

Program nauczania dla doradców ds. zdrowia rodziny świeckiejUnit 4

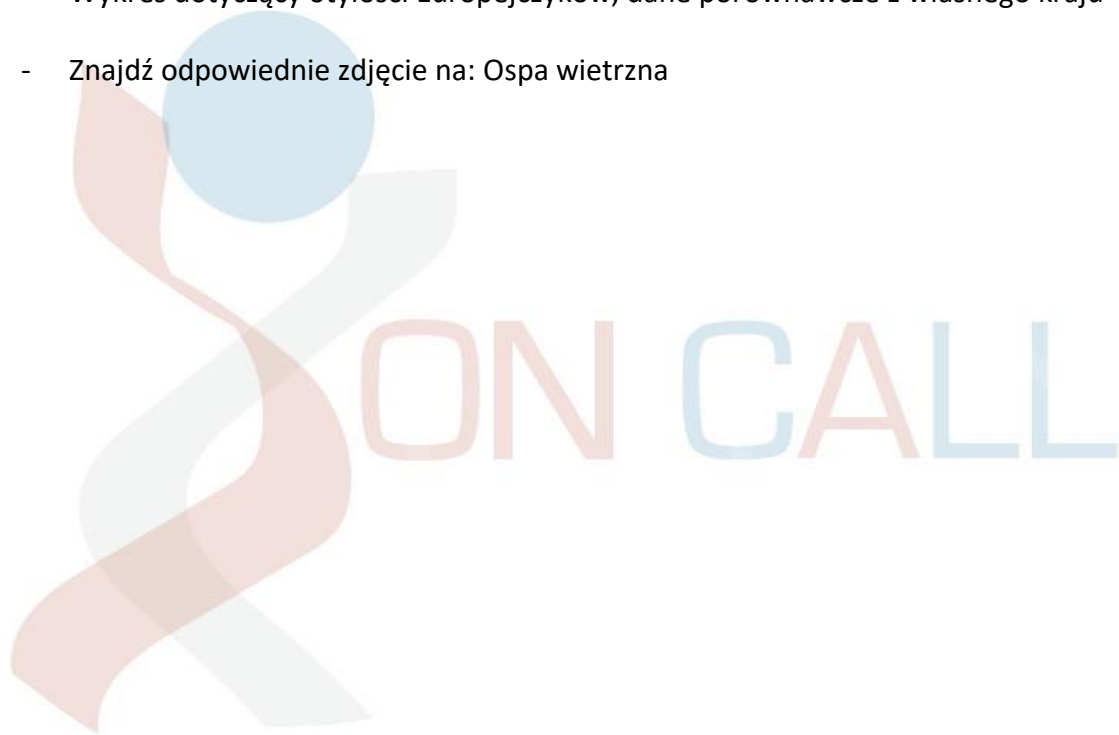


4.1. Media społecznościowe w sektorze zdrowia

DZIAŁALNIE 1: Przeszukiwanie internetu

Za pomocą wybranej wyszukiwarki możesz wyszukiwać w Internecie:

- Kalkulator wskaźnika masy ciała
- Strona internetowa / informacje kontaktowe do własnego ośrodka zdrowia
- Wpływ palenia na zdrowie jamy ustnej
- Wykres dotyczący otyłości Europejczyków, dane porównawcze z własnego kraju
- Znajdź odpowiednie zdjęcie na: Ospa wietrzna



4.1. Media społecznościowe w sektorze zdrowia

DZIAŁANIE 2 - Ocena wiarygodności stron internetowych

Zapoznaj się z jedną z wybranych przez siebie stron internetowych dotyczących zdrowia i znajdź odpowiedzi na swoje pytania w liście kontrolnej:

1. Czy sponsor/właściciel strony internetowej jest agencją rządową, szkołą medyczną lub dużą organizacją zawodową lub non-profit, czy też jest związany z jedną z nich?
☐ Nie
☐ Tak, który (które): _____
2. Jeśli nie jest sponsorowana przez agencję rządową, szkołę medyczną lub dużą organizację zawodową lub non-profit, to czy strona jest napisana przez pracownika służby zdrowia, czy też odwołuje się do jednego z tych godnych zaufania źródeł dla swoich informacji zdrowotnych?
☐ Nie
☐ Tak, który (które) z nich: _____
3. Dlaczego strona została stworzona? Czy misja lub cel sponsora strony jest jasny? _____

4. Czy widzisz, kto pracuje dla agencji lub organizacji i kto jest autorem informacji? Czy istnieje sposób na skontaktowanie się ze sponsorem strony internetowej?
☐ Nie
☐ Tak: Organizacja: _____
 Kontakt: _____
5. Kiedy ostatnio pisano informacje lub aktualizowano stronę internetową?
Data: _____
6. Czy twoja prywatność jest chroniona?
☐ Nie ☐ Tak ☐ Informacje nie są dostępne
7. Czy strona oferuje niewiarygodne rozwiązania Twoich problemów zdrowotnych? Czy obiecane są szybkie, cudowne lekarstwa?
☐ Nie ☐ Tak

