljinu;
- Upoznati učenike s platformama i alatima za suradnju i traženje poslova na daljinu.

Kompetencije koje se razvijaju ovom radionicom:

- Digitalne kompetencije;
- Kritičko razmišljanje;
- Timski rad;
- Komunikacija;
- Analitičke vještine;
- Kreativno razmišljanje;
- Osobne, socijalne i kompetencije “učiti kako učiti”.

Metodologija koja se koristi u radionici:

- Oluja ideja;
- Rad u malim grupama;
- Individualni rad te rad u parovima;
- Input;
- Rasprava.

Tijek radionice:

I. Oluja ideja: Što je rad na daljinu? (10 minuta)

Edukator započinje radionicu pitanjem: Što vam prvo padne na pamet kada čujete izraz rad na daljinu? Učenici dijele svoja razmišljanja i primjere koje edukator zapisuje na flipchart ili ploču. Zatim objašnjava da rad na daljinu uključuje svaki oblik rada izvan tradicionalnog ureda, najčešće uz pomoć digitalnih alata. Obuhvaća stalne poslove, freelance angažmane, suradnje i kratkoročne projekte. Edukator naglašava da su mnogi poslovi povezani s influencerskim vještinama već po svojoj prirodi udaljeni - poput upravljanja kalendarima sadržaja, montaže videa, osmišljavanja sadržaja, analize podataka ili online suradnje s brendovima i klijentima.

II. Rad u malim grupama: Istraživanje uloge te oblika rada na daljinu (30 minuta)

II. Rad u malim grupama: Istraživanje uloga i kategorija rada na daljinu (30 minuta)

Edukator dijeli učenike u grupe od 3 do 4 osobe i daje im set kartica s nazivima poslova koji se obično obavljaju na daljinu, npr. „Menadžer na društvenim mrežama“, „Pisac/Kreator sadržaja“, „Grafički dizajner“, „Moderator online grupa“, „SEO asistent“, „Video uređivač (editor)“, „Koordinator za partnerstvo s drugim brendovima“. Svaka grupa odabire 2 do 3 uloge koje im zvuče zanimljivo, zajedno čitaju opise i 10 minuta raspravljaju o tome koje su vještine potrebne i kako se te vještine povezuju s poslom influencera. Nakon toga svaka grupa ukratko (par minuta) predstavlja jednu odabranu ulogu i svoje zaključke.

III. Povezivanje vlastitih vještina s radom na daljinu (30 minuta)

Edukator poziva učenike na individualni rad: izradu Prikaza vještina potrebnih za rad na daljinu. Na obrazac koji može biti pripremljen ili običan papir trebaju zapisati:

- tri digitalne ili kreativne vještine koje već imaju
- dvije stvari koje vole raditi, a mogle bi se pretvoriti u zadatke na daljinu
- jedan alat koji znaju koristiti (npr. Canva, Instagram, TikTok, CapCut, Google Docs)
- jedno područje u kojem žele napredovati

Za navedenu aktivnost imaju 20 minuta. Edukator obilazi i pomaže učenicima po potrebi. Nakon toga učenici se spajaju u parove i dijele što su zapisali. Njihov par im daje prijedloge kakvi bi im poslovi na daljinu mogli odgovarati na temelju navedenih snaga i interesa, za što omogućite 10 minuta.

IV. Istraživanje platform i demonstracija online alata (30 minuta)

Kako bi prilike za rad na daljinu bile što konkretnije, edukator spaja laptop na projektor i pokazuje nekoliko relevantnih platformi kao što su:

- Fiverr i Upwork (freelance poslovi)
- LinkedIn i Remote OK (oglasi za poslove)
- Canva i Trello (alati za suradnju i planiranje sadržaja)

Edukator treba napraviti kratku demonstraciju korištenja jedne od platformi, primjerice kako pretražiti freelance priliku na Fiverru, otvoriti profil ili pronaći remote praksu. Ako postoji mogućnost korištenja interneta u učionici, učenici mogu istraživati platforme na svojim telefonima ili laptopima u stvarnom vremenu i zapisati jednu priliku koja im je zanimljiva. Ako korištenje interneta nije moguće, edukator može pripremiti ispisane oglase ili snimke zaslona za raspravu.

V. **Grupna rasprava (20 minuta)**

Za završetak radionice edukator vodi raspravu sa cijelom grupom učenika postavljajući pitanja: „Što vas je najviše iznenadilo u vezi s prilikama za rad na daljinu?“ i „Što biste osobno voljeli isprobati?“. Učenici zatim zapisuju jednu konkretnu akciju koju mogu poduzeti u idućem tjednu kako bi se približili jednoj prilici za rad na daljinu (npr. otvoriti Fiverr profil, zatražiti povratnu informaciju o svojim vještinama, pridružiti se Facebook grupi ili početi učiti novi alat). Nekoliko volontera dijeli svoje planove. Edukator zatvara radionicu naglašavajući da rad na daljinu nije samo opcija, već sve prisutnija stvarnost kojoj mogu pristupiti s pravim vještinama, stavom i alatima.

Potrebni materijali: A4 i A3 papiri, olovke, kemijske olovke, markeri, flipchart papiri, post-it papirići, računalo, projektor.

Pozadinski dokumenti i resursi za daljnje istraživanje:

- Poveznica za Fiverr: https://www.fiverr.com/?source=top_nav
- Poveznica za Upwork: <https://www.upwork.com/>
- Poveznica za LinkedIn: <https://www.linkedin.com/>
- Poveznica za Remote OK: <https://remoteok.com/>
- Poveznica za Canvu: <https://www.canva.com/>
- Poveznica za Trello: <https://trello.com/>

Radionica 4: Digitalne vještine za razvoj karijere

Naziv radionice: Digitalne vještine za razvoj karijere

Trajanje: 110 minuta

Pozadina radionice:

U svijetu u kojem digitalna transformacija mijenja gotovo svaku profesiju, digitalne vještine više nisu opcija - one su nužnost u gotovo svim industrijama. Za mlade koji žele karijeru u influencerskom ili širem kreativnom području, razvijanje snažnog skupa digitalnih kompetencija može otvoriti vrata novim prilikama, suradnjama i izvorima prihoda. Digitalne vještine nadilaze samo korištenje društvenih mreža: one uključuju kreiranje sadržaja, analizu podataka, online komunikaciju, upravljanje platformama te strateško i kreativno korištenje digitalnih alata. Mnogi učenici strukovnih škola već svakodnevno koriste digitalne alate, ali često ih ne prepoznaju kao vještine niti razumiju kako ih dalje razvijati i profesionalno predstaviti. Ova radionica pomaže učenicima istražiti što su digitalne vještine, prepoznati koje već posjeduju i planirati kako ih ojačati u svrhu razvoja svoje karijere.

Cilj radionice:

Podići svijest među učenicima strukovnih škola o važnosti digitalnih vještina za razvoj karijere te ih podržati u prepoznavanju, procjeni i planiranju razvoja vlastitih digitalnih kompetencija.

Specifični ciljevi:

- Istražiti značenje digitalnih vještina relevantnih za influencerske i kreativne karijere;
- Pomoći učenicima da procijene svoje trenutne digitalne vještine i osvijeste svoje snage;
- Predstaviti alate i platforme za razvoj digitalnih kompetencija;
- Potaknuti učenike na izradu osobnog plana razvoja digitalnih vještina.

Kompetencije koje se razvijaju ovom radionicom:

- Digitalne kompetencije;
- Kritičko razmišljanje;
- Timski rad;
- Komunikacija;
- Analitičke vještine;
- Kreativno razmišljanje;
- Osobne, socijalne i kompetencije "učiti kako učiti".

Metodologija koja se koristi u radionici:

- Raprava u velikoj grupi;
- Rad u paru;
- Individualni rad;
- Rasprava i refleksija.

Tijek radionice:

I. Uvodna rasprava: Što su digitalne vještine? (20 minuta)

Edukator započinje pitanjem: „Kada čujete pojam digitalne vještine, na što prvo pomislite?“ Učenici dijele svoje primjere, a edukator ih zapisuje na flipchart ili na ploču. Nakon toga predstavlja jednostavnu kategorizaciju digitalnih vještina važnih za razvoj karijere i influencerski posao:

- Kreativne digitalne vještine (kreiranje sadržaja, foto/video montaža, grafički dizajn, pripovijedanje)
- Tehničke digitalne vještine (algoritmi platformi, analiza podataka, SEO, alati za planiranje objava)
- Komunikacijske digitalne vještine (email, upravljanje zajednicom, pisanje opisa, upravljanje povratnim informacijama)
- Organizacijske digitalne vještine (korištenje alata za upravljanje projektima, cloud pohrana, digitalni kalendari)

Ovo pomaže učenicima shvatiti da digitalne vještine obuhvaćaju mnogo više elemenata od toga da “znamo kako koristiti Instagram”.

Ako je prikladno ili su učenici napredniji, edukator može predstaviti i [Okvir digitalnih kompetencija za građane \(DigComp\)](#), koji na razini EU pruža zajedničko razumijevanje ključnih područja digitalnih kompetencija.

II. Rad u paru: Moje digitalne vještine (20 minuta)

Učenici su pozvani da sljedeću aktivnost rade u parovima. Edukator ih poziva da u svojim parovima razgovaraju o vlastitim digitalnim vještinama, a to trebaju napraviti kroz tri ključna aspekta:

- vještine koje imam dobro razvijene i često koristim;
- vještine koje sam koristio_la rijetko, ali želim ih poboljšati;
- vještine koje još nemam, ali želim ih naučiti u budućnosti.

Učenici imaju sveukupno 20 minuta da razmisle i podijele jedni s drugima listu svojih vještina.

