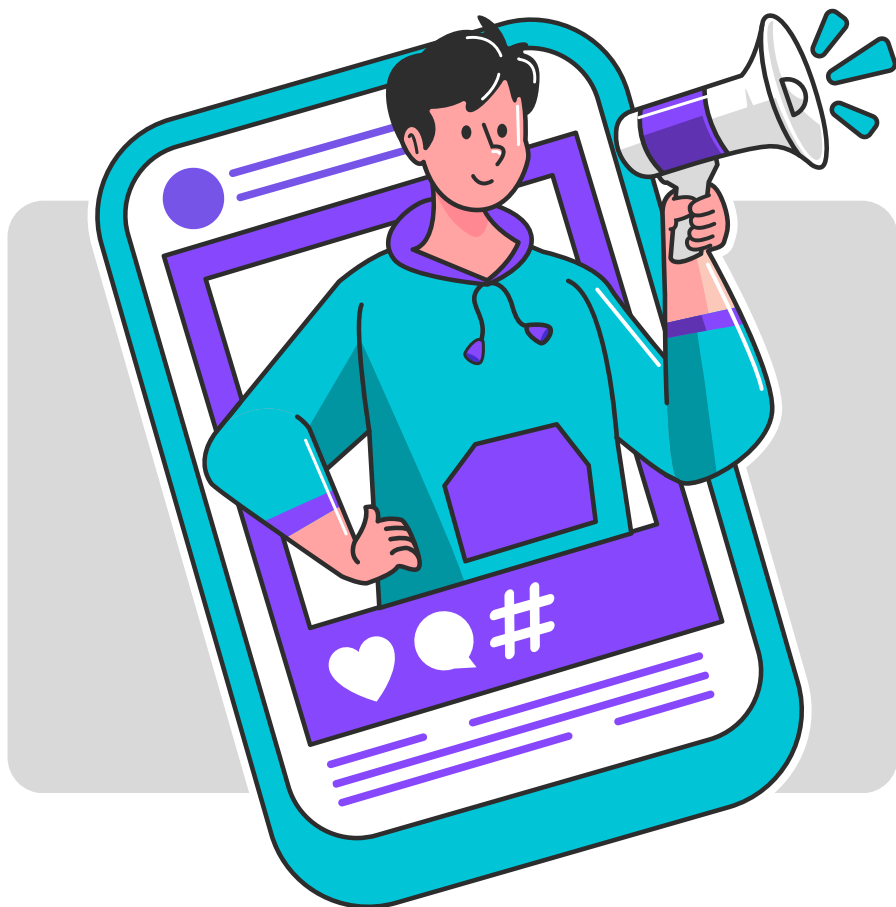


# КЊИГА АЛАТА



„ОСНАЖИВАЊЕ УЧЕНИКА СРЕДЊИХ  
СТРУЧНИХ ШКОЛА ЗА ДОНОШЕЊЕ  
ИНФОРМИСАНИХ ИЗБОРА ЗА  
КАРИЈЕРЕ ИНФЛУЕНСЕРА“

**НАСЛОВ:**

Књига алата „Оснаживање ученика средњих стручних школа за доношење информисаних избора за каријере инфлуенсера“

**ПРОЈЕКАТ:**

„Утицај на каријере ученика средњих стручних школа“ финансиран од стране Агенције за мобилност и програма Европске уније (AMPEU), хрватске Националне агенције за мобилност и програме ЕУ

**Пројектни партнери:**

- Domas, obrt za poduku, savjetovanje i poslovne usluge, vl. Domagoj Morić, Хрватска
- Outreach Hannover e.V., Немачка
- Центар за неформано образовање и целоживотно учење, Србија

**ИЗДАВАЧ:**

Центар за неформано образовање и целоживотно учење, Србија

**УРЕДНИК:**

Жељко Пасуј

**АУТОРИ:**

Жељко Пасуј  
Домагој Морић  
Павле Јевдиц

**ПРЕВОД СА ЕНГЛЕСКОГ ЈЕЗИКА:**

Жељко Пасуј

**ГРАФИЧКИ ДИЗАЈН:**

Никола Радовановић

**Напомена:**

У публикацији се именице граматичког мушког рода подједнако односе на особе мушког и женског рода.

**2025**



## САДРЖАЈ

|                                                                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| УКРАТКО О ПРОЈЕКТУ .....                                                                                                                         | 1  |
| УВОД И СТРУКТУРА ПРИРУЧНИКА.....                                                                                                                 | 3  |
| Део 1: Концепти и препоруке за помоћ ученицима средњих стручних школа да разумеју динамику каријера инфлуенсера и доносе информисане одлуке..... | 5  |
| Присуство на мрежи .....                                                                                                                         | 5  |
| Значај онлајн присуства .....                                                                                                                    | 5  |
| Десет стратегија за јачање присуства на друштвеним мрежама .....                                                                                 | 5  |
| Шест корака за изградњу личног брэнда на друштвеним мрежама .....                                                                                | 8  |
| Део 2: Практичне активности / радионице.....                                                                                                     | 11 |
| Радионица 1: Лични брэндинг на друштвеним мрежама.....                                                                                           | 11 |
| Радионица 2: Стратегије тражења посла у дигиталном добу .....                                                                                    | 14 |
| Радионица 3: Могућности за рад на даљину .....                                                                                                   | 17 |
| Радионица 4: Дигиталне вештине за напредовање у каријери .....                                                                                   | 20 |
| Радионица 5: Професионални бонтон и вештине онлајн комуникације .....                                                                            | 24 |
| Радионица 6: Креирање акционог плана за развој каријере на друштвеним мрежама ....                                                               | 27 |
| Радионица 7: Истраживање каријерних путева на мрежи .....                                                                                        | 30 |
| Радионица 8: Идентификовање поузданих извора .....                                                                                               | 33 |
| Радионица 9: Идентификовање аутентичних извора каријерних савета.....                                                                            | 36 |
| Радионица 10: Разумевање културе инфлуенсера и њеног утицаја на избор каријере ....                                                              | 39 |
| Радионица 11: Изградња професионалног онлајн присуства .....                                                                                     | 42 |
| Радионица 12: Разумевање ризика за приватност и безбедност.....                                                                                  | 45 |
| Радионица 13: Креирање персонализованог акционог плана каријере .....                                                                            | 48 |
| Литература .....                                                                                                                                 | 51 |



## УКРАТКО О ПРОЈЕКТУ

Упркос растућим економским могућностима и друштвеном утицају каријера инфлуенсера, постоји значајан недостатак структурираног образовања о управљању каријером и подршке појединцима који теже успеху у овој брзо развијајућој, нетрадиционалној професији.

Млади инфлуенсери се суочавају са бројним изазовима, укључујући недостатак формалних структура, признања и потребу за стратешким планирањем. Приликом осмишљавања овог пројекта, били смо вођени циљем да развијемо програме управљања каријером посебно прилагођене потребама инфлуенсера, како бисмо им пружили неопходне алате и знање за сналажење у сложености ове професије. Поред тога што ћемо се током пројекта бавити јединственим изазовима и захтевима каријера инфлуенсера, циљ нам је такође да оснажимо наставнике средњих стручних школа и ојачамо њихове капацитете у раду са младима у изградњи одрживих и успешних каријера у овој брзо променљивој индустрији.

Наш пројекат је посебно усмерен на наставнике и ученике средњих стручних школа, где постоји значајно интересовање да постану инфлуенсери, али где им недостаје специјализовано планирање каријере и саветовање. Наше анкете, запажања и истраживања показују да, иако многе ученике средњих стручних школа привлачи идеја о оваквој каријери као лаком начину зараде, они брзо схватају изазове и недостатке у образовању који постоје. Штавише, наставници средњих стручних школа често нису опремљени да пруже подршку у планирању каријере и саветовању које је усклађено са модерним технолошким трендовима и реалношћу професије инфлуенсера.

Циљ нашег пројекта је да попуни ову празнину оснаживањем наставника средњих стручних школа да организују планирање каријере и саветовање за своје ученике, са фокусом на професију инфлуенсера и њене јединствене изазове. Такође циљамо да промовишемо уважавање друштвених вредности у каријерама, подстичући ученике да користе свој утицај за позитиван друштвени утицај. Пружањем структуриране подршке и образовања и за наставнике и за ученике, наш пројекат настоји да осигура да су млади људи добро припремљени да се снађу у свету утицаја и доносе информисане одлуке о својим каријерама.

Коначно, циљ пројекта је да премости јаз између стручног образовања и дигиталних професија у развоју опремањем и ученика и наставника алатима потребним за дугорочни успех и одговорно ангажовање у индустрији инфлуенсера.

Главни циљ пројекта је:

Допринети образовању ученика средњих стручних школа у информисаној каријерној оријентацији и оснажити наставнике средњих стручних школа да ученицима пруже ефикасно планирање каријере и саветовање које је усклађено са трендовима друштвених медија и промовише друштвене вредности међу њима.

Специфични циљеви пројекта су:

- Образовати ученике средњих стручних школа у доношењу информисаних избора каријере као инфлуенсери, разумевајући нијансе рада инфлуенсера у вези са управљањем каријером, кроз иновативну књигу алата са практичним смерницама и пилот радионицама;

- Оснажити наставнике средњих стручних школа и придружене стручњаке у управљању каријером за нове професије у дигиталним и креативним индустријама кроз свеобухватни шестодневни курикулум са кључним концептима, образовним радионицама и локалним обукама.
- Неговати партнерства са средњим стручним школама и унапредити капацитете партнерских организација у управљању каријером за инфлуенсере путем онлајн пројектне платформе, активности дисеминације и умрежавања на локалном и националном нивоу.

Пројектне активности су:

- Онлајн уводни састанак
- R1 Књига алата „Оснаживање ученика средњих стручних школа за доношење информисаних избора за каријере инфлуенсера“
- Пилотирање радионица из Књиге алата са ученицима средњих стручних школа у Србији, Немачкој, Хрватској
- Онлајн средњорочни састанак
- R2 Курикулум „Оснаживање наставника средњих стручних школа и стручњака за управљање каријером у ери инфлуенсера“
- Локалне обуке за наставнике средњих стручних школа и стручњаке у Србији, Немачкој, Хрватској
- R3 Онлајн платформа пројекта
- Национална конференција у Србији
- Национална конференција у Немачкој
- Национална конференција у Хрватској
- Онлајн евалуациони састанак

## УВОД И СТРУКТУРА ПРИРУЧНИКА

Књига алата „Оснаживање ученика средњих стручних школа за доношење информисаних избора за каријере инфлуенсера“ развијен је као иновативни образовни ресурс који нуди и концептуално знање и практичне радионице како би помогао ученицима средњих стручних школа да разумеју динамику каријера инфлуенсера и донесу информисане одлуке о својој будућности. Посебно је дизајниран да ојача омладински рад у средњим стручним школама опремањем ученика критичним вештинама и свешћу у вези са планирањем каријере у дигиталном добу.

Књига алата доприноси образовању о каријери комбиновањем теоријског знања са практичним радионичарским активностима које омогућавају ученицима средњих стручних школа да истраже реалност каријера инфлуенсера у вези са ширим принципима управљања каријером. Циљ му је да подржи ученике у разумевању не само привлачности професија инфлуенсера, већ и одговорности, ризика и дугорочних стратегија потребних за одрживо и етички бављење таквим каријерама.

Садржај приручника је подељен у два дела.

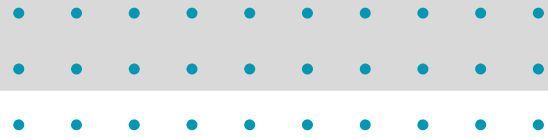
Део 1: Кључни концепти и практичне препоруке

Овај одељак представља кључне концепте и стратешке савете који ће ученицима помоћи да разумеју основе каријере инфлуенсера. Истражује теме као што су значај онлајн присуства, улога друштвених медија у управљању каријером и како изградити лични бренд. Подстиче критичко размишљање о привлачности професије инфлуенсера, а истовремено промовише доношење одлука засновано на вредностима и одговорно дигитално понашање.

Део 2: Практичне радионице

Други део Књиге алата састоји се од 13 практичних радионица, од којих се свака фокусира на одређени аспект развоја каријере инфлуенсера и спремности за дигиталну каријеру. Ове радионице су намењене наставницима средњих стручних школа, едукаторима, саветницима за каријеру и омладинским радницима у групним или учионичким условима, али се могу прилагодити и за самостално учење. Теме обрађене у радионицама укључују:

- Лични брендинг на друштвеним мрежама: Истражите значај личног брендинга на платформама попут Инстаграма, Твитера и ТикТока.
- Стратегије тражења посла у дигиталном добу
- Могућности за рад на даљину
- Дигиталне вештине за напредовање у каријери
- Професионални бонтон и вештине онлајн комуникације
- Креирање акционог плана за развој каријере на друштвеним мрежама: Обезбедите приручник који ће корак по корак водити ученике средњих стручних школа кроз процес развоја персонализованог акционог плана за ефикасно коришћење друштвених мрежа у њиховом путу планирања каријере и саветовања, постављања циљева и праћења напретка током времена
- Истраживање каријерних путева на мрежи: Пружање смерница о томе како користити друштвене мреже и онлајн ресурсе за истраживање различитих каријерних путева, индустрија и трендова на тржишту рада, омогућавајући ученицима да доносе информисане одлуке о својим будућим каријерним путевима
- Идентификација веродостојних извора
- Идентификација аутентичних извора савета о каријери
- Разумевање културе инфлуенсера и њеног утицаја на избор каријере

- 
- Изградња професионалног онлајн присуства
  - Разумевање ризика по приватност и безбедност
  - Креирање персонализованог акционог плана за каријеру

Свака радионица садржи позадину, циљ и специфичне задатке, компетенције које се обрађују, наведене методе и методологије коришћене за сваку активност и детаљан ток радионице. Методе које се користе за радионице прате методологије и принципе активног учења и неформалне методологије, те се састоје од сесија размене идеја, рефлексije, интерактивних активности и тако даље, како би се осигурао приступ усмерен на ученике и ангажован приступ.

Ова књига алата служи као образовни и оснажујући алат који подстиче ученике средњих стручних школа да предузму информисане, самоуверене и одговорне кораке ка изградњи каријера које су у складу са њиховим личним амбицијама и ширим друштвеним вредностима.