4.1. Media społecznościowe w sektorze zdrowia

DZIAŁANIE 3: Przegląd stron internetowych dotyczących zdrowia

Każdy z uczestników samodzielnie zapoznaje się z kilkoma międzynarodowymi i krajowymi stronami internetowymi związanymi ze zdrowiem, szukając informacji na interesujący go temat lub tematów, np:

Objawy astmy
Alergia na orzechy i orzechy ziemne
Jakie jest normalne ciśnienie krwi?
Limity umiarkowanego spożycia alkoholu
Reumatyzm



4.1. Media społecznościowe w sektorze zdrowia

DZIAŁANIE 4: Wybierz interesującą Cię aplikację mobilną związaną ze zdrowiem

(można również wybrać z podanych przykładów). Pobierz aplikację z telefonu / sklepu z aplikacjami na tablety i dowiedz się jak z niej korzystać.

Oceń, co następuje:

- Jaka jest korzyść lub wynik aplikacji dla użytkownika?
- Do jakich grup docelowych skierowany jest wniosek?
- Czy to pasuje do twojej docelowej grupy odbiorców?
- Jakie efekty zdrowotne aplikacja pomaga osiągnąć?
- Jak dbać o prywatność użytkowników? Jakie informacje będą zbierane przez aplikację od użytkownika?
- Czy aplikacja zawiera funkcje społeczne?
- Czy aplikacja może być wykorzystywana jako kanał dystrybucji danych?
- Sprawdź, czy istnieją konkurencyjne opcje dla Twojego zgłoszenia, lokalne lub międzynarodowe.
- Chciałbyś sam skorzystać z aplikacji? Dlaczego?

4.2 Wybór kanałów

DZIAŁALNIE 1: Wybór właściwego kanału komunikacyjnego.

Uczestnicy odzwierciedlają charakterystykę swojej grupy docelowej i wybierają jeden kanał, który jest odpowiedni dla grupy docelowej. Następnie każdy z nich tworzy swoje własne konto dla tego kanału.

1. Zastanów się, jaki kanał komunikacji byłby odpowiedni dla Twojej grupy docelowej.
2. Który kanał będzie pasował do tematu, z którym chcesz się komunikować. Uzasadnij swój wybór!
3. Utwórz konto dla wybranego kanału.
4. W razie potrzeby poproś swojego trenera o instrukcje.
5. Na zakończenie dyskusji w grupie zadaniowej
6. Każdy z uczestników mówi, który kanał wybrał i uzasadnia swój wybór. Uzasadnienie jest umieszczane na flipcharcie.

ON CALL

4.2 Wybór kanałów

DZIAŁALNIE2: Tworzenie wiadomości w różnych kanałach.

Aktywność jest wykonywana idealnie jako ćwiczenie w parze. Podaj odpowiedni tekst publikacji dla każdego wybranego kanału mediów społecznościowych. Jeśli pary wybrały różne kanały, przedyskutujcie możliwe różnice w potrzebach dotyczących tych kanałów.

Sprawy do rozważenia

- Długość wiadomości, możliwe ograniczenia ustalone przez kanał mediów społecznościowych
- Styl komunikacji
- Źródła referencyjne



4.3. Tworzenie i dostarczanie swojej wiadomości

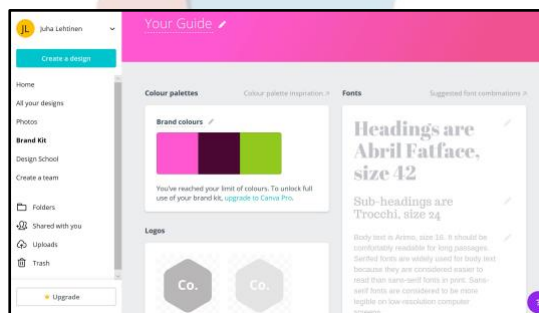
Samodzielna nauka

DZIAŁALNIE 1 - Wytyczne wizualne 1.5h

Stwórz swój własny przewodnik graficzny, określ kolory, których używasz dla różnych kanałów, typografii i elementów.

Postępuj zgodnie z wytycznymi podczas tworzenia nowego materiału, zachowując spójny styl we wszystkich publikacjach.

Wytyczne opracowane w tym zadaniu mają charakter osobisty i bezpłatny, a Ty możesz wybrać narzędzia, których będziesz mógł użyć w realizacji zadania. Zalecamy korzystanie z Canvy lub Photoshopa, ponieważ zostały one omówione w tym dziale. Jeśli jesteś już zaznajomiony z innymi programami lub metodami pracy, możesz również wybrać ich użycie.



Canva zawiera gotowe narzędzie do tworzenia Twoich wytycznych wizualnych - *Brand Kit* znajdujący się na pasku narzędzi po lewej stronie widoku. Kliknij łącze Brand Kit i wprowadź stworzone przez siebie kolory, czcionki i logo.