III. Istraživanje alata za razvoj digitalnih vještina (30 minuta)

Edukator zatim uvodi praktično istraživanje alata i platformi koje učenicima mogu pomoći da razviju digitalne vještine. Ovisno o opremi i pristupu internetu, može se raditi kroz pretraživanje u realnom vremenu ili uz pripremljene materijale (materijale primjerice možete ispisati na pisaču). Edukator predstavlja primjere poput:

- CapCut ili InShot (video montaža)
- Notion ili Trello (planiranje i organizacija)
- Google Analytics ili Instagram Insights (osnovna analiza podataka)
- Skillshare, YouTube tutorijali ili Coursera (platforme za učenje)
- Figma ili Canva (dizajn)

Učenici imaju zadatak isprobati jedan alat ili pronaći tutorijal koji im može pomoći da unaprijede neku vještinu. Za ovu aktivnost dajte 30 minuta učenicima, kako bi imali dovoljno vremena istražiti alat.

IV. Rad u paru: Planiranje vlastitog digitalnog napretka (20 minuta)

Učenici se vraćaju u iste parove u kojima su bili u aktivnosti prije. Njihov je zadatak odabrati dvije vještine koje žele poboljšati u sljedećih mjesec dana. Kako bi mogli lakše razmisliti o vještinama, edukator im daje sljedeće upute kako bi mogli zapisati i diskutirati:

- vještina koju želim unaprijediti

- zašto je važna za moju karijeru
- jedan besplatni alat ili video tutorijal koji ću koristiti
- cilj ili rezultat (npr. izraditi 3 objave na društvenim mrežama pomoću Canve; montirati 30-sekundni video za TikTok; napraviti kalendar objava u Notionu)

Svaki učenik ispunjava svoj plan pojedinačno za što imaju 10 minuta, a zatim dijeli sa svojim parom. Kada su gotovi s dijeljenjem, edukator još jednom naglašava važnost kontinuiranog učenja u digitalnim profesijama.

V. Refleksija i zaključak (20 minuta)

Kako bi zatvorili radionicu, edukator moli učenike da formiraju krug. Svaki učenik treba podijeliti s ostatkom razreda ili grupe rečenicu koja počinje s: „Jedna digitalna vještina koju želim razviti je...” ili „Alat koji želim detaljnije istražiti je...”. Edukator zaključuje radionicu porukom da digitalne vještine nisu samo tehničke, već i alati za izražavanje, povezivanje i stvaranje prilika - što ih učenici strateški više koriste, to više mogu oblikovati svoj karijerni put.

Potrebni materijali: A4 i A3 papiri, olovke, kemijske olovke, markeri, flipchart papiri, post-it papirići, računalo, projektor.

Pozadinski dokumenti i resursi za daljnje istraživanje:

- Bernard Marr. (2022). The 4 digital skills everyone will need for the future of work [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=bL8Sc8bApIE>
- Borgonovi, F., Calvino, F., Criscuolo, C., Nania, J., Nitschke, J., O’kane, L., Samek, L., & Seitz, H. (2023). Emerging trends in AI skill demand across 14 OECD countries. In OECD Artificial Intelligence Papers. <https://doi.org/10.1787/7c691b9a-en>
- Poveznica za Canvu: <https://www.canva.com/>
- Poveznica za CapCut: <https://www.capcut.com/>
- Poveznica za InShot: <https://www.inshot.com/>
- Poveznica za Notion: <https://www.notion.com/>
- Poveznica za Trello: <https://trello.com/>
- Poveznica za Google Analytics: <https://analytics.google.com/analytics/web/provision/#/provision>
- Poveznica za Instagram Insights: https://creators.instagram.com/grow/insights?locale=en_US
- Poveznica za Skillshare: <https://www.skillshare.com/en/browse?via=header>
- Poveznica za YouTube tutorials: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLAE2241F1FF27BECB>
- Poveznica za Courseru: <https://www.coursera.org/>

Preporuke za edukatore koji žele provesti ovakvu radionicu:

- Ako je dostupno, pristup mobilnim telefonima, tabletima ili informatičkom kabinetu može obogatiti radionicu jer omogućuje učenicima da u stvarnom vremenu isprobaju digitalne alate. Edukatori također mogu pripremiti materijal s popisom besplatnih online alata i video vodiča (tutorijala) koje učenici mogu istraživati nakon radionice.
- Važno je osigurati dovoljno vremena za istraživanje alata. Edukator može produžiti trajanje aktivnosti ako učenicima treba više vremena za isprobavanje alata te refleksiju oko istih.

Radionica 5: Profesionalni bonton i komunikacijske vještine u online okruženju

Naziv radionice: Profesionalni bonton i komunikacijske vještine u online okruženju

Trajanje: 110 minuta

Pozadina radionice:

Iako influencerske karijere i digitalni poslovi na prvi pogled mogu djelovati opušteno i neformalno, profesionalnost ostaje ključan faktor dugoročnog uspjeha. U digitalnom svijetu način na koji se osoba izražava - kroz poruke, emailove, opise, komentare ili čak emotikone - oblikuje percepciju njezine vjerodostojnosti i pouzdanosti. Mladi influenceri i kreatori sadržaja često komuniciraju s brendovima, pratiteljima, partnerima i suradnicima online. Znati kako se izraziti jasno, s poštovanjem i profesionalno može otvoriti nove prilike i izbjeći nesporazume. Ipak, mnogi učenici strukovnih škola nisu upoznati s time što zapravo znači profesionalna komunikacija u digitalnom kontekstu. Ova radionica osmišljena je da im pomogne razumjeti osnovna načela online bontona i učinkovite komunikacije, osnažujući ih da grade poštovane i pouzdane digitalne odnose.

Cilj radionice: Razumjeti i primijeniti profesionalni bonton i učinkovite komunikacijske vještine u digitalnom okruženju, osobito u kontekstu influencerskih karijera.

Specifični ciljevi:

- Definirati profesionalnu komunikaciju i online bonton u digitalnom kontekstu;
- Razmisliti o utjecaju tona, pravovremenosti i jasnoće u pisanoj komunikaciji;
- Vježbati pisanje profesionalnih elektroničkih poruka, ostalih poruka ili odgovora brendovima i suradnicima;
- Podići svijest o tome kako digitalno ponašanje utječe na osobni brend i reputaciju.

Kompetencije koje se razvijaju ovom radionicom:

- Digitalna kompetencija;
- Kritičko razmišljanje;
- Timski rad;
- Komunikacija;
- Analitičke vještine;
- Kreativno razmišljanje;
- Osobne, socijalne i kompetencije "učiti kako učiti".

Metodologija koja se koristi u radionici:

- Grupna rasprava;
- Individualni rad;
- Rad u parovima;
- Rad u malim grupama.

Tijek radionice:

I. Uvod u temu: Što znači biti „profesionalan“ online? (10 minuta)

Edukator otvara radionicu pitanjem: „Jeste li ikada primili poruku koja je učinila da se osjećate nelagodno ili se je poruka bila neprimjerena (online ili offline)?“. Nekoliko učenika dijeli kratke primjere (nije nužno da spominju imena osoba od kojih su zaprimili ovakvu poruku). Zatim edukator pita pitanje koje se nadograđuje na prethodno: „Što nekoga čini profesionalnim u online komunikaciji?“. Uvodi temu i naglašava da online bonton uključuje jasnoću, poštovanje, pravovremenost, odgovarajući ton te razlikovanje neformalnih i profesionalnih prostora. Profesionalnost ne znači zvučati „robotski“ u komunikaciji, već bi komunikacija trebala biti promišljena i primjerena situaciji u kojoj se nalazimo.

II. Prepoznavanje dobre i loše komunikacije (20 minuta)

Edukator dijeli isprintane primjere digitalne komunikacije (npr. primjer direktne poruke za suradnju s brendom, odgovori na komentare, email prijedlozi suradnje, tekstovi opisa objava). Svaki učenik dobiva par poruka (jedna poruka je primjerena, a druga neprimjerena ili neprofesionalna). U parovima analiziraju primjere koristeći sljedeća pitanja:

- Što dobro funkcionira u ovoj poruci?
- Što drugu poruku čini neprofesionalnom?
- Kako bi se mogla poboljšati?

Nakon toga edukator vodi kratku grupnu raspravu i sažima ključne točke poput važnosti tona, gramatike, structure rečenice te korištenja ljubaznosti i bontona, čak i u neformalnim kontekstima.

III. Individualni i grupni rad: Vježbanje profesionalnih odgovora na poruke (40 minuta)

Edukator uvodi vježbu igranja uloga. Svaki učenik izvlači karticu sa situacijom iz kutije. Neki od primjer uključe:

- Brend vam piše i nudi suradnju - kako odgovoriti?
- Dobivate negativan komentar od pratitelja - kako odgovoriti s poštovanjem?
- Želite se prvi put predstaviti brendu
- Morate otkazati dogovorenu suradnju

Svaki učenik ima 15 minuta da napiše kratak profesionalan odgovor (privatnu poruku na društvenim mrežama, email ili komentar, ovisno o situaciji). Nakon toga formiraju male grupe i čitaju svoje odgovore jedni drugima te je ideja da nakon svakog pročitano odgovora jedni drugima daju komentar kako im se svidio odgovor. Ovaj dio traje 25 minuta. Edukator obilazi grupe, daje savjete o tonu, strukturi i jeziku.

IV. Od neformalnog do profesionalnog - igra preoblikovanja (20 minuta)

Edukator piše ili dijeli nekoliko neformalnih rečenica/slang poruka (e.g., „Hej, kj ima, js za srdnju, lol“ ili „K to je slay“). Učenici u parovima imaju 10 do 15 minuta da preoblikuju svaku rečenicu u profesionalniji ili neutralniji ton. Aktivnost je zabavna i angažirajuća, a naglašava koliko ton i izbor riječi utječu na percepciju. Nakon toga uspoređuju odgovore i reflektiraju što poruke čini profesionalnijima, a da pritom ne izgube osobnost.

