



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



İSTİHDAM EDİLEBİLİRLİĞİ ARTIRMAK İÇİN NE EĞİTİMDE, NE İSTİHDAMDA YER ALAN GENÇLERE YÖNELİK DİJİTAL BECERİ GELİŞTİRME PROJESİ



R3 : DİJİTAL BECERİ GELİŞTİRME REHBERİ

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996



Gençlik koordinatörleri ve öğretmenler için gençlerin dijital becerilerini geliştirme rehberi

EĞİTMENLER İÇİN REHBER

Tasarım

Indepcie SCA (İspanya)

Proje Ortakları

Bilim ve İnsan Vakfı (Türkiye)

Euro-Net (İtalya)

Indepcie SCA (İspanya)

ESICA (Avusturya)



Proje Koordinatörü

Bilim ve İnsan Vakfı (Türkiye)

Erasmus+ Programı kapsamında Avrupa Komisyonu tarafından desteklenmektedir.
Bu yayın sadece yazarların görüşlerini yansıtmaktadır.
Avrupa Komisyonu ve Türkiye Ulusal Ajansı burada yer alan bilgilerden
ve kullanılmasından dolayı herhangi bir şekilde sorumlu tutulamaz.



İçindekiler

04 Giriş

06 Ünite I

Etkili dijital benlik için gençlerle dijital hikaye anlatımı nasıl kullanılır?

26 Ünite II

İstihdam edilebilirlik için dijital portföyler nasıl oluşturulur ve kullanılır?

38 Ünite III

Doğru etkileşim için özgün ve ilgi çekici içerik nasıl oluşturulur ve kullanılır?

64 Ünite IV

Çevrimiçi kaynakların düzenlenmesi ve paylaşılması için sanal ekip çalışması nasıl kurulur?

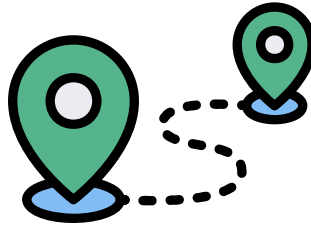
80 Ünite V

Etkili çevrimiçi zaman yönetimi nasıl sağlanır ve hedeflere nasıl ulaşılır?

Giriş

Digi4you projesinin üçüncü sonucu, gençlerin dijital ve sosyal becerilerini geliştirmek için **gençlik koordinatörlerine yönelik bir rehber** oluşturmaktır. Rehberin ana hedefleri şunlardır:

- Gençlik eğitmenlerinin dijital beceri kavramları ve teknikleriyle çalışma yetkinliklerini geliştirmek.
- Gençlik çalışanlarının BİT araçlarını kullanarak bilişsel yeteneklerini ve sosyal beceri öğretimini artırmalarına yardımcı olmak.



Rehber 5 üniteden oluşmaktadır:

1. Etkili dijital benlik için gençlerle **dijital hikaye anlatımı** nasıl kullanılır?
2. İstihdam edilebilirlik için **dijital portföyler** nasıl oluşturulur ve kullanılır?
3. Doğru etkileşim için **özgün ve ilgi çekici içerik** nasıl oluşturulur ve kullanılır?
4. Çevrimiçi kaynakların düzenlenmesi ve paylaşılması için **sanal ekip çalışması** nasıl kurulur?
5. Etkili çevrimiçi zaman yönetimi nasıl sağlanır ve hedeflere nasıl ulaşılır?

Ünite İçerikleri

Her ünite aşağıdaki bölümleri içerir:

1. Giriş
2. Öğrenme çıktıları
3. İçerik : Etki, faydalar ve sonuçlar
4. Bu beceri nasıl geliştirilir?
5. Sonuçlar

Projenin 3. sonucunun **hedef grupları** NEET'leri eğiten gençlik çalışanları ve gençlik koordinatörleri olacaktır. Materyaller ayrıca öğretmenler, eğitmenler, okul müdürleri, psikolojik danışmanlar, öğretmen eğitimindeki akademisyenler, eğitim merkezleri ve eğitim STK'ları tarafından kişisel gelişim için kullanılabilir.





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



ÜNİTE I

ETKİLİ DİJİTAL BENLİK İÇİN

GENÇLERLE DİJİTAL HİKAYE ANLATIMI NASIL KULLANILIR?



R3: DİJİTAL BECERİ GELİŞTİRME REHBERİ

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996





Etkili dijital benlik için gençlerle dijital hikaye anlatımı nasıl kullanılır?

Bilim ve İnsan Vakfı (Türkiye) tarafından geliştirilmiştir

Giriş

Günümüzün dijital çağında, gençlerin **dijital beceriler ve yetkinliklerle** donatılması, iş piyasasında ve bir bütün olarak toplumda başarılı olmaları için çok önemlidir. Ancak, teknik eğitim tek başına yeterli olmayabilir ve iletişim, ekip çalışması ve yaratıcılık gibi sosyal beceriler de dijital dünyada başarılı olmak için gereklidir. **Dijital hikaye anlatımı**, gençlik koordinatörlerinin hem dijital hem de sosyal becerileri geliştirmek için kullanabileceği güçlü bir araçtır.

Dijital hikâye anlatımı, görüntü, ses ve video gibi multimedya unsurlarıyla anlatılar oluşturarak hikâyeler anlatmak için **dijital araçları** kullanan bir tekniktir. Bu yöntem bilgi ve duyguları etkili bir şekilde aktarır ve öğrenmeyi teşvik ederken **gençlerin ilgisini çeker, yaratıcılığı ve hayati becerileri geliştirir**.

Bu ünite, dijital hikaye anlatımının gençlerin dijital becerilerini ve öz farkındalıklarını geliştirme potansiyelini incelerken, gençlik koordinatörlerine dijital hikaye anlatımını eğitim programlarına etkili bir şekilde dahil etmeleri için bir rehber sunmaktadır. Dijital hikaye anlatımını kullanmanın faydalarını araştırmakta, dijital hikayeler oluşturma konusunda rehberlik sağlamak ve bu yaklaşımı gençlik eğitim programlarında etkili bir şekilde kullanma konusunda ipuçları paylaşmaktadır. Bu bölümde ayrıca başarılı dijital hikâye anlatımı girişimleri sergilenmekte ve gençlik koordinatörlerinin başlangıç yapmalarına yardımcı olacak kaynaklar sunulmaktadır.

Başlangıç olarak, öğrencileri gençlik koordinatörleri olarak deneyimleri ve eğitim programlarında hikaye anlatımının kullanımı üzerine düşünmeye teşvik ediyoruz. Hikaye anlatımının etkinliği üzerine düşünmek, dijital hikaye anlatımının potansiyel etkisi hakkında fikir verebilir ve öğrencileri bu bölümde tartışılan iç görü ve stratejilere hazırlayabilir.

Bu rehber boyunca, planlama ve senaryo yazımından multimedya unsurlarının dahil edilmesine ve nihai ürünün paylaşılmasına kadar dijital bir hikaye oluşturma konusunda adım adım rehberlik sağlıyoruz. Ayrıca gençlik eğitim programlarında dijital hikaye anlatımını etkili bir şekilde kullanmak için net öğrenme hedefleri belirleme, uygun dijital araçları seçme ve destekleyici bir öğrenme ortamı oluşturma gibi en iyi uygulamaları paylaşıyoruz.

Bu bölümün sonunda öğrenciler, dijital hikaye anlatımının gençlerin dijital becerilerini geliştirmek ve kişisel gelişimlerini desteklemek için nasıl bir araç olarak kullanılabileceğini daha iyi anlayacaklardır. Haydi, dijital hikaye anlatımının gücünü keşfetmeye başlayalım!



Etkili dijital benlik için gençlerle dijital hikaye anlatımı nasıl kullanılır?

Öğrenme Çıktıları

Bu ünitenin sonunda şu becerileri kazanabileceksiniz:

- Gençlerin dijital becerilerini ve öz farkındalıklarını geliştirmek için dijital hikaye anlatımını bir araç olarak kullanmanın faydalarını anlama:
 - Bu bölümün sonunda öğrenciler, gençlik eğitim programlarında dijital hikaye anlatımının kullanılmasının faydalarını daha iyi anlayacaklardır. Dijital hikaye anlatımının gençleri öğrenme sürecine dahil etmek, yaratıcılığı teşvik etmek, sosyal beceriler oluşturmak ve dijital okuryazarlığı geliştirmek için nasıl bir araç olarak kullanılabileceğini öğrenecekler.
- Planlama ve senaryo yazımından multimedya unsurlarının dahil edilmesine ve nihai ürünün paylaşılmasına kadar dijital bir hikayenin oluşturulmasında yer alan adımları tanımlama:
 - Öğrenciler dijital bir hikaye oluşturmanın temel adımlarını öğrenecekler. Bir hikayeyi nasıl planlayacaklarını ve yapılandıracaklarını, senaryoları nasıl geliştireceklerini, görüntü, ses ve video gibi multimedya öğelerini nasıl kullanacaklarını ve nihai ürünü nasıl etkili bir şekilde paylaşacaklarını keşfedecekler.
- Gençlik eğitim programlarında dijital hikaye anlatımını etkili bir şekilde kullanmak için net öğrenme hedefleri belirleme, uygun dijital araçları seçme ve destekleyici bir öğrenme ortamı oluşturma gibi en iyi uygulamaları belirleme:
 - Öğrenciler, gençlik eğitim programlarında dijital hikaye anlatımının nasıl etkili bir şekilde kullanılacağını anlayacaklardır. Net öğrenme hedeflerinin nasıl belirleneceğini, uygun dijital araçların nasıl seçileceğini ve NEET'ler arasında yaratıcılığı ve katılımı teşvik eden destekleyici bir öğrenme ortamının nasıl oluşturulacağını öğrenecekler

- Dijital hikaye anlatımının gençleri öğrenme sürecine dahil etme, yaratıcılığı teşvik etme ve iletişim ve ekip çalışması gibi sosyal becerileri geliştirme üzerindeki etkisini değerlendirme:
 - Öğrenciler, dijital hikaye anlatımının öğrenme sürecini nasıl etkileyebileceğini, yaratıcılığı nasıl teşvik edebileceğini ve iletişim ve ekip çalışması gibi sosyal becerileri nasıl geliştirebileceğini öğrenecekler. Dijital hikaye anlatımının Bölüm I - Etkili dijital benlik için gençlerle dijital hikaye anlatımı nasıl NEET'lerin öğrenme sürecine katılımı üzerindeki etkisini değerlendirecek ve temel becerileri geliştirmek için bu yaklaşımdan yararlanmanın yollarını belirleyecekler.
- Vitrin başarılı dijital hikaye anlatıcılığı inisiyatifler ve kullanmak Kaynaklar dijital hikaye anlatımını gençlik eğitim programlarına dahil etme:
 - Öğrenciler başarılı dijital hikaye anlatımı girişimlerini keşfedecek ve bunları gençlik eğitim programlarına nasıl dahil edeceklerini öğrenecekler. Dijital hikâye anlatımını etkili bir şekilde uygulamalarına yardımcı olacak şablonlar, vaka çalışmaları ve araç setleri gibi kaynaklara erişebilecekler.
- Bir gençlik eğitmeni olarak kişisel deneyimlerini yansıtmak ve NEET'leri dijital dünyaya dahil etmek için eğitim programlarında hikaye anlatımını etkili bir şekilde kullanma:
 - Öğrenciler, bir gençlik eğitmeni olarak kişisel deneyimleri üzerine düşünecek ve eğitim programlarında hikaye anlatımının etkinliğini değerlendireceklerdir. NEET'leri dijital dünyaya dahil etmek ve dijital becerilerini ve kişisel gelişimlerini desteklemek için dijital hikaye anlatımını programlarına nasıl etkili bir şekilde dahil edeceklerini öğrenecekler.



Etkili dijital benlik için gençlerle dijital hikaye anlatımı nasıl kullanılır?

İçerik: Etki ve faydalar

Dijital hikaye anlatımı, gençlerde dijital ve sosyal becerilerin geliştirilmesi için benzersiz bir yaklaşım sunmaktadır. Gençlik çalışanları, bu tekniği eğitim programlarına dahil ederek öğrencilerin yetkinliklerini geliştirmeleri için ilgi çekici ve yaratıcı bir yol sağlayabilir.

Dijital becerileri geliştirmek için dijital hikaye anlatımının faydaları açıktır. Dijital hikaye anlatımı, öğrencilerin dijital okuryazarlık becerilerini geliştirebilecek ses ve video düzenleme yazılımı gibi farklı dijital araçları ve teknolojileri keşfetmelerini sağlar. Gençler bu araçları nasıl kullanacaklarını öğrenerek dijital pazarlama, içerik oluşturma ve diğer kritik dijital beceriler konusunda daha yetkin hale gelebilirler.

Buna ek olarak, dijital hikaye anlatımı gençlerin dijital çağda başarı için gerekli olan sosyal becerileri geliştirmelerine yardımcı olabilir. Örneğin, öğrenciler hikayelerini bir izleyici kitlesine sunarak ve geri bildirim ve öneriler alarak iletişim becerilerini geliştirebilirler. Dijital hikâye anlatımı, ilgi çekici bir hikâye oluşturmak için işbirliği içinde çalışan öğrencilerin ekip çalışması becerilerini geliştirmelerine de yardımcı olabilir.

Dijital hikaye anlatımının temel faydalarından biri, öz farkındalığı ve kültürel bilinci geliştirme potansiyelidir. Öğrenciler kendi deneyimleri ve bakış açıları üzerine düşünerek kendileri ve toplumları hakkında fikir sahibi olabilirler. Ayrıca farklı kültürel perspektifleri ve deneyimleri takdir etmeyi ve bunlara saygı duymayı öğrenerek kültürler arası anlayış ve empatiyi teşvik edebilirler.



Ayrıca, dijital hikaye anlatımı gençlerin özgüven kazanmalarına ve özsayıgılarını geliştirmelerine yardımcı olabilir. Öğrenciler hikayelerini oluşturup paylaşarak çalışmalarını için takdir ve onay kazanabilirler. Bu, genel refahları üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilecek bir başarı ve gurur duygusuna yol açabilir.

Dijital hikaye anlatımının faydaları kişisel gelişimin ötesine uzanıyor. Dijital hikaye anlatımı, yaratıcılığı ve yeniliği teşvik ederek yeni ürünlerin, hizmetlerin ve fikirlerin ortaya çıkmasını sağlayabilir. Bu da ekonomik büyümeyi destekleyebilir ve sosyal ve kültürel ilerlemeye katkıda bulunabilir.

Sonuç olarak, dijital hikâye anlatımı gençlerde dijital ve sosyal becerilerin geliştirilmesi için bir dizi fayda sunmaktadır. Öğrenmek için ilgi çekici ve yaratıcı bir yol sunan dijital hikaye anlatımı, dijital okuryazarlık, ekip çalışması, iletişim, kültürel farkındalık ve öz farkındalığı teşvik edebilir. Bu yetkinlikler gençleri gelecekteki istihdam fırsatlarına hazırlayabilir, genel yaşam kalitelerini artırabilir ve sosyal ve kültürel entegrasyonu teşvik edebilir.



Etkili dijital benlik için gençlerle dijital hikaye anlatımı nasıl kullanılır?

Sonuçlar

Dijital ve sosyal becerilerin eksikliği, günümüzün çalışma ve eğitim dünyasında gençler için ciddi sonuçlar doğurabilir. Teknolojik değişimin hızı, dijital becerilerin istihdam edilebilirlik için giderek daha önemli hale geldiği ve bu değişikliklere ayak uyduramamanın kaçırılan fırsatlara ve kariyer durgunluğuna yol açabileceği anlamına geliyor.

Ayrıca, sosyal becerilerin eksikliği iletişim, ekip çalışması ve problem çözmede zorluklara yol açarak dijital dünyada etkili bir şekilde çalışmayı zorlaştırabilir. Yetersiz sosyal beceriler aynı zamanda öz saygı, güven ve motivasyonun azalmasına da yol açarak gençlerin genel yaşam kalitesini etkileyebilir.

Dijital ve sosyal becerilerin eksikliğinin olumsuz sonuçları geniş kapsamlı olabilir. Mesela bu yetkinliklerden yoksun olan gençler, özellikle dijital becerilerin yüksek talep gördüğü rekabetçi sektörlerde iş bulmakta zorlanabilir. Bu durum, fatura ve borç ödeme güçlüğü gibi finansal zorluklara yol açabilir ve bu da ruh sağlığı ve refah üzerinde olumsuz bir etki oluşturabilir.

Dahası, teknolojik gelişmelere ayak uyduramamak, özellikle zaten marjinalleşmiş veya sosyal olarak izole olmuş gençler için dışlanma ve toplumdaki kopma duygularına yol açabilir. Etkili iletişim kuramamak, başkalarıyla işbirliği yapamamak veya sorunları çözememek de sosyal ve kültürel entegrasyonu engelleyebilir ve sonuçta daha fazla izolasyona ve aidiyet duygusunun azalmasına yol açabilir.

Dijital ve sosyal becerilerin eksikliği, gençlerin hayati hizmetlere ve kaynaklara erişimini de etkileyebilir. Mesela yeterli dijital okuryazarlık becerilerine sahip olmayan gençler, çevrimiçi öğrenme kaynaklarına erişmekte veya çevrimiçi iş başvurusunda bulunmakta zorlanabilirler. Bu da fırsatların kaçırılmasına ve topluma tam olarak katılma becerilerinin azalmasına yol açabilir.





İşte gençler için dijital ve sosyal beceri eksikliğinin bazı sonuçları:

- **Azalan istihdam edilebilirlik:** Dijital ve sosyal becerilerin eksikliği, gençlerin iş bulmalarını ve işlerini korumalarını zorlaştırabilir. Bu da finansal istikrarsızlığa ve uzun vadeli hedeflere ulaşma kabiliyetinin azalmasına yol açabilir.
- **Sınırlı kariyer beklentileri:** Gerekli dijital ve sosyal becerilere sahip olmayan gençler kariyerlerinde ilerlemekte zorlanabilir, bu da kazanç potansiyellerini ve mesleki gelişimlerini sınırlandırabilir.
- **Artan işsizlik riski:** Teknolojik değişimin hızlı temposu, bazı işlerin modasının geçtiği anlamına gelmektedir. Dijital ve sosyal becerilere sahip olmayan gençlerin otomasyon veya diğer teknolojik gelişmeler nedeniyle işlerini kaybetme riski daha yüksek olabilir.
- **Rekabet gücünde azalma:** Giderek küreselleşen iş piyasasında, dijital ve sosyal beceriler rekabetçi kalabilmek için çok önemlidir. Bu yetkinlikler olmadan gençler, gerekli becerilere sahip adaylarla rekabet etmekte zorlanabilir.
- **Sosyal dışlanma:** Teknolojik gelişmelere ayak uyduramamak, toplumdan dışlanma ve kopukluk hissine yol açabilir. Dijital ve sosyal becerilerden yoksun olan gençler başkalarıyla ilişki kurmakta zorlanabilir, bu da ilişki kurmayı ve topluluk duygusu oluşturmayı zorlaştırabilir.
- **Uyum sağlama becerisinin azalması:** Günümüz dünyasında uyum yeteneği kilit öneme sahiptir. Dijital ve sosyal beceriler olmadan gençler değişen koşullara uyum sağlamakta zorlanabilir ve dijital çağın zorluklarının üstesinden gelme becerilerini sınırlandırabilir.

Özetle, dijital ve sosyal becerilerin eksikliği gençler için geniş kapsamlı sonuçlar doğurabilir. Bu sonuçlar istihdam edilebilirliklerini, kariyer beklentilerini, rekabet edebilirliklerini, sosyal ve kültürel entegrasyonlarını ve değişen koşullara uyum sağlama becerilerini etkileyebilir. Gençlere yönelik dijital ve sosyal beceri eğitimlerine öncelik vererek, bu zorlukların üstesinden gelmelerine ve hem kendileri hem de toplumları için daha parlak bir gelecek inşa etmelerine yardımcı olabiliriz.

Etkili dijital benlik için gençlerle dijital hikaye anlatımı nasıl kullanılır?

Uygulamalı Eğitim-1: Gençlik Gelişimi için Dijital Hikaye Anlatımı

Süre : 3 saat

Hedefler :

- Gençleri dijital hikaye anlatıcılığı kavramıyla ve bunun kişisel ve profesyonel gelişim için faydalarıyla tanıştırmak.
- Etkileyici dijital hikayeler oluşturmak için pratik beceriler ve araçlar sağlamak.
- İşbirliğine dayalı hikaye anlatımı etkinlikleri aracılığıyla ekip çalışması, iletişim ve problem çözme becerilerini geliştirmek.

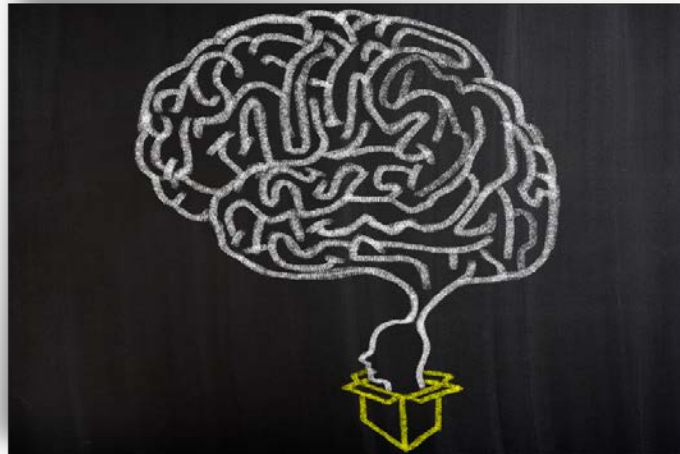
Malzemeler :

- Yazı malzemeleri (Kağıt, kalem vb.)
- Dijital hikaye anlatımı yazılımı (Adobe Spark, iMovie vb.)
- Multimedya materyalleri (Görüntüler, ses, video vb.)

Faaliyetler :

1. Giriş (15 dakika)

- Katılımcıları tanıştırmak ve rahat bir öğrenme ortamı oluşturmak için buz kırıcı aktivite.
- Dijital hikaye anlatımı kavramı ve kişisel ve profesyonel gelişim için faydaları hakkında kısa bir sunum.



2. Hikaye Fikirleri Geliştirme (30 dakika)

- Belirli bir tema veya konuya dayalı hikaye fikirleri üretmek için bir beyin fırtınası oturumunu kolaylaştırın.
- Katılımcıları kutunun dışında düşünmeye ve yaratıcı olmaya teşvik edin.

3. Hikayeyi Yazmak (45 dakika)

- Bir hikayeyi yapılandırma ve bir olay örgüsü geliştirme konusunda rehberlik sağlayın.
- Katılımcıları özgün ve anlamlı hikayeler oluşturmak için kendi deneyimleri ve bakış açıları üzerine düşünmeye teşvik edin.
- Katılımcıların hikayelerini iyileştirmelerine yardımcı olmak için grup geri bildirim oturumlarını kolaylaştırın.

4. Dijital Hikaye Oluşturma (1 saat)

- Dijital hikaye anlatımı araçları ve yazılımları konusunda uygulamalı eğitim verin.
- Katılımcıları, hikaye anlatma deneyimini geliştirmek için görüntü, ses ve video gibi multimedya unsurlarını dahil etmeye teşvik edin.
- Katılımcıların dijital hikayelerini geliştirmelerine yardımcı olmak için grup geri bildirim oturumlarını kolaylaştırın.