W swoich wytycznych wizualnych określ przynajmniej typografię (czcionki i rozmiary) oraz kolory. Pamiętaj, że dobre wytyczne pomogą Ci utrzymać Twój motyw wizualny w różnych kanałach.

DZIAŁALNIE 2 - Elementy wizualne dla wybranego kanału Social media 1h

W jednostce 4 Sekcja 2 uczący się stosuje wytyczne wizualne w celu stworzenia niezbędnych elementów graficznych, takich jak obraz profilu i obraz tła.

Przykład; Jeśli wybrałeś Facebook jako swój kanał, utwórz kluczowe elementy obrazu;

- Zdjęcie profilowe w formacie 360 x 360 px
- Zdjęcie okładki w formacie 851 x 315 px



DZIAŁANIE 3 - Twój komunikat 1h

Uczący się wymyśla treści informacyjne dotyczące zdrowia, którymi chce się podzielić, wybierając styl komunikacji oparty na wcześniejszych doświadczeniach (0,5h).

Uwaga! Jeśli zawartość została już wygenerowana w Zadaniu 2 w sekcji 4.2, zadanie to można pominąć, korzystając z wcześniej wygenerowanej zawartości

Uczący się wybiera docelowe media, w których treści są publikowane (0,5h).



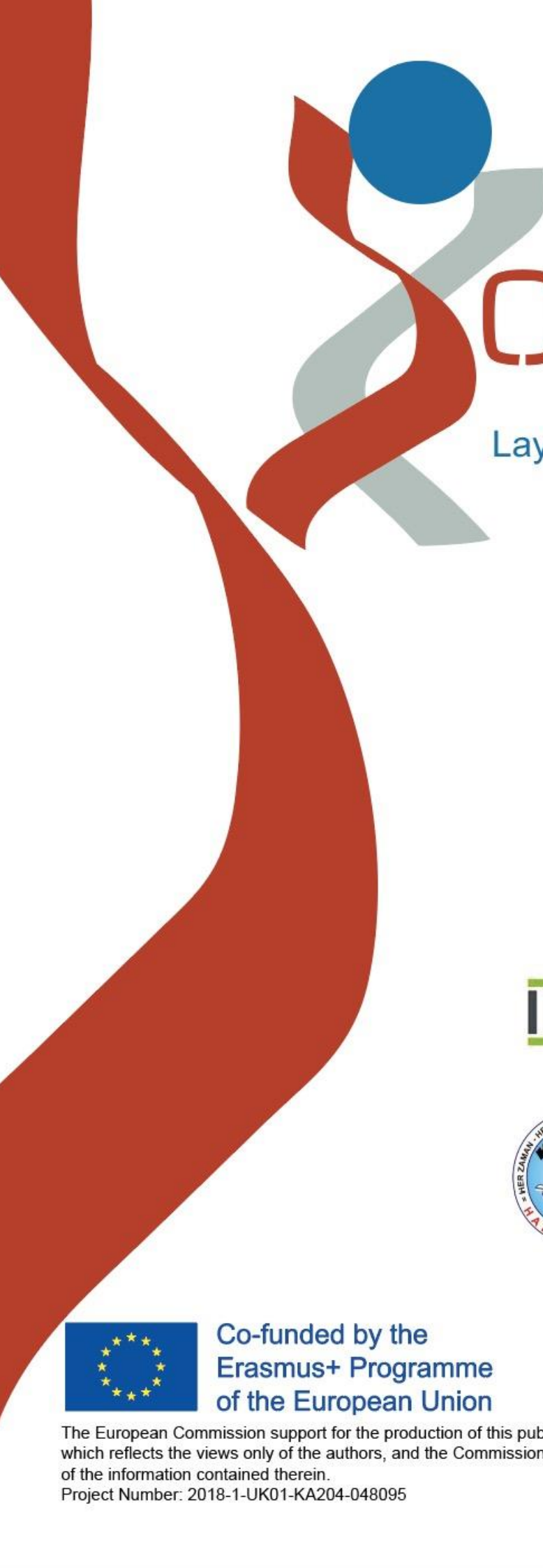
DZIAŁALNIE 4 - Pozycjonowanie i skład - składanie wszystkiego razem 4h

Uczący się tworzy potrzebne materiały obrazkowe / wykresy w celu wsparcia treści tekstowych (2h)

Uczący się dostosowuje materiał zdjęciowy i treść jako wiadomość odpowiednią dla wybranego kanału (1,5h).

Osoba ucząca się publikuje treści w wybranym kanale (0,5h)





ON CALL

Lay Community Health Advisors



UČSTANOVA ZA
OSBAZOVANJE
ODRASLIH | ADULT
EDUCATION
INSTITUTION



AKLUB

INNEO

fip
Future In
Perspective



 HUBKARELIA



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

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project Number: 2018-1-UK01-KA204-048095