V. Zaključak i refleksija (20 minuta)

Za kraj, edukator postavlja pitanje: „Što je jedna stvar koju ćete početi raditi drugačije kada pišete ili govorite online?“. Svaki učenik dijeli kratku odluku ili svoj „aha“ moment. Edukator zaključuje radionicu ključnom porukom:

„Vaša komunikacija je dio vašeg osobnog brenda. Svaki komentar, poruka ili odgovor koji napišete oblikuje kako vas drugi vide. Biti jasan, poštovan i samouvjeren može vas odvesti dalje nego što mislite.“



Potrebni materijali: Isprintani primjeri digitalne komunikacije za sve učenike, kartice sa situacijama za sve učenike, pripremljene rečenice/slang poruke za aktivnost, A4 i A3 papiri, kemijske olovke, olovke, flomasteri, flipchart papiri, post-it papirići, računalo, projektor.

Pozadinski dokumenti i resursi za daljnje istraživanje:

- Valentozer. (2025). Examples of digital communication transforming connections. Examples Of. <https://examples-of.net/digital-communication/>
- John, Spacey. (2020). 21 Examples of Digital Communication. Simplicable, Retrieved from: <https://simplicable.com/en/digital-communication>

Preporuke za edukatore koji žele provesti ovakvu radionicu:

- Ova radionica zahtijeva, ovisno o kontekstu, pripremu poruka, rečenica i primjera rečenica u slangu ili online okruženju. Svaka zemlja ima svoje specifične izraze i stil, pa se preporučuje da edukatori prilagode materijale svom okruženju.
- Edukatori mogu preporučiti besplatne alate ili predloške za pisanje emailova (npr. Canva ili Notion) kako bi učenici mogli dodatno vježbati. Ako se radi s mlađim ili manje iskusnim učenicima, vizualni primjeri (poput Instagram privatnih poruka ili screenshota) mogu radionicu učiniti zanimljivijom i pristupačnijom.

Radionica 6: Izrada akcijskog plana za korištenje društvenih mreža u razvoju karijere

Naziv radionice: Izrada akcijskog plana za korištenje društvenih mreža u razvoju karijere: Vodič za učenike strukovnih škola kako bi razvili personalizirani akcijski plan za učinkovito korištenje društvenih mreža u planiranju karijere i profesionalnom usmjeravanju, postavljanju ciljeva i praćenju napretka tijekom vremena

Trajanje: 120 minuta

Pozadina radionice:

U influencerskim karijerama i digitalnim zanimanjima ključno je imati jasan i strateški pristup korištenju društvenih mreža. Mnogi mladi stvaraju sadržaj spontano, bez postavljanja ciljeva ili dugoročne vizije. Iako spontanost može biti dio kreativnosti, ona često dovodi do nedosljednog angažmana, iscrpljenosti ili nedostatka mjerljivog napretka. Akcijski plan za društvene mreže pomaže budućim influencerima da preuzmu kontrolu nad svojom online prisutnošću. On povezuje osobni brend, strategiju sadržaja, odabir platformi i postavljanje ciljeva u jednostavnu mapu puta. Ova radionica vodi učenike strukovnih škola u kreiranju vlastitog personaliziranog akcijskog plana društvenih mreža, usmjerenog na njihove interese, vrijednosti i karijerni put.

Cilj radionice: Podržati učenike strukovnih škola u izradi personaliziranog, ciljno usmjerenog akcijskog plana korištenja društvenih mreža u skladu s njihovim karijernim ambicijama.

Specifični ciljevi:

- Povezati osobni brend s praktičnim koracima za razvoj vlastitih društvenih mreža;
- Pomoći učenicima definirati jasne ciljeve i strategije za kreiranje sadržaja i angažman publike;
- Voditi učenike u oblikovanju kratkoročnih i srednjoročnih akcija za rast na društvenim mrežama.

Kompetencije koje se razvijaju ovom radionicom:

- Kritičko razmišljanje;
- Digitalna kompetencija;
- Timski rad;
- Komunikacija;
- Analitičke vještine;
- Kreativno razmišljanje;
- Osobne, socijalne i kompetencije "učiti kako učiti".

Metodologija koja se koristi u radionici:

- Input;
- Individualni rad: osmišljavanje plana aktivnosti za društvene mreže;
- Prezentacije i rasprava.

Tijek radionice:

I. Izrada personaliziranog akcijskog plana za društvene mreže (70 minuta)

Edukator objašnjava kako cilj korištenja društvenih mreža u karijeri nije „objavljivati više“, nego objavljevati s namjerom. Dobar akcijski plan povezuje identitet (tko sam), publiku (s kim komuniciram) i namjeru (što želim postići). Edukator ukratko podsjeća učenike na pojmove osobnog brenda, digitalnih vještina i profesionalne komunikacije. Svaki učenik dobiva ispisani predložak Akcijskog plana za društvene mreže s ovim odjeljcima:

- Moj cilj: Što želim postići s društvenim mrežama u idućih 3 do 6 mjeseci? (npr. izgraditi publiku, privući pažnju brenda, razvijati se kao kreativac, podizati svijest o temi)
- Moja glavna poruka i vrijednosti: Koja je osnovna ideja mog sadržaja i za što se zalažem?
- Moja publika: Koga želim dosegnuti i zašto?
- Odabrane platforme: Na koje društvene mreže ću se fokusirati i kakav sadržaj tamo najbolje funkcionira?
- Ideje za sadržaj: Nabrojite 3 do 5 tipova sadržaja koji želim stvarati (npr. Instrukcijski video uratci, fotografije ili videi iza kulisa, osobne priče, kreativni izazovi)
- Učestalost objava: Koliko često realno mogu objavljevati ili se angažirati?
- Akcije za rast: Koje korake ću poduzeti za rast i povezivanje (npr. korištenje hashtagova, komentiranje na sličnim profilima, suradnje)?
- Mjerila uspjeha i provjere: Kako ću znati da sam uspješan? (npr. doseći 100 pratitelja, dobiti povratnu informaciju, objavljevati dosljedno 4 tjedna)

Učenici imaju 60 minuta za pažljivo ispunjavanje plana. Tijekom rada može se pustiti lagana instrumentalna glazba za koncentraciju. Edukator obilazi, postavlja potpitanja i daje podršku (npr. „Koje teme ti dolaze prirodno?“ ili „Tko bi imao koristi od tvog sadržaja?“).

II. Prezentacije i rasprava (50 minuta)

Kada svi završe, nekoliko učenika volonterski predstavlja svoj plan pred grupom. Nakon svake prezentacije ostali mogu dati konstruktivnu povratnu informaciju, postaviti pitanja ili predložiti poboljšanja. Edukator moderira raspravu i potiče dijeljenje ideja. Na kraju kratkog zajedničkog razgovora, edukator poziva učenike da istaknu jednu stvar iz svog plana koja ih najviše motivira.

Potrebni materijali: Predlošci za akcijski plan društvenih mreža za sve učenike, A4 i A3 papiri, kemijske olovke, olovke, flomasteri, flipchart papiri, post-it papirići, računalno, projektor.

Preporuke za edukatore koji žele provesti ovakvu radionicu:

- Edukatori mogu pripremiti predloške u digitalnom ili tiskanom obliku, kako bi učenici mogli ažurirati svoj plan tijekom vremena. Umjesto tiskanih predložaka, možete i na ekran projicirati pitanja, a učenici ih zapisuju na papir.
- Kao nastavak radionice, možete organizirati izazov u kojem učenici provode svoj plan tijekom 2 ili 4 tjedna i zatim možete zajedno vidjeti rezultate i raspraviti što je funkcioniralo, a što nije te što su dobili iz cijelog iskustva.



Radionica 7: Istraživanje karijernih putova online

Naziv radionice: Istraživanje karijernih putova online: Vodič kako koristiti društvene mreže i online resurse za istraživanje različitih karijernih putova, industrija i trendova na tržištu rada, pomažući učenicima u donošenju informiranih odluka o vlastitoj budućoj karijeri

Trajanje: 170 minuta

Pozadina radionice:

Internet nudi bezbroj alata za istraživanje karijernih prilika. Međutim, mnogi mladi ne znaju kako ih koristiti na učinkovit način. Dok neki učenici na internetu prate slavne osobe, influencere ili kreatore koji se bave specifičnom temom, rijetko povezuju ono što vide na društvenim mrežama s konkretnim planiranjem karijere. Ova radionica pomaže učenicima strukovnih škola naučiti kako istraživati karijerne putove online koristeći društvene mreže, portale za zapošljavanje i alate za istraživanje karijere. Cilj je naučiti ih kako pronaći vjerodostojne informacije, pratiti stručnjake i trendove u industriji te razmišljati o tome koje bi im uloge najviše odgovarale s obzirom na njihove vještine, vrijednosti i interese. Također, radionica pomiče istraživanje karijere iz nezanimljive obaveze u dinamičnu i inspirativnu aktivnost temeljenu na znatiželji, istraživanju i samosvijesti.

Cilj radionice: Opremiti učenike strukovnih škola vještinama i strategijama za istraživanje karijernih opcija i industrijskih trendova online, koristeći pouzdane platforme i izvore.

Specifični ciljevi:

- Upoznati učenike s digitalnim alatima i platformama za istraživanje karijernih putova i trendova na tržištu rada;
- Informirati učenike kako pronaći i pratiti stručnjake ili industrije od interesa na društvenim mrežama;
- Podržati učenike u procjeni vjerodostojnosti i relevantnosti online informacija o karijeri;
- Reflektirati kako različiti karijerni putovi odgovaraju vlastitim osobnim ciljevima i identitetu.

Kompetencije koje se razvijaju ovom radionicom:

- Kritičko razmišljanje;
- Timski rad;
- Komunikacija;
- Digitalne kompetencije;
- Vještine istraživanja;
- Analitičke vještine;
- Kreativno razmišljanje;
- Osobne, socijalne i kompetencije “učiti kako učiti”.