## Део I: Концепти и препоруке за помоћ ученицима средњих стручних школа да разумеју динамику каријера инфлуенсера и доносе информисане одлуке

### Присуство на мрежи

Онлајн присуство се односи на колективно представљање појединца на свим дигиталним платформама. Ово укључује профиле на друштвеним мрежама, дигиталне портфолије, објављени садржај, фотографије профила, биографије, историју интеракције, па чак и резултате претраживача. Није ограничено само на оно што намерно објављујемо. Може укључивати и ситуације када нас други могу означити, поменути или повезати наша имена са садржајем који обликује нашу видљивост и репутацију на мрежи.

За ученике средњег стручног образовања који теже каријери у креативним или дигиталним индустријама, тачније у утицању на друге, управљање сопственим онлајн присуством је од суштинског значаја. Оно игра суштинску улогу у успостављању видљивости, изградњи кредибилитета и стварању могућности. У многим случајевима, први утисци се сада формирају онлајн, било од стране потенцијалних сарадника, послодаваца, клијената или партнера бренда. Потпуно одсуство онлајн присуства може се протумачити као недостатак ангажовања или професионалног усмеравања, посебно у медијски оријентисаним професијама. С друге стране, недоследно или лоше одржавано дигитално присуство, као што су застареле биографије, небитни садржај или непрофесионалне објаве, може негативно утицати на нечији кредибилитет и изазвати забринутост у вези са спремношћу за професионалне улоге.

### Значај онлајн присуства

Према *Okyere* (2025.), снажно и добро управљано онлајн присуство подржава лични брендинг и дугорочни развој каријере. У чланку објављеном у часопису *The Business Unlimited* (2025.), Окијер наглашава да онлајн присуство омогућава младим утицајним људима да промовишу своје вредности, интересовања и стручност у веома конкурентном дигиталном окружењу. Штавише, кредибилно и ангажовано дигитално присуство може привући сарадње, професионална партнерства и понуде за посао, посебно у индустријама где је онлајн видљивост саставни део успеха.

### Десет стратегија за јачање присуства на друштвеним мрежама

У чланку објављеном у часопису *The Business Unlimited* (2025.), Окиере пружа додатне увиде у онлајн присуство и стратегије за јачање присуства на друштвеним мрежама. У овом чланку он описује десет кључних стратегија за јачање присуства на друштвеним мрежама, које су представљене у наставку.

#### 1. Оптимизација профила

Профил на друштвеним мрежама често служи као прва тачка контакта. Осигуравање да су биографије информативне, фотографије профила професионалне или усклађене са брендом, а линкови функционални доприноси поузданој и приступачној слици. Укључивање релевантних кључних речи у биографију може додатно побољшати претраживост.

## 2. Стратешка употреба хештегова

Хештегови повећавају видљивост садржаја ван постојећих пратилаца. Циљани приступ који комбинује популарне и нишне хештегове помаже у позиционирању садржаја унутар релевантних дигиталних заједница. Прекомерне или неповезане хештегове треба избегавати како би се одржао професионални имиџ.

## 3. Доследност у објављивању

Одржавање редовног распореда објављивања обезбеђује одрживо ангажовање публике и сигнализира активност алгоритмима платформе. Алати као што су *Buffer*, *Hootsuite* или *Later* могу помоћи у аутоматизацији и организовању објава за оптимално време и досег.

## 4. Ангажовање публике

Истинске интеракције попут одговарања на коментаре, одговарања на питања и признавања пратилаца повећавају поверење и лојалност заједнице. Висок ниво ангажовања такође побољшава алгоритамску видљивост, повећавајући органски досег садржаја.

## 5. Коришћење прича и рилова

Платформе често дају предност кратком садржају као што су приче и рилови, који нуде креативне и занимљиве начине за дељење новости или увида. Ови формати су посебно ефикасни за приказивање аутентичности и привлачење нових пратилаца.

## 6. Сарадња са инфлуенсерима

Партнерство са другим инфлуенсерима, посебно микро-инфлуенсерима, може довести до обостраног раста и повећаног кредибилитета. Ове сарадње проширују досег и излажу садржај новој и релевантној публици.

## 7. Конкурси и наградне игре

Организовање добро осмишљених конкурса или наградних игара може стимулисати интеракцију, повећати број пратилаца и створити узбуђење око садржаја. Да би се максимизирала ефикасност, награда треба да буде релевантна за циљну публику, а критеријуми за учешће треба да буду јасни.

## 8. Промоција на више платформи

Дељење садржаја на различитим платформама помаже у достизању шире публике и побољшава доследност бренда. Унакрсна промоција омогућава појединцима да прошире досег свог садржаја без потребе да производе потпуно нови материјал за сваку платформу.

## 9. Прилагођавања стратегије заснована на подацима

Аналитички алати пружају увид у преференције публике и перформансе садржаја. Редовна анализа омогућава појединцима да прилагоде своје стратегије на основу онога што најбоље функционише, осигуравајући континуирани раст и релевантност.

## 10. Циљана плаћена промоција

Иако је органско ангажовање од виталног значаја, мала улагања у циљано оглашавање на друштвеним мрежама могу убрзати видљивост. Плаћене промоције, посебно када су осмишљене



са јасним циљевима и демографским подацима, могу помоћи у ефикаснијем достизању одређене публике.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> 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/>



## Значај друштвених медија у управљању каријером и изградњи личног бренда на мрежи

Платформе друштвених медија нуде јединствене могућности за напредовање у каријери, посебно за младе професионалце у индустријама у развоју као што су дигитални маркетинг, креирање садржаја и предузетништво. Ове платформе функционишу као алати за учење, умрежавање, видљивост, па чак и генерисање прихода. Управљање каријером данас подразумева више од избора посла. Оно укључује самосвест, постављање дугорочних циљева и способност прилагођавања као одговор на променљиве дигиталне трендове. Друштвене мреже подржавају ово тако што омогућавају појединцима да промовишу свој лични бренд и професионална интересовања, презентују достигнућа и креативни рад, прате трендове, иновације и каријерне могућности, као и да граде и повезују се са мрежама ментора, вршњака и стручњака из индустрије. Лични бренд није лого или слоган. То је репутација, порука и вредност коју особа комуницира кроз садржај, тон и јавне активности.

Овим се баве и проучавају различити истраживачки институти и стручњаци који истичу важност друштвених медија у управљању каријером. Према чланку „Како искористити друштвене медије за лични брендинг“ на Харвардској онлајн пословној школи, у дигиталној ери, друштвени медији су постали централна компонента управљања каријером и развоја личног бренда. За појединце који теже каријери у креативним и дигиталним индустријама, укључујући амбициозне инфлуенсере, платформе друштвених медија пружају кључне могућности за видљивост, ангажовање и професионални раст. Аутор овог чланка, *Stobierski* (2025.), наглашава да када се стратешки користе, друштвени медији могу обликовати перцепцију јавности, повећати кредибилитет и успоставити професионални идентитет који је у складу са циљевима каријере. Штавише, *Stobierski* (2025.) представља 6 кључних корака за изградњу личног брендирања онлајн.

### Шест корака за изградњу личног бренда на друштвеним мрежама

Шест корака за изградњу личног бренда на друштвеним мрежама које је представио Стобијерски (2025.) на Харвардској онлајн пословној школи, укључују следеће:

#### Корак 1: Дефинисање циљева каријере и брендирања

Процес почиње идентификовањем специфичних циљева, као што су ширење професионалних мрежа, привлачење клијената или сарадника, демонстрирање стручности у предметној области или управљање сопственом репутацијом. Ови циљеви утичу на све наредне акције, од избора одговарајућих платформи до развоја прилагођених стратегија садржаја.

#### Корак 2: Избор платформе и релевантност публике

Свака платформа друштвених медија служи различитим функцијама и привлачи различиту публику. Без обзира да ли користе *LinkedIn* за професионално умрежавање, *Instagram* за визуелно приповедање или *TikTok* за креативни приступ, појединци морају да изаберу платформе које су у складу са њиховим циљевима и ефикасно допиру до циљне публике. Разумевање где су циљне заједнице најактивније и који формати садржаја најбоље одговарају тим просторима кључно је за оптимизацију ангажовања.

#### Корак 3: Креирање професионалног и аутентичног профила

Кључно је имати потпуно попуњен и пажљиво куриран профил. Ово укључује слике профила, кратке биографије, професионалну историју и додатне мултимедијалне елементе, у зависности од платформе. Стручњаци за лични брендинг наглашавају важност аутентичности, јер прави онлајн идентитет подстиче поверење и јаче везе са пратиоцима и потенцијалним сарадницима.

#### Корак 4: Успостављање доследног тона и визуелног идентитета

Доследан тон, стил и порука на свим платформама јачају препознатљивост и појачавају лични бренд. Слично корпоративном брендирању, дигитална личност појединца треба да одражава њихове вредности, личност и професионални фокус на начин који је кохерентан и приступачан. Недоследност може довести до забуне или губитка кредибилитета.

#### Корак 5: Стратешки развој садржаја

Камен темељац личног брендирања на друштвеним мрежама лежи у садржају који се дели. Структурирана стратегија садржаја обезбеђује редовно и сврсисходно објављивање које је у складу са личним циљевима и интересовањима публике. Врсте садржаја могу варирати и крећу се од образовних објава и визуелних приказа иза кулиса до инспиративних порука или увида у индустрију. Међутим, садржај треба доследно да додаје вредност и јача професионални идентитет појединца. Редовна интеракција са пратиоцима, укључујући одговарање на коментаре и тражење повратних информација, побољшава изградњу заједнице и лојалност бренду.

#### Корак 6: Праћење и евалуација

Да би се проценила ефикасност стратегије личног брендирања, појединци треба редовно да прате релевантне метрике учинка. Оне могу укључивати нивое ангажовања (лајкове, коментаре, дељења), досег (прегледе, импресије, раст пратилаца) и конверзију (кликове, директне поруке). Већина платформи нуди уграђену аналитику, док алати трећих страна као што су *Hootsuite* или *Buffer* пружају напредније увиде. Евалуација заснована на подацима омогућава континуирано усавршавање и осигурава да напори у вези са брендирањем остану усклађени са циљевима развоја каријере.

Иако је важно пратити кораке за развој личног брендирања, треба бити свестан одређених грешака које могу ометати напоре у вези са личним брендирањем. Важно је избећи или управљати овим грешкама. Оне укључују неправилно објављивање, игнорисање интеракције са публиком и превише промотивни садржај коме недостаје суштинска вредност. Важно је разумети да успешно лично брендирање захтева доследан приступ вођен вредностима који даје приоритет потребама публике, подстиче значајно ангажовање и промовише професионалну аутентичност.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> 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>

## Препоруке за едукаторе и наставнике при раду са ученицима средњих стручних школа на тему каријерног вођења

Рад са ученицима средњих стручних школа на темама као што су онлајн присуство, лични брендинг и друштвене мреже у развоју каријере захтева приступ који је и ангажован и рефлексиван. Многи млади људи су активни на мрежи, али ретко застану да критички процене како се њихово дигитално понашање односи на њихов будући каријерни пут. У наставку су дате неке препоруке које ће помоћи едукаторима и тренерима да створе безбедно, мотивишуће и структурирано окружење.

- Стварање атмосфере учења без осуђивања сматра се неопходним. Млади људи се често осећају рањиво када разговарају о коришћењу друштвених мрежа. Важно је нагласити да нема „погрешних одговора“ када се размишља о тренутном онлајн понашању. Подстицање радозналости, а не критике, и уверавање ученика да сви уче како да побољшају своје дигитално присуство је значајан аспект.
- Коришћење алата из стварног живота и видљивих примера доноси реалистичан и практичан приступ радионицама и програмима. Едукатори могу донети штампане или дигиталне примере биографија на друштвеним мрежама, *LinkedIn* профила или објава садржаја јавних личности. Ово помаже да апстрактне идеје буду конкретније. Важно је избегавати коришћење само познатих личности. Примери треба да укључују креаторе средњег нивоа, младе професионалце или утицајне људе из нише са којима се ученици могу реално повезати.
- Постављање просторије за подстицање фокуса и рефлексije је важан логистички део програма. Препоручује се коришћење кружног или полукружног распореда седења како би се подржала отворена дискусија. За радионице засноване на рефлексiji (нпр. мапирање личног бренда), едукатори могу обезбедити индивидуални простор са таблама или столовима. Лагана музика у позадини такође може помоћи ученицима да се фокусирају током тихих активности писања.
- Треба избегавати преоптерећење технологијом. Иако је тема дигитална, није свакој активности потребан екран. Неке активности могу комбиновати технолошке задатке (као што су прегледи профила) са офлајн методама (нпр. флипчартови, маркери, штампани радни листови). Ово подржава инклузију ученика који можда немају једнак приступ уређајима или се осећају преоптерећено учењем заснованим на екрану.
- Омогућавање времена за приватну рефлексiju пре позивања на групну дискусију је важан аспект како би се ученици осећали укључено и спремно за радионице. Теме попут „Шта моје онлајн присуство говори о мени“ могу изазвати несигурност или сумњу у себе. Индивидуално дељење или рад у паровима пре пленарних дискусија може помоћи ученицима да се отворе сопственим темпом.
- Едукатори треба да буду свесни дигиталних неједнакости и јаза у самопоуздању. Неки ученици могу имати веома активне онлајн профиле, док други једва користе друштвене мреже. Препоручује се избегавање претпоставке о једнаком нивоу искуства. Фокус треба да буде на напретку и свести, а не на учинку.
- Топло се препоручује коришћење енергизатора за разбијање дигиталне озбиљности. Едукатори могу да комбинују рефлексивни рад са кратким, забавним енергизаторима или активностима играња улога које смањују притисак и одржавају енергију високом. Хумор и лагано такмичење (као што је дизајнирање лажне биографије инфлуенсера) могу повећати ангажовање, а да се притом остане у складу са темом.