5. Paylaşım ve Düşünme (30 dakika)

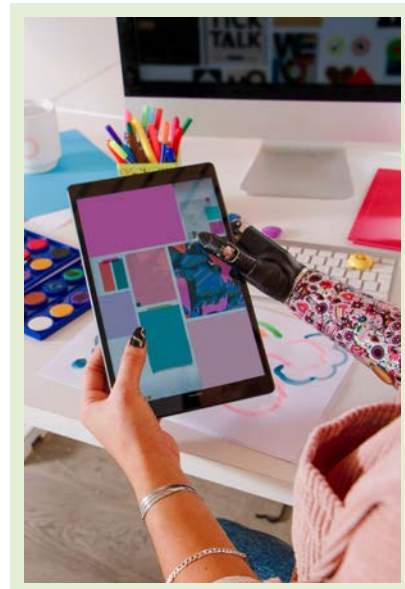
- Katılımcıları kendi dijital hikayelerini grupta paylaşmaya teşvik edin.
- Zorluklar ve başarılar da dahil olmak üzere dijital hikayeler oluşturma sürecini tartışmak için bir grup yansıtma oturumunu kolaylaştırın.
- Katılımcıların becerilerini daha da geliştirmelerine yardımcı olmak için geri bildirim sağlayın ve teşvik edin.

6. Toparlama (15 dakika)

- Ana öğrenme hedeflerini ve temel çıkarımları özetleyin.
- Katılımcıların dijital hikaye anlatımı becerilerini öğrenmeye ve geliştirmeye devam etmeleri için ek kaynaklar sağlayın.

Değerlendirme:

- Grup etkinlikleri ve bireysel hikaye anlatımı oturumları sırasında katılımcıları gözlemleyin ve onlara geri bildirim sağlayın.
- Katılımcıları öğrenme deneyimleri üzerinde düşünmeye ve iyileştirme alanlarını belirlemeye teşvik edin.



Etkili dijital benlik için gençlerle dijital hikaye anlatımı nasıl kullanılır?

Uygulamalı Eğitim-2: Planlamadan Paylaşımaya Dijital Hikaye Oluşturma

Süre : 2 saat

Hedefler : Katılımcılar, planlamave senaryo yazımından multimedya öğelerinin dahil edilmesine ve nihai ürünün paylaşılmasına kadar dijital bir hikaye oluşturmanın adımlarını öğrenecekler.

Malzemeler :

- Bilgisayarlar veya tabletler
- Dijital hikaye anlatımı yazılımı (Adobe Spark veya iMovie vb.)
- Kulaklık veya hoparlör
- Yazı malzemeleri (kalem ve kağıt veya dijital not alma araçları)

Faaliyetler :

1. Giriş (10 dakika)

- Eğitimin amacını açıklayın ve planın ana hatlarını çizin.
- Dijital hikaye anlatıcılığına ve gençlerin dijital becerilerini ve öz farkındalıklarını geliştirmeye yönelik faydalarına kısa bir genel bakış sağlayın.

2. Planlama ve Senaryo Yazımı (30 dakika)

- Dijital bir hikayeyi planlamanın ve senaryolaştırmanın önemini tartışın.
- Katılımcılara dijital hikayeleri için beyin fırtınası yapma ve bir senaryo geliştirme konusunda rehberlik edin.
- İzleyicilerin ilgisini çekecek etkileyici bir hikaye yazmaya ilişkin ipuçları verin.





3. Multimedya Unsurlarının Birleştirilmesi (60 dakika)

- Görüntü, ses ve video gibi multimedya unsurlarını dijital hikayeye dahil etmek için dijital hikaye anlatımı yazılımının nasıl kullanılacağını göstermek.
- Sağlamak rehberlik üzerinde nasıl için seçin uygun multimedya elemanları Hikayeyi tamamlayan ve izleyicinin deneyimini geliştiren.
- Katılımcıların bireysel olarak veya ikili gruplar halinde çalışarak, senaryolarına dayalı multimedya öğeleri içeren kendi dijital hikayelerini oluşturmalarına izin verin.

4. Nihai Ürünün Paylaşılması (20 dakika)

- Çalışmayı sergilemek ve geri bildirim almak için nihai ürünü paylaşmanın önemini tartışın.
- Dijital hikayenin sosyal medya, e-posta veya özel bir web sitesi gibi çeşitli kanallar aracılığıyla nasıl paylaşılacağı konusunda rehberlik sağlayın.
- Katılımcıları dijital hikayelerini akranlarıyla paylaşmaya ve birbirlerinin çalışmalarını hakkında yapıcı geri bildirim vermeye teşvik edin.

5. Toparlama (10 dakika)

- Dijital bir hikaye oluşturmanın adımlarını ve gençlerin dijital becerilerini ve öz farkındalıklarını geliştirmek için dijital hikaye anlatımının faydalarını gözden geçirin.
- Katılımcıları dijital hikaye anlatımını keşfetmeye devam etmeleri ve öğrendikleri becerileri gelecekteki projelerde kullanmaları için teşvik edin.

Bu eğitimin sonunda katılımcılar dijital bir hikaye oluşturmanın adımlarını net bir şekilde anlayacak ve dijital hikaye anlatımı konusunda pratik beceriler geliştirmiş olacaklardır. Ayrıca, gençlerin dijital becerilerini ve öz farkındalıklarını geliştirmek için dijital hikaye anlatımını bir araç olarak kullanmanın faydaları hakkında fikir sahibi olacaklardır.

Etkili dijital benlik için gençlerle dijital hikaye anlatımı nasıl kullanılır?

Uygulamalı Eğitim-3: Sosyal Becerileri Geliştirmek ve NEET'lerin Katılımını Sağlamak için Dijital Hikaye Anlatımının Kullanılması

Süre : 2 saat

Hedefler : Eğitim sonunda katılımcılar, dijital hikaye anlatımının NEET'leri öğrenme sürecine dahil etmek, yaratıcılığı teşvik etmek, iletişim ve ekip çalışması gibi sosyal becerileri geliştirmek için nasıl kullanılabileceğini daha iyi anlayacaklardır. Eğitim programlarında dijital hikaye anlatımını etkili bir şekilde kullanmak için en iyi uygulamaları öğrenecek ve bu yaklaşımın NEET'lerin öğrenme çıktıları üzerindeki etkisini değerlendireceklerdir.

Malzemeler :

- Bilgisayarlar veya tabletler
- Dijital hikaye anlatımı yazılımı (AdobeSpark, iMovie veya Animoto vb.)
- Yazı malzemeleri (Kağıt, kalem vb.)



Faaliyetler :

1. Giriş (15 dakika)

- Gençlik koordinatörü, dijital hikaye anlatımı konusunu ve bunun sosyal becerilerin geliştirilmesi ve NEET'lerin öğrenme sürecine dahil edilmesi üzerindeki potansiyel etkisini tanıtır
- Katılımcılar varsa dijital hikaye anlatımı ile ilgili deneyimlerini paylaşır

2. Dijital Hikaye Anlatımının Faydaları ve En İyi Uygulamaları (30 dakika)

- Gençlik çalışanı, rehberde belirlenen öğrenme çıktılarına dayalı olarak dijital hikaye anlatımının faydalarını ve en iyi uygulamalarını tartışır
- Katılımcılar, dijital hikaye anlatımının sosyal becerilerin geliştirilmesine ve NEET'lerin öğrenme sürecine dahil edilmesine nasıl yardımcı olabileceğine ilişkin düşünce ve deneyimlerini paylaşır
- Gençlik çalışanı etkili dijital hikaye örnekleri ve dijital hikaye anlatımı için kullanılabilecek araçlar sunar



3. Dijital Hikayeler Oluşturma (60 dakika)

- Katılımcılar küçük gruplar halinde çalışarak kişisel deneyimleri, hobileri veya istekleri gibi seçtikleri bir konuda dijital hikayeler oluştururlar
- Gençlik çalışanı planlama ve senaryo oluşturma süreci, multimedya unsurlarının kullanımı ve etkili hikaye anlatma teknikleri konusunda rehberlik sağlar
- Katılımcılar dijital hikaye anlatımı yazılımını kullanarak hikayelerine görüntü, ses ve video gibi multimedya unsurlarını dahil ederler
- Gençlik çalışanı gerektiğinde geribildirim ve destek sağlar

4. Paylaşım ve Değerlendirme (15 dakika)

- Katılımcılar dijital hikayelerini grupta paylaşıyor
- Gençlik çalışanı, dijital hikaye anlatımının sosyal becerilerin geliştirilmesi ve NEET'lerin öğrenme sürecine dahil edilmesi üzerindeki etkisi üzerine bir tartışma yürütüyor
- Katılımcılar kendi öğrenme çıktılarını değerlendirir ve gelişim alanlarını belirler

5. Sonuç (15 dakika)

- Gençlik çalışanı çalıştaydan çıkardığı önemli sonuçları özetliyor
- Katılımcılar dijital hikaye anlatımı konusundaki deneyimlerini yansıtacak ve bu yaklaşımı NEET'lerle yaptıkları kendi çalışmalarına dahil etmenin yollarını belirleyeceklerdir.

Değerlendirme

Katılımcılar, faaliyetlere katılımları, dijital hikaye anlatımı araç ve tekniklerini etkin bir şekilde kullanma becerileri ve dijital hikaye anlatımının sosyal becerilerin geliştirilmesi ve NEET'lerin öğrenme sürecine dahil edilmesi üzerindeki etkisini değerlendireceklerdir.



Etkili dijital benlik için gençlerle dijital hikaye anlatımı nasıl kullanılır?

Uygulamalı Eğitim-4: Hikaye Anlatımı Yoluyla Dijital Bir Benlik Oluşturmak

Süre : 2 saat

Hedefler :

- Dijital benlik kavramını ve bunun eğitimde ve istihdamda olmayan gençler için önemini anlamak
- Dijital hikaye anlatımı yoluyla çevrimiçi ortamda benzersiz bir kişisel markanın nasıl oluşturulacağını öğrenmek
- Hikaye anlatma becerilerini geliştirmek ve katılımcının benzersiz kişisel markasını sergileyen dijital bir hikaye oluşturmak
- Güncel, güvenli ve olumsuz içerikten arınmış olmalarını sağlamak için dijital benliğin ve çevrimiçi varlığın nasıl yönetileceğini öğrenmek

Malzemeler :

- İnternet erişimi olan bilgisayarlar veya akıllı telefonlar
- Yazı malzemeleri (kağıt ve kalem)
- Dijital hikaye anlatımı araçları (Canva veya Adobe Spark vb.)

Faaliyetler :



1. Giriş (15 dakika)

- Kolaylaştırıcı, dijital benlik kavramını ve dijital çağdaki önemini tanıtır.
- Kolaylaştırıcı, dijital hikaye anlatımının çevrimiçi ortamda benzersiz bir kişisel marka oluşturmak ve tanıtmak için nasıl kullanılabileceğini açıklar.

2. Kişisel Marka Hikayesi Geliştirme (30 dakika)

- Katılımcılar, kişisel markaları ve onları benzersiz kılan şeyler hakkında düşünmeye teşvik edilmektedir.
- Katılımcılara yazma materyalleri sağlanacak ve kişisel marka hikayelerini geliştirmelerine yardımcı olmak için bir dizi ipucu aracılığıyla rehberlik edilecektir.

- Katılımcılar, kendilerini öne çıkaran güçlü yönleri, becerileri ve deneyimleri hakkında düşünmeye teşvik edilir.

3. Dijital Hikaye Anlatımı Eğitimi (60 dakika)

- Katılımcılara Canva veya Adobe Spark gibi dijital hikaye anlatımı araçları tanıtılır.
- Katılımcılara, kişisel markalarını sergileyen dijital bir hikaye oluşturmak için araçları nasıl kullanacaklarına dair talimatlar verilir.
- Katılımcılar, dijital hikayelerini daha ilgi çekici ve dinamik hale getirmek için görüntü, ses ve video gibi multimedya unsurlarını dahil etmeye teşvik edilmektedir.
- Kolaylaştırıcılar, katılımcılar dijital hikayeleri üzerinde çalışırken destek ve geri bildirim sağlar.

4. Paylaşım ve Geri Bildirim (30 dakika)

- Katılımcılar dijital hikayelerini grupta paylaşır ve akranlarından ve kolaylaştırıcılardan geri bildirim alırlar.
- Kolaylaştırıcılar, katılımcıları deneyimleri ve dijital hikayelerinin kişisel markalarını nasıl sergilediği üzerine düşünmeye teşvik eder.

5. Sonuç (15 dakika)

- Kolaylaştırıcı, atölye çalışmasında ele alınan temel kavramları özetliyor ve günümüzün dijital dünyasında dijital bir benliği yönetmenin önemini pekiştiriyor.
- Katılımcılara dijital hikaye anlatma becerilerini geliştirmeye ve dijital benliklerini yönetmeye devam etmelerine yardımcı olacak kaynaklar sağlanır.



Değerlendirme

- Katılımcılar, faaliyetlere katılımlarına ve faaliyetlerin kalitesine göre değerlendirilir. dijital hikayelerinin bir parçasıdır.
- Gençlik çalışanları, atölye çalışmasının katılımcıların dijital öz yönetim ve kişisel markalaşma anlayışları üzerindeki etkisini değerlendirmek için bir takip anketi de düzenleyebilir.



Etkili dijital benlik için gençlerle dijital hikaye anlatımı nasıl kullanılır?

Sonuçlar

Sonuç olarak, dijital hikâye anlatımı gençlerin dijital ve sosyal becerilerini geliştirmenin yanı sıra kişisel gelişimlerini ve öz farkındalıklarını desteklemek için güçlü bir araç olabilir. Gençlik eğitimleri dijital hikâye anlatımı yoluyla gençlerin dijital okuryazarlık, iletişim, ekip çalışması, sorun çözme, yaratıcılık ve kültürel farkındalık gibi temel yetkinlikleri geliştirmelerine yardımcı olabilir. Aşağıda, bu ünitenin içeriğini ve ruhunu özetleyen beş temel sonuç yer almaktadır:

- Dijital hikaye anlatımı, gençlik eğitimlerinin gençlerin dijital ve sosyal becerilerini geliştirmeleri için çok yönlü ve etkili bir araçtır. Örgün eğitim ve öğretim programlarından gayri resmi öğrenme ve topluluk girişimlerine kadar çeşitli bağlamlarda kullanılabilir.
- Dijital ve sosyal beceriler, dijital çağda gençlerin istihdam edilebilirliği ve eğitimi için elzemdir. Bu yetkinliklerin eksikliği, istihdam edilebilirliğin azalması, sınırlı kariyer beklentileri ve sosyal dışlanma gibi ciddi sonuçlar doğurabilir.
- Gençlik eğitimleri yaratıcılık, ekip çalışması ve problem çözme becerilerini geliştirmek için dijital hikaye anlatımını kullanabilir. İlgi çekici hikayeler oluşturmak için işbirliği içinde çalışarak, gençler iş piyasasında çok değerli olan önemli sosyal beceriler geliştirebilirler.
- Dijital hikaye anlatımı aynı zamanda öz farkındalığı ve kültürel bilinci teşvik ederek gençlerin kendi deneyimleri ve bakış açıları üzerinde düşünmelerine ve farklı kültürel bakış açılarını ve deneyimleri keşfetmelerine yardımcı olabilir.
- Dijital hikaye anlatımı yoluyla gençlerin dijital ve sosyal becerilerini etkili bir şekilde geliştirmek için gençlik eğitimlerinin rehberlik, destek ve kaynak sağlaması gerekir. Bu, öğrencilerin gerekli dijital araçlara ve teknolojilere erişimini sağlamayı, net öğrenme hedefleri belirlemeyi, süreç boyunca geri bildirim ve destek sağlamayı ve destekleyici bir öğrenme ortamı yaratmayı içerir.





Etkili dijital benlik için gençlerle dijital hikaye anlatımı nasıl kullanılır?

Referanslar

Educause Öğrenme Girişimi (2017).

Dijital hikaye anlatımı hakkında bilmeniz gereken 7 şey.

<https://library.educause.edu/-/media/files/library/2017/4/eli7144.pdf>

Avrupa Komisyonu (2020). Dijital eğitim eylem planı.

https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/digital-education-action-plan_en

Dijital Okullar için Ulusal Ağ (n.d.). Dijital çağda sosyal beceriler.

<https://nnds.org/soft-skills-in-the-digital-age/>

OECD (2019). OECD beceri görünümü 2019: Dijital bir dünyada gelişmek.

<https://doi.org/10.1787/df80bc12-en>

Streefkerk, R. (2019, Ekim 11). APA 7. baskı: En önemli değişiklikler. Scribbr.

<https://www.scribbr.com/apa-style/apa-seventh-edition-changes/>

21. Yüzyıl Becerileri için Ortaklık. (2015).

<https://www.p21.org/our-work/p21-framework>

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü. (2013). Bilgi toplumları için medya ve bilgi okuryazarlığı.

<https://en.unesco.org/media-and-information-literacy-knowledge-societies>

Dünya Ekonomik Forumu (2020). İşlerin geleceği raporu 2020.

<https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>

Young, J. (2013). 21'inci yüzyıl sınıflarında dijital hikaye anlatımı.

Uluslararası Eğitimde Teknoloji Derneği



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



ÜNİTE II

İSTİHDAM EDİLEBİLİRLİK İÇİN

DİJİTAL PORTFÖYLER NASIL OLUŞTURULUR VE KULLANILIR?



R3: DİJİTAL BECERİ GELİŞTİRME REHBERİ

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996





İstihdam edilebilirlik için dijital portföyler nasıl oluşturulur ve kullanılır?

Indecpie SCA (İspanya) tarafından geliştirilmiştir

Giriş

Dijital Beceriler Eğitim Seti'nin 5. ünitesinde, portfolyoların bir bireyin yetkinliklerini bir araya getirmek ve göstermek için etkili yollar sağlamadaki önemini görebildik.

Dijital portfolyonun tanımına ve farklı portfolyo türlerine (gelişimsel, vitrin portfolyo, özgün, yansıtıcı, bireysel ve etkileşimli) daha derinlemesine girmenin yanı sıra, bu bölümde yetişkin eğitmenleri bir portfolyo oluşturmak için farklı çevrimiçi araçların kullanımına ve dahil edilecek içeriğe daha aşina hale geldi.

Bununla birlikte, dijital portföylerin genç bireylerin iş bulmalarına yardımcı olmadaki rolü konusunda hala emin değilseniz, bu bölüm genç NEET'lerin (İstihdamda, Eğitimde veya Öğretimde Olmayan) iş arama sürecinde kendi portföylerini oluşturduklarında elde edebilecekleri sosyal becerilerin derinlemesine bir analizini sunacaktır.

Potansiyel işverenlere kurumlarına nasıl uyum sağlayacakları konusunda bir fikir vermek için gençlerin bir kişi ve bir çalışan olarak kim olduklarını araştırmanın daha iyi bir yolu var mı?

Dijital bir portföy, iş başvurusu sürecinde son derece değerli bir varlık olabilir ve gençlerin niteliklerinin somut kanıtını sunarken kişiliklerini ve benzersiz tarzlarını sergilemelerine olanak tanır. Bu yaklaşım, rekabette öne çıkmalarına ve işe girme şanslarını artırmalarına yardımcı olabilir.

Dijital portföyler, gençlerin çalışmalarını, becerilerini ve başarılarını sergilemeleri için giderek daha popüler bir araç haline gelmiştir. Genellikle akademik ortamlarda kullanılsalar da, dijital portföyler iş arayanlar, özellikle de resmi iş deneyimi olmayan genç NEET'ler için de faydalı olabilir.

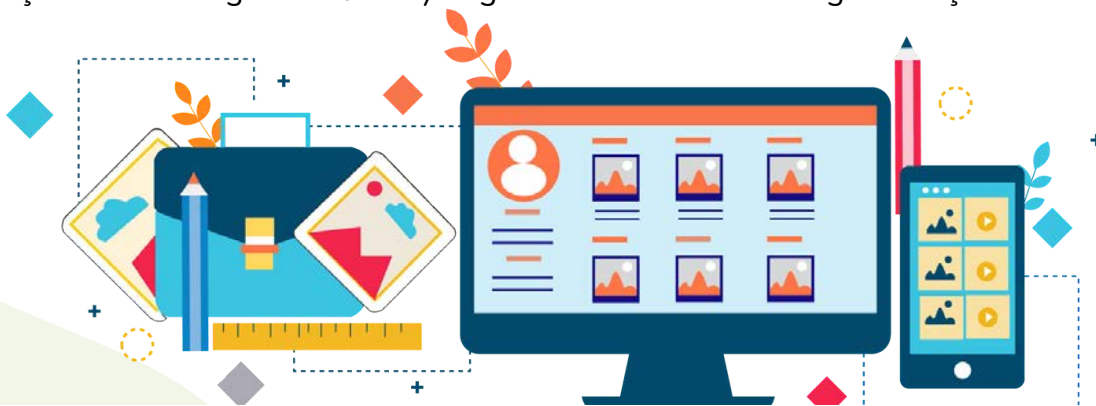
Teknik becerileri vurgulamanın yanı sıra, dijital portföyler genç bireylerin işverenler tarafından çok değer verilen önemli sosyal becerileri geliştirmelerine ve sergilemelerine de yardımcı olabilir. Bu bölümde, dijital portföylerin oluşturulmasıyla geliştirilebilecek bazı sosyal becerileri ve bunların bir gencin iş beklentilerini nasıl artırabileceğini inceleyeceğiz.

İstihdam edilebilirlik için dijital portföyler nasıl oluşturulur ve kullanılır?

Öğrenme Çıktıları

Bu ünitenin sonunda şu becerileri kazanabileceksiniz:

- Mevcut ve gelecekteki iş piyasasında sosyal becerilerin önemini ve bir işe başvururken bireyleri diğerlerinden nasıl farklılaştırabileceğini anlama.
- İletişim, işbirliği, problem çözme, uyum sağlama ve eleştirel düşünme dahil olmak üzere işverenler tarafından değer verilen temel sosyal becerileri belirleme ve tanımlama.
- Dijital portföylerin sosyal becerileri geliştirmek ve sergilemek için nasıl bir araç olarak kullanılabileceğini ve devam edilen okul veya deneyim yılları gibi geleneksel ölçütlerden nasıl farklı olduğunu anlama.
- Sahibinin kişiliğini, becerilerini ve ilgi alanlarını yansıtan iyi düzenlenmiş ve görsel olarak çekici bir dijital portföyün nasıl oluşturulacağı ve deneyimlerin nasıl ifade edileceği ve potansiyel işverenlere veya eğitim kurumlarına sosyal becerileri göstererek açık ve öz bir şekilde nasıl sunulacağı üzerine düşünme.
- Gençlerin başarılarını, niteliklerini ve güçlü yönlerini profesyonel bir şekilde sergileme becerisini geliştirmek, profesyonel bir kimlik oluşturmak ve potansiyel işverenlerin iş geçmişleri ve beceri setleri hakkında bilgi edinmelerini sağlama.
- Potansiyel işverenler, mentorlar veya işbirlikçilerle bağlantı kurmak ve ağ oluşturmak için dijital portföyleri nasıl kullanacağınızı öğrenme.
- Dijital bir portföyün tasarımında yaratıcılığın önemini ve yaratıcılık ile işlevsellik arasında nasıl bir denge kurulacağını kabullenme.
- Dijital bir portföyün yaratıcılığını ve etkileşimini artırmak için resimler, videolar ve etkileşimli özellikler gibi multimedya öğelerini nasıl dahil edeceğinizi düşünme.