Metodologija koja se koristi u radionici:

- Grupna rasprava;
- Rad u malim grupama - istraživanje;
- Prezentacije;
- Individualni rad;
- Rasprava.

Tijek radionice:

I. Grupna rasprava: Kako zamišljamo karijere? (20 minuta)

Edukator započinje radionicu pitanjem: „Kada pomislite na posao iz snova, što vam pada na pamet?“. Učenici dijele svoje ideje koje se zapisuju na ploču ili flipchart. Zatim edukator postavlja novo pitanje: „Odakle većina mladih danas dobiva ideje o karijeri?“. Rasprava se koristi kako bi se naglasilo da društvene mreže mogu biti koristan, ali i ponekad nepouzdan alat za istraživanje karijere. Ključ je naučiti istraživati dublje i pronaći smislenije i točnije uvide. Rasprava traje 15 do 20 minuta, nakon čega edukator ističe glavne ciljeve radionice.

II. Rad u malim grupama: Istraživanje karijernog puta online (60 minuta)

Edukator dijeli učenike u male grupe. Svaka grupa dobiva jednu ulogu ili digitalno zanimanje poput: kreator sadržaja, UX dizajner, menadžer društvenih mreža, virtualni asistent, fotograf, etički haker, fitness trener ili urednik podcasta. Njihov zadatak je istražiti to zanimanje online pomoću mobitela ili laptopa. Edukator daje skup pitanja za usmjeravanje istraživanja, npr.:

- Koji je ovo zapravo posao/profesija? Što ta osoba zapravo radi?
- Koje vještine ili alate treba?
- Gdje radi (unutar neke velike korporacije, agencija za oglašavanje, samozaposlen, itd.)?
- Kakvo obrazovanje ili iskustvo se obično traži?
- Na kojim platformama su aktivni? Tko ih prati?
- Kakav sadržaj objavljuju (ako objavljuju)?
- Koje su prednosti i mane ako odaberete ovaj karijerni put?

Grupe koriste kombinaciju izvora: društvene mreže, LinkedIn profile, YouTube kanale, blogove ili portale za posao. Istraživanje i priprema za prezentaciju traju do 60 minuta.

III. Prezentacije (50 minuta)

Kada sve grupe završe istraživanje, edukator poziva svaku grupu da predstavi kratak sažetak zanimanja koje su istraživali. Svaka grupa ima 5 minuta za prezentaciju, nakon čega slijedi 5 do 7 minuta pitanja drugih grupa i edukatora.

IV. Individualni rad: Od online inspiracije do osobne refleksije (40 minuta)

Nakon prezentacija edukator poziva učenike na individualnu refleksiju o vlastitim interesima. Individualno, učenici trebaju odgovoriti na set pitanja koja su povezana s onime što su naučili tijekom radionice ili onome što žele u svojim budućim karijerama. Učenici odgovaraju na pitanja:

- Jedna karijera koju sam danas otkrio_la, a prije nisam razmatrao_la je...
- Vještina ili platforma koju sam primijetio_la da je važna za uspjeh u ovom području je...
- Posao ili uloga koja se čini usklađena s mojim vrijednostima/interesima je...
- Želim pratiti ili istražiti više o...

Za ovaj zadatak imaju 20 minuta. Nakon toga vraćaju se u svoje male grupe i međusobno dijele odgovore na svoja pitanja.

Potrebni materijali: A4 i A3 papiri, kemijske olovke, olovke, flomasteri, flipchart papiri, post-it papirići, računalo, projektor.

Preporuke za edukatore koji žele provesti ovakvu radionicu:

- Radionica se može prilagoditi uvođenjem uloga koje su lokalno relevantne ili povezane s kurikulumom škole. Ako se radi sa starijim ili naprednijim učenicima, edukator može dodati segment o praćenju trendova tržišta rada pomoću alata kao što su Google Trends, LinkedIn job insights ili nacionalni portali za zapošljavanje.
- Edukatori mogu potaknuti učenike da nastave pratiti stručnjake ili organizacije na društvenim mrežama kao dio kontinuirane navike istraživanja karijere.

Radionica 8: Prepoznavanje vjerodostojnih izvora

Naziv radionice: Prepoznavanje vjerodostojnih izvora

Trajanje: 140 minuta

Pozadina radionice:

U digitalno doba mladi su kao nikad dosada izloženi prevelikom količinom savjeta, inspiracije i mišljenja, osobito na društvenim mrežama gdje svatko može objavljivati sadržaj. Kada je riječ o planiranju karijere, mnogi učenici informacije traže putem YouTube videa, Instagram objava ili TikTok kreatora. Iako neki izvori nude korisne uvide, drugi šire dezinformacije, potiču nerealna očekivanja ili promiču komercijalne interese. Za učenike strukovnih škola koji su zainteresirani za influencerske karijere ključno je razviti sposobnost kritičkog procjenjivanja sadržaja kojeg konzumiraju. Znati prepoznati vjerodostojne izvore i propitivati neproverene štiti ih od zablude i pomaže u donošenju informiranih odluka o profesionalnom putu.

Cilj radionice: Razviti sposobnost učenika da kritički procjenjuju i prepoznaju vjerodostojne online izvore, osobito u kontekstu sadržaja vezanog uz karijeru i influencerske profesije.

Specifični ciljevi:

- Istražiti karakteristike pouzdanih i nepouzdanih online izvora;
- Pomoći učenicima analizirati namjere iza digitalnog sadržaja i savjeta influencera;
- Informirati učenike o jednostavnim kriterijima za procjenu vjerodostojnosti objava, blogova ili videa vezanih uz karijeru;
- Promicati odgovorno online ponašanje.

Kompetencije koje se razvijaju ovom radionicom:

- Digitalna kompetencija;
- Kritičko razmišljanje;
- Timski rad;
- Komunikacija;
- Analitičke vještine;
- Kreativno razmišljanje;
- Vještina samorefleksije
- Osobne, socijalne i kompetencije “učiti kako učiti”.

Metodologija koja se koristi u radionici:

- Oluja ideja;
- Rad u malim grupama;
- Prezentacije;
- Individualni rad;
- Rasprava.

Tijek radionice:

I. Oluja ideja: Zašto je vjerodostojnost važna? (10 minuta)

Edukator otvara radionicu pitanjem: „Kako možemo prepoznati da je ono što vidimo online pouzdano?“. Učenici iznose ideje koje edukator zapisuje na flipchart. Nakon 10 minuta brainstorming aktivnosti, edukator uvodi temu ove radionice - prepoznavanje vjerodostojnih izvora i donošenje informiranih odluka u svijetu prepunom informacija i „buke“.

II. Rad u malim grupama: Test vjerodostojnosti - usporedba stvarnih objava (25 minuta)

Edukator priprema isprintane ili projicirane snimke zaslona 3 do 4 objave vezane uz karijeru ili influencerski sadržaj, a neke objave mogu biti:

- Profesionalna LinkedIn objava digitalnog marketing stručnjaka;
- „Blještavi“ TikTok sadržaj koji promovira „šesteroznatnu pasivnu zaradu“ od influencanija;
- Dobro producirani YouTube video o freelance dizajnu;
- Instagram reel s nejasnim tvrdnjama o brzom zarađivanju online

Učenici rade u malim grupama. Njihov je zadatak pregledati svaku objavu i pomoću kontrolne liste procijeniti njezinu vjerodostojnost. Za rad u svojim malim grupama imaju 25 minuta. Kontrolna lista uključuje sljedeća pitanja:

- Je li autor transparentan o tome tko je i čime se bavi? Je li jasno tko je osoba koja objavljuje sadržaj?
- Pruža li objava dokaze, izvore ili primjere?
- Zvuči li „predobro da bi bilo istinito“?
- Pokušava li nešto prodati bez jasnih napomena?
- Mogu li ovu informaciju provjeriti negdje drugdje?

Grupe ispunjavaju listu i pripremaju se za prezentaciju svojih analiza.

III. Prezentacije i rasprava (55 minuta)

Sve grupe sada trebaju biti u jednoj velikoj grupi, gdje će predstaviti svoje najvažnije nalaze. Svaka grupa ima 5 minuta za prezentaciju, nakon čega slijedi kratka pitanja i odgovori. Zatim edukator vodi raspravu o tome što izvor čini vjerodostojnim i kako prepoznati „crvene zastavice“ čak i kada sadržaj izgleda profesionalno.

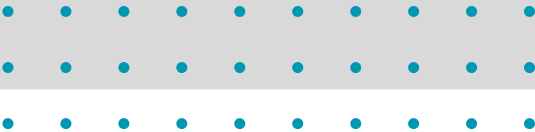
IV. Individualni rad i rad u malim grupama: Moj kompas vjerodostojnosti (40 minuta)

Nakon prezentacija edukator uvodi aktivnost refleksije na naučeno. Na flipchart papir ili ploču piše naslov Moj kompas vjerodostojnosti i 4 pitanja:

- Koja su 3 vjerodostojna izvora ili osobe koje trenutno pratim za savjete o karijeri ili influencanju?
- Zašto im vjerujem?
- Jesam li ikad slijedio_la online savjet koji se pokazao netočnim ili beskorisnim? Što sam naučio_la?
- Što ću ubuduće raditi drugačije kako bih provjeravao_la kvalitetu sadržaja koji konzumiram?

Učenici odgovaraju na pitanja individualno sljedećih 20 minuta. Nakon toga, kada su svi završili, učenici se vraćaju u iste male grupe i dijele barem jedan uvid ili refleksiju iz zadatka kojeg su imali. Za navedeno imaju 15 minuta. Edukator naglašava da biti kritičan ne znači biti negativan, već pažljiv, informiran i odgovoran.

