

Syllabus 2.0

A syllabus célja

Ez a dokumentum részletesen ismerteti a Közösségi média modult, és megfelelő alapokat ad az elméleti és gyakorlati vizsgához is.

© 2019 ECDL Alapítvány

A syllabus az ECDL Alapítvány tulajdonát képezi.

Jogi nyilatkozat

Az ECDL Alapítvány az esetlegesen előforduló hibákért és azokból eredő következményekért nem tehető felelőssé. A változtatás jogát az ECDL Alapítvány fenntartja.

A modul célja

A Közösségi média modul segítségével a vizsgázó fejleszteni tudja tudását és készségeit a közösségi médiumok használatában mind a személyes, mind a szakmai életben. A cél, hogy a vizsgázó értse, miért használják a cégek, szervezetek a közösségi médiát, és tisztában legyen a szervezetek számára szükséges erőforrásokkal a közösségimédia-eszközök hatékony és biztonságos használatához. A vizsgázó megismeri az általánosan használt személyes és üzleti célú szociálismédia-platformok kezelésének alapjait, érti, hogyan használhatják az egyes platformokat a szervezetek különböző társadalmi célcsoportok eléréséhez, hogy minél hatékonyabban jusson el az üzenetük az emberekhez, és növeljék az ügyfelek elérését, szervezetük, termékeik vagy szolgáltatásaik népszerűsítése céljából.

A vizsgázó képes lesz a releváns hírcsatornákat követni, a híreket és frissítéseket közzétenni, konferenciákat és szemináriumokat nyomon követni, új posztokat létrehozni, szavazásokat és felméréseket készíteni, eseményeket ütemezni, képeket, videókat, podcastokat és egyéb vizuális anyagokat megosztani. A vizsgázó meg fogja érteni, hogyan használhatunk különböző platformokat különböző célokra, tisztában lesz a szociális média biztonságos használatával, a magánélet és az adatvédelem kérdéseivel, a szerzői jogi kérdésekkel, az online etikettel és a cyberbullying okozta problémákkal.

A vizsgázó megtanulja az online jelenlét kezelésének fontosságát értékelni, és megérti, miért fontos a szervezeteknek a közösségi médiában az online jelenlét megtervezése. A jelölt megtanulja, hogyan lehet megakadályozni a krízishelyzeteket a közösségi médiában, és hogyan lehet egy kommunikációs válságra reagálni.

Kategória	Tudásterület	Hivatkozás	Tudáselem
1 Új lehetőségek	1.1 Új indokok	1.1.1	A vizsgázó érti a közösségi média fogalmát, és felismeri az általánosan elterjedt közösségimédia-eszközök fő jellemzőit.
		1.1.2	érti, hogyan változtatta meg a szociális média a kommunikáció módját, kik és miért használják.
		1.1.3	felismeri, hogy a közösségimédia-eszközök hogyan tudnak nagyobb láthatóságot teremteni, lehetővé téve az egyének, a vállalkozások, a szervezetek, a kormányok és a társadalmi csoportok számára, hogy kapcsolatba kerüljenek a felhasználókkal, illetve növeljék online elérésüket.
		1.1.4	felismeri, hogy a különböző közösségimédia-eszközök és -platformok lehetőséget adnak az új típusú tartalommegosztásra, publikálásra, promócióra.
	1.2 Új utak	1.2.1	felismeri vagy elősegíti a közösségi média előnyeit: praktikum, könnyű alkalmazhatóság, relevancia, kiszámíthatóság.