İstihdam edilebilirlik için dijital portföyler nasıl oluşturulur ve kullanılır?

İçerik

Deloitte Access Economics raporuna göre, sosyal beceri yoğun meslekler 2030 yılına kadar tüm işlerin üçte ikisini oluşturacak.

Geleneksel işlerde gerekli olan tamamen teknik becerilerin yanı sıra, süregelen teknolojik gelişmeler, küreselleşme ve demografik değişikliklerin işletmelerin çalışma ve rekabet etme biçimlerini etkilemesiyle, sosyal becerilerin önemi artacaktır.

Bu yeni küresel ve dijitalleşmiş ortamda, sektörler ve meslekler arasında aktarılabilen sosyal beceriler, gençlerin bir işe başvururken kendilerini diğerlerinden ayıracak ayırt edici özellikleri yansıtmasına yardımcı olabilir.

Etki ve faydalar

Credly CEO'su Jonathan Finkelstein, "günümüz işverenleri giderek artan bir şekilde, bireyleri yılların deneyimi gibi beceri göstergeleri yerine belirli, kanıtlanmış becerileri için ödüllendiren beceri temelli işe alma ve terfi politikalarına yöneliyor" diyor.

Eğitimde öğrenci yetkinliğini ölçmeye yönelik geleneksel yaklaşım değişiyor; standart testlerin geçerliliği azalıyor ve eğitimciler öğrencileri test puanları ve not ortalamalarının ötesinde farklılaştırmak için daha anlamlı yollar arıyor. Bireyselliğe ve yaratıcı ifadeye öncelik veren kişiselleştirilmiş öğrenme planları popülerlik kazanıyor.

Dijital portföyler, gençlerin deneyimlerini ifade etmelerini ve bunları açık ve öz bir şekilde sunmalarını gerektirdiği için sosyal becerilerin geliştirilmesinde güçlü bir araç sunar. Portfolyolar kendi kendine düşünmeyi teşvik eder ve bireylerin hedefler belirleyerek ve gelişimlerini belgeleyerek zaman içindeki ilerlemelerini takip etmelerini sağlar. Okula devam veya deneyim yılları gibi geleneksel ölçütlerin aksine, portföyler gençlerin eleştirel düşünme ve becerilerini gösterme yeteneklerine daha fazla vurgu yapar.

Dijital portfolyoların geliştirilmesinin, iş arayan genç NEET'lere hem kısa hem de uzun vadede sağlayabileceği birçok fayda vardır:



- **Becerilerin gösterilmesi:** Bir portföy, gençlerin sosyal becerilerini potansiyel işverenlere veya eğitim kurumlarına göstermelerine yardımcı olabilir. İletişim, işbirliği ve problem çözme gibi sosyal beceriler işverenler tarafından çok önemsenir ve genellikle bir özgeçmişte ölçülmesi zordur. Gençler, sosyal becerilerini sergileyen proje, makale veya sunum örneklerine yer vererek yeteneklerine dair somut kanıtlar sunabilirler.
- **Yansıtma ve iyileştirme:** Bir portföy oluşturmak, geçmiş deneyimler ve projeler üzerinde düşünmeyi gerektirir; bu da gençlerin gelişim alanlarını belirlemelerine ve gelecekteki gelişimleri için hedefler koymalarına yardımcı olabilir. Gençler portföylerini düzenli olarak güncelleyerek ve gelişimlerini yansıtarak zaman içinde sosyal becerilerini geliştirmeye devam edebilirler.
 - Harvard Business Review, düşünmeyi "beyne kaosu ortasında duraklama, gözlemleri ve deneyimleri çözme ve sıralama, birden fazla olası yorumu dikkate alma ve anlam yaratma fırsatı vermek" olarak tanımlıyor. Bu anlam öğrenmeye dönüşür ve daha sonra gelecekteki zihniyetleri ve eylemleri bilgilendirebilir."
- **Rekabet avantajı:** Son derece rekabetçi bir iş piyasasında, iyi derlenmiş bir portföye sahip olmak gençlere diğer adaylar karşısında rekabet avantajı sağlayabilir. İşverenler genellikle profesyonel bir portföy oluşturmak için zaman ayıran adaylardan etkilenir, çünkü bu inisiyatif ve kişisel ve mesleki gelişime bağlılığı gösterir.
- **Ağ oluşturma:** Portföy, potansiyel işverenler, mentorlar veya işbirlikçilerle bağlantı kurmak ve ağ oluşturmak için de yararlı bir araç olabilir. Gençler portföylerini başkalarıyla paylaşarak becerilerini ve ilgi alanlarını gösterebilir ve kendileri için yeni fırsatlar yaratabilirler.
 - Herkese açık olan bir dijital portföy, benzer ilgi alanlarına sahip kişileri çekebilir ve profesyonel ağ oluşturmayı kolaylaştırabilir. Etkili bir şekilde oluşturulduğunda, dijital bir portföy, bireylerin portföy sahibiyle bağlantı kurması için kolay bir yol sağlayabilir

- **Profesyonel kimlik:** Bir kariyer portföyü gençlerin profesyonel bir kimlik oluşturmalarına yardımcı olabilir ve potansiyel işverenlerin iş geçmişleri ve beceri setleri hakkında bilgi edinmelerini sağlayabilir. İyi düzenlenmiş bir kariyer portföyü, bireyin başarıları, nitelikleri ve güçlü yönleri hakkında kanıt sağlayabilir.
 - Dijital bir portföyün tasarımı, sahibinin kişiliğinin, becerilerinin ve ilgi alanlarının bir yansıması olmalıdır. Yaratıcı ve iyi uygulanmış bir dijital portföy, sahibini diğerlerinden ayırabilir ve potansiyel işverenler ve işbirlikçiler üzerinde kalıcı bir izlenim bırakabilir.
- **Yaratıcılık:** Dijital bir portföyün tasarımında yaratıcılık değerli bir varlık olabilir. Görsel olarak çekici ve iyi düzenlenmiş bir dijital portföy, potansiyel işverenlerin ve işbirlikçilerin dikkatini çekebilir. Dijital portföyün düzen, tipografi ve renk şeması gibi tasarım unsurları, sahibinin kişisel markasıyla uyumlu olmalı ve benzersiz tarzını ve yaratıcılığını sergilemelidir.
 - Resimler, videolar ve interaktif özellikler gibi multimedya unsurlarının dahil edilmesi de dijital portföyün yaratıcılığını ve etkileşimini artırabilir. Bununla birlikte, yaratıcılık ve işlevsellik arasında bir denge kurmak ve dijital portföyün gezinmesi ve anlaşılması kolay olmasını sağlamak önemlidir.



Sonuçlar

Portfolyolar sanat camiasında hala büyük ölçüde kullanılıyor, ancak sadece çizerler, yazarlar veya fotoğraf çekenler tarafından değil. Makyaj ve saç sanatçıları da dijital portföy oluşturanlar arasında popüler bir gruptur. UX/UI tasarımcıları, ön uç geliştiricileri ve ürün tasarımcıları gibi birçok teknoloji sihirbazı bir portföyden faydalanabilir. Yaratıcı yönetmenler, iç mimarlar, mimarlar ve serbest çalışanlar da diğer örneklerdir.

Dijital bir portföyün gerekli olup olmadığı, bireyin özel koşullarına ve hedeflerine bağlıdır. Grafik tasarım, fotoğrafçılık veya web geliştirme gibi bazı alanlarda, kişinin çalışmalarını sergilemek ve potansiyel müşterileri veya işverenleri çekmek için dijital bir portföye sahip olmak şarttır. Ancak tıp veya hukuk gibi diğer alanlarda geleneksel bir özgeçmiş veya CV yeterli olabilir.

"Birçok kişi bir portföye sahip olmanın sadece sanatçılar ve tasarımcılar için gerekli olduğunu düşünse de, mesleğiniz ne olursa olsun, bir portföy becerilerinizin, kişiliğinizin ve kimliğinizin bütünsel bir görünümünü sergilemenin etkili ve ucuz bir yoludur." (CANVA)

Bununla birlikte, dijital bir portföy oluşturmak çeşitli avantajlar sunabilir. Mesela, bireylerin becerilerini ve başarılarını görsel olarak ilgi çekici ve etkileşimli bir şekilde sergilemelerine olanak tanıyarak potansiyel işverenlerin veya iş ortaklarının yeteneklerini değerlendirmelerini kolaylaştırır. Ayrıca dijital bir portföy, kişinin çalışma örneklerini, özgeçmişini ve diğer ilgili bilgileri barındırmak için merkezi bir konum görevi görebilir.



İstihdam edilebilirlik için dijital portföyler nasıl oluşturulur ve kullanılır?

Bu beceri nasıl geliştirilir?

Öz yansıtma için dijital portföy kullanımına örnekler:

- Houston Bağımsız Okul Bölgesi'nden Ortaöğretim Sosyal Bilgiler Direktörü Dr. Montra Rogers, öğretmenlere koçluk yapmak için dijital portföyler kullanıyor. Onları belirli olayları belgelemeye veya sınıftaki iç görüleri paylaşmaya teşvik ediyor. Portfolyoları birbirlerine daha iyi geri bildirim sağlamak, gelişimlerini takip etmek ve başarı hikayelerini daha büyük gruplara anlatmak için kullanıyorlar.
- Prophet'in yaratıcı ve dijital pazarlama lideri Mat Zucker ve ekibi dijital portföyleri geçmiş çalışmalarını takip etmek ve yeni hedeflere ulaşmak için kullanıyor. (Mat Zucker) "Portföyler, potansiyel müşteriyi ya da işvereni etkilemek ve parlak olduğunuza ve geçmişte olduğu gibi gelecekte de onlar için bir şeylerin üstesinden gelebileceğinize ikna etmek için en iyi hikayelerinizi derler" diyor.



Ağ oluşturmak için dijital portfolyo kullanımına örnekler:

Aşağıda, [LinkedIn](#)'in gençlere dijital portföylerini kullanarak potansiyel işverenler ve mentorlarla bağlantı kurmaları ve ağ oluşturmaları için yol gösterecek fikirlerinin bir listesini bulacaksınız:

Hedeflerin tanımlanması

Bir e-portföyü ağ oluşturmak ve öğrencilerin kariyer fırsatlarını artırmak için etkili bir şekilde kullanmak için, hedeflerini tanımlayarak başlamak önemlidir. Bu, e-portföyleriyle ne elde etmek istediklerine dair net bir fikre sahip olmayı içerir; ister iş bulmak, ister staj yapmak, ister burs, ister bir akıl hocası...

Bir platform seçme

E-portföyünüzü oluşturmak için WordPress, Wix, LinkedIn, Google Sites veya Mahara gibi uygun bir platform seçmek de çok önemlidir. Bireyler bir platform seçmeden önce kullanım kolaylığı, özelleştirme, erişilebilirlik, güvenlik ve uyumluluk gibi faktörleri göz önünde bulundurmalıdır.

İçerik küratörlüğü

Öğrencilerin içeriğinin düzenlenmesi, e-portföylerinin eğitim, iş deneyimi, beceriler, projeler, ödüller veya referanslar gibi kategoriler halinde düzenlenmiş en iyi çalışmalarını ve başarılarını sergilemesini sağlamak için de önemlidir. E-portföylerini ilgi çekici ve çeşitli hale getirmek için metin, resim, video, ses veya bağlantı gibi farklı formatlar kullanılmalıdır.

Öğrenme üzerine düşünme

Çalışmalarını sergilemenin yanı sıra, e-portföyleri öğrenme ve gelişimlerini de yansıtmalıdır. Bu, öğrenme felsefelerini, hedeflerini, karşılaştıkları zorlukları ve başarılarını açıkladıkları bir bölüm ekleyerek başarılabilir.

E-portföylerini özgeçmişleri, ön yazıları, e-posta imzaları, sosyal medya profilleri, kartvizitleri veya kişisel web siteleri gibi çeşitli kanallar aracılığıyla tanıtmaları ve alanlarındaki potansiyel işverenler ve mentorlarla ağ kurmaları da önemlidir.

E-portföylerini benzersiz becerilerini, kişiliklerini ve değer önerilerini sergilemek için kullanarak, sektörlerindeki diğer kişilerle güven ve karşılıklılık oluşturabilirler.

Yaratıcılık ve profesyonel kimlik için dijital portfolyo kullanımına örnekler:

Canva tasarım aracı, öğretmenlerin ve gençlerin bilgi seçerken ve ara yüzlerini tasarlarken yaratıcılık becerilerini geliştirmenin bir yolu olarak çarpıcı bir dijital portföy oluşturmalarına yardımcı olabilir. Bu anlamda Canva, her türden göz alıcı bir dijital portföy oluşturmak için aşağıdaki ipuçlarını ve püf noktalarını sunuyor:

"Portföyünüzü tasarlamaya; yaptığınız tüm işlere bakarak başlayın, ardından en sevdiğiniz parçalar ve en olumlu geri bildirimleri aldığınız çalışmalar."



İsminizi veya logonuzu görünür kılın

"İster bir logonuz olsun, ister sadece kişisel adınızı kullanın, portföyünüzün tamamında kullanabileceğiniz bir şablon oluşturmak okuyucu için görsel bir ipucu sağlar ve onlara kimin işine baktıklarını hatırlatır"

Kolay gezinmeye izin verin

"Bir portföy oluştururken, izleyicinin çalışmalarınız arasında gezinmesine yardımcı olmak önemlidir."

Elinizde fiziksel bir kopya bulundurun

"Dijital dünya hızla büyürken, bir toplantıdaysanız veya yüz yüze bir görüşme yaparsanız, portföyünüzün fiziksel bir kopyasına sahip olmak hazırlıklı olduğunuzu gösterir."

Tasarımınızı diğer platformlar için yeniden tasarlayın

"Milyonlarca kullanıcısı olan sosyal medyayı yarattığınız işi pazarlamak için kullanmak, kendinize yeni fırsatlar yaratmanın harika bir yoludur."

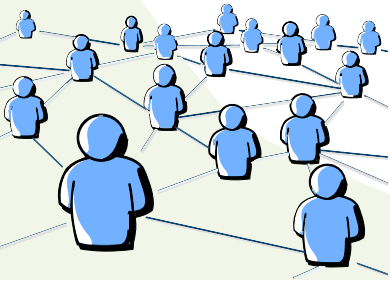
Ekstra içgörü için vaka çalışmalarını dahil edin

"Vaka çalışmaları genellikle projenin önündeki engelleri, engelin çözümünü ve uzmanlığınız sayesinde bu engeli nasıl aştığınızı ana hatlarıyla belirtir."

Kusursuz bir marka kiti geliştirin

"Yazı tipleri, renkler ve logolar, sizin veya markanızın kimliğini izleyicilere göstermede önemli bir rol oynar. Şık bir dijital portföy için (özellikle de bir web sitesi şeklindeyse) çalışacağınız ana renkleri, yazı tiplerini ve görselleri seçmek önemlidir."

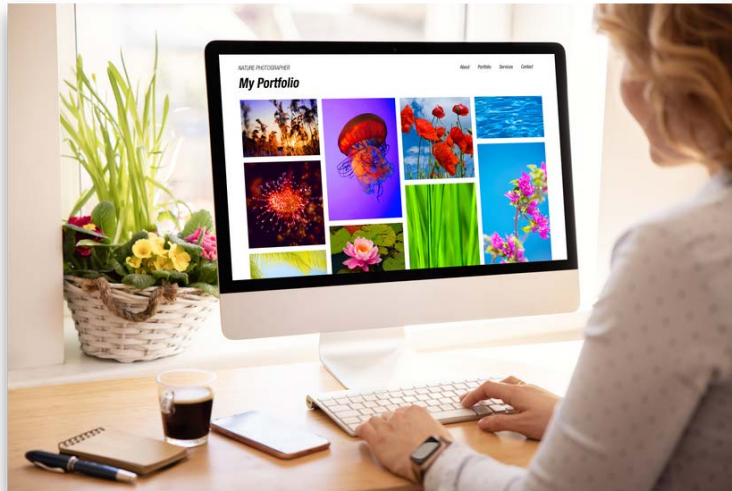
“
Milyonlarca kullanıcısı olan
sosyal medyayı yaptığınız
iş pazarlamak için
kullanmak, kendinize yeni
fırsatlar oluşturmanın
harika bir yoludur.
”



İstihdam edilebilirlik için dijital portföyler nasıl oluşturulur ve kullanılır?

Sonuçlar

- Sosyal becerilerin yoğun olduğu işlere olan talebin artması beklenmektedir; bu da bir işe başvururken kişiyi diğerlerinden ayırabilecek aktarılabılır sosyal becerilere sahip olmayı gerekli kılmaktadır.
- Eğitimde öğrenci yeterliliğinin ölçülmesinde standart testlerin kullanımı giderek daha az önem kazanmakta ve eğitimciler, öğrencileri test puanları ve not ortalamalarının ötesinde farklılaştırmak için daha anlamlı yollar aramaktadır.
- Dijital portföyler, bireylerin deneyimlerini ifade etmelerini ve bunları açık ve özlü bir şekilde sunmalarını gerektirerek sosyal becerilerin geliştirilmesi için güçlü bir araç sağlar. Kendini yansıtmayı teşvik eder ve bireylerin hedefler belirleyerek ve gelişimlerini belgeleyerek zaman içindeki ilerlemelerini takip etmelerini sağlar.
- Dijital portföyler, genç NEET'lere sosyal becerilerini potansiyel işverenlere veya eğitim kurumlarına göstermelerine yardımcı olmak, becerilerini yansıtmak ve geliştirmek, iş piyasasında rekabet avantajı sağlamak, ağ oluşturmalarını kolaylaştırmak ve profesyonel bir kimlik oluşturmalarına yardımcı olmak gibi birçok fayda sunmaktadır.
- İyi hazırlanmış bir dijital portföy, potansiyel işverenlerin ve işbirlikçilerin dikkatini çekerek kişinin yeteneklerini ve başarılarını görsel olarak ilgi çekici ve etkileşimli bir şekilde değerlendirmelerini kolaylaştırabilir.





İstihdam edilebilirlik için dijital portföyler nasıl oluşturulur ve kullanılır?

Kaynaklar

Bulb. (n.d.). Herkesin dijital bir portföye ihtiyaç duymasının 3 nedeni.

<https://my.bulbapp.com/college-and-career-readiness/3-reasons-why-everyone-needs-a-digital-portfolio/>

Canva. (n.d.). Dijital portföy nasıl tasarlanır. (Canva Learn)

<https://www.canva.com/learn/design-digital-portfolio/>

Deloitte. (2017). İş başarısı için sosyal beceriler. (Deloitte Insights)

<https://www2.deloitte.com/au/en/pages/economics/articles/soft-skills-business-success.html>

Indeed. (n.d.). Kariyer portföyü nedir ve neden bir portföye ihtiyacınız var?

<https://in.indeed.com/career-advice/career-development/what-is-career-portfolio>

LinkedIn. (n.d.). Sosyal ağ kurmak ve bağlantı kurmak için e-portföyünüzü nasıl kullanıyorsunuz? (LinkedIn Help Center)

<https://www.linkedin.com/advice/0/how-do-you-use-your-e-portfolio-network-connect>

Morin, A. (2017, Mart 3). Kendinizi değerlendirmek için neden zaman ayırmalısınız? (Bunu yapmaktan nefret etseniz bile) (Harvard Business Review)

<https://hbr.org/2017/03/why-you-should-make-time-for-self-reflection-even-if-you-hate-doing-it>

UXfol.io. (n.d.). Dijital portföy oluşturmak için harika bir kılavuz.

<https://blog.uxfol.io/digital-portfolio/>



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



ÜNİTE III

DOĞRU ETKİLEŞİM İÇİN ÖZGÜN VE İLGI ÇEKİCİ İÇERİK NASIL OLUŞTURULUR VE KULLANILIR?



R3: DİJİTAL BECERİ GELİŞTİRME REHBERİ

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996





Doğru etkileşim için özgün ve ilgi çekici içerik nasıl oluşturulur ve kullanılır?

ESICA (Avusturya) tarafından geliştirilmiştir

Giriş

İnternet günlük yaşamda giderek daha fazla yer almaya başladı ve aynı şey çevrimiçi iletişim için de söylenebilir. Çevrimiçi iletişim kurma şansı, özel hayatımızdaki, işimizdeki, eğitimimizdeki ve hayal edebileceğimiz her şeydeki senaryoları değiştirdi. Hiç şüphesiz, arkadaşlara ve aynı zamanda müşterilere ulaşma potansiyelini yeniden şekillendirdi ve ilişkilerin başlatılma, yürütülme veya beslenme şeklini sonsuza kadar değiştirdi.

Bu değişim, insanların çevrimiçi iletişim kurma biçimlerini ve çevrimiçi olarak ne tür içeriklerin oluşturulabileceğini de etkiledi. Sosyal medyadan bloglara ve videolara kadar, içerik oluşturma ve bununla birlikte gelen beceriler, çevrimiçi bir varlık oluşturmak ve/veya iyi bir iletişim sağlamak için çok önemlidir.

Potansiyel olarak sınırsız bir içerik üretme kapasitesi sunan teknolojik araçlardan önce, kullanıcılar "aşırı bilgi yüklemesi" olgusuyla karşı karşıya kalabilir. Bu terim, aşırı bilgi yükünün kullanıcının bilgiyi işleme ve kullanma olasılığını aştığı bir durumu ifade eder. Sonuç olarak, bilgi gerçekten anlaşılabilir, hatırlanamaz ve depolanamaz. İşte bu noktada, çevik ve ilgi çekici içerik yaratma becerisi çok önemlidir.

Bir içerik oluşturucunun okuyucuların ve izleyicilerin dikkatini çekmek için akılda tutması gereken bazı hususlar vardır. Her şeyden önce, bilgi miktarı ve kalitesi: aynı aşırı bilgi yüklemesi olgusu nedeniyle, uzun soluklu içerik hedef kitlenizi çekmenize yardımcı olmaz. Düşük kalite, yazım hataları, sıkıcı bir tasarım ve kesin olmayan veya doğru olmayan bilgiler de içeriğin algılanma ve tüketilme şeklini ve kullanıcıların aynı sayfaya tekrar başvurma istekliliğini etkileyecektir. Yine de umutsuzluğa kapılmak için bir neden yok!

Bu bölüm okuyucu için bir pusula olarak düşünülmüştür. Bu sayfalarda, kullanıcılara bir dizi seçenek sunmak için farklı içerik türleri açıklanmış ve analiz edilmiştir. Böylece kullanıcılar, ihtiyaçlarına göre, hedeflerini uygun bir modelle nasıl eşleştireceklerini anlayabileceklerdir.

Bu bölüm, okuyucuya çevrimiçi içerik seçimi ve geliştirilmesinde eşlik etmekte, ilgili özgün ve ilgi çekici içeriğin oluşturulmasına rehberlik eden bir strateji izleyerek okuyucuları içerik seçimi ve geliştirilmenin ana aşamalarında yönlendirmektedir.