V. Zatvaranje radionice i završne poruke (10 minuta)



Na kraju, edukator poziva učenike da podijele jedno „pravilo“ kojeg će se ubuduće pridržavati pri procjeni online sadržaja. Pravila se zapisuju na flipchart pod naslovom Moja pravila vjerodostojnosti koji može ostati u učionici ili se podijeliti digitalno. Edukator završava ključnom porukom: „Online savjeti mogu biti moćni, ali samo ako su vjerodostojni. Naučite propitivati, provjeravati i razmišljati prije nego što ih slijedite.“

Potrebni materijali: Pripremljeni i isprintani snimci zaslona 3 do 4 objave vezane uz karijeru ili influencerski sadržaj, isprintana kontrolna lista za sve grupe, A4 i A3 papiri, kemijske olovke, flomasteri, flipchart papiri, post-it papirići, računalo, projektor.

Pozadinski dokumenti i resursi za daljnje istraživanje:

- Evaluating sources | Harvard Guide to Using Sources. (n.d.). <https://usingsources.fas.harvard.edu/evaluating-sources-0>
- Den, T. (2025). Who Do You Trust for Career Advice? Offer Landed. <https://offerlanded.com/blog/who-do-you-trust-for-career-advice>

Preporuke za edukatore koji žele provesti ovakvu radionicu:

- Ova radionica se dobro povezuje s kampanjama medijske pismenosti ili izazovima na društvenim mrežama u kojima učenici analiziraju sadržaje koje mogu pratiti tijekom tjedna. Edukatori trebaju primjere prilagoditi trenutačnim trendovima i platformama relevantnim za učenike.
- U aktivnosti usporedbe objava edukatori trebaju pripremiti stvarne objave ili njihove primjere u skladu s lokalnim kontekstom. Kontrolna lista može biti na papiru ili projicirana, a učenici svoje bilješke pišu na papir.
- Ako želite ovu radionicu snažnije povezati s temom medijske pismenosti, preporučuje se koristiti materijale razvijene u okviru Erasmus+ projekta “[Media and information literacy for climate change and environment](#)”, gdje su radionice testirane u VET školama, gimnazijama te mladima u neformalnom okruženju. Priručnik je bogat praktičnim vježbama za prepoznavanje pouzdanih izvora i razvoj kritičkog mišljenja kod učenika.

Radionica 9: Prepoznavanje autentičnih izvora u području karijernog savjetovanja

Naziv radionice: Prepoznavanje autentičnih izvora u području karijernog savjetovanja

Trajanje: 120 minuta

Pozadina radionice:

Pouzdana i relevantna savjeta o karijeri igraju ključnu ulogu u pomaganju mladima da donesu informirane odluke o svojoj budućnosti. Iako današnje digitalno okruženje nudi širok pristup mišljenjima, motivacijskom sadržaju i savjetima influencera ili online kreatora, nisu svi izvori jednako korisni ili autentični. Autentični karijerni savjeti temelje se na stvarnom iskustvu, aktualnom znanju, transparentnosti i kontekstu. Razlikovanje između inspirativnih poruka i smislene podrške izuzetno je važno, posebno za učenike strukovnih škola koji oblikuju svoje putove u tradicionalnim i novim profesijama. Ova radionica pomaže učenicima prepoznati kome se mogu obratiti za savjet, kako procijeniti pouzdanost izvora i kako graditi vlastitu mrežu pouzdanih osoba koje će im dati savjet o karijeri.

Cilj radionice: Podržati učenike strukovnih škola u prepoznavanju i procjenjivanju autentičnih, relevantnih izvora karijernog savjetovanja koji doprinose informiranom donošenju odluka i dugoročnom planiranju.

Specifični ciljevi:

- Reflektirati o različitim ulogama, kao i osobama koje u životu daju karijerne savjete;
- Razumjeti kako procijeniti autentičnost i relevantnost u karijernom savjetovanju;
- Potaknuti učenike na izgradnju osobnog sustava pouzdanih izvora u području karijernog savjetovanja;
- Promicati aktivno i informirano korištenje online i offline resursa.

Kompetencije koje se razvijaju ovom radionicom:

- Digitalna kompetencija;
- Kritičko razmišljanje;
- Timski rad;
- Komunikacija;
- Analitičke vještine;
- Kreativno razmišljanje;
- Osobne, socijalne i kompetencije "učiti kako učiti".

Metodologija koja se koristi u radionici:

- Oluja ideja;
- Rad u malim grupama;
- Dijeljenje u velikoj grupi;
- Individualni rad.

Tijek radionice:

I. Oluja ideja: Tko nam daje savjete i tko bi trebao? (20 minuta)

Eduktor započinje radionicu pitanjem: „Od koga najčešće čujete savjete o karijeri ili vašoj budućnosti?“. Učenici dijele odgovore naglas ili pišu na post-it papiriće koji se lijepe na flipchart ili ploču. Nakon što se

prikupi nekoliko primjera, edukator postavlja dodatna pitanja: „Jesu li sve te osobe jednako korisne? Daju li svi iste vrste savjeta? Trebamo li im uvijek vjerovati?“. Ovom raspravom se želi postići razumijevanje o tome kako postoji razlika između mišljenja i smjernica te između podrške i profesionalnog usmjeravanja. Aktivnost traje oko 15 minuta, nakon čega edukator pojašnjava ciljeve i plan radionice.

II. Rad u malim grupama: Razumijevanje uloga u karijernom savjetovanju (30 minuta)

Učenici rade u malim grupama. Svaka grupa dobiva set kartica s opisom različitih osoba ili tipova savjetnika. Neki od primjera uključuju:

- Nastavnik u školi bez znanja o digitalnim karijerama
- Karijerni savjetnik u strukovnom centru zavoda za zapošljavanje
- YouTuber koji dijeli motivacijske uspješne priče
- Član obitelji koji želi da njegovo dijete upiše određeno zanimanje
- Vršnjak koji pokušava postati influencer
- Profesionalac koji radi u organizaciji koju učenik cijeni
- Digitalni kreator koji otvoreno dijeli svoj karijerni put

Grupa odabire 3 do 4 kartice i u sljedećih 30 minuta trebaju razmisliti i raspraviti vodeći se sljedećim pitanjima:

- Kakve bi savjete ta osoba mogla dati?
- Smatram li te savjete autentičnima ili korisnima? Zašto da/ne?
- U kojim situacijama bih vjerovao_la toj osobi, a u kojima bih tražio_la drugo mišljenje?
- Koja su ograničenja ili rizici oslanjanja samo na taj izvor?

Nakon rasprave grupe se pripremaju za dijeljenje zaključaka u velikoj grupi.

III. Dijeljenje u učionici (30 minuta)

Svaka grupa predstavlja jednu osobu/ulogu i iznosi zaključke. Edukator vodi kratku raspravu o tome kako različiti izvori mogu biti korisni na različite načine te kako kombinacija izvora (profesionalnih, iskustvenih te motivacijskih) dovodi do informiranih odluka.

IV. Individualni rad: Izgradnja mog kruga pouzdanih izvora (40 minuta)

Sljedeću aktivnost učenici trebaju napraviti individualno. Edukator poziva učenike da razmisle i zapišu osobe i platforme na koje se oslanjaju kada traže savjet. Posebno trebaju obratiti pažnju na tri razine, a koje im prije zadatka predstavlja edukator:

- Glavni savjetnici - osobe kojima vjerujem za dobar i profesionalan savjet;
- Vršnjački influenceri - osobe čije iskustvo razumijem i koje me inspiriraju;
- Povremene reference - platforme ili pojedinci koje povremeno konzultiram, ali s oprezom.

Učenici imaju 10 minuta za zapisivanje na temelju konteksta u kojem se nalaze, kao i na temelju onoga što su naučili na radionici dosad. Zatim, edukator ih poziva da u sljedećih 5 minuta razmisle o sljedećim pitanjima:

- Koji glasovi nedostaju u mom krugu?
- Oslanjam li se previše na samo jednu perspektivu?
- Kako mogu proširiti izvore da dobijem potpunije i realističnije smjernice?

Nakon toga učenici u velikoj grupi dijele po jednu ključnu spoznaju. Edukator zatvara radionicu naglašavajući da karijerni savjeti postaju vrijedni kada se temelje na iskustvu, svijesti i kontekstu. Najautentičniji savjeti ne govore što trebaju učiniti, već im pomažu istražiti što je najbolje za njih. Učenike se potiče da preuzmu inicijativu u izgradnji uravnotežene mreže savjetnika te da savjete propituju prije nego što ih primijene u praksi.



Potrebni materijali: Pripremljeni papirići/kartice s ulogama, A4 i A3 papiri, kemijske olovke, olovke, flomasteri, flipchart papiri, post-it papirići, računalo, projektor.

Pozadinski dokumenti i resursi za daljnje istraživanje:

- Ec, K. D. S. C. (2023). 5 Ways to Advance your career Authentically. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/karadennison/2023/12/12/5-ways-to-advance-your-career-authentically/>

Preporuke za edukatore koji žele provesti ovakvu radionicu:

- Edukatori mogu prilagoditi kartice s ulogama lokalnom kontekstu, uključujući osobe s kojima se učenici mogu susresti u stvarnom životu (npr. lokalne udruge, koordinatori praksi, digitalni kreatori iz njihove regije).
- Ako edukator ima kontakte s profesionalcima, kao nastavak radionice može se organizirati gostovanje stručnjaka koji bi podijelio svoj karijerni put i savjete koji su njemu pomogli.

Radionica 10: Razumijevanje influencerske culture i njezin utjecaj na odabir karijere

Naziv radionice: Razumijevanje influencerske culture i njezin utjecaj na odabir karijere

Trajanje: 150 minuta

Pozadina radionice:

Influencerska kultura postala je jedna od onih koje oblikuju način na koji mladi gledaju na uspjeh, identitet i karijerne prilike. Društvene mreže prikazuju influencere kao uzore, nudeći naizgled lagane, fleksibilne i unosne karijerne putove. Međutim, iza privlačnih vizuala kriju se složeni odnosi koji uključuju osobni brend, pritisak javnosti, algoritme i nestabilne izvore prihoda. Ova radionica daje učenicima strukovnih škola priliku da kritički sagledaju influencersku kulturu - posebno kako ona utječe na njihove percepcije karijernog uspjeha, osobne vrijednosti i buduću put. Cilj nije kritizirati profesiju, nego osnažiti učenike da prepoznaju njezine realnosti i razmisle o tome kako vanjski utjecaji oblikuju njihove izbore, kao i da prepoznaju koje negativne elemente ova profesija nosi sa sobom.