## Део 2: Практичне активности / радионице

### Радионица 1: Лични брендинг на друштвеним мрежама

**Назив радионице:** Лични брендинг на друштвеним мрежама: Истраживање важности личног брендирања на платформама попут Инстаграма, Твитера и ТикТока

**Трајање:** 120 минута

#### Позадина:

На данашњој дигиталној сцени, лични брендинг је један од најважнијих аспеката успешне каријере са снажним акцентом на утицају. Лични брендинг превазилази естетику и број пратилаца. Ради се о томе како особа представља своје вредности, глас и идентитет публици. Многи млади људи и ученици данас теже да постану будући инфлуенсери. За ученике средњих стручних школа који теже да постану инфлуенсери, разумевање и изградња личног бренда је први корак ка уласку у ову конкурентну област на професионалан и смислен начин. Многи млади људи свакодневно користе друштвене медије без стратешког размишљања или свести о томе како се њихов садржај доживљава. Стога их ова радионица позива да размисле о свом онлајн идентитету и почну да обликују лични бренд који је аутентичан, доследан и усклађен са њиховим тежњама.

#### Циљ радионице:

Разумевање концепта личног брендирања и изградња доследног и аутентичног онлајн идентитета на платформама друштвених медија кроз интерактивне активности и саморефлексију.

#### Специфични подциљеви радионице:

- Дефинисати лични брендинг и разумети његов значај за каријере инфлуенсера;
- Истражити кључне компоненте личног брендирања као што су стил садржаја, вредности, тон и циљна публика;
- Подржати ученике у размишљању о сопственом идентитету и како желе да буду доживљени на мрежи;
- Покренути процес изградње мапе личног бренда као темеља за њихово будуће инфлуенсерско путовање.

#### Компетенције које развија радионица:

- Критичко размишљање;
- Креативно размишљање;
- Тимски рад;
- Дигитална компетенција;
- Компетенција писмености;
- Комуникација;
- Аналитичка способност;
- Лична, друштвена и компетенција учења.

#### Методологија и методе:

- Индивидуална активност: Инстаграм биографија;

- Размена идеја;
- Теоријски увод;
- Индивидуални и рад у малим групама: Мапа личног бренда;
- Дискусија.

## Ток радионице:

### **I. Добродошлица и увод у радионицу, активност Инстаграм биографије (20 минута)**

Едукатор поздравља све на радионици. Отвара радионицу позивајући ученике да се укључе у разиграну, али ипак подстичућу активност загревања. Од њих се тражи да направе кратку Инстаграм биографију која садржи највише 150 карактера за измишљени или хумористичан лик. То може бити, на пример, суперхерој, инфлуенсер или мудра стара корњача. Ово је индивидуални рад и за то им се даје 5-10 минута. Ученици пишу своје биографије на папиру или директно на табли. Када сви заврше, едукатор позива волонтере да поделе или прочитају неколико биографија. Након што поделе мало смеха и радозналости, едукатор користи ово да отвори дискусију о томе шта чини Инстаграм биографију занимљивом, привлачном или препознатљивом. Едукатор затим представља идеју да лични бренд често почиње кратком, намерном поруком и да сваки инфлуенсер мора да дефинише шта је та порука.

### **II. Мозгање и теоријски увод: Дефинисање личног брендирања и идентификовање његових кључних елемената (20 минута)**

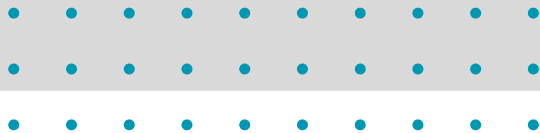
Едукатор почиње са активношћу мозгања како би истражио шта значи лично брендирање. Почиње тако што тражи од ученика да поделе своје разумевање термина. Кључне речи које су ученици поменули (као што су идентитет, садржај, пратиоци, порука, итд.) записује на табли. Након овог отвореног размишљања, едукатор представља радну дефиницију личног брендирања као „како се неко представља онлајн кроз свој садржај, стил комуникације, вредности и интеракцију са својом публиком“. Затим се укратко објашњавају кључни елементи личног бренда: тон гласа, визуелни стил, порука, вредности, публика и доследност. Поред тога, едукатор користи простор да помене неколико познатих инфлуенсера како би ове елементе учинио опипљивим.

### **III. Креирање мапе личног бренда (40 минута)**

Након увода у лични брендинг, едукатор најављује интерактивну активност за ученике. Добијају празан папир А4 формата подељен на пет одељака: „Моје страсти и интересовања“, „Моје јединствене особине и стил“, „Моје вредности“, „Моја публика“ и „Мој визуелни идентитет“. Едукатор укратко објашњава сваки одељак и тражи од ученика да одвоје 15 до 20 минута да попуне све одељке. Едукатор ово назива мапом личног брендирања и требало би да активност раде индивидуално. Могу писати речи, цртати симболе или додавати мале скице које представљају њихов идентитет и визију као инфлуенсера. Након завршетка, од ученика се тражи да формирају мале групе од 3 или 4 члана и да међусобно поделе своје мапе бренда. У овим групама, подстичу се да једни другима постављају разјашњења или дају позитивне повратне информације о томе шта се истиче у њиховој визији бренда. За овај део радионице имају 15 до 20 минута.

### **IV. Инспирација од инфлуенсера из стварног живота (40 минута)**

Едукатор је организовао шетњу галеријом тако што је поставио четири велика папира на различите зидове у просторији. Сваки папир је означен темом као што су: „Аутентични



инфлуенсери“, „Јасна порука и ниша“, „Снажан визуелни идентитет“ и „Позитиван утицај“. Ученици се позивају да прошетају и напишу примере инфлуенсера из стварног живота који представљају сваки квалитет. Могу да напишу име, корисничко име или кратак опис. Активност траје око 15 минута. Након тога, едукатор окупља све и води дискусију испред папира. Ученици се подстичу да анализирају које обрасце примећују међу наведеним утицајним људима, чему се диве и како би ови елементи могли да утичу на њихов лични бренд. Дискусија траје 20 минута и циљ јој је да боље разуме концепт брендирања у примерима из стварног света са којима су ученици већ упознати.

**Потребни материјали:** А4 и А3 папири, хемијске, оловке, маркери, флипчарт и флипчарт папири, самолепљиви папирићи, лаптоп, пројектор.

**Пропратни документи и додатна литература:**

- *Personal Branding: What it is and why it matters.* (2024, March 21). *Business Insights Blog*. <https://online.hbs.edu/blog/post/personal-branding-at-work>
- Canva веб страница: <https://www.canva.com/?msockid=38d2fb11820b653429c6ef8e83ad6488>

**Препоруке за едукаторе који ће реализовати ову радионицу:**

- Препоручује се да едукатор охрабри ученике да поново посете своје профиле на друштвеним мрежама након радионице и размисле о томе како се њихов тренутни садржај поклапа са мапом личног бренда коју су креирали.
- Едукатор може организовати накнадну сесију ако се договори са ученицима да их боље води кроз дизајнирање визуелне мреже или плана садржаја користећи *Canva* или шаблоне за цртање, помажући им да своје идеје претворе у стратегију садржаја усклађену са идентитетом њиховог бренда.

## Радионица 2: Стратегије тражења посла у дигиталном добу

**Назив радионице:** Стратегије тражења посла у дигиталном добу

**Трајање:** 110 минута

### **Позадина:**

Тржиште рада се драматично променило последњих година, посебно за младе људе који су у процесу кретања својим каријерним путевима. Иста реалност важи и за оне који виде своје каријерне путеве у дигиталним и креативним индустријама. Традиционалне биографије и мотивациона писма су и даље важни, али више нису једине алатке за проналажење посла. У ствари, они нису ни примарни алати за проналажење могућности за посао на данашњем тржишту. У дигиталном добу важно је схватити моћ платформи друштвених медија, мрежних сајтова, дигиталних портфолија и онлајн заједница. Све ово игра улогу у начину на који се професионалци повезују са послодавцима, сарадницима и публиком. Ученицима средњих стручних школа који су заинтересовани за каријеру инфлуенсера или било коју модерну технолошку професију, неопходно је да науче како да се снађу у дигиталним стратегијама тражења посла. Ово је неопходно без обзира да ли траже спонзорства, фриленсерске могућности, сарадње са брендovima или чак хонорарни посао како би подржали своје путовање. Потребно је да знају како да се професионално представе онлајн, где да траже могућности и како да преузму иницијативу у изградњи својих мрежа.

### **Циљ радионице:**

Опремити ученике средњих стручних школа практичним стратегијама за тражење посла и могућности у дигиталном добу, са фокусом на дигиталне профиле, онлајн присуство и умрежавање.

### **Специфични подцињеви радионице:**

- Подизање свести о еволуирајућој природи тражења посла у дигиталним индустријама;
- Упознавање ученика са онлајн алатима и платформама за проналажење посла или могућности за сарадњу;
- Стварање простора за ученике да размисле о томе како да се професионално представе у дигиталним просторима;
- Подршка и подстицање ученика у развоју једноставног личног акционог плана за њихово дигитално тражење посла.

### **Компетенције које развија радионица:**

- Критичко мишљење;
- Дигитална компетенција;
- Тимски рад;
- Комуникација;
- Аналитичка способност;
- Креативно мишљење;
- Лична, друштвена и компетенција учења.

### **Методологија и методе:**

- Мозгање;
- Групна дискусија;
- Индивидуални рад;
- Рад у паровима;
- Саморефлексија.

## Ток радионице:

### **I. Сесија мозгања: Истраживање реалности тражења посла данас (20 минута)**

Едукатор отвара радионицу активношћу мозгања. Тражи од ученика да размисле о томе како су њихови родитељи или старији чланови породице тражили посао када су били млађи. За ово им је потребно 3 до 5 минута, а затим се подстичу да поделе своје примере/информације. Затим, едукатор додаје још једно питање: „Како људи ваших година траже посао или могућности?“. Након неколико минута, подсећа их на сарадње на ЛинкедИн-у, Инстаграм-у, Упворк-у, ТикТок-у и тако даље, у случају да их ученици не помену. Едукатор затим користи ово поређење да би истакао драматичну промену у методама тражења посла и нагласио колико је важно научити нове стратегије које одговарају тренутном дигиталном окружењу.

### **II. Мапирање дигиталног пејзажа тражења посла (30 минута)**

Едукатор црта велики графикон или мапу на флипчарт папиру са четири категорије: Професионалне платформе, Креативне платформе, Фриленс тржишта и Простори за умрежавање. Заједно са групом, едукатор отвара дискусију како би попунио сваку категорију релевантним постојећим платформама, као што су:

- Професионално: *LinkedIn, Glassdoor, JobTeaser*
- Креативно: *Instagram, TikTok, Behance, YouTube*
- Фриленс: *Fiverr, Upwork, Freelancer*
- Умрежавање: *Discord* заједнице, *Facebook* групе, *Reddit* форуми

Ученици се позивају да предложе додатне платформе или апликације које користе или познају. Затим, едукатор води кратку дискусију о предностима и ризицима сваке платформе, како се могу стратешки користити и које врсте могућности нуде младим инфлуенсерима или дигиталним креативцима.

### **III. Индивидуални рад: дизајнирање ваше „дигиталне визит карте“ (30 минута)**

Од ученика се тражи да размисле о томе какав утисак њихови онлајн профили тренутно остављају на потенцијалног послодавца, сарадника или спонзора. Едукатор дели сваком ученику мале празне папириће или самолепљиве папириће са насловом „Моја дигитална визит карта“. Каже да на сваки папирић треба додати следеће податке/информације:

- Име
- Кратка биографија
- Ниша или област фокуса
- Снаге или вештине
- Платформе на којима сам најактивнији/а
- Једно достигнуће које желим да истакнем

Едукатор упућује ученике да морају да раде индивидуално 15 до 20 минута како би попунили своју картицу. Едукатор објашњава да ово није формална биографија, већ је креативан начин представљања њихове професионалне личности у дигиталним просторима. Након тога, морају да

се упаре и размене повратне информације: Шта се истиче? Шта би могло бити јасније? Шта можда недостаје?

#### **IV. Симулација тражења посла (15 минута)**

Следећа активност је усмерена на практичан задатак са главним циљем примене знања о тражењу посла. Едукатор поставља следећи изазов ученицима: „Сада тражите сарадњу или посао везан за ваш лични бренд или вештине. За 5 минута, користите свој телефон да покушате да пронађете једну потенцијалну прилику на било којој платформи за коју сматрате да је релевантна“. Ученици претражују онлајн, а када време истекне, неколико њих се позива да поделе оно што су пронашли. То може бити прилика за фриленсерски рад, позив за креаторе садржаја, кампања којој би се могли придружити или чак посао за који би се пријавили у будућности. Након дељења, едукатор наглашава да је сврха ове вежбе да покаже колико могућности постоји на тржишту и колико је важно знати где и како тражити.

#### **V. Рефлексија и планирање акције (15 минута)**

На крају радионице, едукатор позива ученике да размисле о томе како се тренутно представљају на мрежи и који један корак могу предузети да би побољшали своју стратегију тражења посла. Сваком ученику се налаже да запише акцију коју ће предузети у наредној недељи, на пример, ажурирање *LinkedIn* профила, придруживање креаторској мрежи, праћење бренда који поштују или истраживање платформи за сарадњу. За то имају 5 минута. Затим се позива неколико волонтера да поделе своје мишљење, а едукатор завршава радионицу охрабрујући их да увек буду проактивни у проналажењу каријерних могућности.

**Потребни материјали:** А4 и А3 папири, хемијске, оловке, маркери, самолепљиви папирићи или папирићи за активност „Дигитална визит карта“, флипчарт и флипчарт папири, лаптоп, пројектор, интернет конекција.

#### **Пропратни документи и додатна литература:**

- *Pankowski, L. (2024b, November 21). 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, September 27).*  
<https://www.welcometothejungle.com/en/collections/job-hunters/digital-job-search-strategies-tips>

#### **Препоруке за едукаторе који ће реализовати ову радионицу:**

- This workshop can be enriched by inviting a guest speaker such as a recruiter in a creative agency, a freelance digital marketer or a micro-influencer who found work online. Their stories and insights can help ground the workshop in real-life experience and increase student motivation. Educators may also follow up with a session on writing digital CVs or emails for reaching out to brands and potential collaborators.
- Ова радионица може бити обогачена позивањем гостујућег предавача као што је регрутер у креативној агенцији, фриленсер дигиталног маркетинга или микро-инфлуенсер који је пронашао посао онлајн. Њихове приче и увиди могу помоћи да се радионица утемељи у искуству стварног живота и повећа мотивација ученика. Едукатори такође могу наставити са сесијом о писању дигиталних биографија или имејлова за контактирање брендова и потенцијалних сарадника.