Hızla büyüyen ve sürekli değişen çevrimiçi dünyada, içerik yaratma konusunda ilk adımları atanlar bazı seçimlerle yüzleşmek ve hedef kitle ile gerçek benlik arasında denge kurarak tarzlarını belirlemek zorundadır. Özgün ve otantik içerik oluşturmak aynı zamanda özgün ve otantik bir kişilik gerektirir. Teknolojideki son gelişmeler ve çevrimiçi araçlara dünya çapında erişim göz önüne alındığında, giderek daha fazla insan çevrimiçi ortamda varlık göstermeye karar veriyor. Dolayısıyla, bu büyük kullanıcı sayısı göz önüne alındığında, içerik oluşturucuların kendilerine sorması gereken ana soru şudur: "Sizi siz yapan nedir?".

Tanımlanması kesinlikle kolay değildir, ancak içeriğinizi değerlendirmek ve içeriğinizi özel kılmak için başlangıç noktasıdır.





Doğru etkileşim için özgün ve ilgi çekici içerik nasıl oluşturulur ve kullanılır?

Öğrenme Çıktıları

Bu ünitenin sonunda şu becerileri kazanabileceksiniz:

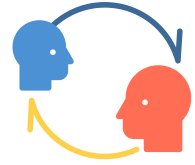
- İletişimin temelleri hakkında daha fazla bilgi edinin. Bu bölüm, çevrimiçi ve çevrimdışı iletişimi etkileyen faktörler üzerinde düşünmek için iletişimin aşamalarına ve özelliklerine genel bir bakış sağlar.
- Çevrimiçi içerik oluşturmanın farklı türlerini öğrenin. Bu bölüm, internette bulabileceğiniz farklı içeriklerin bir özetini sunmaktadır. Liste tüm türleri kapsamamaktadır, ancak bu alana yaklaşanlar için bir başlangıç noktası teşkil etmektedir. Genel bir bakış ile kullanıcı, ele alınan konu için hangi formatın daha uygun olduğu konusunda fikir sahibi olacaktır.
- Girişimcilik becerileriyle el ele giden özgünlük ve ilgi çekici içerik oluşturma tanımı üzerine düşünün. Modül, içerik oluşturucuyu yenilikçiliğe çok fazla vurgu yapmadan, daha ziyade kesinlik ve gerçek benlik konusunda yaratıcı olmaya teşvik eder.
- Özgün ve ilgi çekici içerik oluşturma yolculuğunuza başlamak için gereken adımlar ve yansımalar konusunda rehberlik alın.
- Kullanıcı odaklı olarak işinizi ve platformunuzu nasıl strateji haline getireceğiniz konusunda bazı püf noktaları öğrenin.
- Başarılı olmak için en iyi stratejinizi tanımlamak ve bulmak için SMART hedefler metodolojisinden güç alarak hedeflerinizi nasıl önceliklendireceğinizi ve belirleyeceğinizi öğrenin.
- Bazı teknikler ve bazı hilelerle dinleyicilerinizin ilgisini nasıl çekeceğinizi ve hedefinize odaklanmayı nasıl sürdüreceğinizi öğrenin.
- Çevrimiçi özgün içerik oluşturun.

Doğru etkileşim için özgün ve ilgi çekici içerik nasıl oluşturulur ve kullanılır?

İçerik

"İletişim" kelimesi, "paylaşmak" anlamına gelen Latince "communicare" kelimesinden gelir. Bir gönderici ve bir alıcı içerir. Ancak kodlama süreci (fikri gerçek bir mesajı dönüştürmek için); mesaj (aktarılan bilgi); bir kanal (mesajı ileten araç/sistem, yani konuşma, mesaj, e-posta vb.); geribildirim (mesajın cevabı) ve gürültü (mesajın "kalitesinden" ödün veren herhangi bir şey) gibi farklı unsurlardan oluşur.

İletişimin 4 farklı türünden söz etmek mümkündür:



Sözel: Mesajı iletmek için dil kullanılır.

Sözel olmayan: Göz teması, yüz ifadeleri, jestler ve daha fazlasını içeren beden dilinin kullanımı yoluyla bilgi aktarımıdır.

Görsel: Fotoğraf, çizelge, grafik, infografik, resim veya çizimlerden yararlanılan iletişim türüdür.

Yazılı: Harf, yazı ve sembollerin kullandığı iletişim türüdür. e-postalar veya mektuplar vs.

Özellikle 90'lı yıllarda internetin devreye girmesiyle birlikte iletişim de değişti ve buna göre şekillendi. İnternet iletişimi kolay, hızlı, anlık, mekansız ve zamansız hale getirdi. Ayrıca iletişim türleri de sanallığa eklendi. Gerçekten de, video görüşmeleri için çeşitli platformların insanların etkileşim şeklini nasıl değiştirdiğini ve 4 iletişim türünün tek bir etkileşime nasıl dahil edilebileceğini düşünmek yeterlidir. Tüm iletişim türleri birleştirilebilir ve tek bir araçta bulunabilir. Sözlü, sözsüz, yazılı ve görsel, yüz ifadelerinizi kullanırken ekranınızı paylaşabileceğiniz, resim paylaşabileceğiniz ve sohbet yazabileceğiniz tek bir platform kullanılabilir.

İnternetin ortaya çıkışı mesafeleri kısalttı, köprüler kurdu ve sosyal medya aracılığıyla insanlara ses verdi. Sosyal medya ve mobil teknolojiler iletişimin hem tüketilme hem de üretilme şeklini değiştirdi. Gerçekten de her gün sürekli bir bilgi ve veri akışına maruz kalıyoruz. İnsanlar tüketme eylemiyle dijital ürünlerin geleceğini de şekillendiriyor.

Tıkladıkları, aradıkları ve izledikleri şeylere göre veriler toplanır, eğilimleri ve ilgi alanlarını değerlendirmek için kullanılır. Tüketicilerin rolü, üretilen ve piyasaya sürülen şeyleri şekillendirme becerileri nedeniyle üreticilerin de rolü haline geliyor.

Dolayısıyla, ürün veya hizmetlerin oluşturulması için üreticinin iletişim paradigmasındaki değişimleri dikkate alması gerekmektedir:

- Mesajlar kullanıcı odaklıdır;
- Multimedya ve "bilgi sunumu" halkın ilgisini çekmek için büyüleyici olmalıdır;
- Her zaman bağlantıda olduğumuzdan ve iletişimcilerin çokluğu düşünüldüğünde, verileri bilgiye dönüştürme becerisi çok önemlidir. İzleyicileri cezbeden şey, bu verilerin arkasındaki hikayedir.

Daha önce de belirtildiği gibi, çevrimiçi materyal üretme şeklimiz görsel iletişimden önemli ölçüde etkilenmiştir. Sosyal medyanın artan önemi ve akıllı telefonların yaygın kullanımı nedeniyle resimler ve videolar çevrimiçi iletişimin ana biçimleri haline gelmektedir. Bu nedenle malzeme üreticileri, malzemelerine daha fazla görsel bileşen eklemek için yaklaşımlarını değiştirmek zorunda kalmıştır.

Görsel iletişim, bir mesajı görsel olarak ifade etmek ve bir anı, his veya duyguya ilham vermek veya uyandırmak için güçlü bir araçtır. Görsel iletişimin özünde, izleyicilerin değerlerine ve ilgi alanlarına göre onları cezbedecek akılda kalıcı unsurları seçmek yatar. Bu unsurlar metin, simge, şekil, görüntü ve veri görselleştirmelerinin çeşitliliğini ve kombinasyonunu içerebilir.

Görsel iletişim kapsamında önerilen bazı stratejiler şunlardır:

- Veri görselleştirme kullanarak çalışmanızın etkisini gösterme
- Şekiller ve çizgiler kullanarak süreçleri ve akışları ana hatlarıyla belirleme
- Semboller ve simgeler kullanarak daha akılda kalıcı bilgiler oluşturma Görseller ve veriler aracılığıyla hikayeler anlatma
- Önemi göstermek ve dikkat çekmek için renklerden yararlanma

İnternette dolaşan materyalin bolluğu muhteşemdir, ancak içerik üretmenin olası sınırsız kapasitesi, kullanıcıları veya tüketicileri bunalmış, sürekli olarak e-postalar, aramalar, mesajlar ve bildirimlerle kesintiye uğramış, konsantre olamayan veya bir şeyleri kaçırma endişesi içinde bırakabilir. Bu nedenle, günümüzde yeni iletişim, çokluk arasında öne çıkabilecek bir alan bulmaya dayanmaktadır.

Bu süreç korkutucu olabilir, ancak kalabalığın arasından sıyrılmak için kullanılacak bazı ipuçları ve püf noktaları vardır. Kullanıcıların kendilerini bulabilecekleri ve içerik oluşturucunun diğer kullanıcılar tarafından paylaşılan çok sayıda bilgi, web sitesi ve materyal arasından sıyrılabileceği ilgi çekici, özgün içerikler oluşturmak, biraz öz düşünme ve anlayışla basitleştirilebilir.



Her şeyden önce anahtar kelime özgünlüktür. Tanımlanması ve hatta ulaşılması bile kolay değildir. Ancak bireylerin tanımlayıcı ve benzersiz bir özelliğidir. Sizi siz yapan nedir? Özgünlük yalnızca gerçek benliğinizi ortaya çıkarmakla kalmaz, aynı zamanda içerik oluşturucu ile izleyici arasındaki boşluğu da azaltır. Gerçek ve özgün olmak bir hakikat, samimiyet ve yakınlık duygusu getirir.

Aradaki farkı kapatma fikri, "bugünün içerik yaratıcılarını" geleneksel medya ünlülerinden, ulaşamaz yukarıdan aşağıya etki modeliyle ayırmak için işlevseldir.

Özgünlük faktörüne girişimcilik becerisi de eklenmelidir. Başarıya çabalarla ulaşılan ve kendini gerçekleştirmeye giden bir yol olarak görülen sürekli bir öz-emek modeline dayanır. Bu perspektifte, içerik oluşturucu, izleyicilere bir dizi ürün sunarak, ihtiyaçları ve hizmetleri yanıtlayarak kazanan, motivasyonu yüksek bir girişimci olarak hayal edilir.

Sosyal medya, otantik benliğin sergilendiği ve öz girişimciliğin güçlendirildiği sitelerdir. Kamusal ve özel, ticari ve sıradan arasındaki çizgiyi bulanıklaştırırlar. Ancak, özgün ve ilgi çekici içerik oluşturmak, yalnızca "büyük rakamların" istediği şeyler hakkında yazmak, trendleri takip etmek ve "konfor alanının" dışında bir şey yapmak anlamına gelmez

Genellikle, SEO içerik oluşturucuları tarafından "görüntüleme" veya "tıklama" çekmek için kullanılan strateji, anahtar kelime arama hacmini takip eder. Ancak madalyonun diğer yüzü, yüksek hacimli anahtar kelimelere dayalı bir makale oluşturmanın, kitlenizin bu makaleye tıklayacağı anlamına gelmediğini veya makalenizin sosyal medya etkileşimi sağlayacak kadar ilgi çekici, yararlı ve alakalı olduğu anlamına gelmediğini ortaya koymaktadır.

Dahası, ilgi çekici ve özgün içerik bir ihtiyacı yansıtır ve bu ihtiyaca yanıt verir. Burada önerilen, üretilen içeriği bir mekanizmanın parçası ve makinenin kendisi olarak düşünmektir: her şeyden önce makine, mucidi tarafından belirlenen bir ihtiyaca yanıt verir.

Ayrıca, bir dişli, bir vida, bir kablo veya bir makinenin iç parçalarından biri olan parçaları, makinenin çalışmasını sağlar. Bu parçalardan biri olmadan makine kullanışlı değildir, amacına uygun değildir ve kullanıcının hayatını kolaylaştırılmaz. Aynı şekilde, içerik de daha büyük bir resmin parçasıdır; oluşturulması bir ihtiyacın tespiti ve bu cevabı isteyen bir grubun tanımlanmasıyla belirlenmiştir. Son olarak, analiz edilen faktörlere göre bir çözüm sunmaktadır.

Aynı mantığı içerik oluşturma sürecine uygularsanız, materyalinizin belirli bir ihtiyacı/ilgisi olan (mesela bir konudaki becerilerini geliştirmek, eğlenmek, bir konuyu öğrenmek, vb) belirli bir gruba (Mesela öğrenciler, gençler, yaşlılar, belirli bir hobisi olan kişiler, vb) cevap vereceğini göreceksiniz. Böylece, oluşturulan içerik iki taraf arasındaki anlayışa uygun olarak şekillenecektir: bir tarafta kişiliği, kimliği ve uzmanlığıyla içerik oluşturucu; diğer tarafta ihtiyaçları ve beklentileriyle tüketiciler.

İçerik oluşturucunun iletmek istediği mesaja, hedeflenen kitleye ve mevcut kaynaklara bağlı olarak, eldeki format çeşitli ve heterojendir:

1. Blog içeriği: bir web sitesine veya bloga eklenen yazılı makaleler, gönderiler, kılavuzlar ve genel girişler. Eğer tek temalıysa, yazarların uzmanlık alanlarını açıkça gösterir, sektörde güvenilir ve inanılır bir uzman imajı yaratmaya ve tanıtmaya katkıda bulunur.

Bu bağlamda, kullanıcıların beklentilerini veya sorularını toplamak için bazı trendlere bakmak ve farklı kaynaklara danışmak yardımcı olabilir. Bu şekilde, oluşturulan içeriğin hedeflenen kitlenin özel ihtiyaçlarına cevap verme ve ilgi alanlarını yakalama şansı artar. Unutmayın: bir blog bağlılık gösterir ve gerektirir. Yayın düzensiz değil, planlı ve düzenlidir. Tutarlılık çok önemlidir. Dahası, bir blog kendini değerlendirme ve kendine referans verme alanı değildir.

Okuyucu şu durumlarda ilgisini kaybedecektir:

- İçeriğin özü yoksa;
- Benmerkezci bir günlüğe dönüşmüşse
- Aşırı uzunsa
- Çok fazla satış ögesi taşıyorsa

Kaliteye, yanıtlara ve nihayetinde çözümlere odaklanın. Kesin ama özlü olun. Okuyucunun ekranın ve satırların arkasındaki kişinin kim olduğunu keşfetmesine izin verin.



2. Listicles: Adından da anlaşılacağı üzere listeler, liste ile makalenin mükemmel bir karışımı olarak tanımlanabilir. Muhtemelen kullanıcıların çoğu "Yaratıcılığa giden 10 adım...."; "Gençler için en iyi 7 destinasyon"; "Bu 5 adımı izleyerek şirketinizi kurun" gibi makalelerle karşılaşmıştır. Genellikle bir listicle, bir açıklama ile bir dizi resmi kapsar. Erişilebilir, çekici, okunması kolay ve paylaşılan bilgilerde özlüdür.

Bir içerik oluşturucunun unutmaması gereken iki önemli faktör vardır:

1. Listedeki numarayı bir alt başlıkla eşleştirmelidir,
2. Listeler bir giriş ve bir sonuç içermelidir.

İlgi çekici bir liste yazısı oluşturmak için bir yazar şunları göz önünde bulundurmalıdır.

- o Seçilen konunun bir liste için uygun olması,
- o İçeriğin değerli dersler/iyi örnekler/görüntüler içermesi,
- o Gönderilen kavramı veya mesajı açıklığa kavuşturmak için pratik örneklere başvurmalı,
- o Listenin tutarlı olduğundan emin olmalı,
- o Akılda kalıcı bir başlık ve alt başlıklar kullanmalı.

3. E-kitaplar: E-kitapta yer alan içerik daha uzundur ve kitap formatına daha yakındır. İndirilebilir ve çevrimiçi olarak okunabilir (Mesela PDF). Bu anlamda, içerik oluşturucu veya çalışmayı yaptıran kişi, bilgisini göstermek ve kendini bir uzman olarak kabul ettirmek için daha fazla alana sahiptir.

E-kitabın her zaman bir tık uzakta olması, talep üzerine sunulması ve ihtiyaç duyulan bilgiye göre farklı anlarda başvurulabilmesi gibi bazı inkar edilemez faydaları vardır. Bu da e-kitaba uzun süreli bir kullanım sağlar. Web sitenize veya blogunuza ya da oluşturduğunuz diğer içeriklere harici bağlantılar içerebilir. Son olarak, büyüleyici görselliği için çeşitli fırsatları kapsar.

Bazı öneriler şunlardır:

- E-kitabı nasıl geliştireceğinize dair önceden bir planınız olduğundan emin olmak için dikkatli bir araştırmadan sonra konunuzu seçin,
- Sağlamak istediğiniz çözümü veya cevabı ve hedef grubunuzun ilgi alanlarını tanımlayın,
- Görsel unsurları dahil etmek ve sunulan konuya uygun olarak çekici renkler seçin,
- PDF'e dönüştürün.



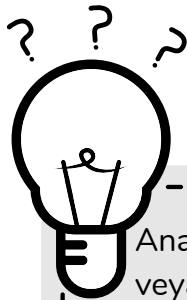
4. Infografikler: Görsel, paylaşılan bilgiyi destekler. Bu format, kullanıcıların gözlerinin önünde genel bir bakışa sahip olmak için kullanışlıdır. Bilgiyi daha eğlenceli, erişilebilir ve anlaşılır hale getirmek için parçalara ayırır. Zorlu kısım, metin ve görüntü/grafik/çizelgeleri koordine etmekten oluşabilir. Eksiksiz bilgi eklemek için dikkatli bir araştırma gerektirir. Bu durumda, kavramları ve bilgileri bölmek ve düzenli bir sunuma sahip olmak için boş alanlar eklemek iyidir. Ayrıca, renkleri akılcıca kullanın (belki de bağlantılar oluşturmak ve kullanıcıları uyarmak için) ve okunması kolay bir yazı tipi kullanın.



5. Videolar: Video oluşturma, formatı veya konusu ne olursa olsun, üreticinin izleyiciyle etkileşime geçmesine yardımcı olacaktır. En çok kullanılan sosyal medya platformlarında video seçeneği bulunmaktadır ancak 24 saatle sınırlıdır. Ancak, bir içerik oluşturucunun çeşitli formatlara, röportajlara, bir şeyin nasıl yapılacağına dair pratik videolara, sahne arkası videolarına, video turlarına vb. başvurabileceği videolar için özel olarak tasarlanmış başka platformlar da vardır.

Bu içeriğin avantajı, yaratıcılığın önemli bir rol oynamasıdır. Ekranlar arasında bir bağlayıcı olarak kusurlara izin verilir. Dezavantajı ise videonun içeriğe uyarlanmasıdır: yapımcı ne kadar profesyonel görünmek isterse, dijital becerilerini o kadar artırması ve videoları kaydetmek için profesyonel platformlara ve araçlara yatırım yapması gerekecektir.

Yeni başlayanlar için bir ipucu, sağlanan içeriğe ve gönderilen mesaja odaklanmak olabilir.

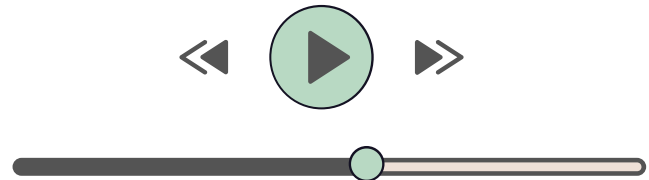


Ana hedef nedir? Video izleyiciyi nasıl geliştirecek veya yardımcı olacak? Sosyal medyada, bloglarda veya web sitelerinde trafik oluşturmak için kısa videolar oluşturduğunuzdan ve bunları farklı platformlarda yayınladığınızdan emin olun.

6. Podcast: röportaj, dost sohbeti veya daha fazla katılımcıyla tartışma olarak şekillendirilebilen sesli bir bölümdür. Ancak asıl önemli olan ortak konuyu belirlemektir. Yapımcının, sonraki bölümleri kapsayabilecek ana konuyu veya şemsiye terimi belirlemesi gerekir. İçerik oluşturucu konuyu seçtikten sonra kendine şu soruyu sormalıdır: Bu podcast nasıl öne çıkacak ve kendini nasıl farklılaştıracak? Bu, içerik oluşturucuya özgünlük ve orijinallik tanımlarına yönelik anahtar sağlayacaktır.

Konu seçimini takip eden ilk adım, birkaç olası bölüm başlığı yazmak olmalıdır. Sonrasında ne olacağına dair önceden bir fikir sahibi olmak önemlidir. Aynı zamanda, nasıl yapılandırılacağına karar vermek de önemlidir: - hedef grup kim (yaş, ilgi alanları, yaşam tarzı, değerler)? - her bölüm ne kadar sürecek (yaklaşık olarak)? ve podcast ne sıklıkla yayınlanacak? - hangi kategoriye giriyor (tarih, eğlence, sinema, doğa, seyahatler, vb.)?

Son olarak, kısa ama ilgi çekici ve hatırlanması kolay bir isim başarı şansını artıracaktır.





Doğru etkileşim için özgün ve ilgi çekici içerik nasıl oluşturulur ve kullanılır?

İçerik

Etki ve faydalar

- **Artan dijital okuryazarlık:** Çevrimiçi içerik oluşturmayı öğrenmek, dijital araçlara ve platformlara aşina olmayı gerektirir; bu da dijital okuryazarlığı ve çevrimiçi dünyada gezinme konusunda güveni artırmaya yardımcı olabilir. İstihdam edilebilirlik şansını artırır ve yeniden kullanılabilen ve farklı bağlamlara ve ihtiyaçlara uyarlanabilen çapraz becerilerin geliştirilmesini sağlar.
- **İletişim becerileri:** İyi bir iletişimci olmak her alanda kilit bir faktördür. Bu beceri, hayatın farklı alanlarında ve deneyimlerinde ilerlemeyi kolaylaştırır. İlgi çekici çevrimiçi içerik oluşturmak, çevrimiçi ve çevrimdışı senaryolara uyarlanabilen açık ve etkili iletişim becerileri gerektirir. Aynı zamanda insanlarla bağlantı kurma ve iyi bir ağ oluşturma becerisini de geliştirir.
- **Yaratıcılığı artırın:** Çevrimiçi içerik geliştirmek, deney, yenilik ve kendi kendine düşünmeye olanak tanıyan ve stres ve can sıkıntısına karşı bir başa çıkma mekanizması olarak problem çözme becerilerini geliştirmeye yardımcı olan son derece yaratıcı bir süreç olabilir.
- **Genişletilmiş kariyer fırsatları:** Dijital bir dünyada, her işin içerik oluşturma ve dijital beceriler gerektiren bir görev veya geliştirme bölümü vardır. İlgi çekici çevrimiçi içeriğin nasıl oluşturulacağını öğrenmek, çeşitli sektörlerde yeni kariyer fırsatlarının önünü açabilir, bağlantılar ve girişimcilik fırsatları yaratabilir.
- **Kişisel markalaşma:** İlgi çekici çevrimiçi içerik oluşturmak, bireylerin bilgilerini ve uzmanlık alanlarını teyit etmelerine ve bir niş referans noktası olmalarına yardımcı olabilir. Kişisel marka, kendimizi alanımızda lider olarak tanıtmamıza yol açar.
- **Topluluk oluşturma:** İlgi çekici çevrimiçi içerik, bir marka veya konu etrafında tutkulu bir bireyler grubu oluşturmaya yardımcı olarak katılımı artırabilir ve hedef kitle ile derin bağlantılar kurabilir.
- **Gelişim için fırsatlar:** Çevrimiçi iletişim kurabilmek, özgün ve ilgi çekici olabilmek, bilgi alışverişinde bulunmak, yeni eğlenceli gerçekler veya beceriler öğrenmek ve farklı bakış açıları veya büyüme fırsatları önerebilecek benzer düşünen insanlarla diyalog başlatmak için yeni fırsatlar getirecektir.