Cilj radionice: Pomoći učenicima strukovnih škola da kritički razmisle o narativima i očekivanjima koje promovira influencerska kultura te procijene njezin utjecaj na vlastite karijerne ambicije i odluke.

Specifični ciljevi:

- Istražiti ključne poruke i ideale koje promovira influencerska kultura;
- Prepoznati koji su aspekti influencerskih karijera realni, a koji iskrivljeni ili pojednostavljeni;
- Potaknuti kritičko razmišljanje u vezi s digitalnim karijernim trendovima i uzorima;
- Podržati učenike u donošenju karijernih odluka temeljenih na unutarnjoj motivaciji i samosvijesti.

Kompetencije koje se razvijaju ovom radionicom:

- Kritičko razmišljanje;
- Timski rad;
- Komunikacija;
- Analitičke vještine;
- Kreativno razmišljanje;
- Osobne, socijalne i kompetencije "učiti kako učiti".

Metodologija koja se koristi u radionici:

- Oluja ideja – silent floor;
- Rad u malim grupama;
- Prezentacije i rasprava;
- Samorefleksija.

Tijek radionice:

I. Tiha oluja ideja: Mapiranje misli i emocija (40 minuta)

Eduktor priprema nekoliko velikih listova papira s otvorenim pitanjima i postavlja ih po prostoriji ili na stolove. Primjeri pitanja su sljedeći:

- Biti influencer znači...

- Dijelovi influencerskog života koje ne vidimo su...
- Osjećam pritisak kad vidim influencere koji...
- Divim se influencerima koji...
- Želio_željela bih / ne bih želio_željela biti influencer jer...

Edukator najavljuje da se radi o aktivnosti tihe oluje ideja. Učenici se u tišini kreću prostorom i zapisuju svoje odgovore ili reakcije na svaki list koristeći flomastere/olovke. Mogu slobodno komentirati, nadopuniti tuđe misli ili odgovoriti simbolima i crtežima. Aktivnost traje 20 minuta. Nakon toga grupa se okuplja u krugu kako bi zajedno pregledali i komentirali ono što je zapisano na svakom velikom papiru. Edukator vodi raspravu s pitanjima:

- Koje obrasce primjećujete u vašim odgovorima?
- Je li bilo iznenađujućih ili emotivnih komentara?
- Kako ovo što ste zapisali odražava utjecaj influencerske kulture na naš pogled na uspjeh?

II. Rad u malim grupama “Provjera stvarnosti: izazivanje mitova” (30 minuta)

Učenici se dijele u četiri male grupe. Svaka grupa dobiva jednu uobičajenu tvrdnju iz influencerske culture, poput:

- Svatko može postati influencer ako se trudi i dovoljno objavljuje
- Ako imaš puno pratitelja, znači da si uspješan
- Biti influencer je lako i ne zahtijeva prave vještine
- Influencerske karijere su samo zabava i sloboda

Svaka grupa dobiva flipchart papir s napisanom tvrdnjom na vrhu papira te pitanjima na koji se nalaze na papiru:

- U čemu je privlačnost ovog vjerovanja?
- Što je u njemu pogrešno ili nerealno?
- Koja bi bila uravnoteženija ili realnija verzija ove poruke?

Učenici za raspravu i zapisivanje najvažnijih nalaza imaju 30 minuta.

III. Prezentacije i rasprava (60 minuta)

Nakon rada u malim grupama, poziva se jedna po jedna grupa da predstavi svoje zaključke (5 minuta po grupi). Nakon svake prezentacije slijedi kratka razmjena pitanja i komentara. Edukator vodi završnu raspravu pitanjima:

- Kako ovi narativi utječu na naša očekivanja o tome što znači imati „dobru“ karijeru?
- Što nam pomaže da ostanemo realni i prizemljeni, a istovremeno ambiciozni?

IV. Samorefleksija: Povezivanje s vlastitim izborima (20 minuta)

Nakon prezentacija, edukator poziva učenike na kratku samorefleksiju. Na flipchart zapisuje pitanje: „Što je za mene stvarno?“. Ispod piše sljedeće rečenice:

- Vrijednost kojoj želim ostati vjeran_na u svojoj budućoj karijeri je...
- Način na koji ću biti kritičniji_a prema online karijernim porukama je...
- Karijerni cilj koji uistinu odražava moje interese je...

Učenici u tišini zapisuju svoje misli, za što imaju 10 minuta. Mogu ih podijeliti s kolegom ili zadržati za sebe. Edukator zatvara radionicu i potiče učenike da odluke o karijeri temelje na unutarnjoj motivaciji i samosvijesti.

Potrebni materijali: A4 i A3 papiri, kemijske olovke, olovke, flomasteri, flipchart papiri, post-it papirići, računalo, projektor.

Pozadinski dokumenti i resursi za daljnje istraživanje:

- Singh, R. (2023). Influencer Culture and its Impact on Society: A Critical Examination. <https://www.linkedin.com/pulse/influencer-culture-its-impact-society-critical-rahul-singh/>

Preporuke za edukatore koji žele provesti ovakvu radionicu:

- Radionica ima najveći učinak u otvorenom i sigurnom okruženju u kojem se učenici osjećaju slobodno izraziti različita mišljenja. Edukatori trebaju naglasiti da cilj nije odbaciti influencerske karijere, nego razumjeti njihovu složenost. Aktivnosti se mogu prilagoditi korištenjem lokalno relevantnih primjera influencerica ili trendova na društvenim mrežama koje učenici prepoznaju i prate.

Radionica 11: Izgradnja profesionalne online prisutnosti

Naziv radionice: Izgradnja profesionalne online prisutnosti

Trajanje: 110 minuta

Pozadina radionice:

Profesionalna online prisutnost danas više nije opcija - ona je temeljni dio razvoja karijere, osobito u kreativnim i digitalnim industrijama. Bilo da se osoba prijavljuje za posao, prezentira projekt ili želi izgraditi publiku, način na koji se osoba predstavlja online često određuje kako će je drugi doživjeti profesionalno. Za učenike strukovnih škola koji žele graditi karijeru kao influenceri ili u drugim suvremenim zanimanjima, u tom smislu je ključno održavanje snažnog, dosljednog i vrijednostima vođenog online identiteta. On odražava njihovu kompetenciju, stil komunikacije i ambiciju. Ova radionica pomaže učenicima razumjeti što čini profesionalnu online prisutnost te ih podržava u početku oblikovanja ili poboljšanja vlastite online prisutnosti.

Cilj radionice: Podržati učenike strukovnih škola u kreiranju ili unaprjeđenju profesionalne online prisutnosti temeljene na njihovim vještinama, vrijednostima i karijernim ciljevima.

Specifični ciljevi:

- Podići svijest o ulozi online prisutnosti u razvoju karijere;
- Razmisliti o tome što čini online profil „profesionalnim“;
- Voditi učenike u razvijanju ili doradi osnovne verzije vlastitog profesionalnog digitalnog profila.

Kompetencije koje se razvijaju ovom radionicom:

- Vještine marketinga;
- Digitalna kompetencija;
- Kritičko razmišljanje;
- Timski rad;
- Komunikacija;
- Analitičke vještine;
- Kreativno razmišljanje;
- Osobne, socijalne i kompetencije “učiti kako učiti”.

Metodologija koja se koristi u radionici:

- Rasprava u velikoj grupi;
- Individualni rad;
- Rasprava u paru.

Tijek radionice:

I. Uvod i predstavljanje radionice (10 minuta)

Eduktor pozdravlja učenike i uvodi ih u temu i plan rada. Objašnjava da će se radionica odvijati kroz glavnu aktivnost s raspravom (tzv. debriefing), u trajanju od oko 80 minuta. Naglašava da će fokus biti na

razumijevanju tjeskobe koju mogu izazvati nerealni standardi na društvenim mrežama, ali i na učenju kako graditi autentičnu i profesionalnu online prisutnost.

II. Uvod u aktivnost i grupna rasprava (20 minuta)

Edukator daje detaljne upute te koristi prvih 10 minuta kako bi detaljno objasnio zadatak učenicima. Učenici se nasumično dijele u tri male grupe – to možete napraviti brojanjem od jedan do tri ili samo reći učenicima da se prvi red okrene drugom, drugi trećem, i tako do kraja. Pomoću laptopa i projektor prikazuju se dva različita primjera profila na društvenim mrežama (stvarni – ali anonimizirani, ili izmišljeni profili). Jedan izgleda profesionalno: jasna fotografija, konkretan sažetak (bio), relevantni linkovi. Drugi izgleda neformalno ili zbunjujuće: nejasna fotografija, samo emotikoni, bez opisa interesa ili rada. Nakon što su vidjeli profile, edukator pita učenike da odgovore na pitanje: „Koji od ova dva profila biste pratili, kojem biste vjerovali ili koga biste angažirali za projekt?“. Zajedno dijele prve dojmove, a edukator zapisuje ključne misli. Nakon toga grupno se izdvajaju osobine koje profil čine profesionalnim: jasnoća, dosljednost, sigurnost, relevantnost i usklađenost s ciljevima. Edukator naglašava da online prisutnost funkcionira kao „digitalni životopis“ i da svaki detalj šalje poruku.