## Радионица 3: Могућности за рад на даљину

**Назив радионице:** Могућности за рад на даљину

**Трајање:** 120 минута

### **Позадина:**

Рад на даљину постао је суштински део данашњег професионалног света, убрзан технолошким напретком и глобалним догађајима попут пандемије КОВИД-19. У контексту каријера инфлуенсера и дигиталних професија, рад на даљину није само привремено решење, већ је често стандардно решење. Почевши од управљања креирањем садржаја, маркетиншких кампања и фриленсерских пројеката до изградње партнерстава са брендovima широм света, сарадња на даљину омогућава флексибилност, независност и међународни досег. Међутим, многи ученици средњих стручних школа нису у потпуности свесни широког спектра доступних могућности за рад на даљину, посебно оних које су усклађене са вештинама везаним за инфлуенсере, као што су писање садржаја, монтажа videa, управљање друштвеним медијима, дизајн и ширење бренда. Ова радионица упознаје ученике са концептом рада на даљину, помаже им да истраже релевантне улоге и подстиче их да идентификују шта већ могу да понуде овом растућем тржишту рада.

### **Циљ радионице:**

Да се подигне свест међу ученицима средњих стручних школа о могућностима рада на даљину и да им се пружи подршка у идентификовању вештина, алата и платформи потребних за обављање рада на даљину или фриленсерског рада везаног за каријере инфлуенсера.

### **Специфични подцињеви радионице:**

- Упознавање са концептом и предностима рада на даљину;
- Истраживање радних места и каријерних путева из стварног живота доступних на даљину;
- Помоћ ученицима да размисле о сопственим дигиталним вештинама и како се оне могу применити у условима рада на даљину;
- Упознавање ученика са платформама и алатима који се користе за сарадњу на даљину и тражење посла.

### **Компетенције које развија радионица:**

- Дигитална компетенција;
- Критичко размишљање;
- Тимски рад;
- Комуникација;
- Аналитичка способност;
- Креативно размишљање;
- Лична, друштвена и компетенција учења.

### **Методологија и методе:**

- Мозгање;
- Рад у малим групама;
- Индивидуални рад и рад у паровима;
- Теоријски увод;

- Дискусија.

## Ток радионице:

### **I. Размишљање: Шта је рад на даљину? (10 минута)**

Едукатор на самом почетку радионице пита ученике шта им падне на памет када чују термин „рад на даљину“. Ученици деле своје мисли и примере, које едукатор прикупља и записује на флипчарту. Затим, едукатор објашњава да се рад на даљину односи на било коју врсту посла који се обавља ван традиционалне канцеларије, често омогућен дигиталним алатима. То укључује послове са пуним радним временом, фриленсерски рад, сарадњу, па чак и краткорочни пројектни рад. Едукатор наглашава да су многи послови повезани са утицајним људима по природи удаљени, као што су управљање календарима садржаја, монтажа видеа, писање текстова, анализа података или рад са међународним брендovima и клијентима на мрежи.

### **II. Рад у малим групама: Истраживање улога и категорија рада на даљину (30 минута)**

Едукатор дели ученике у мале групе од 3 и 4 особе и свакој групи даје сет картица са улогама за рад на даљину. Свака картица описује различит назив посла или улогу која се обично обавља на даљину, као што су „Менаџер друштвених медија“, „Писац садржаја“, „Гرافички дизајнер“, „Модератор онлајн заједнице“, „СЕО асистент“, „Видео уредник“ или „Координатор партнерства са брендом“. Свака група бира 2 до 3 улоге које им звуче занимљиво и заједно чита описе. Њихов задатак је да у року од 10 минута разговарају о томе које су вештине потребне за те улоге и како се те вештине односе на оно што раде инфлуенсери. Након 10 минута дискусије, свака група укратко представља једну изабрану улогу и своје закључке остатку групе.

### **III. Повезивање личних вештина са радом на даљину (30 минута)**

Затим, едукатор позива ученике да раде индивидуално како би направили „Снимак вештина рада на даљину“. Користећи материјал или обичан папир, едукатори се позивају да запишу следеће:

- Три дигиталне или креативне вештине које већ поседују
- Две ствари које воле да раде, а које би се могле претворити у задатке на даљину
- Један алат који знају да користе (нпр. *Canva*, *Instagram*, *TikTok*, *CapCut*, *Google Docs*)
- Једну област у којој би желели да се побољшају

Имају 20 минута да ово ураде. Едукатор шета око да би подржао ученике и одговорио на питања. Након што заврше снимак, ученици проналазе пар и деле оно што су написали. У паровима, дају једни другима предлоге о томе какве улоге рада на даљину би им могле одговорати, на основу њихових наведених снага и интересовања. Ово траје отприлике 10 минута.

### **IV. Истраживање платформи и демонстрација онлајн платформи (30 минута)**

Да би могућности рада на даљину биле опипљивије, едукатор повезује лаптоп са пројектором и представља неколико релевантних платформи као што су:

- *Fiverr* и *Upwork* (фриленс послови)
- *LinkedIn* и *Remote OK* (листе послова)
- *Canva* и *Trello* (алати за сарадњу и планирање садржаја)

Едукатор прави кратку демонстрацију како се креће на једној од платформи. На пример, претрага фриленс посла на *Fiverr*-у, креирање профила или идентификовање удаљених пракси. Ако приступ интернету дозвољава, ученици могу да истражују платформе на својим телефонима или лаптоповима у реалном времену и да забележе једну прилику коју сматрају занимљивом. Ако је

дигитални приступ ограничен, едукатор може да одштампа стварне листе послова или снимке екрана платформе за дискусију.

#### **V. Групна дискусија (20 минута)**

Да би завршио радионицу, едукатор позива на кратку групну дискусију. Поставља следећа питања: „Шта вас је највише изненадило у вези са могућностима рада на даљину?“ и „Шта бисте лично желели да испробате?“. Од ученика се тражи да запишу једну конкретну акцију коју могу предузети у наредној недељи како би се приближили могућности рада на даљину. То може бити креирање *Fiverr* профила, тражење повратних информација од некога о њиховим вештинама, придруживање Фејсбук групи или покушај учења новог алата. Неколико волонтера се позива да поделе своје акционе кораке. Едукатор завршава радионицу охрабрујући ученике да рад на даљину не посматрају само као опцију, већ као растућу стварност којој могу приступити са било ког места са правим вештинама, начином размишљања и алатима.

**Потребан материјал:** А4 и А3 папири, хемијске, оловке, маркери, флипчарт и флипчарт папири, самолепљиви папирићи, лаптоп, пројектор.

#### **Пропратни документи и додатна литература:**

- *Fiverr*: [https://www.fiverr.com/?source=top\\_nav](https://www.fiverr.com/?source=top_nav)
- *Upwork*: <https://www.upwork.com/>
- *LinkedIn*: <https://www.linkedin.com/>
- *Remote OK*: <https://remoteok.com/>
- *Canva*: <https://www.canva.com/>
- *Trello*: <https://trello.com/>

## Радионица 4: Дигиталне вештине за напредовање у каријери

**Назив радионице:** Дигиталне вештине за напредовање у каријери

**Трајање:** 110 минута

### **Позадина:**

У свету у којем дигитална трансформација мења скоро сваку професију, дигиталне вештине више нису опције. Оне су неопходне у скоро свакој индустрији. За младе људе заинтересоване за каријере инфлуенсера или шире улоге у креативним индустријама, развијање снажног скупа дигиталних компетенција може отворити врата новим могућностима, сарадњама и изворима прихода. Дигиталне вештине иду даље од знања како да се користе друштвене мреже. Оне укључују креирање садржаја, анализу података, онлајн комуникацију, управљање платформама и способност стратешког и креативног коришћења дигиталних алата. Многи ученици средњих стручних школа већ користе дигиталне алате у свом свакодневном животу, али можда их не препознају као вештине или не разумеју како да их даље развијају и професионално презентују. Ова радионица помаже ученицима да истраже шта су дигиталне вештине, идентификују оне које већ поседују и планирају како да их ојачају како би подржали свој будући каријерни пут.

### **Циљ радионице:**

Подићи свест међу ученицима средњих стручних школа о важности дигиталних вештина за развој каријере и да им се пружи подршка у идентификовању, евалуацији и планирању развоја њихових дигиталних компетенција.

### **Специфични подцињеви радионице:**

- Истражити значење и категорије дигиталних вештина релевантних за каријере инфлуенсера и креативних личности;
- Помоћи ученицима средњих стручних школа да процене свој тренутни скуп дигиталних вештина и размисле о својим снагама;
- Увести алате и платформе за унапређење дигиталних компетенција;
- Подстаћи ученике да креирају лични план развоја дигиталних вештина.

### **Компетенције које развија радионица:**

- Дигитална компетенција;
- Критичко размишљање;
- Тимски рад;
- Комуникација;
- Аналитичка способност;
- Креативно размишљање;
- Лична, друштвена и компетенција учења.

### **Методологија и методе:**

- Групна дискусија;
- Рад у паровима;
- Индивидуални рад;
- Дискусија и рефлексција.

## Ток радионице:

### I. Уводна дискусија: Шта су дигиталне вештине? (20 минута)

Едукатор започиње радионицу питањем: „Када чујете речи 'дигиталне вештине', шта вам прво падне на памет?“. Позивају их да поделе примере, које едукатор пише на флипчарту. Едукатор затим представља једноставну категоризацију дигиталних вештина релевантних за развој каријере и рад инфлуенсера:

- Креативне дигиталне вештине (креирање садржаја, обрада фотографија/видеа, графички дизајн, приповедање)
- Техничке дигиталне вештине (алгоритми платформе, анализа података, CEO, алати за заказивање)
- Комуникационе дигиталне вештине (слање е-поште, управљање заједницом, писање титлова, управљање повратним информацијама)
- Организационе дигиталне вештине (коришћење алата за управљање пројектима, складиштење у облаку, дигитални календари)

Ово помаже ученицима да схвате да дигиталне вештине иду далеко даље од „знања како користити Инстаграм“.

Ако је то прикладније или су ученици мало напреднији, едукатори могу представити и [Оквир дигиталних компетенција за грађане](#) (Digital Competence Framework for Citizens - DigComp), који пружа заједничко разумевање за идентификацију и опис кључних области дигиталне компетенције, а промовише га ЕУ.

### II. Рад у паровима: Моје дигиталне вештине (20 минута)

Ученици за ову активност треба да формирају парове и да разговарају о својим дигиталним вештинама. Штавише, морају да разговарају о следећим конкретним тачкама:

- Вештине у које сам сигуран/сигурна и које често користим;
- Вештине које сам мало користио/користила, али бих могао/могла да побољшам
- Још увек немам ову вештину, али желим да је научим

Имају 20 минута за дискусију.

### III. Истраживање алата за дигитално усавршавање (30 минута)

Едукатор наставља са практичним истраживањем алата и платформи које могу помоћи ученицима да развију своје дигиталне вештине. У зависности од расположиве опреме и приступа интернету, ово се може урадити путем прегледања у реалном времену или штампаног материјала. Едукатор представља примере као што су:

- *CapCut* или *InShot* (видео монтажа)
- *Notion* или *Trello* (планирање и организација)
- *Google Analytics* или *Instagram Insights* (основна анализа података)
- *Skillshare*, *YouTube* туторијали или *Coursera* (платформе за учење)
- *Figma* или *Canva* (дизајн)

Од ученика се тражи да испробају један алат или потраже туторијал који би им могао помоћи да побољшају одређену вештину. За овај задатак имају око 30 минута.

### IV. Рад у паровима: Планирање вашег дигиталног раста (20 минута)

Едукатор позива ученике да поново раде са истим паровима као у претходној активности. Њихов задатак у овом делу је да разговарају и изаберу две вештине које желе да побољшају у наредних месец дана. Добијају следеће тачке као смернице за дискусију:

- Вештина коју желим да побољшам
- Зашто је то важно за моју каријеру
- Један бесплатан алат или туторијал који ћу користити
- Циљ или исход (нпр. дизајнирати 3 објаве на друштвеним мрежама користећи *Canva*; уредити видео од 30 секунди за *TikTok*; креирати календар садржаја користећи *Notion*)

Ученици ово попуњавају појединачно за 10 минута, а затим деле своје циљеве у паровима. Едукатор наглашава вредност континуираног учења у дигиталним професијама и подстиче ученике да преузму иницијативу у свом развоју.

#### **V. Рефлексија и закључак (20 минута)**

Да би завршио радионицу, едукатор тражи од ученика да формирају круг. Свака особа је позвана да подели једну реченицу почевши са: „Једна дигитална вештина коју желим да развијем је...” или „Алат који желим више да истражим је...“. Едукатор закључује радионицу појачавајући поруку да дигиталне вештине нису само техничке, већ су алати за изражавање, повезивање и могућности. Што више ученици науче да их стратешки користе, то ће имати више моћи да обликују своје каријере.

**Потребан материјал:** А4 и А3 папири, хемијске, оловке, маркери, флипчарт и флипчарт папири, самолепљиви папирџи, лаптоп, пројектор.

#### **Пропратни документи и додатна литература:**

- Bernard Marr. (2022, July 22). *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>
- Canva: <https://www.canva.com/>
- CapCut: <https://www.capcut.com/>
- InShot: <https://www.inshot.com/>
- Notion: <https://www.notion.com/>
- Trello: <https://trello.com/>
- Google Analytics: <https://analytics.google.com/analytics/web/provision/#/provision>
- Instagram Insights: [https://creators.instagram.com/grow/insights?locale=en\\_US](https://creators.instagram.com/grow/insights?locale=en_US)
- Skillshare: <https://www.skillshare.com/en/browse?via=header>
- YouTube tutorials: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLAE2241F1FF27BECB>
- Coursera: <https://www.coursera.org/>

#### **Препоруке за едукаторе који ће реализовати ову радионицу:**

- Ако је доступан, приступ телефонима, таблетима или рачунарском кабинету едукатор може обогатити ову радионицу омогућавајући ученицима да испробају дигиталне алате у реалном времену. Едукатори такође могу припремити материјал са списком бесплатних онлајн алата и туторијала које ученици могу да истраже након радионице.

