

Laički obiteljski zdravstveni savjetnik

Kurikulum, poglavlje 4

NASTAVNI PLAN



4.1. Društveni mediji u zdravstvenom sektoru

Ishodi učenja

Nakon dovršetka ove jedinice za učenje, polaznici su stekli sljedeće:

Znanja:

Osnovno znanje o tome kako i gdje tražiti informacije o zdravlju na internetu

Osnovno znanje o tome kako procijeniti izvore informacija na internetu

Osnovno poznavanje web stranica povezanih sa zdravljem i mobilnih aplikacija

Vještine:

Pretraživanje zdravstvenih informacija o nacionalnim i međunarodnim mrežnim resursima

Vrednovanje mrežnih resursa i pouzdanosti web-mjesta pomoću posebnog kriterija procjene

Korištenje raznih web aplikacija za pristup uslugama društvenih mreža usmjerenih na zdravstveni sektor

ODGOVORNOST & AUTONOMIJA:

Preuzmite odgovornost za dijeljenje pouzdanih informacija

4.1. Društveni mediji u zdravstvenom sektoru

Lice u lice 4 h

Predmet	Trajanje	Sadržaja	Resursi i oprema	Način isporuke
Uvod	10 min	Trener predstavlja sebe i predstavlja sadržaj i ishode učenja jedinice 4.1. <i>Društveni mediji u zdravstvenom sektoru</i> skupini.	Računalo Zaslon i video-projektor PPT-slajdovi 1-3	Lice u lice
4.1.1 Društveni mediji: definicija	20 min	Trener vodi kratku grupnu raspravu s polaznicima o društvenim medijskim navikama i kanalima koje koriste. Nakon rasprave trener koristi PowerPoint slajdove za predstavljanje različitih definicija društvenih medija.	Računalo Zaslon i video-projektor PPT-slajdovi 4-5 Bijela ploča + markeri za grupnu raspravu	Lice u lice + grupna rasprava
4.1.2. Društveni mediji i zdravstvena komunikacija	30 min	Trener koristi slajdove programa PowerPoint za predstavljanje prednosti i ograničenja društvenih medija u komunikaciji o zdravlju. Ako je ostalo vremena, grupna rasprava o iskustvima studenata o zdravstvenim informacijama na internetu.	Računalo Zaslon i video-projektor PPT-slajdovi 6-8 Bijela ploča + markeri za grupnu raspravu	Lice u lice + Grupna rasprava
4.1.3. Kako pretraživati internet?	45 min	Trener predstavlja kako pretraživati informacije s interneta pomoću tražilice. Grupa se upoznaje s različitim pretraživačima. Trener predstavlja YouTube - videozapise za više savjeta o Google pretraživanju.	Računalo Zaslon i video-projektor PPT-slajdovi 9-10 Youtube-videozapisi: Osnovne strategije pretraživanja:	Lice u lice

		4.1 Aktivnost 1: Svaki sudionik vježbat će pretraživanje interneta na temelju zadataka trenera.	https://www.youtube.com/watch?v=LVV_93mBfSU 15 Načina pretraživanja Google-a 96% ljudi ne znaju o: https://www.youtube.com/watch?v=erZ3lyBCXdY Računalo za svakog sudionika ili par Internetska veza Prilog 1.: 4.1 Aktivnost 1: Pretraživanje interneta	
4.1.4. Vrednovanje informacija	30 min 30 min	Trener predstavlja iz PPT-a slajdova kriterije za procjenu pouzdanosti informacija i kontrolni popis za procjenu pouzdanosti informacija o zdravlju na internetu. 4.1 Aktivnost 2: Svaki sudionik se upoznaje s jednom od web stranica povezanih sa zdravljem koju je on / ona odabrala, a zatim traži odgovore na pitanja u checklisti: Tko je proizveo / napisao stranicu / sadržaj, koja je svrha stranice, bilo da postoje bilo kakvi kontakti, kada su stranice ažurirane, itd.	Računalo Zaslon i video-projektor PPT-slajdovi 11-12 Računalo za svakog sudionika ili par Internet veza Prilog 1.: 4.1 Aktivnost 2.: Ocjenjivanje pouzdanosti web stranica	Lice u lice
4.1.5. Internetske stranice povezane s zdravljem	45 min	Trener koristi slajdove programa PowerPoint kako bi predstavio koje organizacije proizvode pouzdane informacije o zdravlju na internetu i prolaze kroz međunarodne i nacionalne primjere.	Računalo Zaslon i video-projektor PPT-slajdovi 13-15	Lice u lice