Doğru etkileşim için özđün ve ilgi çekici içerik nasıl oluşturulur ve kullanılır?

İçerik

Sonuçlar

80/20 Pareto İlkesine göre, tüm sonuçların %80'i nedenlerin %20'sinden kaynaklanır. Bu oran; iş dünyasında sonuçların ve başarının %80'inin çabaların %20'sinden kaynaklanacağını vurgulamak için kullanılmıştır. Bu ilke, fırsatlara erişimi ve aynı zamanda dünyayla etkileşimi artırma potansiyeline sahip çapraz bir beceriyi temsil ettiği düşünöldüğünde, ilgi çekici içerik oluşturma ile ilgili beceriler alanına da uygulanabilir.

İçerik oluşturma becerilerinin eksikliği, gençlerin dijital dünya ile etkileşime geçme ve sunduğu fırsatlardan yararlanma becerilerini olumsuz etkileyebilir. Gençlerin topluma aktif olarak katılabilmeleri, günümüzün dijital ortamında başarılı olabilmeleri ve piyasada rekabet şanslarını artırabilmeleri için bu becerileri geliştirmeleri önemlidir. Sonuçlar arasında şunlar yer almaktadır:

- **İstihdam edilebilirlik fırsatlarının azalması:** İçerik oluşturma becerileri, işe alım personeli ve şirketler tarafından aranan bir dizi yetenek arasında giderek daha önemli hale gelmektedir. Bu beceriler olmadan, gençler daha iyi bir iş bulma şanslarının azaldığını görebilir ve sonuç olarak iş piyasasındaki rekabet güçleri azalabilir.
- **Kendini ifade etmeyi engelleme:** İnternette ilgi çekici içerik oluşturup paylaşabilmek gençler için güçlü bir kendini ifade etme biçimidir. Dahası, benzer düşünen insanları bir araya getirerek diyalog, eleştirel düşünme ve sorun çözme becerilerini geliştirir.
- **Dijital medya farkındalığıyla etkileşim kurma yeteneğinde azalma:** içerik oluşturma becerilerinin eksikliği, gençlerin dijital ortamlarda veya ihtiyaç duyulan faaliyetlerde genel anlayış, farkındalık ve aktif katılımını engellemektedir. Ayrıca, kullanımından faydalanma becerisini tehlikeye atmakta ve çevrimiçi içerik ve tehlikelere karşı bilinç eksikliğine neden olabilmektedir.



- **Dijital girişimcilik için fırsatların azalması:** Bir iş kurmayı düşünüyorsanız, çevrimiçi varlığınızı oluşturmak ve müşterilerle doğrudan etkileşim kurmak için çevrimiçi ortamda ilgi çekici içerik oluşturabilmek çok önemlidir. Çevrimiçi ve çevrimdışı arasında bir köprü oluşturarak üretici ve kullanıcıyı yakınlaştırır, makine-pasif etkileşiminin ötesinde insanlık duygusunu korur.
- **Çevrimiçi topluluklara katkıda bulunma becerisinin sınırlı olması:** Yüz yüze dünya gibi dijital dünya da kendi topluluklarını geliştirmiştir. Çevrimiçi iletişim kurabilmek, gençlerin bilgi ve uzmanlıklarını paylaşırken çevrimiçi topluluklara katılmaları, katkıda bulunmaları ve ait olmaları için güçlü bir yol olabilir. Bu beceriler olmadan, çevrimiçi sohbetlere katılmaları ve topluluklarının kolektif bilgisine katkıda bulunmaları daha az mümkün olabilir.



Doğru etkileşim için özgün ve ilgi çekici içerik nasıl oluşturulur ve kullanılır?

Bu beceri nasıl geliştirilir?

Kullanılan platforma göre, içerik oluşturucunun deneyimini ve temsilini yeniden düşünün ve yeniden uyarlayın. Platformların sürekli değişen özellikleri nedeniyle, içerik oluşturucunun olası değişiklikleri takip etmesi ve bunları kendi avantajına nasıl kullanacağını bilmesi gerekir.

İçerik oluşturucuların hedefleri, yaşadıkları aşamaya göre değişebilir: öncelikle kimlik oluşturma ve temsil ile ilgilenmekten, yapısal bir değişiklik meydana geldikçe veya yeni trendler ortaya çıktıkça platformun yeni fırsatlarıyla ilgilenmeye kadar. Bu durum, bir içerik oluşturucunun içeriğini çevrimiçi olarak "satma" (gerçek ve mecazi anlamıyla) veya pazarlama şeklini şekillendirir. Gerçekten de platformların, özelliklerin ve algoritmik yapılandırmaların geliştirilmesi çok önemli bir rol oynar. İçeriğin nasıl oluşturulduğunu, şekillendirildiğini ve platforma ve kitleye nasıl uyarlandığını etkiler.

Bu da yapı ile ilerlemenin neden önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Aşağıdaki satırlar, bir içerik oluşturucunun özgün ve ilgi çekici çevrimiçi içerik oluşturmak için yerine getirmesi gereken yapı ve becerileri tanımlayacaktır.

Öncelikle başlangıç noktası ana fikrin tanımlanmasından oluşur. İçerik oluşturma, içerik üretme süreci olduğu için ilgi alanını belirlemek esastır. Dolayısıyla içerik oluşturucuların kendilerine sorması gereken soru şudur: Ne hakkında yazmak istiyorum? Uzmanlık alanım ya da en çok katkıda bulunabileceğim konu nedir?

İçerik oluşturma sürecine doğru yola çıkarken, sunulan içerikte bir açı ve bakış açısı seçmek "ürününüzü" bir diğerinden farklılaştıracaktır.

Yalnızca bir açıklama veya statik veri eklemek, içeriğinizin ortaya çıkmasını sağlamaz. İnternetin içerik ve verilerle dolup taşıdığı düşünüldeğünde, bir içerik oluşturucunun hazırladığı materyale değer katması, yeni ve taze bir bakış açısı getirmesi gerekir. İçerik bir sunum değildir, aslında kullanıcıları zenginleştiren, tanıtım ve kendini beğendirme içeriğinin ötesine geçen kaliteli bilgidir.

Ne hakkında yazmak istiyorum? Uzmanlık alanım veya en çok katkıda bulunabileceğim konu nedir?

Ana fikri belirledikten sonra sıra çevrenizi incelemeye gelir. Bir içerik oluşturucu farklı faktörleri analiz etmelidir:

- **Rekabet:** Rakipleriniz kimler? Uzmanların veya ünlü içerik oluşturucuların neler ürettiğine bakmak, içerik oluşturucuya iki önemli bilgi sağlayacaktır: ne yapmalı ve ne yapmamalı. Bu şekilde, üretilen içerik bir başkasının kopyası olmayacak, içeriğinizi nasıl yapılandıracağınız, hedef kitlenizle nasıl konuşacağınız ve görsel ve içerik açısından nelerin çekici olduğu konusunda rehberlik ve ilham sağlayacaktır.
- **Kaynaklar:** Rakipler arasında zirveye çıkmak aynı zamanda hangi kaynakların halihazırda kullanıldığını gösterecek ve bir içerik oluşturucunun hangi kaynaklara ihtiyaç duyacağını düşünmeye başlayacaktır. Bu tanım sadece ekonomik kısmı değil, mesela araçlar, zaman ve içeriğinizin kalitesi için kullanışlı olabilecek ek kaynakları da kapsayacaktır.
- **Trendler:** Alandaki güncel trendler nelerdir? İnternette yapılacak hızlı bir araştırma, güncel konuların neler olduğunu gösterecek ve bir içerik oluşturucunun dahil olabileceği alanların belirlenmesine ve fırsatların tespit edilmesine yardımcı olacaktır.
- **Platformlar:** İçerik oluşturucunun izleyicilerin ilgisini çekmesine ve onlarla daha iyi iletişim kurmasına yardımcı olacak en uygun platform hangisidir? Hangi platform içerik oluşturucunun mesajını en iyi şekilde iletmesine yardımcı olacaktır?

Bu aşamada, bir içerik oluşturucu bir anahtar kelime planlayıcısına başvurmayı faydalı bulabilir. Bu araç ücretsizdir ve Google tarafından sunulmaktadır. Bu araç sayesinde içerik oluşturucu, işletmesiyle ilgili anahtar kelimeleri keşfedebilir ve izleyebilir. Bir kelimenin ne sıklıkla arandığını ve konuyla ilgili farklı seçeneklerin neler olduğunu görmek mümkündür.

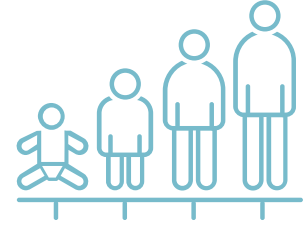
İçeriğin daha ilgi çekici olması için içerik oluşturucunun kime hitap ettiğini belirlemek ve öğrenmek de çok önemlidir. Hedef kitlenin belirlenmesi, fikrin tanımlanmasına ve içeriğin geliştirilip şekillendirilmesine katkıda bulunacaktır. Bu şekilde içerik oluşturucu, hedef kitlenin ihtiyaçlarını karşılama, kitlenin ilgisini çekecek ve platformda trafik yaratacak özgün içerikler oluşturma şansını artırır.

Ayrıca, hedef kitlenin belirlenmesi de platform seçiminde yardımcı olacaktır: mesela, e-ticaret TikTok ve Instagram'da özellikle başarılı görünmektedir.



Bu konuda dikkat edilmesi gerekenler önemli unsurlar şunlardır:

- Yaş
- Eğitim
- Coğrafi Konum
- Gelir Düzeyi
- İlgi Alanları



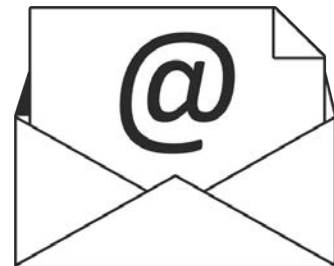
Bu aşama, hedef kitlenizin potansiyel bir profilini oluşturmanıza yardımcı olacak ve sonuç olarak bir içerik planı taslağını destekleyecektir. Aslında, bir web sitesine veya sosyal medyaya uygulanan Google Analytics, içerik oluşturucuya kitleyi tanımak ve hangi içeriğin onlar için daha ilgi çekici olduğu konusunda yararlı bilgiler sağlayacaktır.



Artık hedef kitle belli olduğuna göre, platformun eğilimlerini ve performanslarını ölçmek için hedefler belirlemekte fayda var. Bu yeni aşama hedeflerin belirlenmesinden oluşur. Bu iki husus netleştikten sonra, performansı nasıl ve ne şekilde ölçeceğinize karar verme zamanı gelir.

Mesela:

- Web sitesi trafiği,
- Belirli bir zaman diliminde yeni "müşteri" sayısı,
- Katılım,
- E-posta aboneliği,





Bu noktada, hedeflerinizi **SMART** metodolojisine göre düşünmek faydalı olacaktır.

Bu kısaltma;

Spesifik, Ölçülebilir, Başarılabilir, Gerçekçi ve Zamana Bağlı
anlamına gelmektedir.

Specific Spesifik	İyi tanımlanmış ve kesin	5N1K Kuralı - Kimler dahil? - Nihai kesin hedef nedir ? - Bu hedefi neden belirlediniz? - Bu hedefe nasıl ulaşılabilecek? - Bu hedefe nerede ulaşılabilecek? - Bu hedefe ne zaman ulaşmak istiyorsunuz?
Measurable Ölçülebilir	Hedefe doğru ilerlemeyi veya duraklamayı takip edecek kriterlerin oluşturulması	Ne kadar? Ne kadar hızlı? Ne sıklıkta? Hangi miktarda? Nasıl ölçüyorsunuz?
Achievable Başarılabilir	Zorlu ancak pragmatik ve makul bir hedef	Uygulanabilir mi? Kaynaklara sahip miyim? Eğer yoksa, ne eksik?
Realistic Gerçekçi	Ulaşmak istediğiniz ana hedefle ilgili ve sonuç odaklı, gerçekçi ve ilgili hedefler	"Zaman, mekan, para ve diğer faktörlerin sınırlamaları veya dikkate alınması göz önünde bulundurulduğunda hedefler gerçekçi mi?
Timely Zamana Bağlı	Tamamlanması için bir zaman çizelgesi ve son tarihler vardır	Son tarih ne zaman? Ne zamana kadar gerçekleştirmeyi planlıyorum?

Daha sonra, hedeflere ulaşılmasını sağlamak, izleyicilerle etkileşim kurmak ve sevecen kullanıcılardan oluşan bir kamuoyu oluşturmak için bir içerik stratejisi oluşturmak gerekli hale gelecektir.

Muhtemelen, bir içerik oluşturucunun yepyeni bir şey oluşturmak için zamanının tükendiği zamanlar olacaktır, ancak bu, bir blog veya platformun zaten bazı yayınları olduğunda gerçekleşebilir. Bu nedenle, bir içerik planına sahip olmak zaman yönetimini kolaylaştıracak ve ne üretileceği fikrini düzenleyecektir. Bu, zaman kazandıran bir stratejidir ve yazar tikanıklığı ortaya çıktığında yaratıcılık için hayat kurtarıcıdır.

Elbette, bir içerik oluşturucu, oluşturmaya yardımcı olması için yapay zeka araçlarına başvurabilir; ancak kullanıcı tarafından oluşturulan içerikten yararlanmak iyi bir seçenek olabilir. Her durumda, gelişimine rehberlik edebilecek bazı kilit noktalar vardır, mesela:

- Formatınız nedir? Mesajınızı nasıl şekillendireceksiniz?
- Mesajınız nedir?
- Hedef kitleniz kim?



Ayrıca, 6 veya 12 aylık bir plan, platformun yönünü göstermeye ve izleyicileri bilgilendirmeye yardımcı olacak, onları haberdar edecek ve yayınlara karşı sevgi beslemelerini sağlayacaktır. Bu şekilde, bir içerik oluşturucu, son dakika teslim tarihlerinin baskısı olmadan içeriği deneme ve çeşitlendirme şansına sahip olacaktır.

Son olarak, oluşturulan içeriğin tanıtılması gerekir. Bir tanıtım stratejisi bulmak ve oluşturmak da çabalarınızın tatmin edici bir şekilde sonuçlanması için başarılı bileşenlerden biridir.

Bir içerik oluşturucu; uzmanlık alanını, hedef kitlesini, amacını ve içerik planını tanımladıktan sonra, aşağıdaki adımlar, özgünlüğünüzü kaybetmeden kitlenin ilgisini çekerek çevrimiçi ortamda nasıl ilgi çekici içerik oluşturulacağına dair ipuçlarının ve püf noktalarının bir parçasıdır:

1. Bağlanın: İlgili influencer'ları, uzmanları ve trend yazarları bulabilir ve onlarla etkileşime geçebilirsiniz. Onlarla bağlantı kurabilmek, yeni kullanıcıları çekmek ve platformunuzda trafik oluşturmak için kendi avantajınıza çalışacaktır.



80/20 Pareto İlkesine göre, zamanınızın %20'sini içerik oluşturmaya, %80'ini ise tanıtıma ayırmalısınız.



2. Görsel olun: görsel iletişim yeni kullanıcıları çekmede önemli bir rol oynar. Resimler, videolar, grafikler, logolar ve her türlü görsel malzemenin sadece dikkat çekmek için değil, aynı zamanda erişilebilirliği kolaylaştırmak ve sunulan malzemenin meyvesini almak, mesajı güçlendirmek veya geliştirmek için de göz alıcı olması gerekir.

3. Kalite önemlidir: tutkulu okuyucu ve kullanıcılardan oluşan sadık bir niş oluşturmayı hedefleyen iyi bir içerik oluşturucu "nicelikten çok nitelik" kuralına göre yaşamalıdır. Acele etmeyin: hatalar ve yanlışlıklar içeren bir gönderi, video veya makale, uzmanlık düzeyi, tutku eksikliği ve platforma bağlılık konusunda yanlış bir mesaj iletecektir.

4. Paylaşmak önemsemektir: ipuçlarını ve püf noktalarını ve bilginizi paylaşmak, içerik oluşturucu ile halk arasında bir ilişki kuracaktır. Aynı zamanda kullanıcılar için ekranın arkasındaki kişiyi tanımanın bir yolunu oluşturur ve prestijinizi artırmaya katkıda bulunur.

5. İnsanlık: Karma yaşamların olduğu dijital bir dünyada, birçok kullanıcı doğru ile yanlış, gerçek ile yapay olanı, çevrimiçi ile çevrimdışı olanı ayırt etmekte zorlanmaktadır. İnsanlık özelliklerini göstermek, iki dünya arasındaki bazı boşlukları azaltacak ve kullanıcıların sunulan içerikle ilişki kurmasına yardımcı olacaktır. Çevrimiçi ortamda ilgi çekici ve özgün içerik, halkla etkileşim kurarken içerik oluşturucunun özgünlüğünü ve gerçekliğini koruyan bir içerik türüdür. Ama nasıl? İlişkilendirilebilir olmak, ulaşılabilir olmak, arkadaş canlısı olmak.

Tonunuz ve tarzınız, hitap ettiğiniz hedef kitleye ve oluşturulan içeriğe uygun olmalıdır.



6. Etkileşim: Kullanıcılarınızı katılmaya, etkileşime geçmeye ve cevap vermeye davet edin. Mesela, kitlenizle etkileşime geçerek oy vermelerini, yaymalarını, yorum bırakmalarını yorum yapabilir veya soru sorabilirsiniz. Harika etkileşimler, doğrudan kullanıcılara atıfta bulunarak ve onların görüş veya önerilerini sorarak başlayabilir. Bu yalnızca trafiği köprülemek ve artırmakla kalmayacak, aynı zamanda içerik oluşturucunun hangi konuların kitle için daha "tetikleyici" olduğunu değerlendirmesine de yardımcı olacaktır. Etkileşim, platformunuz için gönderilere veya daha fazla içeriğe dönüştürülebilir düşünceler için yiyecek üretebilir.

7. İçeriğinizin kolay paylaşılabilir olduğundan emin olun: Bu değerlendirme, içerik oluşturucunun kullanmak istediği platformun seçim aşamasında yapılmalıdır. Mesela, bir video kanalı oluşturuyorsanız, bir kullanıcının içeriğin ön izlemesindeki mesajı kolayca paylaşabileceğinden ve iletebileceğinden emin olmanız gerekir. Eğer bu süreç daha fazla adım, detaylandırma ya da bazı değişiklikler gerektiriyorsa, bu, içeriğin hızla değişen ve kaynakları bol olan çevrimiçi dünyada kullanıcıların büyük bir kısmı için cesaret kırıcı olabileceği anlamına gelir.



Doğru etkileşim için özgün ve ilgi çekici içerik nasıl oluşturulur ve kullanılır?

Uygulamalı Eğitim-1: Birlikte yapmak

Süre : 2 saat (30 dakika açıklama ve giriş + 1 saat 30 dakika geliştirme)

Hedefler : İçerik oluşturmanın ilk adımlarını atmakta olan veya erişilebilirliklerini artırmak isteyen katılımcılar arasında beyin fırtınasını teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Bu eğitim sayesinde katılımcılar, yukarıda belirtilen ana adımlar aracılığıyla çevrimiçi içerik oluşturmalarını nasıl tanımlayacakları konusunda faydalı bilgiler edineceklerdir.

Malzemeler : Bilgisayar ve internet bağlantısı

Faaliyetler :

- Katılımcıları en fazla 4'er kişilik gruplara ayırın ve aşağıdakileri tanımlamalarını isteyin:
 - Hangi konu üzerinde çalışmak istedikleri (seyahatler, günümüz sorunları, hobiler, vb. konu kısa ve öz olmalıdır)
 - Potansiyel hedef kitleyi tanımlayın (yaş, eğitim, coğrafi konum, ilgi alanları) Kullanmak istedikleri bir platform ve format (videolar, resimler grafikler ve metin vb.) tanımlayın.
- Son olarak, tasavvur ettikleri şeyin bir taslağını hazırlayacaklardır (mesela, bir blog hayal ettilerse, vurgular, bölümler, renkler, yazı tipi, resim veya ek kaynaklar için alan içeren bir Word belgesi).

Değerlendirme:

Her grup çalışmasını sunduktan sonra değerlendirme iki aşamadan oluşabilir: ilk aşamada gruplar öneri ve geri bildirimde bulunacaktır. İkinci olarak, kolaylaştırıcı karar verme süreci, görsellik, içerik ve geliştirilebilecek stratejiler hakkında gözlem yapmalı ve geri bildirimde bulunmalıdır.

Doğru etkileşim için özgün ve ilgi çekici içerik nasıl oluşturulur ve kullanılır?

Uygulamalı Eğitim-2: Örgütlenme ve büyüme (Plan - Yönetim)

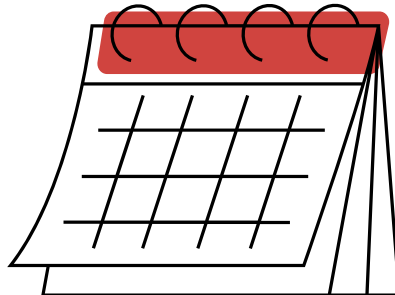
Süre : 1:30 saat (30 dakika açıklama ve giriş + 1 saat geliştirme)

Hedefler : Eğitim; Katılımcıların yaratıcılığını ve farklı iletişim araçlarına uyum sağlama becerisini teşvik etmek ve çalışmayı önceden planlamak için çevrimiçi olarak oluşturulabilecek çeşitli içerikler üzerinde düşünmeyi amaçlamaktadır.

Malzemeler : Bilgisayar, İnternet bağlantısı, Takvim

Faaliyetler :

- Sınıfın büyüklüğüne göre, kolaylaştırıcı atölye çalışmasını gruplar halinde veya gruplara ayırmadan uygulamaya karar verebilir. Kullanılan platformun (Youtube, Snapchat, Blog, Instagram, vb.) yazılı olduğu bir takvim verilecektir. Katılımcıların yarısının başlayabilmesi için 1 veya 2 kopya yazdırın.
- Bir takvim yayını (her hafta, 2 haftada bir veya aylık - verilen sayfalara göre) ve bir zamanlayıcı ayarlayın. Her 2 dakikada bir kağıda yazan kişi kağıdı yanındaki katılımcıya vermelidir. Her katılımcı, kağıda ilk yazan katılımcı tarafından önerilen ana fikirle ilgili bir içerik fikri sunacaktır.



- **Kural:** iki içerikten sonra sadece 1 pas ve 1 yoruma izin verilir.
- **Örnek:** Eğer ilk katılımcı Youtube takvimine "seyahatler" konusunu yazmışsa, ikinci katılımcı konuyla ilgili bir içerik örneği önerebilir (mesela Berlin seyahatimin video yayını; yemek turizmi; X ülkesindeki komik gelenekler vb.) Üçüncüsü başka bir konu önerebilir ve dördüncünün yaratıcılığı tükenirse, bir sonraki katılımcıların bir içerik fikri yazması gereken bir yorum yazabilir.
- İçerik çeşitlilik göstermelidir.



Değerlendirme:

Etkinliğin sonunda, kolaylaştırıcı nihai sonucu sınıfta dolaştırmak için 15 dakika ek süre verir. Ardından, katılımcıları duygularını ifade etmeye ve karşılaştıkları zorluklar ya da ilginç fikirler varsa bunları dile getirmeye teşvik eder. Ek olarak, katılımcıları önerilen içerik üzerinde düşünmeye davet edin: bu içerik trendlere ve çevreye genel bir bakış sağlayacaktır (yukarıda bahsedilen "çevreyi inceleme" aşaması).