- 
- Важно је да ученици имају довољно времена за истраживање алата. Едукатори могу продужити време трајања радионице уколико ученици треба више времена да истражују и размишљају.

## Радионица 5: Професионални бонтон и вештине онлајн комуникације

**Назив радионице:** Професионални бонтон и вештине онлајн комуникације

**Трајање:** 110 минута

### **Позадина:**

Иако каријере инфлуенсера и дигитални послови могу деловати неформално или опуштено на површини, професионализам остаје кључни фактор дугорочног успеха. У дигиталном свету, начин на који особа комуницира, било путем порука, имејлова, натписа, коментара или чак емоција, обликује како други доживљавају њихов кредибилитет и поузданост. Млади инфлуенсери и креатори садржаја често комуницирају са брендovima, пратиоцима, партнерима и сарадницима на мрежи. Знање како да се изразе јасно, с поштовањем и професионално може створити нове могућности и избећи неспоразуме. Па ипак, многи ученици средњих стручних школа нису упознати са тим како професионална комуникација заправо изгледа у дигиталном контексту. Ова радионица је осмишљена да им помогне да разумеју основне принципе онлајн бонтонa и ефикасне комуникације, оснажујући их да изграде дигиталне односе пуне поштовања и поверења.

**Циљ радионице:** Помоћи ученицима средњих стручних школа да разумеју и примене професионални бонтон и ефикасне комуникацијске вештине у дигиталном окружењу, посебно у контексту каријере инфлуенсера.

### **Специфични подцињеви радионице:**

- Дефинисати професионалну комуникацију и онлајн бонтон у дигиталном контексту;
- Размислити о утицају тона, времена и јасноће у писаној комуникацији;
- Вежбати писање професионалних имејлова, порука или одговора брендovima и сарадницима;
- Подићи свест о томе како дигитално понашање утиче на лични бренд и репутацију.

### **Компетенције које развија радионица:**

- Дигитална компетенција;
- Критичко размишљање;
- Тимски рад;
- Комуникација;
- Аналитичка способност;
- Креативно размишљање;
- Лична, друштвена и компетенција учења.

### **Методологија и методе:**

- Групна дискусија;
- Индивидуални рад;
- Рад у паровима;
- Рад у малим групама.

## Ток радионице:

### **I. Увод у тему: Шта је „професионално“ на мрежи? (10 минута)**

Едукатор отвара радионицу питањем: „Да ли сте икада добили поруку која вас је навела да се осећате непријатно или непоштовано (на мрежи или офлајн)?“. Неколико волонтера је позвано да поделе кратке примере (без навођења имена). Затим, едукатор пита супротно: „Шта некога чини професионалним на мрежи?“. Едукатор представља тему и чињеницу да професионални бонтон на мрежи укључује јасноћу, поштовање, благовременост, исправан тон и познавање разлике између неформалног и професионалног простора. Не ради се о томе да звучите роботски, већ о томе да budete намерни и прикладни у зависности од ситуације.

### **II. Препознавање добре и лоше комуникације (20 минута)**

Едукатор дели одштапане примере дигиталне комуникације као што су захтеви за директне поруке брэндовима, одговори на коментаре, е-маил презентације или текстови натписа. Сваки ученик добија пар порука (једну прикладну, једну неприкладну или непрофесионалну). У паровима, ученици се позивају да анализирају примере користећи питања:

- Шта добро функционише у овој поруци?
- Шта чини да друга порука звучи непрофесионално?
- Како би се могла побољшати?

Едукатор након тога води кратку групну дискусију, прикупљајући кључне тачке као што су важност тона, граматике, структуре и љубазности чак и у неформалном окружењу.

### **III. Индивидуални и групни рад: Вежбање професионалних одговора (40 минута)**

Едукатор представља вежбу играња улога. Сваки ученик је позван да извуче картицу са ситуацијом из чиније. Примери ситуација укључују:

- Брэнд пише да би понудио сарадњу - како да одговорите?
- Добијате негативне повратне информације од пратиоца - како да одговорите с поштовањем?
- Први пут се представљате брэнду
- Потребно је да откажете заказану сарадњу

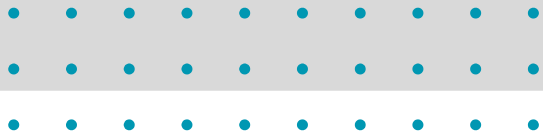
Сваки ученик пише кратак, професионалан одговор на своју ситуацију (директна порука, имејл или одговор на коментар, у зависности од сценарија) у наредних 15 минута. Након тога, формирају мале групе да прочитају своје одговоре и добију повратне информације. Овај други део траје 25 минута. Едукатор шета око да би подржао и даје савете о тону, структури и граматичи.

### **IV. Од лежерног до професионалног – игра превођења (20 минута)**

Едукатор пише или дели неколико лежерних реченица/сленг порука (нпр. „Ђаооо, шта има, желиш ли сарадњу лол“ или „Хоћеш ли објавити нешто или не?“). Затим позива ученике да у наредних 10-15 минута у паровима преформулишу сваку реченицу у професионалнији или неутралнији тон. Активност је забавна и занимљива, а истовремено појачава како тон и избор речи утичу на перцепцију. Након што преформулишу све реченице, група упоређује одговоре и размишља о томе шта чини да поруке звуче професионалније, а да се притом не изгуби индивидуалност.

### **V. Закључак и рефлексција (20 минута)**

Да би завршио радионицу, едукатор води активност рефлексije са питањем: „Шта је једна ствар коју ћете почети да радите другачије када пишете или говорите онлајн?“. Сваки ученик се подстиче да подели кратку обавезу или увид. Едукатор сумира радионицу кључном поруком:



„Ваша комуникација је део вашег личног бренда. Сваки коментар, порука или одговор који пошаљете обликује како вас људи виде. Бити јасан, поштован и самоуверен може вас одвести даље него што мислите.“

**Потребан материјал:** Одштампани примери дигиталне комуникације за све ученике, картице са ситуацијама за све ученике, припремљене реченице/жаргонске поруке за активност, папири А4 и А3 формата, оловке, хемијске оловке, маркери, флипчарт и флипчарт папири, самолепљиви папирићи, лаптоп, пројектор.

**Пропратни документи и додатна литература:**

- *Valentozar. (2025, April 15). Examples of digital communication transforming connections. Examples Of. <https://examples-of.net/digital-communication/>*
- *John, Spacey. (2020, June 16). 21 Examples of Digital Communication. Simplicable, Retrieved from: <https://simplicable.com/en/digital-communication>*

**Препоруке за едукаторе који ће реализовати ову радионицу:**

- Ова радионица ће захтевати, на основу вашег контекста, припрему порука, реченица и сленг порука. Свака земља има свој начин приступа порукама и сленгу, па препуштамо едукаторима да пронађу најбољи начин.
- За ову радионицу едукатори могу препоручити бесплатне алате или шаблоне за писање имејлова (нпр. из *Canva* или *Notion*) како би помогли ученицима да додатно вежбају. Ако радите са млађим или мање искусним ученицима, визуелни примери (као што су *Instagram* директне поруке или снимци екрана) могу учинити радионицу занимљивијом.

## Радионица 6: Креирање акционог плана за развој каријере на друштвеним мрежама

**Назив радионице:** Креирање акционог плана за развој каријере на друштвеним мрежама: Обезбедите приручник који ће корак по корак водити ученике средњих стручних школа кроз процес развоја персонализованог акционог плана за ефикасно коришћење друштвених мрежа у њиховом путу планирања каријере и саветовања, постављања циљева и праћења напретка током времена

**Трајање:** 120 минута

### Позадина:

У каријерама инфлуенсера и дигиталним професијама, јасан и стратешки приступ коришћењу друштвених медија је кључно. Многи млади људи креирају садржај спонтано, без постављања циљева или дугорочног размишљања. Иако спонтаност може бити део креативности, она често доводи до недоследног ангажовања, прегоревања или недостатка мерљивог напретка. Акциони план за друштвене медије помаже амбициозним инфлуенсерима да преузму контролу над својим онлајн присуством. Он повезује лични брендинг, стратегију садржаја, избор платформе и постављање циљева у једноставан план. Ова радионица води ученике средњих стручних школа у креирању сопственог персонализованог акционог плана за друштвене медије који је усмерен на њихова интересовања, вредности и правац каријере.

**Циљ радионице:** Подржати ученике средњих стручних школа у креирању персонализованог, циљано оријентисаног акционог плана за друштвене медије, усклађеног са њиховим каријерним тежњама.

### Специфични подцињеви радионице:

- Повезати лични брендинг са практичним корацима за развој друштвених медија;
- Помоћи ученицима средњих стручних школа да дефинишу јасне циљеве и стратегије за креирање садржаја и ангажовање публике;
- Подржавати ученике у дефинисању њихових краткорочних и средњорочних акција за раст друштвених медија.

### Компетенције које развија радионица:

- Критичко мишљење;
- Дигитална компетенција;
- Тимски рад;
- Комуникација;
- Аналитичка способност;
- Креативно мишљење;
- Лична, друштвена и компетенција учења.

### Методологија и методе:

- Теоријски увод;
- Индивидуални рад: осмишљавање акционог плана за друштвене медије;
- Презентације и дискусија.

## Ток радионице:

### **I. Осмишљавање вашег персонализованог акционог плана за друштвене медије (70 минута)**

Едукатор започиње радионицу објашњавањем да када се разматра утицај друштвених медија на каријеру, циљ није само „објављивати више“, већ објављивати са сврхом. Дobar акциони план повезује ваш идентитет (ко сте), вашу публику (са ким разговарате) и вашу намеру (шта желите да постигнете). Едукатор укратко објашњава ученицима концепт личног брендирања, дигиталних вештина и професионалне комуникације. Сваки ученик добија штампани шаблон акционог плана за друштвене медије са следећим одељцима:

- Мој циљ: Шта желим да постигнем својим друштвеним медијама у наредних 3 до 6 месеци? (нпр. изградити публику, бити примећен од стране бренда, развијати се као креативац, подићи свест о теми)
- Моја основна порука и вредности: Која је кључна идеја иза мог садржаја и шта заступам?
- Моја публика: Кога желим да досегнем и зашто?
- Изабране платформе: На које платформе друштвених медија ћу се фокусирати и који садржај најбоље одговара тамо?
- Идеје за садржај: Наведите 3 до 5 врста садржаја које желим да креирам (нпр. видео снимци са упутствима, снимци иза кулиса, личне приче, креативни изазови)
- Учесталост објављивања: Колико често реално могу да објављујем или ангажујем?
- Акције раста: Које кораке ћу предузети да бих растао и повезао се (нпр. коришћење хештегова, коментарисање сличних налога, сарадња са другима)?
- Прекретнице и провере: Како ће изгледати успех за мене? (нпр. достизање 100 пратилаца, добијање повратних информација, константно објављивање током 4 недеље)

Едукатор позива ученике да одвоје време и пажљиво попуне сваки одељак. Може се пустити тиха музика или инструментална подлога како би се помогло фокусирање. Едукатор шета околу, нудећи подршку или подстичући питањима попут: „Које теме вам најприродније падају на памет?“ или „Ко би имао користи од вашег садржаја?“. Имају 60 минута да заврше задатак, а затим прелазимо на презентације.

### **II. Презентације и дискусија (50 минута)**

Када сви заврше са задатком, неки ученици (волонтери) се позивају да представе свој план целој групи. Након презентације, остали ученици могу дати пријатељске повратне информације, поставити питања или предложити побољшања. Едукатор на крају води кратку групну дискусију, тражећи од неколико ученика да истакну једну ствар због које су узбуђени у свом плану.

**Потребан материјал:** Шаблони плана акције за друштвене медије за све ученике, папири А4 и А3 формата, оловке, хемијске олове, маркери, флипчарт и папири за флипчарт, самолепљиви папирићи, лаптоп, пројектор.

#### **Препоруке за едукаторе који ће реализовати ову радионицу:**

- Едукатори могу припремити шаблоне који се могу уређивати (дигиталне или штампане) како би ученици могли да ажурирају свој план током времена. Користите горња питања да бисте креирали шаблон који вам највише одговара или једноставно пројектујте питања на екран, а ученици могу да их напишу на папиру.

- 
- Накнадни изазов, као што је спровођење плана током 2 до 4 недеље и размишљање о резултатима, може ово претворити у практичну вежбу раста.

## Радионица 7: Истраживање каријерних путева на мрежи

**Назив радионице:** Истраживање каријерних путева на мрежи: Пружање смерница о томе како користити друштвене мреже и онлајн ресурсе за истраживање различитих каријерних путева, индустрија и трендова на тржишту рада, омогућавајући ученицима да доносе информисане одлуке о својим будућим каријерним путевима

**Трајање:** 170 минута

### Позадина:

Интернет нуди безброј алата за истраживање каријерних могућности. Међутим, многи млади људи не знају како да их ефикасно користе. Иако неки ученици можда прате познате личности, инфлуенсере или креаторе нишних области на мрежи, ретко повезују оно што виде на друштвеним мрежама са стварним планирањем каријере. Ова радионица подржава ученике средњих стручних школа у учењу како да истражују каријерне путеве на мрежи користећи платформе друштвених мрежа, портале за посао и алате за истраживање каријере. Осмишљена је да их научи како да идентификују веродостојне информације, прате професионалце и трендове у индустрији и размишљају о томе које врсте улога би могле одговарати њиховим вештинама, вредностима и интересовањима. Такође, помера истраживање каријере од досадног задатка до динамичне и инспиративне активности утемељене у радозналости, истраживању и самосвести.

**Циљ радионице:** Опремити ученике средњих стручних школа вештинама и стратегијама за истраживање могућности каријере и трендова у индустрији на мрежи користећи поуздане платформе и изворе.