		1.2.2	tisztában van azzal, hogy a mobil eszközök (telefon, tablet stb.) teljes mértékben támogatják a közösségimédia-felületeket és alkalmazásokat.
2 Tervezés	2.1 Alkalmazások	2.1.1	tisztában van azokkal az általános okokkal, amiért a szervezetek a közösségi médiát használják (kapcsolat az ügyfelekkel, szolgáltatásaik javítása, jobb hozzáférés, promóciók stb.).
		2.1.2	tisztában van az „aktív hallgatás” fogalmával, és azzal, hogyan kell kapcsolatba lépni az emberekkel online felületen. Ismeri a rendszeres és lényegi tartalmak jelentőségét.
		2.1.3	képes eldönteni, mit szeretne elérni a közösségi média segítségével, ismeri a posztok megtervezésének fontosságát.
		2.1.4	megtervezi az online identitása kialakítását és az általa közvetíteni kívánt üzeneteket.
	2.2 Eszközök	2.2.1	tisztában van azzal, milyen erőforrások szükségesek a hatékony közösségimédia-kampányhoz, valamint a mérés és a kampány tulajdonjogának fontosságával.
		2.2.2	képes eldönteni, ki lesz felelős a közösségimédia-fiókok fenntartásáért, képes meghatározni a posztok, frissítések közzétételének gyakoriságát.
3. Legyünk közösségek!	3.1 Közösségi hálózatok	3.1.1	ismeri közösségi profil létrehozásának és kezelésének az alapjait az ismert közösségi hálózatokon, például a Facebookon, a Twitteren, a Bloggeren, a YouTube-on, az Instagramon és a LinkedInen.
		3.1.2	képes azonosítani a közösségi aggregátor eszközöket, mint a Hootsuite, a Sendible és a Buzzbundle, és tudja, hogyan lehet őket felhasználni a közösségi profilok menedzseléséhez.
		3.1.3	tudja, hogyan hozhat létre és tarthat fenn üzleti profilt az ismert közösségi média oldalakon.
	3.2 Facebook	3.2.1	ismeri a Facebook-oldal funkcióit és a Facebook-statisztikákat (Facebook Page Insights).
		3.2.2	tudja, hogy a fotók, videók és különféle nyereményjátékok a reakciószám növelésének hatékony eszközei.
		3.2.3	érti, hogyan működnek a Facebook-hirdetések; tudja, hogyan használja a kiemelt bejegyzéseket, promóciós üzeneteket (Facebook Sponsored Stories), és ezek hogyan növelik a forgalmat.
	3.3 Twitter	3.3.1	tisztában van vele, hogy a Twitter hogyan segíthet a közösségépítésben, - fejlesztésben. Tudja, hogy a Twitter különösen a mobil eszközöket használók körében népszerű.
		3.3.2	tudja, hogyan lehet Twitteren követni egy érdekes programot (például konferenciát vagy szemináriumot).
		3.3.3	tudja, hogyan lehet hírességeket vagy népszerű témákat, trendeket követni.

		3.3.4	képes listákat létrehozni.
		3.3.5	képes a Twitter használatával különböző témákban véleményeket felkutatni, kérdéseket felvetni. Tisztában van azzal, hogy korlátozott idejű ajánlatok létrehozásával hogyan lehet további forgalmat generálni.
		3.3.6	tudja, hogyan használja a Twittert a munkában, képes ütemtervekkel, határidőkkel kapcsolatos frissítéseket közzétenni. Tudja, hogyan használhat fényképes tweeting szolgáltatásokat, hogy valós idejű eseményeket rögzítsen.
3.4 Blogger		3.4.1	felismeri, hogy mi a blogok elsődleges célja, és milyen a jó, célnak megfelelő blogtartalom.
		3.4.2	tudja, hogyan lehet személyes blogot létrehozni, promotálni.
		3.4.3	tudja, hogyan kell használni az időzítést a posztok közzétételéhez.
		3.4.4	képes bejegyzéseket létrehozni, hogy aktív kommunikációt tartson fenn a blogon.
3.5 Videó		3.5.1	ismeri a videómegosztó eszközök, például a YouTube használatát és a videós tartalmak előnyeit, tisztában van vele, hogy a videótartalom hatékony kommunikációs eszköz.
		3.5.2	tisztában van a jó videó legfontosabb jellemzőivel (érdekes, figyelemfelkeltő, rövid, megfelelő címmel van ellátva, rendelkezik leírással stb.).
		3.5.3	tudja, hogyan hozhat létre YouTube-csatornát, illetve miképpen tölthet fel és oszthat meg videókat cége, szervezete vagy különböző termékek, szolgáltatások, kampányok népszerűsítése céljából a rendelkezésre álló közösségimédia-platformokon.
		3.5.4	képes videótartalom létrehozására, lejátszására, szerkesztésére és megosztására (például Moviemaker, Nero, VLC Media Player eszközök segítségével).
		3.5.5	képes létrehozni egy témáról összefoglaló videót, tanulási-oktatási céllal.
		3.5.6	tudja, hogyan lehet feliratkozni YouTube-csatornákra, áttekinteni az egy témával kapcsolatos lejátszási listák széles skáláját.
3.6 LinkedIn		3.6.1	felismeri, hogy a LinkedIn elsősorban szakmai platform, amelyen egy-egy szakterület véleményformálóit is el lehet érni.
		3.6.2	tudja, hogy a LinkedIn jógyakorlatai segíthetnek a legtöbbet kihozni a szolgáltatásból.
		3.6.3	felismeri, hogy a LinkedIn hirdetési hálózata és az ajánlások révén hogyan használható fel az énmárkájának és/vagy a termékeinek a népszerűsítésére.
4 Egyéb közösségi oldalak	4.1 Wikipedia	4.1.1	érti, mire jó a Wikipedia és a segítségével hogyan képes erőforrásokat megosztani