III. Individualni rad: Dizajniranje profesionalnog profila (60 minuta)

Učenici rade individualno na radnom listu *Moj online profesionalni profil*. Edukator objašnjava da cilj nije kreirati cijelu web stranicu ili savršenu društvenu mrežu, već osmisliti jasnu i promišljenu reprezentaciju sebe koja odražava njihove karijerne ambicije i osobne vrijednosti. Radni list izgleda ovako:

Moj online profesionalni profil
❖ Ime ili korisničko ime – trebam li koristiti puno ime ili kreativnu varijaciju?
❖ Profilna fotografija - koja me slika najbolje predstavlja u profesionalnom ili kreativnom kontekstu?
❖ Sažeti opis (bio) ili tagline - jedna rečenica koja sažima što radim, u što vjerujem ili što želim postići
❖ Ključne teme po kojima želim biti prepoznat_a - npr. održivost, rad s mladima, dizajn, ljepota, obrazovanje
❖ Ton komunikacije - želim li zvučati prijateljski, inspirativno, informativno, umjetnički?
❖ Odabrana platforma - na što se fokusiram (Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube itd.)
❖ Sljedeća tri koraka – navedi konkretne akcije za izgradnju ili ažuriranje online prisutnosti (npr. promijeniti profilnu sliku, prepraviti bio, početi redovito objavljivati, otvoriti LinkedIn račun)

Učenici za ovaj dio individualnog rada imaju 40 minuta. Edukator obilazi i podržava učenike, postavljajući pitanja o usklađenosti njihovih ciljeva i online identiteta. Nakon toga učenici se udružuju u parove i međusobno prezentiraju svoje skice, dajući povratnu informaciju o jasnoći, dosljednosti i profesionalnosti.

IV. Grupna rasprava i zatvaranje radionice (20 minuta)

Edukator vraća sve sudionike u veliku grupu i vodi raspravu uz pitanja koja pomažu učenicima razmisliti više o ovoj temi i povezati je s akcijom u svakodnevnom životu:

- Što vam je bilo najteže u osmišljavanju profesionalnog profila?

- 
- Što mislite da većina učenika ili mladih zanemaruje kada je riječ o online prisutnosti?
 - Koja je jedna stvar na koju ste ponosni ili koju jedva čekate ažurirati nakon današnje radionice?

Potrebni materijali: Pripremljeni i isprintani radni listovi Moj online profesionalni profil za svakog učenika, A4 i A3 papiri, kemijske olovke, flomasteri, flipchart papiri, post-it papirići, računalo, projektor.

Pozadinski dokumenti i resursi za daljnje istraživanje:

- Crawford, S. (2025). Ultimate Guide to building a strong Online presence (2025). Inkbot Design. <https://inkbotdesign.com/strong-online-presence/#:~:text=Establish%20a%20strong%20online%20presence%20by%20creating%20a,credibility%20through%20testimonials%2C%20authentic%20engagement%2C%20and%20influence%20collaborations.>

Preporuke za edukatore koji žele provesti ovakvu radionicu:

- Ako se radionica provodi u informatičkom kabinetu ili uz pristup internetu, učenici mogu odmah početi uređivati svoje stvarne profile (npr. LinkedIn, Instagram bio, Linktree, TikTok opis) prema radnom listu. Edukatori mogu pripremiti isprintane primjere profila iz različitih profesija i sektora kako bi inspirirali učenike različitim pristupima tonu i izgledu profila. Ovo može produžiti trajanje radionice.

Radionica 12: Razumijevanje sigurnosnih rizika te rizika privatnosti

Naziv radionice: Razumijevanje sigurnosnih rizika te rizika privatnosti

Trajanje: 90 minuta

Pozadina radionice:

Profesionalna prisutnost u online svijetu zahtijeva više od atraktivnog sadržaja. Ona traži i svijest o zaštiti osobnih podataka, digitalnih resursa i vlastite javne slike. Kako učenici strukovnih škola postaju sve vidljiviji u online prostoru, posebno u influencerskim i digitalnim karijerama, suočavaju se s realnim rizicima povezanim s povredom privatnosti, hakiranjem računa i narušavanjem reputacije. Razumijevanje ovih rizika ne znači nužno izazivanje straha, već pripremu - kako ih prepoznati, spriječiti i upravljati njima. Ova radionica uvodi pet glavnih kategorija digitalnih rizika i pomaže učenicima da promisle o vlastitim praksama, prepoznaju ranjivosti i usvoje zaštitna ponašanja ključna za svakog budućeg profesionalca u digitalnom prostoru.

Cilj radionice: Povećati svijest o rizicima privatnosti i sigurnosti u digitalnom okruženju te podržati učenike u procjeni i poboljšanju vlastitih online sigurnosnih praksi.

Specifični ciljevi:

- Upoznati učenike s pet glavnih kategorija rizika za javne digitalne profile;
- Pomoći učenicima da prepoznaju osobne digitalne navike koje ih mogu izložiti riziku;
- Potaknuti informirano i odgovorno donošenje odluka o online ponašanju i sadržaju.

Kompetencije koje se razvijaju ovom radionicom:

- Digitalna kompetencija;
- Kompetencija pismenosti;
- Kritičko razmišljanje;
- Timski rad;
- Komunikacija;
- Analitičke vještine;
- Kreativno razmišljanje;
- Osobne, socijalne i kompetencije "učiti kako učiti".

Metodologija koja se koristi u radionici:

- Individualni rad;
- Rasprava;
- Teorijski input.

Tijek radionice:

I. Mapiranje rizika i osobna sigurnosna provjera (70 minuta)

Eduktor započinje radionicu kratkim uvodom u temu. Objašnjava da čak i najkreativnija ili najutjecajnija online karijera može biti ugrožena jednom povredom privatnosti ili nepromišljenom objavom. Naglašava da će se fokus staviti na osvještavanje što dijelimo, kako štitimo svoje račune i tko sve vidi naš sadržaj.

Potom slijedi individualni zadatak za učenike. Svaki učenik dobiva radni list u dva dijela pod nazivom Provjera privatnosti i sigurnosti. Edukator daje uputu učenicima da trebaju popuniti samo prvi dio radnog lista, te za navedeni zadatak imaju 20 minuta.

Primjer prvog dijela radnog lista nalazi se u tablici koju možete vidjeti ispod:

Provjera privatnosti i sigurnosti
Dio 1: Identifikacija rizika – “Što je javno o meni?” U sljedećih 20 minuta, razmisli i ispod svakog pitanja zapiši odgovore na sljedeća pitanja: ❖ Koje platforme redovito koristim i jesu li moji profili javni ili privatni? ❖ Koje sam osobne podatke podijelio_la online (datum rođenja, lokacija, kontakt, škola, obitelj, rutine)? ❖ Koristim li istu lozinku na više računa? ❖ Jesam li ikada dobio_la čudne poruke, lažne ponude ili sumnjive linkove? Zapiši primjere kojih se sjetiš.

Učenici imaju 20 minuta za ispunjavanje. Nakon toga slijedi kratko dijeljenje u velikoj grupi (učionici). Edukator postavlja pitanje i poziva neke od učenika da podijele svoje najvažnije zaključke: Što vas je iznenadilo u onome što ste otkrili? (15 minuta).

Zatim, učenici dobivaju drugi dio radnog lista. Drugi dio radnog lista sadrži popis 10 preporučenih sigurnosnih praksi u online svijetu. Primjer dugog dijela radnog lista možete pronaći u tablici koja se nalazi ispod:

Provjera privatnosti i sigurnosti
Dio 2: Svijest o rizicima i plan zaštite - “Što mogu napraviti bolje?” Označi ili zaokruži koje od sljedećih praksi već koristiš kao dio svog svakodnevnog korištenja interneta i društvenih mreža. ❖ Koristim dvofaktorsku autentifikaciju ❖ Ne dijelim točnu lokaciju u stvarnom vremenu ❖ Kreiram jake, jedinstvene lozinke ❖ Podešavam postavke privatnosti na svim platformama ❖ Ne koristim privatnu adresu elektroničke pošte za javne račune ❖ Pažljiv_a sam s dopuštenjima za aplikacije trećih strana ❖ Redovito ažuriram softver i aplikacije ❖ Razmislim dva puta prije objave osjetljivih mišljenja ❖ Redovito radim pohranu (backup) važnih podataka ❖ Znam kako prijaviti i blokirati zlostavljanje ili sumnjive aktivnosti

Nakon označavanja, učenici trebaju odabrati 3 prioritetne akcije koje žele poboljšati u idućem tjednu. Edukator ih poziva da napišu kratku rečenicu o tome zašto bi im ova akcija bila važna osobno ili

profesionalno. Ovaj proces traje 15 minuta. Nakon toga, edukator vodi kratku raspravu koristeći sljedeća pitanja:

- Što vam je s popisa bilo novo ili neočekivano?
- Zašto sigurnost nije samo tehničko pitanje, već i karijerno pitanje - posebno za javne osobe i kreatore sadržaja?

II. Teorijski input: 5 glavnih područja rizika (20 minuta)

Educator koristi zadnji dio radionice kako bi uveo teorijski koncept oko teme sigurnosti i privatnosti, na način da uvodi učenike u pet glavnih kategorija rizika, prema pojednostavljenim uvidima Suntel Analyticsa. Ti rizici uključuju:

- Prijetnje kibernetičke sigurnosti

Krađa računa, phishing linkovi, malware preko lažnih sponzorstava ili aplikacija trećih strana.

- Rizici povezani s lokacijama ili rutinama

Dijeljenje lokacije, geotagovi u stvarnom vremenu, otkrivanje dnevnih rutina strancima ili pratiteljima.

- Povrede privatnosti

Pretjerano dijeljenje osobnih podataka (obitelj, škola, adresa), krađa identiteta, deepfake (lažni) sadržaj.

- Prijetnje upravljanju reputacijom

Stari ili impulzivni sadržaji, neprikladni komentari, screenshoti, digitalni „backlash“.

5. Pravni i regulatorni rizici

Neoznačene reklame, kršenje autorskih prava, kršenje pravila platformi, zloupotreba podataka.