		4.1 Aktivnost 3: Svaki sudionik se upoznaje neovisno s nekoliko međunarodnih i nacionalnih stranica, tražeći informacije o određenoj temi, kao što su simptomi astme, alergija na orahe itd.	Prilog 1.: 4.1Aktivnost 3: Pregled internetskih stranica vezanih uz zdravlje	
Mobilne aplikacije	30 min	Trener koristi slajdove programa PowerPoint za uvođenje tema i prikazuje primjere mobilnih aplikacija, njihovih operativnih načela i prednosti. Trener osigurava da svi članovi grupe imaju mobilni uređaj pogodan za zadatak. Trener opisuje zadatak samousmjerenog učenja 4.1 Aktivnosti 4: Svaki sudionik bi trebao pretraživati mobilnu zdravstvenu aplikaciju od interesa (npr primjeri materijala za proučavanje) u trgovini aplikacija svog telefona, preuzeti i upoznati ga kako ih koristiti.	Računalo Zaslon i video-projektor PPT-slajdovi 16-18 Mobilni telefon ili tablet Prilog 1:4.1Aktivnost 4: Upoznajte mobilne aplikacije	Lice u lice
Ukupno vrijeme	4 h			

4.1. Društveni mediji u zdravstvenom sektoru

Samostalno usmjereno učenje 4 h

Predmet	Trajanje	Sadržaj	Resursi i oprema
Kako pretraživati internet?	1h	Polaznici se upoznaju sa tražilicama i isprobavaju različite parametre pretraživanja u praksi.	Internet: Kako radi Pretraživanje: https://www.youtube.com/watch?v=LVV_93mBfSU 8 Jednostavnih simbola kako bi Google radio bolje za vas https://www.digitalthirdcoast.com/blog/5-easy-symbols-google-work DuckDuckGo: https://duckduckgo.com Kako pretraživati: https://help.duckduckgo.com/duckduckgo-help-pages/results/syntax/ Bing: www.bing.com Bing pomoć: http://help.bing.microsoft.com/#apex/18/en-US/n1999/-1/en-US
Vrednovanje informacija	1,5h	Kriteriji za ocjenjivanje pouzdanosti informacija preispitavaju se i primjenjuju u praksi putem primjera	MedlinePlus Vodič za zdravo surfanje internetom: https://medlineplus.gov/healthywebsurfing.html Ocjenjivanje internet zdravlje informacije tutorial: https://medlineplus.gov/webeval/intro1.html
Web stranice i mobilne aplikacije	1,5h	<i>Aktivnost 4:</i> Upoznajte mobilnu aplikaciju u praksi i pronađite odgovore za određena pitanja (Prilog 1: 4.1 Aktivnost 4)	Telefon ili tablet, odabrana mobilna aplikacija ili aplikacije Prilog 1.: 4.1. Aktivnost 4

Ukupno vrijeme	4 h		
----------------	-----	--	--

4.2. Odabir kanala

Ishodi učenja

Nakon dovršetka ove jedinice za učenje, polaznici su stekli sljedeće:

Znanja:

- Osnovno poznavanje kanala društvenih medija i njihove publike
- Osnovno poznavanje prednosti i nedostataka kanala društvenih medija
- Osnovno poznavanje općih načela komunikacije društvenih medija

Vještine:

- Odaberite i primijenite različite kanale društvenih medija u komunikaciji za isporuku svoje poruke
- Odaberite ciljanu publiku i odgovarajući komunikacijski kanal da biste ga dosegli
- Komunicirajte u društvenim medijima koristeći komunikacijske stilove koji pomažu da se vaša poruka isporuči najširoj mogućoj publici i dobivanje pozitivnog prijema u obliku sviđanja i srodne rasprave
- Davanje informacija, interakcija putem interneta i rukovanje negativnim povratnim informacijama

ODGOVORNOST & AUTONOMIJA:

- Pri dostavljanju poruke odgovorno koristite društvene medije
- Uočavanje važnosti komunikacijskog stila u isporuci vaše poruke

4.2. Odabir kanala

Licem u lice 2,5 h

Predmet	Trajanje	Sadržaj	Resursi i oprema	Način isporuke
Uvod	5 min	Trener uvodi sebe i predstavlja sadržaj i ishode učenja jedinice 4.2. <i>Odabir kanala</i> skupini.	Računalo Zaslon i video-projektor PPT- slajdovi 1-3	Lice u lice
4.2.1 Najpopularniji kanali	10 min	Trener predstavlja iz PPT slajda najpopularnije kanale društvenih medija	Računalo Zaslon i video-projektor PPT-slajd 4	Lice u lice
4.2.2. Karakteristike kanala društvenih medija	30 min 30 min	Trener koristi slajdove programa PowerPoint za uvođenje značajki četiri različita kanala i dobnu distribuciju korisnika kanala. Sudionici odražavaju karakteristike svoje ciljne skupine i odabiru jedan kanal koji je primjeren ciljnoj skupini. Svaki zatim stvara svoj račun za taj kanal. (Aktivnost 1). Na kraju, grupa raspravlja s kojim izborom je svaki par završio.	Računalo Zaslon i video-projektor PPT-slajdovi 5-12 Prilog 1.: 4.2. Aktivnost 1 Bijela ploča+ markeri za grupnu raspravu	Lice u lice Grupni rad u parovima
4.2.3. Komunikacija	30 min 45 min	Trener prolazi kroz proizvodnju sadržaja na društvenim medijima, korištenje PPT slajdova i naglašavanje izvor-kritičnost i važnost istraživanja temeljen na informacijama u zdravstvenim publikacijama.	Računalo Zaslon i video-projektor PPT-slajdovi 13-24	Licem u lice + Grupni rad u parovima