### Специфични подцињеви радионице:

- Упознавање ученика са дигиталним алатима и платформама за истраживање каријерних путева и трендова у запошљавању;
- Научити ученике како да пронађу и прате стручњаке или индустрије које их занимају на друштвеним мрежама;
- Подршка ученицима у процени кредибилитета и релевантности онлајн информација о каријери;
- Усмеравање ученика у размишљању о томе како се различити каријерни путеви поклапају са њиховим личним циљевима и идентитетом.

### Компетенције које развија радионица:

- Критичко размишљање;
- Тимски рад;
- Комуникација;
- Дигитална компетенција;
- Истраживачка компетенција;
- Аналитичка компетенција;
- Креативно размишљање;
- Лична, друштвена и компетенција учења.

### Методологија и методе:

- Групна дискусија;
- Рад у малим групама - истраживање;
- Презентације;
- Индивидуални рад;
- Дискусија.

## Ток радионице:

### **I. Групна дискусија: Истраживање како замишљамо каријере (20 минута)**

Едукатор почиње радионицу постављањем питања ученицима са циљем да их упозна са темом и фокусом радионице: „Када помислите на 'посао из снова', шта вам пада на памет?“. Ученици дају своје доприносе и идеје које се пишу на табли или флипчарту. Едукатор наставља са другим питањем: „Одакле већина младих људи данас црпи своје идеје о каријерама?“. Едукатор користи ову дискусију да представи идеју да друштвене мреже могу бити користан, али и обмањујући алат за истраживање каријере. Кључ је у томе да науче да дибунски истражују испод површине и пронађу смислене и тачне увиде. Ова дискусија траје 15 до 20 минута, након чега следи осврт на главни циљ и задатке радионице.

### **II. Рад у малим групама: Истраживање каријерног пута онлајн (60 минута)**

Едукатор дели ученике у мале групе. Свакој групи се додељује каријерна улога или дигитална професија као што је креатор садржаја, дизајнер корисничког искуства (енг. *User experience (UX) design*), менаџер друштвених медија, виртуелни асистент, фотограф, етички хакер, фитнес тренер или уредник подкаста. Њихов задатак је да истраже ту каријеру онлајн користећи свој телефон или лаптоп. Едукатор даје сет водећих питања за њихово истраживање, као што су:

- Шта ова особа/професија заправо ради?
- Које вештине или алати су им потребни?
- Где раде (фриленсер, агенција, samozапослени, итд.)?
- Какво образовање или искуство је обично потребно?
- На којим платформама су активни? Ко их прати?
- Какву врсту садржаја објављују (ако их има)?
- Које су предности и мане овог пута?

Свака група има упутство да користи комбинацију извора: налоге на друштвеним мрежама, *LinkedIn* профиле, *YouTube* канале, блогове или портале за посао. Имају до 60 минута за истраживање и припрему за презентације.

### **III. Презентације (50 минута)**

Када све групе заврше са истраживањем и вођењем белешки, едукатор позива сваку групу да представи кратак резиме улоге коју су истраживали. Имају 5 минута за презентацију, након чега следи 5 до 7 минута питања других група и едукатора.

### **IV. Индивидуални рад: Од онлајн инспирације до личне рефлексије (40 минута)**

Након презентација, едукатор позива ученике да размисле о својим интересовањима. Појединачно, ученици се позивају да одговоре на низ питања у вези са оним што су научили и шта желе у својој каријери. Дати задаци су:

- Једна каријера коју сам данас открио, а о којој раније нисам размишљао, је...
- Вештина или платформа коју сам приметио да је важна за успех у овој области је...

- Посао или улога која делује усклађено са мојим вредностима/интересовањима је...
- Желим да пратим или истражим више о...

Имају 20 минута да то ураде. Ученици се затим позивају да се врате у своје мале групе из претходне активности и размене своја размишљања.

**Потребни материјали:** А4 и А3 папири, хемијске, оловке, маркери, флипчарт и флипчарт папири, самолепљиви папирићи, лаптоп, пројектор.

**Препоруке за едукаторе који ће реализовати ову радионицу:**

- Ова радионица се може прилагодити тако да укључује улоге које су локално релевантне или повезане са школским програмима. Уколико се ради са старијим или напреднијим ученицима, едукатор може додати сегмент о праћењу трендова на тржишту рада користећи платформе попут *Google Trends*, *LinkedIn*-ових *Job Insights* или портала специфичних за земљу. Едукатори такође могу охрабрити ученике да прате стручњаке или организације на друштвеним мрежама као део континуиране навике истраживања каријере.
- У случају да је приступ интернету ограничен, едукатор може унапред одштампати примере профила или студије случаја каријере за ову радионицу.

## Радионица 8: Идентификовање поузданих извора

**Назив радионице:** Идентификовање поузданих извора

**Трајање:** 140 минута

### **Позадина:**

У дигиталном добу, млади људи су изложени сталном току савета, инспирације и мишљења, посебно на платформама друштвених медија где свако може да објављује садржај. Када је у питању планирање каријере, многи ученици проверавају *YouTube* видео снимке, *Instagram* објаве или *TikTok* креаторе ради смерница. Док неки извори нуде корисне увиде, други шире дезинформације, промовишу нереална очекивања или гурају комерцијалне агенде. За ученике средњих стручних школа заинтересоване за каријере инфлуенсера, неопходно је да развију способност критичке процене садржаја који конзумирају. Знање како да идентификују веродостојне изворе и доведу у питање непроверене, штити их од обмане и помаже им да доносе информисане одлуке о свом професионалном путу.

**Циљ радионице:** Развити способности ученика да критички процењују и идентификују веродостојне онлајн изворе, посебно у контексту садржаја везаног за каријеру и информација о инфлуенсерима.

### **Специфични подцињеви радионице:**

- Истражити карактеристике поузданих и непоузданих онлајн извора;
- Помоћи ученицима да анализирају намере које стоје иза дигиталног садржаја и савета инфлуенсера;
- Опремити ученике једноставним критеријумима за процену кредибилитета објава, блогова или видео записа везаних за каријеру;
- Промовисати одговорно понашање на мрежи.

### **Компетенције које развија радионица:**

- Дигитална компетенција;
- Критичко размишљање;
- Тимски рад;
- Комуникација;
- Аналитичке способности;
- Креативно размишљање;
- Саморефлексија;
- Лична, друштвена и компетенција учења.

### **Методологија и методе:**

- Мозгање;
- Рад у малим групама;
- Презентације;
- Индивидуални рад;
- Дискусија.

## Ток радионице:

### **I. Мозгање: Разумевање зашто је кредибилитет важан (10 минута)**

Едукатор отвара радионицу активношћу мозгања, постављајући следеће питање: „Како можемо знати да ли је нешто што видимо на мрежи поуздано?“ Ученици размењују идеје, које је едукатор навео на флипчарту. Након 10 минута размишљања, едукатор представља тему дана, а то је идентификовање кредибилних извора и доношење информисаних одлука у свету пуном буке.

### **II. Рад у малим групама: Тест кредибилитета упоређивањем стварних објава (25 минута)**

Едукатор припрема одштампане или пројектоване снимке екрана 3 до 4 објаве везане за каријеру или објаве инфлуенсера. Неки примери могу бити:

- Професионална објава на *LinkedIn*-у од стране стручњака за дигитални маркетинг
- Бљештави *TikTok* који промовише „шестоцифрени пасивни приход“ од инфлуенсинга
- Добро снимљен *YouTube* видео о томе како постати фриленсер дизајнер
- *Instagram* видео са нејасним тврдњама о брзој заради новца

Ученици су подељени у мале групе за задатак. Њихов задатак је да прегледају сваку објаву и користе контролну листу за процену њене кредибилности. Дато време за групни рад је 25 минута. Контролна листа укључује питања као што су:

- Да ли је аутор транспарентан о томе ко је и шта ради?
- Да ли објава пружа доказе, изворе или примере?
- Да ли звучи превише добро да би било истинито?
- Да ли покушава да прода нешто без јасних одрицања одговорности?
- Могу ли да проверим ове информације негде другде?

Свака група попуњава контролну листу, а затим се припрема за презентацију своје анализе.

### **III. Презентације и дискусија (55 минута)**

Све групе се придружују пленарном делу ради презентације свог рада. Имају 5 минута за презентацију, након чега следи сесија питања и одговора. Затим, едукатор води дискусију о томе шта чини извор веродостојним и како препознати упозоравајуће знаке чак и када је презентација професионално урађена.

### **IV. Индивидуални рад и дискусија у малим групама: Изградња сопственог компаса кредибилитета (40 минута)**

Након презентација, едукатор наставља са индивидуалном активношћу рефлексije. Едукатор је на флипчарту написао наслов „Мој компас кредибилитета“ и следећа 4 питања:

- Која су 3 поуздана извора или особе које тренутно пратим за савете о каријери или утицајним људима?
- Шта ме наводи да им верујем?
- Да ли сам икада пратио савете на мрежи који су се показали бескорисним или лажним? Шта сам научио?
- Шта ћу од сада другачије радити да бих проверио квалитет садржаја који конзумирам?

Ученици се упућују да појединачно одговарају на ова питања током наредних 20 минута. Када сви заврше, едукатор их замоли да се врате у своје мале групе из претходне активности и поделе један увид или рефлексiju из рада. Процес дељења траје 15 минута. Едукатор истиче да бити критичан не значи бити негативан, већ бити пажљив, информисан и одговоран.

## V. Завршне речи (10 минута)

Да би завршио радионицу, едукатор тражи од ученика да поделе једно „правило“ којег ће се придржавати приликом процене садржаја на мрежи. Ова правила су написана на флипчарту под називом „Моја правила веродостојности“, која се могу чувати у учионици или послати дигитално. Едукатори сумирају кључну поруку: „Онлајн савети могу бити моћни, али само када су веродостојни. Научите да преиспитујете, проверавате и размишљате пре него што их следите.“

**Потребан материјал:** Припремљени и одштампани снимци екрана 3–4 објаве везане за каријеру или објава инфлуенсера, Одштампана контролна листа за све групе, папири А4 и А3 формата, оловке, хемијске оловке, маркери, флипчарт и папири за флипчарт, самолепљиви папирићи, лаптоп, пројектор.

### Пропратни документи и додатна литература:

- *Evaluating sources* | *Harvard Guide to Using Sources*. (n.d.).  
<https://usingsources.fas.harvard.edu/evaluating-sources-0>
- Den, T. (2025, March 13). *Who Do You Trust for Career Advice? Offer Landed*.  
<https://offerlanded.com/blog/who-do-you-trust-for-career-advice>

### Препоруке за едукаторе који ће реализовати ову радионицу:

- Ова радионица се добро уклапа са кампањама медијске писмености или изазовима на друштвеним мрежама где ученици анализирају стварни садржај који виде током недеље. Едукатори би требало да прилагоде примере коришћене у радионици како би одражавали трендовске формате и платформе релевантне за стварно онлајн окружење ученика.
- У активности која се бави тестом поређења стварних објава, потребно је да пронађете објаве или идеје за објаве, на основу ваше локалне реалности. Материјал се може припремити на папиру или можете једноставно пројектовати питања на презентацију и рећи ученицима да то попуне на папиру.
- Ако желите да упарите ову активност са темом медијске писмености, позивамо вас да користите већ развијене материјале у оквиру Еразмус+ пројекта „[Медијска и информациона писменост за климатске промене и животну средину](#)“, где су радионице тестиране са ученицима из средњих стручних школа и гимназија. Произведена књига алата је пун практичних вежби за препознавање поузданих извора и развија критичко мишљење код ученика.

## Радионица 9: Идентификовање аутентичних извора каријерних савета

**Назив радионице:** Идентификовање аутентичних извора каријерних савета

**Трајање:** 120 минута

### **Позадина:**

Поуздани и релевантни савети за каријеру играју суштинску улогу у помагању младим људима да доносе информисане одлуке о својој будућности. Иако данашње дигитално окружење нуди широк приступ мишљењима, мотивационом садржају и саветима инфлуенсера или онлајн креатора, нису сви извори савета подједнако корисни или аутентични. Аутентични савети за каријеру заснивају се на искуству из стварног живота, ажурираном знању, транспарентности и контексту. Разумевање разлике између инспиративних порука и смисленог вођења је кључно, посебно за ученике средњих стручних школа који обликују своје путеве и у традиционалним и у новим професијама. Ова радионица помаже ученицима да процене коме се могу обратити за савет, како да процене своју поузданост и како да изграде личну мрежу поузданих извора вођења.

**Циљ радионице:** Подржати ученике средњих стручних школа у идентификовању и процени аутентичних, релевантних извора савета о каријери који подржавају информисане изборе каријере и дугорочно планирање.

### **Специфични подцињеви радионице:**

- Размишљање о различитим улогама и појединцима који нуде савете о каријери у животу;
- Разумети како проценити аутентичност и релевантност у каријерном вођењу;
- Подстаћи ученике да изграде лични систем поузданих извора вођења;
- Промовисати активно и информисано коришћење и офлајн и онлајн ресурса.

### **Компетенције које развија радионица:**

- Дигитална компетенција;
- Критичко размишљање;
- Тимски рад;
- Комуникација;
- Аналитичка способност;
- Креативно размишљање;
- Лична, друштвена и компетенција учења.

### **Методологија и методе:**

- Мозгање;
- Рад у малим групама;
- Дељење у великој групи;
- Индивидуални рад.

**Ток радионице:**

### **I. Мозгање: Ко нам даје савете, а ко би требало? (20 минута)**

Едукатор отвара радионицу активношћу мозгања постављајући следеће питање: „Од кога обично чујете савете о својој каријери или будућности?“. Ученици деле одговоре наглас или пишу на самолепљивим папирићима, који се затим стављају на флипчарт. Након што добије неколико одговора, едукатор поставља још једно питање: „Да ли су сви ови људи подједнако корисни? Да ли сви дају исту врсту савета? Да ли треба увек да им верујемо?“ Ово покреће кратку групну рефлексију о разлици између мишљења и смерница, и између подржавајућег присуства и професионалне оријентације. Активност мозгања траје око 15 минута, након чега следи едукаторово саопштење о циљу и дневном реду радионице.