Buradaki fikir, zaman kısıtlamaları arasında ve aynı zamanda izleyicilerin katılımını sağlamak için son teslim tarihlerine uyma baskısı altında takvimin planlanması üzerine düşündürmektedir.



Doğru etkileşim için özgün ve ilgi çekici içerik nasıl oluşturulur ve kullanılır?

Sonuçlar

Ünite en yaygın çevrimiçi içerik türlerine genel bir bakış ve kullanıcıların dikkatini çekmek için püf noktaları ve ipuçları sundu. Bu konuya ilgi duyan ve dahil olan gençlerle uygulanacak, aynı zamanda kendi kendine öğrenmeye de uyarlanabilecek iki uygulamalı eğitim içeriyordu.

Sonuç olarak, çevrimiçi ortamda özgün ve orijinal içerik oluşturulması, becerilerin (iletişim, organizasyon, eleştirel düşünme ve özellikle dijital) ve stratejilerin (konu tanımlamasından hedeflerin belirlenmesine, stratejiye ve platform kullanımına karar vermeye kadar) bir kombinasyonunu gerektirir. İçerik oluşturma süreci sadece yazı yazmak, fotoğraf çekmek veya bir dizi görüntüden ibaret değildir. Kitlenizi, ihtiyaçlarını ve beklentilerini analiz etme ve anlama aşamasının yanı sıra çevre taraması, hedef belirleme ve strateji de gerektirir.

- İlgi çekici içerik oluşturmanın en önemli aşamalarından biri, fikrinizi ve en iyi şekilde nasıl iletişim kurabileceğinizi tanımlamaktır. Bu ilk aşamada, içerik oluşturucunun ne hakkında, nasıl (hangi formatta) ve ardından hangi platformda konuşmak istediğini tanımlaması gerekir. Bu aşamada bir çevre taraması yaparak fikrinizin başarı şansını tanımlamak ve değerlendirmek mümkündür.
- Unutmayın: özgünlük ve orijinallik esasen girişimcilik becerileri ve akıl ile birleşir.
- Bir diğer önemli beceri de farklı sosyal medya platformlarının nüanslarını anlamaktır. Her platformun kendine özgü bir kitlesi, formatı ve tarzı vardır ve içeriğin bu faktörlere göre uyarlanması gerekir.
- Gerçekten de, bir blog (kesin bir uzmanlık alanını gösteren), bir listicle (kullanıcılara yardımcı olmak, tavsiyelerde bulunmak veya yol göstermek), e-kitaplar (her zaman kullanılabilir, kullanıcılardan sadece bir tık uzakta), infografikler (dikkat çekmek ve sınırlı bir alanda bir mesaj iletmek için), videolar ve podcast yazmak isteyip istemediğinizi seçmeniz gerekebilir.

- Şunları yapmayı unutmayın: bağlantı kurun (daha fazla görünürlük elde etmek ve içeriğinizi mükemmelleştirmek için alanınızdaki diğer uzmanlarla veya etkileyicilerle); görsel olun (görsel iletişim, resimler, renkler aracılığıyla dikkat çekin); kaliteye öncelik verin (kullanıcılar hataları veya yanlışlıkları fark edecek ve çevrimiçi itibarınızı lekeleyecektir); paylaşmak önemsemektir (hedef kitlenizle onlara yardımcı olabilecek ipuçları hakkında konuşun ve paylaşın); İnsanlık (tüm dijital dünyanın arasında insan gibi hissetmek hem size hem de hedef kitlenize iyi gelir ve yakınlık hissi yaratır); etkileşim (topluluğunuzla etkileşime geçin, sorular sorun, onları platformunuza aktif olarak katılmaya davet edin); paylaşılması kolay içerikler oluşturun (çevrimiçi dünya hızlı bir ortamdır. Eğer bir kayıt, bağlantılar üzerinde bağlantılar ve açılıp kapanacak farklı sekmeler varsa, kullanıcılar sabırlarını ve ilgilerini kaybedeceklerdir. Hızlı ve kolay olun).

Son olarak, ilgi çekici içerik oluşturmak sürekli deneme ve analiz gerektirir. Bazen kullanıcılarınızdan veya etkileşimlerden yeni fikirler elde edersiniz. Diğer zamanlarda, görünümünüzü yenilemeniz ve yeni bir şeyler denemeniz, farklı formatları ve stratejileri test etmeniz ve ilerlemenizi izlemeniz gerekecektir.

Sürekli öğrenerek ve analiz ederek her zaman gelişebilir, büyüyebilir ve zaman içinde sadık bir kitle oluşturabilirsiniz.





Doğru etkileşim için özgün ve ilgi çekici içerik nasıl oluşturulur ve kullanılır?

Kaynaklar

A. Arriagada, & F. Ibáñez, (2020). "You Need At Least One Picture Daily, if Not, You're Dead": Content Creators and Platform Evolution in the Social Media Ecology. Social Media + Society, 6(3). **"Her Gün En Az Bir Fotoğrafa İhtiyacınız Var, Yoksa Ölürsünüz"**

A. Hussain (2022), How to Create an Ebook From Start to Finish [Free Ebook Templates], HubSpot - <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-create-an-ebook-free-templates>

Corporate Finance Institute (2023), SMART Goals - Specific, Measurable, Attainable, Realistic, Timely.

D. Bagley (2020), Why Authentic Content Attracts an Audience (and Backlinks), Page One Power - <https://www.pageonepower.com/linkarati/why-authentic-content-attracts-audience-backlinks> **"Özgün İçerik Neden Kitleleri (ve Backlinkleri) Çeker"**

D. Ezell, How To Use Visual Communication and Why It Matters, TechSmith

"Görsel İletişim Nasıl Kullanılır ve Neden Önemlidir"

<https://www.techsmith.com/blog/why-visual-communication-matters/#:~:text=Visual%20communication%20is%20the%20practice,motivates%2C%20and%20engages%20the%20viewer.>

M. Roshong (2019), Communicating in the digital age, SF Strategic Finance.

"Dijital çağda iletişim kurmak"

<https://sfmagazine.com/articles/2019/october/communicating-in-the-digital-age/>

T. Ryyänen, T. Hyryläinen (2018), Digitalisation of Consumption and Digital Humanities - Development Trajectories and Challenges for the Future, Ruralia Institute, University of Helsinki, Finland.

"Tüketimin Dijitalleşmesi ve Dijital Beşeri Bilimler -Gelişim Yörüngeleri ve Geleceğe Yönelik Zorluklar"

S. Rogers(2019), The Role of the Technology in the Evolution of Communication, Forbes.

"İletişimin Evriminde Teknolojinin Rolü"

<https://www.forbes.com/sites/solrogers/2019/10/15/the-role-of-technology-in-the-evolution-of-communication/?sh=3854715c493b>

K. Floyd (2011). Interpersonal communication. McGraw-Hill Education.

"Kişilerarası iletişim"

Learn how to create social media content with a social content plan.

Business Gateway, Digital Boost, Producing engaging content guide.

"Bir sosyal içerik planı ile sosyal medya içeriğinin nasıl oluşturulacağını öğrenin."

<https://mailchimp.com/resources/top-12-types-of-social-media-content-to-create/>



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



ÜNİTE IV

ÇEVİRİMİÇİ KAYNAKLARIN DÜZENLENMESİ VE PAYLAŞILMASI İÇİN SANAL EKİP ÇALIŞMASI NASIL KURULUR?



R3: DİJİTAL BECERİ GELİŞTİRME REHBERİ

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996



Çevrimiçi kaynakların düzenlenmesi ve paylaşılması için sanal ekip çalışması nasıl kurulur?

Euronet (İtalya) tarafından geliştirilmiştir.

Giriş

Uzaktan çalışma ve hibrit çalışma hiç bu dönemde olduğu kadar duyulmamıştı; bu durum, çalışma grubunun uyumunu kaybetmemek veya en azından güçlendirmek için kişinin şirket gerçekliğiyle temasını sürdürme ihtiyacıyla ve elbette NEET'ler için yeni bir iş bulma yolunu keşfetme şansı ile ilişkilendirildi.

O halde çözüm sanal ekip çalışmasında bulunuyor gibi görünüyor, ancak tam olarak neden bahsediyoruz?

Uzaktan çalışma daha da gelişmeye aday bir modeldir ve tam da bu nedenle, meslektaşlar arasında doğru dengenin ve diyalogun sürdürülmesini sağlamak çok önemlidir.



Bir şirketin çalışanları ve yöneticileri arasında uzaktan bağlantılar oluşturmak, ekip içinde daha fazla üretkenlik ve işbirliğini garanti eder ve kaçınılmaz olarak bir grubun tüm üyelerinin güven ve memnuniyetine dayalı olarak daha güçlü ilişkilerin geliştirilmesini destekler.

Sanal ekip kurma etkinlikleri, aslında, çevrimiçi platformların kullanımı sayesinde, tam olarak bu amaca sahiptir: iletişimi ve tüm katılımcıların çalışma kalitesini artırmak için ekip içindeki kişisel bağlantıları teşvik etmek.

Fiziksel mesafenin mutlaka iş bireyselliğine dönüşmesi gerekmediğini anladıktan sonra, çalışma grubunda hiçbir zaman fikir alışverişi ve diyalog anlarının eksik olmaması için kendinizi adanmanız çok önemlidir.

Çevrimiçi kaynakların düzenlenmesi ve paylaşılması için sanal ekip çalışması nasıl kurulur?

Öğrenme Çıktıları:

Bu ünitenin sonunda şu becerileri kazanabileceksiniz:

- İşbirliğinin kolaylaştırılması - daha basit çalışma yöntemleri ve etkili sanal toplantılar
- Teknoloji aracılığıyla iletişim kurarken ekip üyelerinin katılımını sağlayan bir iletişim temposu oluşturma
- Uzaktan güven yaratmak ve güven, yetkilendirme ve kontrolü dengelemek
- Uzaktan topluluk ve görünürlük oluşturma
- Üretkenliği sürdürülebilir refah ve dayanıklılık ile dengelemek
- Uzaktan çalışırken yaratıcılığınızı korumak.



Çevrimiçi kaynakların düzenlenmesi ve paylaşılması için sanal ekip çalışması nasıl kurulur?

Sanal Ekip Oluşturma

İçinde yaşadığımız sosyal bağlamda, farklı coğrafi bölgelerde ofisleri bulunan büyük şirketlerin er ya da geç uzaktan çalışma modeline ihtiyaç duyması kaçınılmazdır.

Peki ama fiziksel olarak uzakta olan meslektaşlar arasındaki grup ve işbirliği duygusunu nasıl canlı tutabilirsiniz? Evden çalışmanın artıları ve eksileri vardır: bir yandan bu, ofise ulaşmak için bitmek bilmeyen trafik saatlerine veya günün son trenine yetişmek için çaresizce koşuşturmaya veda etmek anlamına geliyorsa ve yaşam kalitesinde belirgin bir iyileşme sağlıyorsa; da öte yandan, meslektaşlar arasındaki duygusal mesafe, bir kahve molası sırasında o bilgi alışveriş anlarının yokluğu anlamına da gelir ve bu da izolasyona ve yalnızlık hissine dönüşebilir.

Sanal ekip oluşturmaya başvurmak, insan teması olmamasına rağmen sosyal bağlar kurmayı ve stratejik ve üretken bir şekilde birlikte çalışmayı başaran insanlar arasındaki etkileşimi teşvik etmede çok yardımcı olabilir.

Bu nedenle, geleneksel yöntem alternatif bir yöntem olan sanal ekip kurma, uzaktan çalışmayı teşvik etmek, faaliyetlerin delegasyonunu daha verimli hale getirmek ve çalışanların kendilerini daha bağlı, takdir edilmiş ve motive hissetmelerini sağlamak için etkili bir araçtır.

Ancak son dönemde olduğu gibi, muhtemelen temas ve fiziksel varlık gerektiren deneyimleri tercih etme eğilimi nedeniyle, sanal ekip oluşturma çok fazla dikkate alınmamıştır; ancak, çoğu zaman olduğu gibi, tam da zorunluluk durumlarında, kriz geçtikten sonra bile zaman içinde işlev görmeye mahkum olan yeni fırsatlar için temeller oluşturulur.



Geleneksel yaklaşımdan farklı bir yaklaşımla, uzaktan ekip kurma, her üyenin evinden, masasından, bilgisayarının başından katılması ile karakterize edilir!

Olumlu bir çalışma ortamı yaratmayı ve tüm meslektaşlar arasındaki iletişimi bir ekranın arkasında bile sürdürmeyi amaçlayan bu tür bir işe başlamak için güncel teknolojiyi kullanmak gereklidir.

Bu nedenle toplantılar için bir web platformuna bağlanmak ve ekibin geri kalanıyla bağlantı kurmak gerekecektir. Ekip kurma etkinliği aslında farklı formatlarda önerilebilir ve başarı için şüphesiz her bir deneyimin zamanlamasını ve bireysel katılımcıların müdahalelerini koordine edebilecek uzman bir profesyonelin yönetimini gerektirecektir.





Çevrimiçi kaynakların düzenlenmesi ve paylaşılması için sanal ekip çalışması nasıl kurulur?

Etki ve faydalar

İşbirliği ve paylaşım anlarını uzaktan yeniden oluşturmak gerçekten etkili mi? Evet!

Sosyalleşmekten vazgeçmek zordur, tıpkı kendinizi kim bilir nerede bulunan meslektaşlarınızla bir iş projesi yürütmek zorunda bulduğunuzda sağlam güven bağları oluşturmanın karmaşık olması gibi.

Bu anlamda, çevrimiçi ekip kurma, sanal bir ekibin ekip ruhunu artırmak için önemli bir fırsattır.

Sanal ekip oluşturmanın bazı önemli faydalarını görelim:

Çalışma gruplarına yenilik, üretkenlik ve verimlilik için işbirliği yapma imkanı sunar.

Farklı seviyelerde de olsa çeşitli üyeler arasında bir güven ortamı yaratır.

İlişkileri güçlendirir ve çalışan memnuniyetini artırır.

Katılımcıların yaratıcılığını ve hayal gücünü harekete geçirir, çalışma saatleri boyunca insan bağlantısının yokluğundan kaynaklanan stresi azaltır.

Bir ekip kültürünün oluşmasına yardımcı olur.



Çevrimiçi kaynakların düzenlenmesi ve paylaşılması için sanal ekip çalışması nasıl kurulur?

Sonuçlar

Sosyal medya ve web'de gezinme gibi günlük dijital beceriler, genellikle işyerinde kritik olduğu düşünülen ve şirketlerin toparlanma ve büyümeyi sağlamak için ihtiyaç duyduğu becerilerle eşleşmiyor.

Salesforce'un Dijital Beceriler Endeksi'ne göre, tüm Z Kuşağı katılımcılarının üçte ikisinden fazlası (küresel olarak %64) gelişmiş sosyal medya becerilerine sahip olduklarını söyleyerek genç nesiller arasındaki dijital yeterlilik klişesini destekliyor, ancak üçte birinden biraz azı (%31) işletmelerin şu anda ihtiyaç duyduğu en gelişmiş dijital becerilere sahip olduklarına inanıyor.

Aradaki fark, Z Kuşağı katılımcılarının %81'inin ileri düzeyde sosyal becerilere sahip olduğunu düşündüğü İtalya'da daha da nettir, ancak her beş kişiden yalnızca biri (%19) günümüz iş dünyası için gerekli dijital becerilere sahip olduğunu düşünmektedir.

E-liderlik veya e-iş becerileri, her tür kuruluşta dijital teknolojilerden en iyi şekilde yararlanma ve faaliyet gösterdiği belirli pazar sektörüne dijital yenilikler getirme yeteneğidir. Dijital beceriler, lidere özgü sosyal beceriler ve sektöre özgü becerilerle yakından ilişkilidir. Ayrıca, tüm işler dijital teknolojileri kullanma becerisi gerektirdiğinden, tüm çalışanların sahip olması gereken 'iş için dijital becerileri' de içerirler. Bu nedenle gençler, özellikle de iş dünyasına girmek zorunda olan NEET'ler için son derece önemlidir.

Uzman dijital beceriler profesyonelleri ve geleceğin BİT profesyonellerini ilgilendirmekte ve hem özel sektörde hem de kamu sektöründe talep görmektedir. BİT profesyonellerinin yetkinliklerini tanımlamak için Dijital Gündem'in Avrupa referans aracı olan e-CF (European e-Competence Framework 3.0 - Avrupa e-Yetkinlik Çerçevesi 3.0) BİT yetkinliğini "gözlemlenebilir sonuçlar elde etmek için bilgi, beceri ve tutumları uygulama konusunda kanıtlanmış bir yetenek" olarak tanımlamaktadır. Yeterli uzman BİT becerilerinin geliştirilmesi, çevrimiçi kamu hizmetleri sektöründe dijital büyüme, üretilen ürünlerin evrimi ve hizmetlerin verimliliği ve gelişimi için çok önemli bir koşuldur.

Çevrimiçi kaynakların düzenlenmesi ve paylaşılması için sanal ekip çalışması nasıl kurulur?

Bu beceri nasıl geliştirilir?

Sanal ekip oluşturma ve ilgi çekici çevrimiçi toplantılar için uygulamalı eğitim ve etkinlikler

Süre : 60 dakika

- Hedefler** :
- Araçları anlayın ve kullanımlarına alışın
 - Sanal ekipler bağlamında Yönetim uygulamalarını okuyun
 - Liderliği uzaktan insan yönetimi bağlamında yeniden yorumlayın
 - Sanal bir toplantıyı etkili bir şekilde yönetmek için araçları ve teknikleri belirleyin
 - Sanal İşbirliğine uygun ortam ve bağlam oluşturmak için uygulama yöneticilerini öğrenin
 - Sanal işbirliği için mevcut araçları bilmek ve bunlar arasından seçim yapmak
 - Sanal bir toplantıyı etkili bir şekilde yönetmek, Sanal bir ekibi etkin bir şekilde yönetmek Didaktik Program
 - Sanal İşbirliği: kritik sorunlar ve fırsatlar

1 Sanal ekip oluşturma için buz kırıcılar

Çevrimiçi toplantılara alışmak, özellikle de uzaktan çalışmaya yeni geçiş yapan ekipler için zaman alabilir. İş arkadaşlarınızla çevrimiçi ortamda iletişim kurmak, fiziksel işaretlerin, sözlü olmayan iletişimin ve evden veya uzak bir ofiste çalışırken sahip olunabilecek tüm potansiyel dikkat dağıtıcı unsurların eksikliği nedeniyle zor olabilir. Her beceri gibi bu da pratik gerektirir.

Buzları kırmak ve insanların birbirleriyle etkileşime girme konusunda rahat olmalarını sağlamak, etkili bir çalışma oturumunun hayati bir parçasıdır. Bu, insanların birbirlerini henüz çok fazla tanımadığı yeni veya yeni kurulmuş bir ekibiniz varsa özellikle önemlidir.

Birçok insanın çevrimiçi toplantılarda karşılaştığı ilk engellerden biri konuşmaktır. Kapsayıcı bir çevrimiçi buz kırıcı ile başlayarak, herkesin bu engeli daha başlangıçta iken aşmasını sağlayabilirsiniz. Ayrıca, ekibinizin birbirini tanımasına ve sanal ortamda birlikte çalışma konusunda rahat olmasına yardımcı olmak, daha derin ekip geliştirme egzersizleri için temel oluşturmaya yardımcı olur.

Dört Çeyrek Etkinliği ile Buzları Kırın

Dört Çeyrek etkinliği, grubunuzun birbirini tanımasına yardımcı olmak ve kişisel yanıtları teşvik etmek için harika bir yol olan yaratıcı, görsel bir alıştırma. Bunu, sanal bir ekibin uyum sağlamasına, birbirini tanımasına veya zorlukları veya çalışma fırsatlarını ana hatlarıyla belirlemesine yardımcı olacak herhangi bir dört soruyla kullanabilirsiniz. Son derece esnek ve her yapıdaki ekiple çalışabilir.

Çevrimiçi bir ortamda, bu alıştırma, yanıtları toplamak ve insanların gerçek zamanlı olarak katılmasını sağlamak için Mural veya Miro gibi çevrimiçi bir beyaz tahta kullanarak iyi çalışır. Dijital çizim araçlarını kullanabilir veya katılımcıları kağıt üzerine çizim yapmaya ve paylaşılan beyaz tahtaya fotoğraf yüklemeye davet edebilirsiniz.

2

Sanal ekipleri hizalamak için açıcılar

Etkili bir ekip oluşturmanın zorluklarından biri de uyumdur. Grubunuz aynı yönde ilerlemiyorsa veya neyi başarmaya çalıştıkları konusunda temelde farklı fikirlere sahiplerse, bu durum etkisiz konuşmalara ve hayal kırıklığına yol açabilir. Bu durum, sanal ekiplerin ofistekiyle aynı iletişim kanallarına sahip olmadığı uzaktan çalışma ortamlarında daha da önemlidir. Çevrimiçi bir ekibi uyumlu hale getirmek ilk önceliklerinizden biri olmalı ve ajandanızda ekip uyumu için özel bir alan oluşturmak zaman ve çaba harcamaya değer.

Aşağıdaki alıştırma, dağıtık ekiplerin sanal toplantınızın hemen başında uyum sağlamasına ve önümüzdeki oturumun tonunu belirlemeye yardımcı olmak için tasarlanmıştır. Hadi bir göz atalım!

Check-in check-out (Hazırlık ve Nabız Yoklaması)

Etkili sanal ekip oluşturma, ister video konferans odasında ister gerçek hayatta olsun, odadaki herkesin varlığını ve katılımını gerektirir. Herkesin erkenden katılımını sağlayamamak veya nasıl hissettiklerini paylaşma fırsatı bulamamak, çevrimiçi bir çalıştayı geri kalanını zorlaştırabilir.

Ekip üyelerini bir check-out ile oturumunuz sırasında yaptıklarını düşünmeye ve zihinsel olarak işlemeye teşvik etmek de değişimi ve öz farkındalığı teşvik etmek için yararlıdır. Check-in Check-out, sanal atölye çalışmalarınızı sonlandırmak ve herkesi paylaşmaya ve kendilerini oturuma tam olarak getirmeye teşvik etmek için harika bir yoldur.

3

Sanal ekip işbirliğini geliştirmeye yönelik faaliyetler

Büyük ekipler projeler, grup süreçleri ve bir ekip olarak birlikte nasıl çalıştıkları üzerine düşünmeyi alışkanlık haline getirirler. Çalışma süreçleri veya ekip dinamikleri gibi konularda yapılandırılmamış tartışmalar, uygun şekilde çerçevelenmez ve kolaylaştırılmazsa yanlış yöne doğru tırmanabilir.

Ekip yansıtma sürecini kolaylaştırmak için ekip oyunları, alıştırma veya etkinlikler kullanmak ekibinizin verimli bir şekilde ilerlemesini sağlamaya yardımcı olabilir. Çevrimiçi bir ortamda, bir grup olarak düşünme fırsatı yakalamak, bağlar kurmak ve ekibin her bir üyesinin farkındalığını artırmak için zorunludur.