		Aktivnost 2: Polaznici proizvode sadržaj (tekst) na svojim odabranim kanalima društvenih medija. Naposljetku, autputi su predstavljeni cijeloj skupini	Prilog 1.: 4.2. Aktivnost 2	
Ukupno vrijeme:	2,5h			

4.2. Odabir kanala

Samostalno usmjereno učenje 4,5 h

Predmet	Trajanje	Sadržaja	Resursi i oprema
4.2.2 Najpopularniji kanali	30 min	Učenik samostalno unaočava kanale društvenih mreža: <i>Vodič društvene publike.</i> Učenici pitaju svoju obitelj, prijatelje, predstavnike ciljne skupine, koje kanale uglavnom koriste. Hoće li biti novih kanala?	Vodič za društvenu publiku za 2018.: https://www.spredfast.com/social-media-tips/social-media-demographics-current
4.2.3 Komunikacija	2h	Učenik se upoznaje s planiranjem strategije društvenih medija i pravi vlastiti plan koristeći besplatne predloške dizajna.	<i>Kako stvoriti Social Media Marketinški plan od nule</i> https://buffer.com/library/social-media-marketing-plan <i>Besplatni predlošci društvenih medija:</i> https://www.smartsheet.com/social-media-templates
4.2.3 Komunikacija	2h	Učenici čitaju o pisanju bloga. Učenik se upoznaje s Pinterestom. Učenik također može postaviti vlastiti blog ili Pinterest račun	Popis za provjeru zdravstvenog pisanja: https://www.healthwriterhub.com/clear-health-writing-checklist-2/ Početak rada kao zdravstveni bloger: Vodič za početnike: https://www.healthwriterhub.com/getting-started-as-a-health-blogger-guide/?doing_wp_cron=1561024162.6780250072479248046875 Pinterest.com i/ili mobilna trgovina aplikacija
Ukupno vrijeme	4.5 h		

4.3. Stvaranje i dijeljenje vaše poruke

Ishodi učenja

Nakon dovršetka ove jedinice za učenje, polaznici će steći sljedeće:

Znanja:

- Temeljna znanja o proizvodnji sadržaja društvenih medija: načela dizajna sadržaja, stilovi razmjene poruke, reference i korištenje slika i grafova

Vještine:

- Primjenjivati mogućnosti koje nude društveni mediji u dostavljanju poruka
- Proizvoditi i objavljivati sadržaj putem odabranih kanala za isporuku vaše poruke
- Dizajn poruke usmjerene ciljanoj publici u pogledu sadržaja i izgleda

ODGOVORNOST I AUTONOMIJA:

- Odaberite najbolji kanal i sadržaj poruke s obzirom na ciljanu publiku
- Procjena pravog vremena za objavljivanje poruke kako biste došli do ciljane publike

4.3. Stvaranje i dijeljenje vaše poruke

Licem u lice 2,5h

Predmet	Trajanje	Sadržaj	Resursi i oprema	Način isporuke
Uvod	5 min	Trener predstavlja sebe i predstavlja sadržaj i ishode učenja jedinice 4.3. <i>Stvaranje i zajedničko korištenje poruke</i> skupini.	Računalo Zaslon i video-projektor PPT-slajdovi 1-4	F2F
4.3.1 Vaša poruka	10 min	Koristeći PowerPoint slajdove, trener predstavlja ideju izgradnje vizualnog izgleda za tekstualnu komunikaciju kako bi se stvorila privlačna poruka.	Računalo Zaslon i video-projektor PPT-slajdovi 5-6	F2F
4.3.2 Zašto je vizualni izgled važan	10 min	Trener raspravlja o važnosti vizualnosti	Računalo Zaslon i video-projektor PPT-slajdovi 7-8	F2F
Načela proizvodnje vizualnog sadržaja				
4.3.3 Pozicioniranje i sastav	20 min	Trener prolazi kroz principe proizvodnje vizualnog sadržaja - pozicioniranje i sastav. Trener otvara ključne koncepte i terminologiju kompozicije i uvodi Sprout Social materijal.	Računalo Zaslon i video-projektor PPT-slajdovi 9-10 Sproutsocial: Kako stvoriti angažiranje društvenih medija grafike:	F2F