	4.2 Flickr	4.2.1	érti, hogyan használható egy Flickr-hez hasonló eszköz vizuális anyagok megosztására a közösségi médiában.
		4.2.2	érti a geotagek és geofences fogalmát.
	4.3 Pinterest	4.3.1	tudja, mi a Pinterest, és hogyan lehet eszközként használni.
	4.4 Infografika	4.4.1	tudja, mi az infografika, és milyen hatékony eszköz lehet a vizuális megjelenítésben, egy téma megértésének elősegítésében.
	4.5 Podcastok	4.5.1	érti, hogyan lehet podcastok segítségével érdekesebbé tenni egy képzést.
4.5.2		képes podcastokat lejátszani, szerkeszteni és megosztani.	
5 Biztonságos használat	5.1 Tudatosság	5.1.1	tudatában van annak, hogy minden közösségi hálózaton fontosak az adatvédelmi és szerzői jogi szempontok.
		5.1.2	érti, hogy a közösségi médiában is érvényes a szerzői jog, és tisztában van tartalmak letöltésének és használatának jogi következményeivel.
		5.1.3	tisztában van az IT-biztonság kérdéskörével, az online etikettel és kiberciklás lehetséges veszélyével a közösségi médiákban.
	5.2 Befolyásolás	5.2.1	érti, miért fontos az online profiljának megfelelő és tudatos kezelése. Képes ennek online eszközeit (webhelyek, közösségimédia-tárak, domainnevek stb.) felismerni és használni.
		5.2.2	tisztában van az online monitoring eszközökkel. Képes az online történések (negatív és pozitív hírek stb.) követésére, tudja az ingyenes figyelmeztető és elemző eszközöket használni (például: Google értesítők, Google Analytics).
		5.2.3	tisztában van a közösségi befolyásolás jelenségével, és tudja, hogyan tud kapcsolatba kerülni véleményvezérekkel (például ismeri a Lithium nevű szolgáltatást).
	5.2 Alapelvek	5.3.1	tisztában van azzal, miért fontos megtervezni a közösségimédia-jelenlétet. Érti a panaszok kezelésének fontosságát és mikéntjét (őszinte és átlátható kommunikáció).
		5.3.2	képes közösségimédia-irányelvekre vonatkozó dokumentumot készíteni a cége számára.
		5.3.3	képes megbizonyosodni róla, hogy az alkalmazottak ismerik és használják az dokumentumokban lefektetett irányelveket.
		5.3.4	képes megfelelő adminisztrátori jogokat és hozzáférést beállítani bármely szervezeti közösségimédia-platformhoz.
		5.3.5	tudja, hogyan lehet megakadályozni közösségimédia-problémákat, hogyan védheti meg önmagát a megtévesztő közösségi posztokkal szemben, és hogyan reagáljon online krízishelyzetekben.