### **II. Рад у малим групама: Разумевање улога у каријерном вођењу (30 минута)**

Ученици су подељени у мале групе за овај задатак. Добијају сет картица са улогама, где свака картица описује различиту особу или врсту саветника. Примери укључују:

- Школски наставник без знања о дигиталној каријери
- Каријерни саветник који ради у центру за стручно образовање и обуку
- Јутјубер који дели мотивационе приче о успеху
- Члан породице који подстиче одређену професију
- Вршњак који покушава да постане инфлуенсер
- Професионалац који ради у компанији коју ученик поштује
- Дигитални креатор који отворено дели свој каријерни пут

Свака група има задатак да изабере 3 до 4 картице и да у наредних 30 минута дискутује пратећи следећа питања:

- Какву врсту савета би ова особа могла дати?
- Да ли бисте сматрали њихов савет аутентичним или корисним? Зашто да или зашто не?
- У којим ситуацијама бисте веровали смерницама ове особе, а у којим ситуацијама бисте тражили друго мишљење?
- Која су ограничења или ризици ослањања само на савет ове особе?

Након тога се припремају за дељење резултата дискусије са целом групом.

### **III. Дељење у учионици (30 минута)**

Након дискусије, свака група представља једну особу/улогу и дели своје закључке. Едукатор води кратку дискусију о томе како различити извори могу бити корисни на различите начине и како комбиновање извора (стручних + искуствених + мотивационих) доводи до информисанијих одлука.

### **IV. Индивидуални рад: Изградња круга поузданих извора (40 минута)**

Следећа активност је индивидуални рад. Едукатор позива ученике да размисле и пишу о одређеним људима и постојећим платформама којима се обраћају за савете. Конкретније, то морају да ураде фокусирајући се на три слоја које је едукатор представио:

- Главни саветници - људи којима верујем за чврсте, професионалне савете
- Вршњачки инфлуенсери - људи са чијим искуством се поистовећујем и који ме инспиришу
- Повремене референце - платформе или појединци које понекад консултујем, али са опрезом

Ученицима се даје 10 минута да ураде овај задатак на основу свог личног контекста и онога што су научили током радионице. Затим се од њих тражи да искористе још 5 минута да размисле о следећем:

- Који гласови недостају у мом кругу?
- Да ли се previше ослањам на било коју перспективу?

- Како могу да проширим своје изворе да бих добио потпуније и реалније смернице?

Када сви заврше, едукатор позива ученике да поделе једну кључну тачку са одељењем. Затим, едукатор завршава радионицу наглашавајући да савети за каријеру постају вредни када су засновани на искуству, свести и контексту. Напомиње да најаутентичније смернице не говоре вам шта да радите, већ вам помажу да истражите шта је право за вас. Ученици се подстичу да преузму иницијативу у изградњи уравнотежене мреже саветника и да с поштовањем испитују савете пре него што поступе по њима.

**Потребан материјал:** Припремљени мали папири/картице са плочицама за улоге, папири А4 и А3 формата, оловке, химијске оловке, маркери, флипчарт и папири за флипчарт, самолепљиви папирићи, лаптоп, пројектор.

**Пропратни документи и додатна литература:**

- *Ес, К. Д. С. С. (2023, December 12). 5 Ways to Advance your career Authentically. Forbes.* <https://www.forbes.com/sites/karadennison/2023/12/12/5-ways-to-advance-your-career-authentically/>

**Препоруке за едукаторе који ће реализовати ову радионицу:**

- Едукатори могу прилагодити картице са улогама на основу локалног контекста, укључујући личности са којима ученици могу реално да комуницирају (нпр. локалне невладине организације, координатори пракси, дигитални креатори из њиховог региона).
- Ако едукатор има контакте са правим професионалцима, кратка накнадна сесија може укључивати позивање госта да говори о свом каријерном путу и какве су му савете највише помогле на том путу.

## Радионица 10: Разумевање културе инфлуенсера и њеног утицаја на избор каријере

**Назив радионице:** Разумевање културе инфлуенсера и њеног утицаја на избор каријере

**Трајање:** 150 минута

### Позадина:

Култура инфлуенсера постала је једна од најдоминантнијих сила које обликују начин на који млади људи доживљавају успех, идентитет и каријерне могућности. Платформе друштвених медија представљају инфлуенсере као узоре, нудећи наизглед лаке, флексибилне и профитабилне каријерне путеве. Међутим, иза привлачних визуелних приказа крије се сложена динамика која укључује лични брендинг, јавни притисак, алгоритме и нестабилност прихода. Ова радионица је прилика за ученике средњих стручних школа да критички испитају културу инфлуенсера. Конкретније, имају могућност да истраже како она утиче на њихову перцепцију каријерног успеха, личне вредности и будућег правца. Циљ није критиковати професију, већ оснажити ученике да препознају њене реалности и размисле о томе како спољни утицаји обликују њихове изборе.

**Циљ радионице:** Помоћи ученицима средњих стручних школа да критички размисле о наративима и очекивањима које промовише култура инфлуенсера и да процене њен утицај на њихове каријерне тежње и изборе.

### Специфични подцињеве радионице:

- Истражити кључне поруке и идеале које промовише култура инфлуенсера;
- Идентификовати који аспекти каријере инфлуенсера су реални, а који су искривљени или превише поједностављени;
- Промовисати критичко размишљање у вези са трендовима дигиталне каријере и узорима;
- Подржати ученике у доношењу каријерних одлука на основу унутрашње мотивације и самосвести.

### Компетенције које развија радионица:

- Критичко размишљање;
- Тимски рад;
- Комуникација;
- Аналитичке способности;
- Креативно размишљање;
- Лична, друштвена и компетенција учења.

### Методологија и методе:

- Тихо мозгање;
- Рад у малим групама;
- Презентације и дискусија
- Саморефлексија.

## Ток радионице:

### **I. Тихо мозгање: Мапирање мисли и емоција (40 минута)**

Едукатор припрема неколико великих листова папира са отвореним темама и поставља их по просторији или на столове. Теме укључују следеће:

- Бити инфлуенсер значи...
- Делови живота инфлуенсера које не видимо су...
- Осећам притисак када видим инфлуенсере који...
- Дивим се инфлуенсерима који...
- Желео/ла бих / не бих желео/ла да будем инфлуенсер јер...

Затим објашњава да је ово активност тихог мозгања у којој сви треба да се крећу по простору у тишини, пишући своје одговоре или реакције на сваком листу користећи маркере/оловке. Могу слободно коментарисати, допуњавати туђе мисли или одговарати симболима или цртежима. Имају око 20 минута за овај део активности. Након тога, група се окупља у кругу како би прегледала и размислила о заједничком доприносу. Едукатор води дискусију питањима као што су:

- Које обрасце примећујете у нашим одговорима?
- Да ли је било изненађујућих или емотивних коментара?
- Како ове мисли одражавају начин на који култура инфлуенсера утиче на наше ставове о успеху?

### **II. Рад у малим групама „Провера реалности: Оспоравање митова“ (30 минута)**

Ученици су подељени у четири мале групе. Свакој групи је додељена једна уобичајена нарација која се често чује у култури инфлуенсера, као што су:

- Свако може постати инфлуенсер ако само вредно ради
- Ако имате много пратилаца, успешни сте
- Бити инфлуенсер је лако и не захтева праве вештине
- Каријере инфлуенсера су све у вези са забавом и слободом

Свака група добија флипчарт папир са задатом изјавом на врху и следећим питањима испод:

- Која је привлачност овог веровања?
- Шта је обманујуће или нереално у вези са тим?
- Која би била уравнотеженија или реалнија верзија ове поруке?

Имају 30 минута да дискутују и напишу своје одговоре на флипчарту.

### **III. Презентације и дискусија (60 минута)**

Након 30 минута рада, свака група се придружује пленарној групи и презентује своје налазе у року од 5 минута. Едукатор води кратак круг повратних информација или питања након сваке презентације, осигуравајући поштовање и промишљено ангажовање. Едукатор затим води завршну рефлексију постављајући следећа питања:

- Како ови наративи утичу на наша очекивања о томе како изгледа добра каријера?
- Шта нам помаже да останемо приземљени и реални, а истовремено амбициозни?

### **IV. Саморефлексија: Повезивање са нашим сопственим изборима (20 минута)**

Након презентација, едукатор позива све ученике на кратку активност саморефлексије. Пише на флипчарту питање „Шта је стварно за мене?“. Испод наслова исписује следеће теме:

- Вредност којој желим да останем веран/верна у својој будућој каријери је...
- Један од начина на који ћу бити критичнији/критичнија према онлајн порукама о каријери је...

- Циљ каријере који заиста одражава моја интересовања је...

Ученици сада треба самостално да запишу своје мисли. Уколико желе могу да их поделе са другим ученицима или да задрже своју рефлексију за себе. За ово имају 10 минута. Едукатор затвара радионицу и подстиче ученике да доносе каријерне одлуке на основу унутрашње мотивације и самосвести.

**Потребан материјал:** папири А4 и А3 формата, оловке, хемијске оловке, маркери, флипчарт и папири за флипчарт, самолепљиви папирићи, лаптоп, пројектор.

**Пропратни документи и додатна литература:**

- Singh, R. (2023, April 21). *Influencer Culture and its Impact on Society: A Critical Examination*. <https://www.linkedin.com/pulse/influencer-culture-its-impact-society-critical-rahul-singh/>

**Препоруке за едукаторе који ће реализовати ову радионицу:**

- Бенефит ове радионице огледа се у отвореном окружењу за учење пуном поштовања у којем се ученици осећају безбедно да изражавају своја различита мишљења. Едукатори треба да нагласе да циљ није одбацивање каријера инфлуенсера, већ разумевање њихове сложености. Активност се може прилагодити локално релевантним примерима инфлуенсера или трендовима на друштвеним мрежама које ученици препознају и са којима се ангажују.

## Радионица 11: Изградња професионалног онлајн присуства

**Назив радионице:** Изградња професионалног онлајн присуства

**Трајање:** 110 минута

### **Позадина:**

Професионално онлајн присуство више није опционо. То је фундаментални део модерног развоја каријере, посебно у креативним и дигиталним индустријама. Без обзира да ли се пријављује за посао, представља пројекат или гради публику, начин на који се неко представља онлајн често одређује како се професионално доживљава. За ученике средњих стручних школа заинтересоване за каријере инфлуенсера или друге модерне професије, одржавање снажног, доследног и на вредностима заснованог онлајн идентитета је од суштинског значаја. Он одражава њихову компетентност, стил комуникације и амбиције. Ова радионица помаже ученицима да разумеју како изгледа професионално онлајн присуство и подржава их да почну да обликују или побољшавају своје.

**Циљ радионице:** Подржати ученике средњих стручних школа у креирању или побољшању њиховог професионалног онлајн присуства на основу њихових вештина, вредности и каријерних циљева.

### **Специфични подцињеви радионице:**

- Подизање свести о улози коју онлајн присуство игра у развоју каријере;
- Размишљање о томе шта онлајн профил чини „професионалним“;
- Вођење ученика у развоју или усавршавању основне верзије њиховог професионалног дигиталног профила.

### **Компетенције које развија радионица:**

- Маркетиншке вештине;
- Дигитална компетенција;
- Критичко размишљање;
- Тимски рад;
- Комуникација;
- Аналитичка способност;
- Креативно размишљање;
- Лична, друштвена и компетенција учења.

### **Методологија и методе:**

- Групна дискусија;
- Индивидуални рад;
- Дискусија у паровима.

### **Ток радионице:**

### **I. Добродошлица и увод у радионицу (10 минута)**

Едукатор поздравља ученике на радионици и упознаје их са темом и дневним редом. Едукатор објашњава да ће се радионица одржати кроз реализацију активности која заједно са анализом траје приближно 80 минута. Фокус радионице ће бити на разумевању анксиозности изазване нереалним стандардима на друштвеним мрежама.

### **II. Увод у активност и групна дискусија (20 минута)**

Едукатор упознаје ученике са активношћу и користи првих 10 минута да да детаљна упутства. Прво, насумично дели ученике у три мале групе. Користећи лаптоп и пројектор, едукатор приказује два различита профила на друштвеним мрежама (стварне анонимне или измишљене примере). Један изгледа професионално са јасном фотографијом, сажетом биографијом и релевантним линковима. Други изгледа неформално или збуњујуће, са нејасном фотографијом, само емоцијима, без описа посла или интересовања. Након што се ово покаже, ученицима се поставља питање: „Кога од ове двојице бисте пратили, коме бисте веровали или га ангажовали за пројекат?“

Размењују прве утиске као група. Едукатор записује кључне мисли ученика, а затим квалитете који чине профил професионалним, као што су јасноћа, доследност, самопоуздање, релевантност и усклађеност са циљевима. Затим наглашава да ова активност указује на то да је ваше онлајн присуство ваша дигитална биографија и да сваки детаљ шаље поруку.

### **III. Индивидуални рад: Дизајнирање вашег професионалног профила (60 минута)**

Ученици раде индивидуално на вођеном радном листу под називом „Мој професионални онлајн профил“. Едукатор објашњава да циљ није креирање комплетне веб странице или савршеног фида друштвених медија, већ дизајнирање јасне, промишљене репрезентације себе која одражава њихове каријерне амбиције и личне вредности. Радни лист изгледа овако:

| Мој професионални онлајн профил                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ❖ Име или кориснички налог - Да ли треба да користим своје пуно име или креативну варијацију?                                                                |
| ❖ Фотографија профила - Која слика ме најбоље представља у професионалном или креативном контексту?                                                          |
| ❖ Биографија или слоган - Једна реченица која сумира шта радим, у шта верујем или чему тежим                                                                 |
| ❖ Кључне теме по којима желим да будем познат/а - нпр. одрживост, омладински рад, дизајн, лепота, образовање                                                 |
| ❖ Тон гласа - Да ли желим да звучим пријатељски, инспиративно, информативно, уметнички?                                                                      |
| ❖ Платформа по избору - На коју платформу треба да се фокусирам (Инстаграм, ЛинкедИн, ТикТок, Јутјуб, итд.)                                                  |
| ❖ Следећа три корака - Конкретне акције за изградњу или ажурирање њиховог онлајн присуства (нпр. промена слике профила, прерада биографије, почетак редовног |

Имају 40 минута да раде на радном листу, као први корак ове вежбе. Наставник шета около, пружајући подршку и помажући ученицима да размисле о усклађености између својих циљева и имиџа на мрежи. Након индивидуалног рада, од њих се тражи да се упаре и представе своје нацрте партнеру, дајући повратне информације о јасноћи, доследности и професионализму.