			https://sproutsocial.com/insights/social-media-graphics/	
4.3.4 Fotografije visoke kvalitete	15 min	Trener predstavlja PPT-slajdove o načelima proizvodnje vizualnog sadržaja - dobru fotografiju i širi sadržaj s Kodak-ovih stranica.	Računalo Zaslon i video-projektor PPT-slajd 11 http://apps.kodakmoment.com/top-10-tips-for-great-pictures/	F2F
4.3.5 Optimizacija slika	20 min	Trener koristi Slajdove programa PowerPoint i Prilog 2.: <i>Optimizacija slike pomoću aplikacije Adobe Photoshop</i> kako biste predstavili kako optimizirati slike.	Računalo Zaslon i video-projektor PPT-slajdovi 12-14 Prilog 2.: <i>Optimizacija slike pomoću aplikacije Adobe Photoshop</i>	F2F
4.3.6 Grafički elementi i dijagrami	20 min	Trener koristi slajdove programa PowerPoint i Prilog 3.: <i>Stvaranje grafičkog elementa s Canva</i> za uvođenje grafičkih elemenata i dijagrama	Računalo Zaslon i video-projektor PPT-slajdovi 15-16	F2F

			Prilog 3.: <i>Stvaranje grafičkog elementa s Canva</i>	
4.3.7 Sadržaj u različitim medijima	15 min	Trener objašnjava razlike u proizvodnji sadržaja za različite kanale i predstavlja smjernice različitih kanala iza linkova.	Računalo Zaslon i video-projektor PPT- slajdovi 17-19	F2F
4.3.9 Autorska prava	15 min	Trener prolazi kroz sadržaj sekcije i govori o karakteristikama vlastite zemlje u pogledu autorskih prava.	Računalo Zaslon i video-projektor PPT-slajdovi 20-22	F2F
4.3.9 Vizualne smjernice i zadaci samousmjerenog učenja	20 min	Trener uvodi koncept vizualnih smjernica i objašnjava zadatke samousmjerenog učenja, odgovara na pitanja učenika i slaže se s učenicima kako i kada se vraćaju dovršeni zadaci: Aktivnost 1 - Vizualne smjernice Aktivnost 2 - Vizualni elementi za odabrani kanal društvenih medija Aktivnost 3 - Vaša poruka Aktivnost 4 - Pozicioniranje i sastav - stavljaajući sve zajedno	Računalo Zaslon i video-projektor PPT-slajdovi23-28	F2F
Ukupno vrijeme:	2,5h			

4.3. Stvaranje i dijeljenje vaše poruke

Samostalno učenje 7,5h

Predmet	Trajanje	Sadržaj	Resursi i oprema
4.3.9 Vizualne smjernice	1.5h	Učenik stvara svoje / vlastite vizualne smjernice, koje će on / ona će iskoristiti u komunikaciji koju on / ona proizvodi.	Primjeri vizualnih smjernica: https://blog.hubspot.com/marketing/examples-brand-style-guides Platno - aplikacija Brand Kit
	1h	Učenik stvara grafičke elemente potrebne za kanal (njegov / njen izbor u odjeljku 4.2), kao što su slika profila i pozadinska slika pomoću grafičkih uputa	Stvaranje grafičkog elementa s platnom: https://docs.google.com/document/d/1vibVovxgi0E7txMj4wzvf71UplRzXKJ54QXn4Vyjk9U/edit Optimizacija slike pomoću aplikacije Adobe Photoshop: https://docs.google.com/document/d/11F88LTNuQYLK_iFZNC1l8NjXNat5D6ya4NCS8dlWog8/edit
4.3.1 - Vaša poruka	0.5h	Učenik razmišlja o informacijskom sadržaju povezanom sa zdravljem koji želi podijeliti, biranje stila komunikacije na temelju onoga što je ranije naučio. Pazite! Ako je sadržaj generiran već u odjeljku 4.2: Aktivnost 2, ovaj stavak može se preskočiti.	Sadržaj proizveden u jedinici 4.2. Aktivnost 2

	0.5h	Učenik odabire ciljni medij ili medij na koji se sadržaj distribuira	
4.3.3 Pozicioniranje i sastav	2h	Učenik proizvodi slikovni materijal / grafove koji podržavaju sadržaj podataka	
	1.5h	Učenik prilagođava materijal slike i informacijski sadržaj poruci prikladnoj za odabrani kanal	
	0.5h	Učenik objavljuje sadržaj u kanalu po svom izboru	
Ukupno vrijeme	7,5h		