Güç geliştirme egzersizi

Bir ekibin üyeleri, birlikte çalışmanın bir yan ürünü olarak kaçınılmaz bir şekilde birbirlerini tanıyacaklardır, ancak bu, başarılı bir uzaktan ekip oluşturabilecek türden bağlar ve ilişkiler kurmak için yeterli midir? Katılımcıları paylaşmaya, düşünmeye ve başarıyı kutlamaya teşvik etmek için ayrılmış zaman, sanal ekip çalıştayınızın bir parçası olmalıdır.

Güç Oluşturma Egzersizi ile ekibiniz arasında pozitifliği, karşılıklı takdiri ve saygıyı teşvik edecek ve üretken bir ekip kültürü oluşturmaya yardımcı olacaksınız. Bu yöntem, pozitif enerjiyi artırmak ve sanal ekibinizin birbirini kutlaması ve kendine güvenen, öz farkındalığı yüksek bir grup oluşturması için alan oluşturmak için harikadır. En iyi uzaktan ekip etkinliklerinin birçoğunun atölye çalışmasının ötesine geçen faydaları vardır ve bu egzersiz en iyileri arasındadır!!

4

Sanal ekip gelişimini iyileştirmek için grup süreçleri

Grup olarak sorunları çözmek veya karmaşık bir sürece dahil olmak, ekibinizi güçlendirmek, sorunları çözmek ve ekip dinamiklerini geliştirmek için harika bir yol olabilir. Tüm grubu kapsayan hedefler, katılımcılar ortak bir hedef doğrultusunda çalışırken uyumu teşvik edebilir ve daha derinlemesine ekip çalışmasını teşvik etmek de iyi bir fikirdir!

Bu tür alıştırma daha hafif sanal ekip etkinliklerinin yanına eklemek özellikle etkili olabilir. Birbirinizi daha iyi tanımaktan ekip gelişimine özel zaman ayırmaya geçmek, ekibinizi geliştirmenin ve sonunda somut çıkarımlar elde etmenin kesin bir yolu olabilir. Bir göz atalım.

Team Canvas Session (Team Canvas Oturumu)

Bir ekibin sıfırdan yüze çıkmasına ve gelecekte nasıl büyümek ve birlikte çalışmak istediklerinin ana hatlarını çizmesine yardımcı olacak bir ekip uyum çerçevesi mi arıyorsunuz? Ekip Kanvası Oturumu, ekipleri hizalamak, uyumu ve performansı artırmak ve hızlı bir şekilde üretken bir ekip kültürü oluşturmak için tasarlanmış bir grup sürecidir.

Bu oturum bağımsız bir ekip atölyesi olarak yürütülebilir veya daha büyük bir ekip kültürü ve tanımı oturumunun bir parçası olabilir ve çevrimiçi bir beyaz tahta kullanarak çevrimiçi ortamlara son derece iyi uyum sağlar. Bir ekibin ortak hedefler ve değerler etrafında hizalanmasına ve bir araya gelmesine yardımcı olmaya çalışıyorsanız ve mevcut bir oyun kitabınız yoksa, Team Canvas Session bu süreci başlatmak ve tüm temelleri kapsamak için etkili bir yoldur.

5 Sanal ekip iletişim faaliyetleri

Bir ekipte çalışan herkes iletişimin ne kadar önemli olduğunu bilir: iyi olduğunda, ekibiniz saat gibi çalışır ve her şeyi başarabileceğinizi hissedersiniz; kötü olduğunda, görevler iki kat daha uzun sürer, işler atlanır ve insanlar hayal kırıklığına uğrar.

Birincil iletişim yöntemi Slack veya e-posta olan sanal ekiplerin özellikle nasıl iletişim kuracaklarını ve birlikte nasıl çalışacaklarını düşünmeleri gerekir. Sözlü iletişimde kolayca anlaşılabilen bazı şeyler metin olarak açık olmayabilir ve çevrimiçi olarak birlikte çalışırken, işlerin etkili bir şekilde ilerlemesini sağlamak için iyi iletişim standartları önemlidir.

Doğru ve şeffaf dokümantasyon, başlangıç toplantıları ve retrospektifler bulmacanın sadece bir parçasıdır. Gerçek sonuçlar elde etmek için bunları deneyimsel öğrenme ve uzaktan iletişim egzersizleriyle birleştirin. Aşağıdaki gibi ekip iletişim etkinlikleri, sanal ekip üyelerinin nasıl daha iyi iletişim kurabilecekleri konusunda düşünmelerine yardımcı olmak için harikadır.



Kör Kontur Çizimi

Kuruluş ne olursa olsun, ekipler her zaman farklı beceri setlerine ve bilgi tabanlarına sahip üyelere sahiptir. Ekip iletişiminin zorluklarından biri, bir ekip üyesi bilmediği bir kavramı başka bir ekip üyesine açıklamaya çalıştığı anda ortaya çıkar. Ekipler iletişim kurma konusunda iyi değilse, bu süreç her iki taraf için de sinir bozucu olabilir.

Kör çiziminde, bir kişi bir nesneyi tarif ederken, bir diğeri de sadece bu tariftan yola çıkarak doğru bir şekilde çizmek zorundadır. Kural, nesneyi tarif eden kişinin, nesnenin ne olduğunu veya ne ile yakından ilişkili olduğunu açıkça ortaya koyan herhangi bir şey söyleyememesidir. Mesela, bir ağacı tarif ederken şöyle diyebilirsiniz: "Her iki ucundan şimşekler çıkan uzun bir silindir, bir dizi şimşek havaya yayılıyor, diğeri yere iniyor. Pürüzlü, yıpranmış bir kabuğu vardır ve her şimşek çatalının ucunda, düşmeye hazır olana kadar büyüyen yüzlerce çocuk vardır."

İnsanların soyut talimatları nasıl yorumladıklarını görmek eğlenceli bir alıştırmadır, ancak aynı zamanda bir kişi için açık olan bir şeyin bir başkası için nasıl açık olmadığını gösterir ve açık, etkili iletişim ihtiyacının altını çizer.

6

Eğlenceli sanal ekip etkinlikleri

Çevrimiçi bir oturum sırasında kolaylaştıracağınız alıştırmaya ve etkinliklerin çoğunun, bunları yürütürken belirli beceriler geliştirmek veya sorunları çözmek gibi belirli hedefleri ve sonuçları olacaktır.

Atölye çalışmaları tasarlarken, ekip bağlantısını geliştirmenin uygulanabilir ve değerli bir sonuç olduğunu unutmayın. Eğlenmek ve ekip arkadaşlarınızla bağlantı kurmak, üretken bir ekip üyesi olmanın hayati bir parçasıdır ve stres atmak, bağlantı kurmak ve birbirinizi biraz daha iyi tanımak için ekibinizle bazı eğlenceli egzersizler yapmanın değerli olduğunu hatırlamakta fayda var.

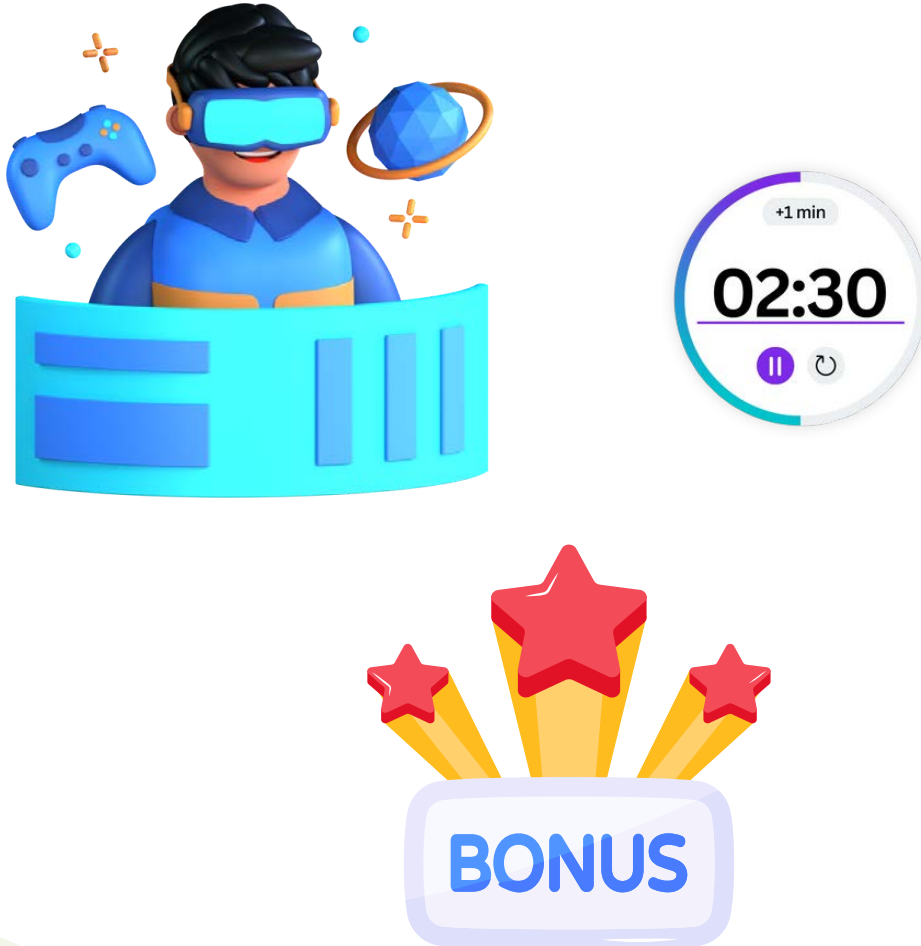


Sanal Çöpçü Avı

Ortak hedefler doğrultusunda çalışmak ve bir egzersiz sırasında ekip değerlerini sergilemek, karmaşık iş projelerinin üstesinden gelmek için harika bir pratiktir - bunu yaparken eğlenbiliyorsanız, daha da iyi! Sanal Çöpçü Avı, Zoom ve çevrimiçi beyaz tahta için harika bir ekip aktivitesidir - ekipleri yaratıcı olmaya, nazikçe rekabet etmeye ve mümkün olan en iyi sonucu elde etmek için birlikte çalışmaya teşvik eder.

Çevrimiçi bulunacak öğelerin bir listesini oluşturarak başlayın. Ardından, ekibinizi gruplara ayırarak bu öğeleri bulmalarını ve ayrılan süre içinde toplamalarını isteyin. Farklı araçların, formların ve medyanın kullanımını teşvik etmek ve ekiplerin çevrimiçi çöpçü avı için öğeleri bulmada yaratıcı olmalarına izin vermek için bonus puanlar.

Bir bilgilendirme bölümüne sahip olmanın ve ayrıca ayrılan zaman diliminde neredeyse yapılamayacak bir liste oluşturmanın, riskleri yüksek tutmaya yardımcı olduğunu ve bir ekibin önceliklerini belirlemesini ve etkili bir şekilde iletişim kurmasını istediğini gördük. Sonunda farklı grupların neler ortaya çıkardığını görmek de eğlenceli!



Çevrimiçi kaynakların düzenlenmesi ve paylaşılması için sanal ekip çalışması nasıl kurulur?

Sonuçlar

Sonuç olarak, ekip kurma stratejilerini sanal ekiplerin parçası olan genç NEET'lerin özel ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde uyarlamak önemlidir. Sanal ekipler günümüz işgücünde yaygın bir uygulama haline gelmiş olsa da, genellikle geleneksel ortak projelerde ekip oluşturmayı kolaylaştıran düzenli yüz yüze etkileşimlerden yoksundurlar.

Genç NEET'lerin sanal ekiplerde karşılaştıkları benzersiz zorlukların farkında olarak, onların ihtiyaçlarını karşılayan hedefe yönelik eğitim ve öğrenim materyalleri sağlamak çok önemlidir. Bu materyaller sadece teknik becerilerin geliştirilmesine odaklanmamalı, aynı zamanda sanal ekip ortamında etkili iletişim, işbirliği ve ilişki kurma gibi sosyal becerilerin önemini de vurgulamalıdır.





Çevrimiçi kaynakların düzenlenmesi ve paylaşılması için sanal ekip çalışması nasıl kurulur?

Kaynaklar

Blake, R.R, and Mouton, J.S. (1964). The managerial grid. Houston: Gulf Publishing Company.

Yönetmel Şebeke

Curtis, B., Hefley, W., and Miller, S. (2001). People capability maturity model® (P-CMM®). Version 2.0, CMU//SEI-2001-MM-01. Pittsburgh: Carnegie Mellon University.

İnsan yetenekleri olgunluk modeli

Drouin, N., Bourgault, M. and Sauders, S.B. (2009) "Investigation of contextual factors in shaping HR approaches and determining the success of international joint venture projects: Evidence from the Canadian telecom industry." International Journal of Project Management. 27, pp. 344-354.

İK yaklaşımlarını şekillendiren ve uluslararası ortak girişimprojelerinin başarısını belirleyen bağlamsal faktörlerin incelenmesi: Kanada telekom endüstrisinden kanıtlar.

Delisle, C.L., Thomas J., Jugdev, K, and Buckle, P., (2001). Virtual project teaming to bridge the distance: a case study, in Proceedings of the 32nd Annual Project Management Institute 2001 Seminars and Symposium, Nashville.

Mesafeyi aşmak için sanal proje ekibi oluşturma: bir vaka çalışması, in 32. Yıllık Proje Yönetimi Enstitüsü 2001 Seminerleri ve Sempozyumu Bildirileri

Flannes, S. W. and Levin, G. (2005). Essential people skills for project managers. Vienna, VA: Management Concepts.

Proje yöneticileri için temel insan becerileri

Godin, S. (1995). Wisdom, Inc. New York: HarperCollins Publishers, Inc. - **Bilgelik**

Katzenbach, J.R. and Smith, D.K., (1994) The wisdom of teams, New York: HarperBusiness. - **Ekiplerin Bilgeliği**

Kolby, J. (2000) Vocabulary 4000: The 4000 words essential for an educated vocabulary. Los Angeles: Nova Press.

Eğitilmiş bir kelime dağarcığı için gerekli 4000 kelime



Çevrimiçi kaynakların düzenlenmesi ve paylaşılması için sanal ekip çalışması nasıl kurulur?

Kaynaklar

Mayer, M. (1998) The virtual edge, Newtown Square, PA: Project Management Institute.

Sanal Kenar

Mehrabian, A. (1968). Communication without words, Psychology Today, pp. 53-55, September. - **Sözsüz İletişim, Günümüz Psikolojisi**

Parker, G.M., (1994) Cross-functional teams. San Francisco: Jossey-Bass.

Project Management Institute (2008a). A guide to the project management body of knowledge fourth edition (PMBOK® Guide). Newtown Square, PA: Project Management Institute. - **Çapraz Fonksiyonel Ekipler**

Project Management Institute (2008b). The standard for program management second edition. Newtown Square, PA: Project Management Institute. - **Proje Yönetim Standardı**

Rad, P.F. and Levin, G. (2003). Achieving project management success using virtual teams. Boca Raton, FL: J. Ross Publishing. - **Sanal ekipler kullanarak proje yönetiminde başarı elde etme**

Schein, E. (1990) Career anchors: discovering your real values. San Francisco: Jossey-Bass/Pfeiffer. - **Kariyer çapaları: gerçek değerlerinizi keşfetmek.**



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



ÜNİTE V

ETKİLİ ÇEVİRİMİÇİ ZAMAN YÖNETİMİ

NASIL SAĞLANIR VE HEDEFLERE NASIL ULAŞILIR?



R3: DİJİTAL BECERİ GELİŞTİRME REHBERİ

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996



Etkili çevrimiçi zaman yönetimi nasıl sağlanır ve hedeflere nasıl ulaşılır?

Euronet (İtalya) tarafından geliştirilmiştir

Giriş

Günümüzde, çalışma günümüz sürekli olarak araçlar, bildirimler, e-postalar, sosyal medya, aklınıza ne gelirse tarafından kesintiye uğratılıyor. Dikkat dağıtma ekonomisi çağında kaos norm haline geldi.

Önemli şeylere odaklanmak veya doğru zamanda doğru görevlere öncelik verip vermediğinizi bilmek neredeyse imkansızdır.

İş gününüze dair niyetleriniz, yüksek öncelikli faaliyetler, acil görünen mesajlar ve sürekli bildirimler uğruna feda ediliyor. Bilgi çalışanlarının %80'i iş görevlerine yetişmek için gelen kutularını ve diğer iletişim uygulamalarını takip ettiklerini söyledi.

Sonuç, çalışanların daha az etkili olması, kaçırılan mesajlara, kaçırılan eylemlere ve kaçırılan son teslim tarihlerine yol açmasıdır.

Zaman yönetimi şablonları, zamanınızı geri kazanmanıza ve günlük rutininizin daha fazla farkına varmanıza yardımcı olabilir. Yapılacaklar listenizin size zamanınızı nasıl harcayacağınızı söylemesine izin vermek yerine, günlük önceliklerinizi kasıtlı olarak belirlemek ve en önemli şeylere odaklanmak için zaman yönetimi stratejilerini kullanabilirsiniz.

Zamanı yönetmek için evrensel bir yöntem yoktur. Bu bölümde, faaliyetlerinizin ve zamanınızın kontrolünü yeniden kazanmanıza yardımcı olacak ipucu, strateji ve hızlı çözümleri inceleyeceğiz.

Zaman yönetimi, zamanın mümkün olduğunca bilinçli bir şekilde kullanılmasını sağlayacak şekilde faaliyetleri yönetme uygulamasıdır. Zaman yönetimi üretkenliği artırabilir, ancak bunu etkili bir şekilde yapmanın en büyük avantajı, gününüzün önceliklerini daha iyi yönetebilmek ve dinlenmek ve kendinize bakmak için zaman ayırabilmektir.





Etkili çevrimiçi zaman yönetimi nasıl sağlanır ve hedeflere nasıl ulaşılır?

Öğrenme Çıktıları:

Bu ünitenin sonunda şu becerileri kazanabileceksiniz:

- Gününüzde daha fazla zamanınız varmış gibi hissetme
- Kendiniz için iş ve zaman arasındaki sınırları tanımlama
- Katılımcılara kendi önceliklerini tanımlamak için metodoloji oluşturma
- Kişinin karar verme sürecini hedefleyen modeller ve senaryolar geliştirme
- Kendi kendini organize etme becerilerini geliştirme
- Alışkanlıkların rolünü ve bunların olumlu bir şekilde nasıl üstesinden gelineceğini netleştirme
- "Hava vampirlerinin" nasıl belirleneceğini ve yönetileceğini anlama
- Öğrenilenlerin uygulanması için bireysel olarak bir eylem planı tanımlama
- Stresi azaltma
- Üretkenliği artırma





Etkili çevrimiçi zaman yönetimi nasıl sağlanır ve hedeflere nasıl ulaşılır?

Zaman yönetimi becerileri

Zaman yönetimi becerileri bireylerin daha verimli çalışmasına, stresi azaltmasına ve akademik durumlarda, işte, iş hayatında ve hatta boş zamanlarında genel sonuçları iyileştirmesine yardımcı olur. Daha iyi zaman yönetimi alışkanlıkları geliştirerek, zamanınızı nasıl harcadığınız konusunda daha bilinçli olmanız ve önceliklerinizi belirleyip daha etkili çalışmayı öğrenmeniz mümkündür. Zaman yönetimi için de kullanışlı olabilecek bu bölümde nasıl daha üretken olabileceğinizi öğrenebilirsiniz.

Pandemi ve sonrasında evde çalışmanın artması ile birlikte, zamanı etkili bir şekilde yönetmek insanlar için hiç bu kadar önemli olmamıştı. İş ve ev hayatı arasındaki çizgi bulanıklaştıkça, çalışanlar, öğrenciler ve aileler için günlerini etkili bir şekilde planlayabilmek daha da önemli hale geldi. Daha çok değil, daha akıllıca çalışmak birçokları için hedef haline geldi.

Öğrenciler, özellikle de aile veya iş gibi başka yükümlülükleri olanlar, çalışmalarını yolunda tutmak için zaman yönetimi tekniklerini benimsemekten yararlanırlar. Bu teknikleri geliştirmek, çalışmalarında kendilerine güven duymalarına yardımcı olur ve bekleyebilecek görevlerden acil olanlara öncelik vermeyi öğrenme konusunda yaşam boyu sürecek beceriler geliştirmelerini sağlar. Bu, sadece o anki çalışmaları için değil, çalışma hayatlarının ilerleyen dönemlerinde de faydalı olacaktır.

Zaman yönetimine iki farklı bakış açısıyla yaklaşılabilir; bize günümüzün tüm anlarını ve davranışlarını yönetmeyi öğreten ve temelde verimli gündem yönetimine dayanan tamamen organizasyonel olan.

İlk durumda, her biri yöntemi kendi ihtiyaçlarına ve belirli özelliklerine uyarlayan işçi, yönetici ve hatta öğrenci, yalnızca çalışma günümüzü değil, tüm varlığımızı iyileştirmemizi sağlayacak bir dizi erdemli davranışı benimsemelidir.

Temel olarak, her günün başında, elimizde sınırlı sayıda dakika olmasının yanı sıra, doğru kullanmak için belirli miktarda zihinsel enerjiye de sahip olduğumuzu söyleyerek özetlenebilir.

Dolayısıyla, zaman yönetimi tekniklerinin birincil amacı, zihinsel enerjimizi boşa harcamamızı sağlayan bir dizi erdemli davranışı uygulamaya koymak, enerjimizi tüketen, mesleki ve kişisel hedeflerimize ulaşmamızı zorlaştıran tüm kötü alışkanlıklardan kaçınmaktır.

Zaman yönetimi tekniklerinin amacı, güne doğru şekilde ve mümkün olan en yüksek enerjiyle başlamamızı sağlayacak bir dizi günlük rutini uygulamaya koymanın yanı sıra, bu enerjinin boşa harcanmasını azaltmaktır. Zihinsel enerjilerimiz ve zamanımız, zaman yönetimi tekniklerinin bize kaçınmayı veya yönetmeyi öğrettiği çeşitli "zaman yiyiciler" tarafından her gün tüketilmektedir.

Dolu, üretken ve tatmin edici bir gün ve yaşam geçirmemizi engelleyen en yaygın "zaman yiyiciler" kesinlikle stres ve sanal dikkat dağıtıcılar değildir. Stres, sinirsel enerjinin aşırı harcanmasına neden olur, yorgunluğu artırır ve bizi işte verimsiz ve hayatta tatminsiz yapar.

Aşırı veya tehlikeli olarak değerlendirilen görevlere, zorluklara veya yaşam olaylarına karşı vücudun ortaya koyduğu psikolojik ve fizyolojik bir tepkidir. Stresli bir durumda kişinin hissettiği duygu, güçlü bir zihinsel ve duygusal baskı ile karşı karşıya kalmak, olaylarla başa çıkamamak ve kişinin yönetme olanaklarından daha büyük olarak algılanan taahhütler karşısında bunalmış ve çaresiz olmaktır.

Tüm bunlar bazen beynimizin bize verilen görevleri yerine getirmek için mevcut zamanı nasıl algıladığına dair zamansal bir çarpıtma nedeniyle gerçekleşir. Yapmamız gereken tüm faaliyetler hakkında yoğun bir şekilde düşünen zihnimiz, tüm işleri aynı anda yapmak zorunda olduğuna kendini ikna eder ve vücudumuzda güçlü duygusal tepkiler yaratır.