Na kraju radionice, edukator objašnjava da profesionalna vidljivost donosi i odgovornost, a da se većina rizika može spriječiti malim, ali dosljednim navikama.

Potrebni materijali: Pripremljeni i isprintani radni listovi za sve učenike, A4 i A3 papiri, kemijske olovke, olovke, flomasteri, flipchart papiri, post-it papirići, računalo, projektor.

Pozadinski dokumenti i resursi za daljnje istraživanje:

- Jason. (2024). The Top 5 security threats facing social media influencers in 2024. Suntel Analytics. <https://suntelanalytics.com/the-top-5-security-threats-facing-social-media-influencers-in-2024/>
- Team, C. S. (2022). 16 Types of Cybersecurity Risks & How To Prevent Them? Cyber Security Career. <https://cybersecuritycareer.org/cybersecurity-risks/>

Preporuke za edukatore koji žele provesti ovakvu radionicu:

- Za jačanje samog iskustva učenja, edukator može, ako je moguće, pozvati stručnjaka za kibernetičku sigurnost ili organizirati nastavnu aktivnost u obliku „digitalne klinike“ kako bi učenici osigurali svoje račune na društvenim mrežama i drugim servisima poput e-maila ili drugih alata koje koriste.

Radionica 13: Izrada osobnog karijernog akcijskog plana

Naziv radionice: Izrada osobnog karijernog akcijskog plana

Trajanje: 110 minuta

Pozadina radionice:

Planiranje karijere proces je koji uključuje prepoznavanje osobnih ciljeva, procjenu snaga i područja za razvoj te postavljanje jasnih i realnih koraka prema profesionalnom napretku. Za mlade koji istražuju kreativne, digitalne ili influencerske karijere, strukturirani akcijski plan može donijeti smjer, motivaciju i fokus. Ova radionica pomaže učenicima strukovnih škola u izradi vlastitog personaliziranog karijernog akcijskog plana, temeljenog na njihovim interesima, postojećim vještinama i profesionalnim težnjama. Radionica je osmišljena kao praktična i refleksivna, s ciljem da učenici razviju jasan putokaz za sljedeću fazu svog karijernog puta.

Cilj radionice: Usmjeriti učenike strukovnih škola u strukturiranju personaliziranog karijernog akcijskog plana usklađenog s njihovim interesima i ciljevima.

Specifični ciljevi:

- Pomoći učenicima da promisle o vlastitoj viziji karijere i preferiranim radnim okruženjima;
- Identificirati osobne snage i područja za razvoj;
- Podržati učenike u definiranju jasnih kratkoročnih akcija i pronalasku potencijalnih izvora podrške.

Kompetencije koje se razvijaju ovom radionicom:

- Digitalne kompetencije;
- Kritičko razmišljanje;
- Timski rad;
- Komunikacija;
- Analitička vještina;
- Kreativno razmišljanje;
- Osobna, socijalna i kompetencija "učiti kako učiti".

Metodologija koja se koristi u radionici:

- Samorefleksija i diskusija;
- Individualni rad;
- Prezentacija.

Tijek radionice:

I. Uvod u radionicu i aktivnost samorefleksije (15 minuta)

Eduktor uvodi temu radionice, a zatim postavlja učenicima sljedeće pitanje oko kojeg će trebati promisliti: „Kad biste mogli oblikovati svoj budući radni život, kako bi on izgledao i što bi vam bilo potrebno da dođete do toga?“

Učenici imaju 5 minuta za osobnu refleksiju, nakon čega poziva nekoliko njih da podijele svoja razmišljanja. Edukator objašnjava da je cilj ove radionice pretvoriti osobne ideje i ambicije u realističan plan. Naglašava da se ne radi o biranju jedne „fiksne“ karijere, već o postavljanju ciljeva, prepoznavanju koraka i djelovanju u smjeru koji učeniku donosi smisao i motivaciju. Plan je namijenjen njima samima, ne treba biti savršen, ali mora biti iskren i izvediv.

II. Individualni rad: Izrada mog karijernog akcijskog plana (60 minuta)

Svaki učenik dobiva strukturirani radni list Moj karijerni akcijski plan, koji sadrži sljedeće sekcije:

Moj osobni karijerni akcijski plan
Moja vizija karijere ❖ Kakav bih posao želio_željela raditi u idućih 1 do 3 godine? ❖ Koja su mi područja ili teme najzanimljivije?
Moje snage i resursi ❖ Koje vještine, talente i alate već imam, a koji mi pomažu na tom putu? ❖ Što trebam unaprijediti? ❖ Koje vještine ili znanja želim razviti te koja iskustva želim dobiti?
Moje preferirano radno okruženje ili platforme ❖ Gdje se vidim u radu ili stvaranju sadržaja ili nečeg drugog: online, na lokaciji, freelance, hibridno?
Moja 3 akcijska koraka za sljedećih 1 do 2 mjeseca ❖ Koje tri praktične stvari ili akcije mogu napraviti da započnem s ostvarivanjem svoje vizije karijere? (npr. započeti portfolio, ažurirati profil, upisati tečaj, otići na događaj, redovito objavljivati sadržaj)
Moja mreža podrške ❖ Tko ili što mi može pomoći na ovom putu? (npr. nastavnici, online resursi, mentori, vršnjaci)

Učenici imaju 60 minuta za ispunjavanje radnog lista. Edukator ostaje na raspolaganju za podršku, pojašnjenja i poticanje dublje refleksije. Učenici mogu raditi na različitim dijelovima plana (ne moraju ga popuniti cijelog), ako im je tako ugodnije, a kada završe, vraćaju se u veliku grupu kako bi raspravili najvažniji vizije i akcije.

III. Prezentacije (35 minuta)

Nakon što su učenici završili svoje planove, edukator ih poziva u veliku grupu te traži nekoliko učenika da podijele svoj akcijski plan. Edukator vodi prezentacije u podržavajućoj atmosferi, naglašavajući da je put svakog učenika jedinstven i da je svaki korak naprijed vrijedan.



Potrebni materijali: Pripremljeni radni listovi akcijskih planova za sve učenike, A4 i A3 papiri, kemijske olovke, obične olovke, flomasteri, flipchart papiri, post-it papirići, računalo, projektor.

Preporuke za edukatore koji žele provesti ovakvu radionicu:

- Ova radionica može funkcionirati kao samostalna ili kao dio modula karijerne orijentacije u strukovnim školama. Edukatori mogu potaknuti učenike da ponovno pogledaju svoj plan nakon mjesec dana i procijene napredak. Radni list se može prilagoditi i u vizualni ili digitalni format za učenike koji preferiraju kreativne alate za planiranje.

Izvori

- Amu. (2025). The rise of influencer careers: Why Gen Z to Boomers are quitting traditional jobs for digital success :Webfluential. <https://blog.webfluential.com/2025/03/12/the-rise-of-influencer-careers-why-gen-z-to-boomers-are-quitting-traditional-jobs-for-digital-success/>
- CareerFoundry. (2023). What is Personal Branding and Why Does it Matter? Retrieved from <https://careerfoundry.com>
- Carretero, S., Vuorikari, R., & Punie, Y. (2022). DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens. European Commission. Retrieved from <https://publications.jrc.ec.europa.eu>
- Den, T. (2025). Who Do You Trust for Career Advice? Offer Landed. <https://offerlanded.com/blog/who-do-you-trust-for-career-advice>
- Ec, K. D. S. C. (2023). 5 Ways to Advance your career Authentically. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/karadennison/2023/12/12/5-ways-to-advance-your-career-authentically/>
- ETF (2021). Digital skills and online presence: Strategies for young people. European Training Foundation. Retrieved from <https://www.etf.europa.eu>
- Evaluating sources | Harvard Guide to Using Sources. (n.d.). <https://usingsources.fas.harvard.edu/evaluating-sources-0>
- Jason. (2024). The Top 5 security threats facing social media influencers in 2024. Suntel Analytics. <https://suntelanalytics.com/the-top-5-security-threats-facing-social-media-influencers-in-2024/>
- Jones, S. (2024). Social Media Personal Branding (10 step guide) - Personal Branding blog. Personal Branding Blog. <https://personalbrandingblog.com/social-media-personal-branding/#:~:text=Building%20a%20strong%20personal%20brand%20on%20social%20media,and%20a%20clear%20understanding%20of%20the%20steps%20involved.>
- OECD (2022). Empowering Young People in the Digital Age: Skills for Social Media and Online Career Development. Organisation for Economic Co-operation and Development. Retrieved from <https://www.oecd.org>
- Okyere, A. (2025). How to increase your online presence: 10 social media hacks. TheBusinessUnlimited.com. <https://thebusinessunlimited.com/how-to-increase-online-presence/>
- Peters, T. (1997). The brand called you. Fast Company, Issue 10. Retrieved from <https://www.fastcompany.com/28905/brand-called-you>
- Stobierski, T. (2025). How to harness social media for personal branding. Business Insights Blog. <https://online.hbs.edu/blog/post/social-media-for-personal-branding>
- Team, C. S. (2022). 16 Types of Cybersecurity Risks & How To Prevent Them? Cyber Security Career. <https://cybersecuritycareer.org/cybersecurity-risks/>

IZDAVAČ:

Centar za neformalno obrazovanje i cjeloživotno učenje, Srbija

ЦЕНТАР ЗА НЕФОРМАЛНО ОБРАЗОВАЊЕ И
ЦЕЛОЖИВОТНО УЧЕЊЕ



CENTRE FOR NON-FORMAL EDUCATION AND
LIFELONG LEARNING



**Sufinancira
Europska unija**

Financirano sredstvima Europske unije. Izneseni stavovi i mišljenja su stavovi i mišljenja autora i ne moraju se podudarati sa stavovima i mišljenjima Europske unije ili Europske izvršne agencije za obrazovanje i kulturu (EACEA). Ni Europska unija ni EACEA ne mogu se smatrati odgovornima za njih.