#### IV. Групна дискусија и закључак: Шта чини јако онлајн присуство? (20 минута)

Едукатор позива све ученике да седну у круг и води вођену дискусију помоћу следећих питања:

- Шта је било најтеже у дизајнирању вашег професионалног профила?
- Шта мислите да већина ученика или младих људи превиђа када је у питању онлајн присуство?
- На шта сте поносни или сте узбуђени што ћете ажурирати након данашњег дана?

**Потребан материјал:** Припремљени и одштампани радни листови „Мој професионални онлајн профил“ за сваког ученика, папири А4 и А3 формата, оловке, хемијске оловке, маркери, флипчарт и папири за флипчарт, самолепљиви папирићи, лаптоп, пројектор.

#### **Пропратни документи и додатна литература:**

- Crawford, S. (2025, February 12). *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.>

#### **Препоруке за едукаторе који ће реализовати ову радионицу:**

- Ако се радионица одржава у рачунарском кабинету или са приступом интернету, ученици могу почети са уређивањем својих стварних профила (нпр. *LinkedIn*, биографија на *Instagram*-у, *Linktree*, опис на *TikTok*-у) на основу радног листа. Едукатори такође могу припремити примере штампаних профила из различитих професија или сектора како би инспирисали различите приступе тону и распореду. Ово би продужило трајање радионице.

## Радионица 12: Разумевање ризика за приватност и безбедност

**Назив радионице:** Разумевање ризика за приватност и безбедност

**Трајање:** 90 минута

### **Позадина:**

Професионално онлајн присуство захтева више од атрактивног садржаја. Оно захтева свест о томе како заштитити личне податке, дигиталну имовину и сопствени јавни имиџ. Како ученици средњих стручних школа улазе у видљивије онлајн улоге, посебно у каријере инфлуенсера и дигиталних каријера, суочавају се са стварним ризицима везаним за кршење приватности, хаковање налога и оштећење репутације. Разумевање ових ризика није нужно ствар страха, већ припреме за управљање и спречавање ових ризика. Ова радионица представља пет главних категорија дигиталних ризика и помаже ученицима да размисле о сопственим праксама, препознају рањивости и усвоје заштитно понашање које је неопходно за сваког будућег професионалца који послује у дигиталном простору.

**Циљ радионице:** Повећање свести о ризицима приватности и безбедности у дигиталним просторима и подршка ученицима у процени и побољшању сопствених пракси заштите на мрежи.

### **Специфични подцињеви радионице:**

- Да се представи пет главних категорија ризика са којима се суочавају јавни дигитални профили;
- Да се помогне ученицима да идентификују личне дигиталне навике које могу довести до изложености;
- Да се промовишу информисане и одговорне одлуке у вези са понашањем и садржајем на мрежи.

### **Компетенције које развија радионица:**

- Дигиталне компетенције;
- Компетенције писмености;
- Критичко размишљање;
- Тимски рад;
- Комуникација;
- Аналитичка способност;
- Креативно размишљање;
- Лична, друштвена и компетенција учења.

### **Методологија и методе:**

- Индивидуални рад;
- Дискусија;
- Теоријски увод.

### **Ток радионице:**

### I. Мапирање ризика и провера личне безбедности (70 минута)

Едукатор почиње радионицу кратким уводом у тему. Објашњава да чак и најкреативнија или најутицајнија онлајн каријера може бити угрожена једним кршењем приватности или непажљивом објавом. Затим, едукатор наглашава да се радионица фокусира на стицање веће свести о томе шта делимо, како штитимо своје налоге и ко види наш садржај.

Затим следи активност са индивидуалним задатком за ученике. Сваки ученик добија радни лист од два дела под називом „Самопровера приватности и безбедности“. Едукатор упућује ученике да попуне први део радног листа у наредних 20 минута.

Пример за први део радног листа је приказан у табели испод:

| Самопровера приватности и безбедности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Део 1: Идентификација ризика - „Шта је јавно о мени?“</b><br>Питања на која треба одговорити: <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Које платформе редовно користим и да ли су моји профили јавни или приватни?</li><li>❖ Које личне податке сам делио на мрежи (датум рођења, локација, контакт информације, школа, породица, рутине)?</li><li>❖ Да ли користим исту лозинку за више налога?</li><li>❖ Да ли сам икада добио чудне поруке, лажне понуде или сумњиве линкове?</li></ul> |

Након што ученици попуне овај део радног листа едукатор их позива на кратку дискусију. Затим поставља следеће питање за размишљање: Шта вас је изненадило у вези са оним што сте написали? Овај део траје око 15 минута.

Затим даје ученицима други део радног листа која садржи контролну листу од 10 најбољих пракси у дигиталној безбедности. Пример за други део радног листа је представљен у табели испод:

| Самопровера приватности и безбедности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Део 2: План заштите и свест о ризику – „Шта могу боље да урадим?“</b><br>Означите и заокружите које од следећих пракси већ примењујете као део плана заштите: <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Користите двофакторску аутентификацију</li><li>❖ Избегавате дељење тачне локације у реалном времену</li><li>❖ Креирате јаке, јединствене лозинке</li><li>❖ Прилагођавате подешавања приватности на свим платформама</li><li>❖ Избегавате коришћење личне е-поште за јавне налоге</li><li>❖ Опрезни сте са дозволама апликација трећих страна</li><li>❖ Редовно ажурирате софтвер и апликације</li><li>❖ Двапут размислите пре него што објавите осетљива мишљења</li><li>❖ Редовно правите резервне копије важних података</li><li>❖ Знате како да пријавите и блокирате злоупотребу или сумњиве активности</li></ul> |

Ученици треба да означе шта већ раде, а затим да изаберу 3 приоритетне акције које ће побољшати у наредној недељи. Подстиче се да напишу кратку реченицу о томе зашто су им ове акције важне лично или професионално. Овај процес траје око 15 минута. Едукатор затим води кратку групну рефлексију користећи следећа питања:

- Шта је била једна ствар на листи коју раније нисте разматрали?
- Зашто безбедност није само техничко питање, већ и питање каријере, посебно за јавне личности и креаторе садржаја?

## II. Теоријски увод: 5 кључних подручја ризика (20 минута)

Едукатор користи последњи део радионице за кратак теоријски увод у тему. Упознаје ученике са пет главних категорија ризика по безбедност и приватност, користећи поједностављене увиде из *Suntel Analytics*-а. Ови ризици укључују:

- Претње по сајбер безбедност

Преузимање налога, фишинг линкови, злонамерни софтвер путем лажних спонзорстава или апликација трећих страна.

- Ризици по физичку безбедност

Дељење локације, геоознаке у реалном времену, дневне рутине видљиве странцима или пратиоцима.

- Угрожавање приватности

Прекомерно дељење личних података (породица, школа, адреса), крађа идентитета, дипфејкови.

- Претње управљању репутацијом

Стари или импулсивни садржај, непримерени коментари, снимци екрана или дигитална реакција.

- Правни и регулаторни ризици

Неоткривени огласи, кршење ауторских права, кршење правила платформе или злоупотреба података.

На крају, едукатор објашњава да професионална видљивост доноси одговорност и да се многи ризици могу спречити малим, доследним навикама.

**Потребан материјал:** припремљени и одштампани радни листови за све ученике, папири А4 и А3 формата, хемијска оловка, оловке, маркери, флипчарт и папири за флипчарт, самолепљиви папирићи, лаптоп, пројектор.

### **Пропратни документи и додатна литература:**

- Jason. (2024, July 11). *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, September 13). *16 Types of Cybersecurity Risks & How To Prevent Them?* *Cyber Security Career*. <https://cybersecuritycareer.org/cybersecurity-risks/>

### **Препоруке за едукаторе који ће реализовати ову радионицу:**

- Да би појачао учење, едукатор може (ако је могуће) позвати гостујућег стручњака за сајбер безбедност или организовати додатну „клинику дигиталне хигијене“ како би подржао ученике у обезбеђивању њихових стварних налога.

## Радионица 13: Креирање персонализованог акционог плана каријере

**Назив радионице:** Креирање персонализованог акционог плана каријере

**Трајање:** 110 минута

### **Позадина:**

Планирање каријере је процес који подразумева идентификовање личних циљева, процену снага и области за раст, као и постављање јасних и реалистичних корака ка професионалном развоју. За младе људе који истражују креативне, дигиталне или каријере везане за утицајне људе, израда структурираног акционог плана може пружити смернице, мотивацију и фокус. Ова радионица подржава ученике средњих стручних школа у креирању сопственог персонализованог акционог плана за каријеру, заснованог на њиховим интересовањима, тренутним вештинама и професионалним тежњама. Радионица је осмишљена тако да буде практична и саморефлексивна, како би водила ученике у развоју јасне мапе пута за следећу фазу њиховог каријерног пута.

**Циљ радионице:** Усмеравање ученика средњих стручних школа у структурирању персонализованог плана каријере усклађеног са њиховим професионалним интересовањима и циљевима.

### **Специфични подцињеви радионице:**

- Помоћи ученицима да размисле о својој личној каријерној визији и жељеном радном окружењу;
- Да идентификују индивидуалне снаге и области развоја;
- Подршка ученицима у дефинисању јасних краткорочних акција и идентификовању потенцијалних извора подршке.

### **Компетенције које развија радионица:**

- Дигиталне компетенције;
- Критичко мишљење;
- Тимски рад;
- Комуникација;
- Аналитичке способности;
- Креативно мишљење;
- Лична, друштвена и компетенција учења.

### **Методологија и методе:**

- Саморефлексија и дискусија;
- Индивидуални рад;
- Презентације.

### **Ток радионице:**

#### **I. Увод у радионицу и активност саморефлексије (15 минута)**

Едукатор представља тему радионице. Затим, наставља тражећи од ученика да размисле о кључном питању: „Када бисте могли да обликујете свој будући радни живот, како би он изгледао и шта би вам било потребно да бисте га постигли?“

Имају 5 минута за саморефлексију о питању. Едукатор објашњава да је ова радионица о претварању личних идеја и тежњи у реалан план. Не ради се о избору једне фиксне каријере, већ о постављању циљева, идентификовању корака и предузимању акција у правцу који се чини смисленим и мотивишућим. Ученици се уверавају да је њихов акциони план намењен њима самима, да не мора бити савршен, али да треба да буде искрен и применљив.

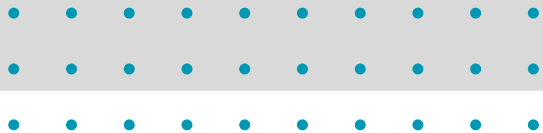
## II. Индивидуални рад: Осмишљавање мог акционог плана за каријеру (60 минута)

Сваки ученик добија радни лист под називом „Мој каријерни акциони план“, који садржи следеће одељке:

| Мој лични план каријере                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Моја визија каријере</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Којим послом бих желео/желела да се бавим у наредних 1 до 3 године?</li> <li>❖ Које теме или области ме највише занимају?</li> </ul>                                                                           |
| <b>Моје снаге и ресурси</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Које вештине, таленте и алате већ поседујем који подржавају овај пут?</li> <li>❖ Шта треба да побољшам?</li> <li>❖ Које вештине, искуства или знања желим да развијем?</li> </ul>                              |
| <b>Моја жељена радна окружења или платформе</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Где себе видим да радим или стварам: онлајн, на лицу места, фриленс, хибридно?</li> </ul>                                                                                                  |
| <b>Моје 3 акције у наредних 1 или 2 месеца</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Које су три практичне ствари које могу да урадим да бих кренуо напред?</li> </ul> (нпр., покренути портфолио, ажурирати профил, похађати курс, присуствовати догађају, редовно објављивати) |
| <b>Моја мрежа подршке</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Ко или шта ми може помоћи на овом путовању? (нпр. наставници, онлајн ресурси, ментори, вршњаци)</li> </ul>                                                                                                       |

Ученици имају 60 минута да попуне своје радне листове. Током тог времена је едукатор доступан и на располагању за питања ученика, за додатна објашњења уколико су потребна, као и за подстицање дубљег размишљања. Ученици могу да раде на различитим местима у радном простору ако им је то удобније и да се, када заврше, врате у велику радну просторију за презентације.

## III. Презентације (35 минута)



Када ученици заврше своје планове каријере, едукатор позива све у салу за презентације и тражи од неколико волонтера да презентују свој рад групи. Едукатор води презентације са подржавајућом енергијом, наглашавајући да је пут сваког ученика јединствен и да је сваки корак напред важан.

**Потребан материјал:** припремљени акциони планови за све ученике, папири А4 и А3 формата, оловке, хемијске оловке, маркери, флипчарт и папири за флипчарт, самолепљиви папирићи, лаптоп, пројектор.

**Препоруке за едукаторе који ће реализовати ову радионицу:**

- Ова радионица добро функционише као самостална радионица или као део модула каријерне оријентације у стручним школама. Едукатори могу охрабрити ученике да поново размотре своје планове након месец дана и провере напредак. Радни лист се такође може прилагодити у визуелни или дигитални формат за ученике који преферирају креативне алате за планирање.

## Литература

- Amu. (2025, March 12). 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, March 13). 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, December 12). 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, July 11). 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, March 27). 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,an,d%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, February 9). 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, September 13). 16 Types of Cybersecurity Risks & How To Prevent Them? Cyber Security Career. <https://cybersecuritycareer.org/cybersecurity-risks/>

## ИЗДАВАЧ:

Центар за неформално образовање и целоживотно учење, Србија

ЦЕНТАР ЗА НЕФОРМАЛНО ОБРАЗОВАЊЕ И  
ЦЕЛОЖИВОТНО УЧЕЊЕ



CENTRE FOR NON-FORMAL EDUCATION AND  
LIFELONG LEARNING



**Sufinansira  
Evropska Unija**

Финансирано средствима Европске Уније. Изнесени ставови и мишљења су ставови и мишљења аутора и не мора да се подударају са ставовима и мишљењима Европске Уније или Европске извршне агенције за образовање и културу (ЕАЦЕА). Ни Европска Унија ни ЕАЦЕА не могу да се сматрају одговорнима за њих.