Stresle etkin bir şekilde mücadele edebilmek için, taahhütler ve gerçekleştirilmesi gereken faaliyetler hakkında gerçekçi bir algıya sahip olmaya çalışmanız gerekir. Her haftanın ve iş gününün başında, taahhütlerimizi gerçek boyutları ve önemleriyle algıladığımızdan emin olmalıyız.





Gündemimizdeki taahhütleri azaltmaya çalışalım. Belirli bir süre içinde gerçekleştirmemiz gereken tüm faaliyetleri, profesyonel ve kişisel taahhütleri listelemek için bir kağıda bir liste hazırlayabiliriz. Kağıda yazdığımız her şeye 10'dan 1'e kadar (dolayısıyla çok önemli faaliyetlerden hiç önemli olmayanlara kadar) bir puan veririz.

Taahhütlerimizi kağıda aktarmış olmak, onları daha rasyonel bir şekilde algılamamızı sağlayacaktır. Önemli olan ve olmayan projeleri belirleyerek, stres sorunumuza başka bir çözüm bulduğumuzu söylemeye gerek yok. Yediden daha düşük bir puan verdiğimiz tüm faaliyetleri listeden çıkarıyoruz. Bu, hayatımızdaki gerçekten önemli faaliyetlerle daha büyük bir farkındalıkla ilgilenmemizi sağlayacak ve zamanımızı verimsiz bir şekilde kullanmamıza neden olan stres duygusunu azaltacaktır.

Son olarak, üzerini çizmediğimiz taahhütler için ne zaman tamamlanmaları gerektiğini anlar, uygun performanslarının kaç çalışma saati gerektirdiğini tanımlar ve son olarak sadece işimiz değil hayatımız bağlamındaki önemlerini de tanımlarız. Taahhütlerimizin her birini gerçek zamansal boyutlarıyla tanımlamayı başardığımız an, bunalma hissi azalır.

Zaman yönetimi stratejileri

Zaman yönetimi becerilerini geliştirmenin en kolay yollarından biri, kanıtlanmış bir stratejiyi günlük rutininize adapte etmektir. Zaman yönetimi stratejileri, görevler için zaman sınırları belirlemenize ve bunları teker teker ele almanıza yardımcı olmanın yanı sıra gününüzü daha bilinçli bir şekilde planlamanızı sağlar.

1. Timeboxing (Zaman Kutusu)

Timeboxing, görevleri "zaman kutuları" içinde tamamlamanız gereken hedefe dayalı bir zaman yönetimi stratejisidir. Bu strateji, özellikle bir görevi tamamlamanın ne kadar sürdüğünden emin değilseniz ve yapılacaklar listenize daha fazla niyetle yaklaşmak istiyorsanız etkilidir.

Timeboxing, büyük görevleri daha küçük parçalara ayırarak makul bir sürede tamamlamanıza yardımcı olur. Her faaliyetin üç saate kadar kendi zaman çizelgesi olmalıdır. Mesela, bir blog yazısı yazıyorsanız, genel fikirlerinizi yazmak için iki saatlik bir zaman kutusu oluşturabilirsiniz. Bir aradan sonra, ilk taslağınızı yazmaya başlamak için üç saatlik ek bir zaman çizelgesi oluşturabilirsiniz. Faaliyeti daha küçük parçalara bölerek hedefinize günler veya haftalar boyunca adım adım ulaşabilirsiniz.

2. Time blocking (Zaman engelleme)

Zaman engelleme, zaman kutulamaya benzer ancak her bir faaliyetin süresini planlamak yerine, faaliyetlerinizi tamamlamak için takviminizde belirli süreleri engellemek üzere kendinizi eğiteceksiniz. Faaliyetlerinizi planlamak için zaman engellemeyi kullandığınızda, çalışma haftanızı projeler üzerinde çalışmak, iş arkadaşlarınızla iletişim kurmak, mola vermek ve hatta egzersiz yapmak için kullanacağınız zaman dilimlerine etkili bir şekilde bölmüş olursunuz. Zaman engelleme, daha akıcı ve derin çalışma olarak adlandırılan mutlak konsantrasyon durumunda çalışmanıza yardımcı olabilir ve kesintisiz odaklanmanızı sağlar.

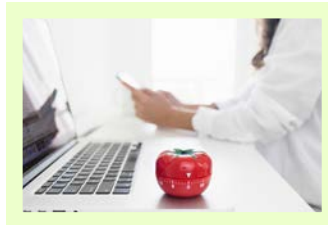
Bir zaman bloğu oluşturmak için, günlük ve haftalık önceliklerinizin neler olduğunu anlamakla işe başlayın. Daha sonra, benzer görevleri bir araya getirin, böylece bir zaman bloğu içinde üzerinde çalışabilirsiniz. Son olarak, takviminizde odaklanabileceğiniz zaman blokları planlamak için kendinizi eğitin, böylece onlara sadık kalabilirsiniz.

3. Pomodoro tekniği

Pomodoro Tekniği, zaman kutulama ve zaman engellemeye benzer ve işi kısa zaman dilimlerine bölerek halletmenize yardımcı olur, ardından mola verebilirsiniz. Bu zaman yönetimi stratejisi özellikle yararlıdır çünkü sizi aktif olarak düzenli molalar vermeye teşvik eder, bu da içsel motivasyon ve beyniniz üzerinde olumlu etkilere sahiptir. Aslında, mola vermenin insanları daha yaratıcı yaptığını iddia eden çalışmalar var.

Pomodoro Tekniğini kullanmak için bir zamanlayıcıya, önceliklendirilmiş bir yapılacaklar listesine ve bildirimleri "sessize alma" özelliğine ihtiyacınız olacak. Zamanlayıcıya 25 dakika ayarlayarak başlayın ve bu süreyi tek bir faaliyet üzerinde çalışarak geçirmeye çalışın, kısa mesajları okumaktan ve sosyal medyayı kontrol etmekten kaçının. Süre dolduğunda beş dakikalık bir mola verin. İdeal olarak, mola sırasında bir şeyler atıştırmak için kalkmak veya esnemek gibi fiziksel aktiviteler yapmaya çalışmalısınız, ancak aktivite üzerinde çalışırken cihazlarınıza bakmak veya önemli bir mesaj alıp almadığınıza bakmak kabul edilebilir.

Beş dakikalık bir aranın ardından 25 dakikalık çalışma döngüsünü dört kez tekrarlayın. Dördüncü çalışma seansından sonra, yaklaşık 20-30 dakika gibi daha uzun bir ara verin.





4. Bite the bullet (Kurşunu ısırarak)

Mark Twain bir keresinde şöyle demişti: "Kurşunu ısırmanız gerekiyorsa, bunun sabah ilk iş olduğundan emin olun." "Kurşunu yutmak" olarak adlandırılan zaman yönetimi stratejisi bu sözden esinlenmiştir ve sizi daha az önemli veya daha az acil olanlar üzerinde çalışmaya başlamadan önce büyük veya karmaşık görevleri erkenden ele almaya teşvik eder. Bu strateji özellikle günlerinizi düzenli, günlük, yüksek öncelikli faaliyetler arasında bölüyorsanız kullanışlıdır.

Kurşunu ısır yöntemini kullanarak her gün en önemli işleri hallettiğinizden emin olabilirsiniz. Bu zaman yönetimi stratejisini kullanmaya başlamak için görevlerinizi ve önceliklerinizi merkezi bir araçla takip ettiğinizden emin olun. Günlük faaliyetlerinizi iş hedefleriyle ilişkilendirmenin bir yolunu arayın. Bu şekilde öncelikli görevleri daha iyi belirleyebilir ve önce onları yaptığınızdan emin olabilirsiniz. Ardından, bir kez elinizi taşın altına koyduğunuzda, işin geri kalanını yapmaya başlayabilirsiniz.

5. Pareto ilkesi

Sabah erken saatlerde bir şeyler atıştırmak size cazip gelmiyorsa, Pareto İlkesi adı verilen zaman yönetimi stratejisini tercih edebilirsiniz. Pareto İlkesi yukarıda açıklanan yöntemin tam tersidir, aslında bu strateji sizi daha az zaman gerektiren görevleri önce tamamlamaya teşvik eder, böylece günün başında bir başarı ve motivasyon hissine sahip olursunuz.

"80/20 yasası" olarak da adlandırılan Pareto İlkesi'nin temel bir kuralı vardır: Zamanınızın %20'sini işlerin %80'ine harcayın. Görevlerin %80'ini yeterince hızlı tamamlayabilirsiniz, zamanınızın %80'ini alan görevlerin %20'siyle uğraşmak için daha fazla zamanınız olacaktır.

6. Said, done! (Söyledim, bitti!)

Söylenen yöntem, tamam! 2000'li yılların başında David Allen tarafından icat edilmiştir. Allen'a göre bir görevi tamamlamanın ilk adımı, o görevi tamamlamak için gereken tüm adımları yazmaktır. Görev yönetimi araçlarını kullanarak beyninize aşırı yüklenmekten kaçınarak, ne yapacağınızı hatırlamak yerine işleri halletmeye odaklanabilirsiniz.

Said, Done! yöntemini kullanmak için, yaklaşan tüm faaliyetlerinizi tek bir yerde toplayın. Ardından, yapmanız gereken her şeyi yazdıktan sonra, sıralayın ve önceliklendirin. Mesela, artık yapmanız gerekmeyen görevler ("çöp kutusuna" gider), yapmanız gereken ancak şimdi olmayan görevler ("Daha Sonra" adlı bir projeye veya klasöre gider), başkalarına bağlı olan görevler vb. olabilir. Araç tüm ayrıntıları göstermelidir, sizin işiniz bunun yerine görevleri tamamlamaktır.



Etkili çevrimiçi zaman yönetimi nasıl sağlanır ve hedeflere nasıl ulaşılır?

Etki ve faydalar

Kaliteli zaman yönetimi stratejilerine sahip olmak, aşağıda belirtilenler gibi farklı faydalar elde etmek için görevleri düzenlemenize ve önceliklendirmenize yardımcı olabilir:

1. Gününüzde daha fazla zamanınız varmış gibi hissetme. Zamanınızı bilinçli bir şekilde düzenlerseniz, gereksiz görevlerin sayısını sınırlayabilir, bir gün içinde tamamlanması gerekmeyen görevlerin önceliğini azaltabilir ve daha kısa sürede daha fazla iş yapabilirsiniz. Bu, daha fazla zamanınız olacağı anlamına gelmez, ancak aynı anda daha fazla iş yapmanın daha kolay olacağı anlamına gelir.

2. Kendiniz için iş ve zaman arasındaki sınırları tanımlama. Zaman yönetimini iyileştirmek sadece her saniyeyi iş verimliliği lehine optimize etmek anlamına gelmez. Aksine, bu stratejiler en önemli görevleri bitirmenize ve yarına kadar bekleyebilecek olanları belirlemenize yardımcı olabilir. Bugün tamamlanması gereken işlere öncelik vererek ve hangi görevlerin ertelenebileceğini netleştirerek, iş ve zaman arasındaki sınırları kendiniz için de tanımlayabilirsiniz.

3. Stresi azaltma. Etkili zaman yönetimi olmadan, iş gününüzde asla yeterli zamanınız yokmuş gibi hissedebilirsiniz. Sorunları çözmek için oradan oraya koşturuyormuş gibi hissedebilirsiniz; bu da stresin artmasına ve nihayetinde tükenmişliğe yol açabilecek bir durumdur. Aslında, Anatomy of Work Index'e göre, bilgi çalışanlarının %71'i 2020 yılı boyunca en az bir kez tükenmişlik hissetmiştir.

4. Üretkenliği artırma. Ertelemeyi azaltmanıza ve üretkenliği artırmanıza yardımcı olacak birkaç zaman yönetimi ipucu vardır. Gününüzün en önemli önceliklerini belirleyerek, yalnızca üretkenliğinizi artırmakla kalmayacak, aynı zamanda her gün doğru görevler üzerinde çalışıyor olma hissinizi de geliştireceksiniz.

5. Kötü alışkanlıkları ortadan kaldırma. Hiç kimse ertelemek istemez. Ancak zaman içinde kötü alışkanlıklar kök salabilir ve yüksek etkili işlerin önüne geçebilir. (İnanın bize, biz de bu yollardan geçtik). Zaman yönetimi stratejileri kötü alışkanlıkları belirlemenize ve onları bırakmanıza yardımcı olabilir.

Etkili çevrimiçi zaman yönetimi nasıl sağlanır ve hedeflere nasıl ulaşılır?

Sonuçlar

Yüksek düzeyde rekabet baskısının ve performans ve çalışma saatleri açısından daha yüksek beklentilerin giderek arttığı bir iş dünyasında, işe bağlı stres riski, şirketlerde sağlık ve güvenliğin yönetilmesindeki en önemli zorluklardan birini temsil etmektedir.

İş stresi seviyesinin yükselmesine katkıda bulunan faktörlerden biri de zaman yönetimiyle ilgilidir: iş görevlerini planlarken karşılaştığımız zorluklar bizi endişe, yorgunluk, depresyon ve fiziksel rahatsızlıklara sürükleyebilir.

Doğru zaman yönetimi, iş ortamında etkinliği, verimliliği ve üretkenliği en üst düzeye çıkarmak için gereklidir.





Etkili çevrimiçi zaman yönetimi nasıl sağlanır ve hedeflere nasıl ulaşılır?

Bu beceri nasıl geliştirilir?

Zaman yönetimi için uygulamalı eğitimler ve etkinlikler

Süre : 90 dakika

- Faaliyetler** :
- Zamanın Para Değeri
 - Majo Kavanozu
 - \$86,400
 - Maça Ası
 - "Büyük Resim" Bulmaca Yarışması

1 Zamanın Para Değeri (Vakit Nakittir)

Sadece bir saatiniz varsa - ve özellikle de iş dünyasından bir kitle için - "zamanın para değeri" adı verilen yeni bir kavramsal zihniyet oluşturmaya odaklanın. Katılımcıların faaliyetlerini maliyet ve kar merkezlerine ayırmalarını ve daha sonra zamanlarını kendileri ve firma için en yüksek değeri sağlayan faaliyetlere yatırmaya odaklanmalarını sağlayın.

2 Majo Kavanozu

Grubu takımlara ayırın ve her birine büyük bir cam kap verin. Majo Kavanozu mümkün olduğunca çok malzeme ile doldurulmalıdır. Materyal kaya, taş, çakıl, kum vb. olabilir (Her şeyi kullanabilirsiniz.) Kaba önce en büyük materyaller yerleştirilmeli, ardından daha küçük olan şekilde devam etmeli. Kavanoza en çok materyali sığdırabilmelisiniz.

İhtiyacınıza göre etkinlik için kendi sonucunuza varabilirsiniz. Taşlar (boyutları nedeniyle) tamamlanması gereken en önemli öğeler olacaktır. (Ev faaliyetleri olabilir... iş/yaşam dengesi.) Çakıl, tamamlanması gereken proje olabilir. Kum, size verilen ekstra iş olabilir.

Grupların ayrıntılı talimatlar olmadan kendi kaplarını doldurmalarına izin verin. Onlara kaplarını doldurabildikleri kadar çok malzemeye doldurmalarını söyleyin. Sonra da seçtikleri sıra hakkında konuşun. Bir düzenleri var mı? Ve malzemeler onlar için neyi temsil ediyor? vs. Bu iletişimi eğitime öncülük etmek için kullanın.



3 \$86,400

Katılımcılara istedikleri gibi harcayabilecekleri 86,400\$'ları olduğunu söyleyin. Tek kısıtlama, herhangi bir parayı bankaya yatıramamaları ve paranın herhangi birini kullanmazlarsa kaybetmeleridir.

Daha sonra parayı neden ve nasıl o şekilde harcadıklarını tartışın. Daha sonra onlara 86.400 saniyenin her gün sahip olduğumuz saniye sayısı olduğunu ve paralarını harcadıkları gibi zamanlarını da kendileri için önemli olan şeylere harcamayı mümkün olduğunca sık düşünmeleri gerektiğini söyleyin.

4 Maça Ası

Bu alıştırmaya için iki gönüllü ve iki deste iskambil kağıdı gerekiyor. Her gönüllüye bir deste kart verilir ve ardından maça asını bulmak için yarışmaları istenir. Bilmedikleri şey, destelerden birinin As'dan Papaza doğru sıralanmış ve hepsinin aynı yöne bakıyor olmasıdır. Diğer deste ise karışıktır ve bazı kartlar öne bazıları arkaya dönüktür, bu da Maça Asını bulmayı çok daha zor hale getirir. Yarışırken eğlenirler, ancak genellikle karışık desteye sahip olan kişi hayal kırıklığına uğrar veya bunun adil olmadığından şikayet eder. Eğlencelidir ve iyi organizasyon becerilerini zaman yönetimiyle ilişkilendirmek için iyi bir yoldur.

5 "Büyük Resim" Bulmaca Yarışması

Yarışma: Grubunuzu takımlara ayırın. Her takıma benzer zorluk derecesine sahip bir yapboz verin. Tamamlandığında nasıl görüneceğine dair "Büyük Resmi" onlara vermeyin.

Yapbozu mümkün olduğunca çabuk tamamlamaları için onları teşvik edin. Yaklaşık 3 dakika sonra süreyi durdurun ve "Ne eksik? Bunu zorlaştıran ne?" tartışın.

Muhtemelen rehber olarak kullanmak üzere tamamlanmış Büyük Resim'in eksikliğini tespit edeceklerdir.

Onlara büyük resmi verdikten sonra, yapbozu tamamlamalarını isteyin. Bunu şimdi çok daha hızlı yapacaklardır.

Bilgilendirme: Büyük Resmin perspektifine ve netliğine sahip olmanın haftalık ve günlük faaliyetleri çok daha etkili bir şekilde planlamaya yardımcı olduğunu açıklayın. Eğer Büyük Resim yoksa, o zaman; aciliyetler, beğeniler ve başkalarının yapmasını istedikleri şeyler için zaman harcanır.

Etkili çevrimiçi zaman yönetimi nasıl sağlanır ve hedeflere nasıl ulaşılır?

Sonuçlar

Kullandığınız zaman yönetimi stratejileri ne olursa olsun, sizin için nasıl çalıştıklarını değerlendirmek için zaman ayırın.

İş ve ev yaşamınız arasında sağlıklı bir denge kurabiliyor musunuz? Hayatınızda en önemli olan görevleri yerine getiriyor musunuz? Kendi kişisel esenliğinize yeterince zaman ayırıyor musunuz?

Bu sorulardan herhangi birine cevabınız "hayır" ise, zaman yönetimi stratejilerinizi yeniden değerlendirin ve sizin için daha iyi çalışacak olanlara geçin. Başarılı zaman yönetimi daha fazla kişisel mutluluk, evde ve işte daha fazla başarı ve daha tatmin edici bir gelecek sağlar.

Bu bölümde zaman yönetimine ilişkin stratejiler sunulmuş ve özellikle NEET'ler hedef alınarak bu becerinin geliştirilmesine yönelik faydaların ve öğrenme materyallerinin eğitimi konusunda uygulamaya yönelik çeşitli stratejiler sunulmuştur.





Etkili çevrimiçi zaman yönetimi nasıl sağlanır ve hedeflere nasıl ulaşılır?

Kaynaklar

Adams, G. A., & Jex, S. M. (1997). Confirmatory factor analysis of the time management behaviour scale. *Psychological Reports*, 80, 225-226. - **Zaman yönetimi davranış ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi.**

Baruch, E., Bruno, J., & Horn, L. (1987) Dimensions of time use attitudes among middle high SES students. *Social Behaviour & Personality: An International Journal*, 15, 1-12.

Orta yüksek SES öğrencileri arasında zaman kullanımı tutumlarının boyutları.

Sosyal Davranış ve Kişilik Dergisi - <http://www.sbp-journal.com/>

Bond, M. & Feather, N. (1988). Some correlates of structure and purpose in the use of time. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 321-329.

Zamanın kullanımında bazı yapı ve amaç bağıntıları. Kişilik ve Sosyal Psikoloji Dergisi

Burack, O. R., & Lachman, M. E. (1996). The effects of list-making on recall in young and elderly adults. *Journal of Gerontology*, 51, 226-233. doi: 10.1093/geronb/51B.4.P226

Genç ve yetişkinlerde liste yapmanın hatırlama üzerindeki etkileri.

<http://psychsocgerontology.oxfordjournals.org/content/51B/4/P226.full.pdf>

Cannon, R. (1996). Time management: A review of issues and strategies for academic staff. *University of Wollongong Teaching & Learning Journal*, 3(1), 37-44.

Zaman yönetimi: Akademik personel için sorunlar ve stratejiler üzerine bir inceleme.

<http://ro.uow.edu.au/overview/vol3/iss1/8>

Cemaloglu, N., & Filiz, S. (2010). The relation between time management skills and academic achievement of potential teachers. [*Research Quarterly*], 33, 3-23.

Öğretmen adaylarının zaman yönetimi becerileri ile akademik başarıları arasındaki ilişki.

Claessens, B. J. C., van Erde, W., Rutte, C. G. & Roe, R. A. (2005). A review of the time management literature. *Personnel Review*, 36, 255-276.

Zaman yönetimi literatürünün gözden geçirilmesi.

<https://core.ac.uk/download/pdf/6750696.pdf>



Etkili çevrimiçi zaman yönetimi nasıl sağlanır ve hedeflere nasıl ulaşılır?

Kaynaklar

Douglas, H. E., Bore, M., & Munro, D. (2016). Coping with university education: The relationships of time management behaviour and work engagement with the five factor model aspects. *Learning and Individual Differences*, 45, 268–274.

Zaman Yönetimi Davranışı ve İşe Bağlılığın Beş Faktör Modeli Boyutları ile İlişkileri

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1041608015300340>

Duffin, C. (2009). Community nurses find an extra five saat. *Primary Health Care*, 19,8-9

Toplum hemşireleri fazladan bel saat buluyor

Eldeleklioglu, J., Yılmaz, A., & Gultekin, F. (2010). Investigation of teacher trainee's psychological well-being in terms of time management. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2, 342-348. doi:10.1016/j.sbspro.2010.03.022

Öğretmen adaylarının psikolojik iyi oluşlarının zaman yönetimi açısından incelenmesi.

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042810000625>

Ferrari, J., Özer, B.U., & Demir, A. (2009). Chronic procrastination among Turkish adults. *Journal of Social Psychology*, 149, 302-308.

Türk yetişkinler arasında kronik erteleme. Sosyal Psikoloji Dergisi.

Francis-Smythe, J. A. & Robertson, I. T. (1999). Time-related individual differences. *Time & Society*, 8, 273-292.

Zamana bağlı bireysel farklılıklar.

Garcia-Ros, R., Perez-Gonzalez, F., & Hinojosa, E. (2004). The construction and evaluation of a time management scale with Spanish high school students. *School Psychology International*, 25(2), 167-183.

İspanyol lise öğrencileri ile bir zaman yönetimi ölçeğinin oluşturulması ve değerlendirilmesi.

Green, L. V., Kolesar, P. J., & Ward, W. (2007). Coping with time-varying demand when setting staffing requirements for a service system. *Production and Operations Management*, 16, 13-39.

Bir hizmet sistemi için personel gereksinimlerini belirlerken zamanla değişen taleple başa çıkma. Üretim ve Operasyon Yönetimi.



GENÇLİK KOORDİNATÖRLERİ VE EĞİTMENLER İÇİN
GENÇLERİN DİJİTAL BECERİLERİNİ GELİŞTİRME REHBERİ

www.digi4you.eu

