

Koncepcja merytoryczna szkolenia wykorzystania mediów społecznościowych do pozycjonowania się przed pracodawcami  
- 16 godzin (4 moduły, po 4 godziny)

## OPIS

Młodzież korzysta z mediów elektronicznych we wszystkich aspektach życia i nie zna rzeczywistości bez internetu. Dlatego również sytuacja budowania własnego wizerunku dla pracodawcy oraz sytuacja poszukiwania pracy w przyszłości będzie związana z wykorzystaniem profesjonalnych mediów społecznościowych w realizacji tego celu.

Dla osoby z Zespołem Aspergera, która gorzej wypada w prezentacji osobistej, szansą eliminacji barier związanych z niepełnosprawnością intelektualną jest właśnie wykorzystanie różnorodnych form prezentacji cyfrowej.

### Metody prowadzenia zajęć:

mini-wykład, case study, dyskusja grupowa, praca indywidualna i w parach, praca w małych grupach, odgrywanie scenek, brain storming.

### Stosowane pomoce dydaktyczne:

flipchart, papier do flipcharta, mazaki, rzutnik multimedialny, głośniki, laptop, kartki A4, kredki, długopisy, podkładki, materiały do kreatywnej pracy warsztatowej dostarczone przez trenera.

## CELE

1. Zbudowanie świadomości korzyści i zagrożeń wynikających z wykorzystania mediów elektronicznych w dorosłym życiu
2. Podniesienie umiejętności wykorzystania mediów elektronicznych do profesjonalnego budowania wizerunku przyszłego pracownika
3. Stworzenie pożądanego profilu w mediach społecznościowych i będą także wykorzystywać efekty prac z elementu diagnozy potencjału zawodowego
4. Umiejętność przygotowania atrakcyjnych treści internetowych w sytuacji rekrutacji
5. Zdolność czytania ze zrozumieniem materiałów formalno-prawnych dostępnych w internecie (ochrona danych osobowych)

## PROGRAM

### Moduł 1

1. Przedstawienie się i omówienie celu szkolenia
2. Prezentacja programu szkolenia
3. Na dobry START - film Awatar <https://www.youtube.com/watch?v=6ziBFh3V1aM>
4. Czym jest internet?
5. Ślad w internecie - czyli anonimowość to mit!
6. Jak ślad w internecie staje się wizerunkiem?

### Moduł 2

1. Na dobry start - film śmieszne filmiki z wypadkami na przejściu dla pieszych
2. Czym internet różni się od przejścia dla pieszych? Wady i zalety internetu - jak było kiedyś? Jak internet zmienił nasze życie?
3. Opierają się na pozytywach wynikających z internetu - jak internet pomaga budować pozytywny wizerunek pod kątem pozyskiwania pracodawcy.
4. Przykłady platform zawodowych
5. Social media i budowanie sieci społeczności - wsparcie procesów rekrutacyjnych.

### Moduł 3

1. Na dobry start - film Volvo <https://www.youtube.com/watch?v=jA9QK2K9glc>
2. LinkedIn vs Facebook - przeciwnicy, czy sojusznicy?
3. Jak budować społeczność na swoim profilu? Zasady tworzenia i udostępniania treści, zapraszania znajomych

### Moduł 4

1. Na dobry start - film jak przygotować dobrą autoprezentację
2. Co wyszukiwarka internetowa ma wspólnego z bałaganem? Zasady działania wyszukiwarek internetowych i związek z pozycjonowaniem treści.
3. Praca redakcyjna - content, tagowanie materiałów tekstowych i multimedialnych.
4. Kreatywne przedstawienie kluczem do sukcesu w rekrutacji. Czy rozmowa rekrutacyjna może odbyć się w formie videoprezentacji?
5. Podsumowanie szkolenia - porównanie oczekiwań zapisanych na początku szkolenia z opiniami po szkoleniu.

## MODUŁ 1

Zadaniem tego modułu jest poznanie się, zbudowanie zaufania i omówienie wspólnych celów szkolenia. Młodzież ma możliwość zaprezentowania własnych oczekiwań dotyczących tematyki szkolenia. Podczas realizacji zadań poznajemy się, widzimy co robimy w internecie, co robią inni, omawiamy funkcje internetu, czujemy fizycznie, jak jesteśmy ze sobą powiązani w sieci. Omawiane będą zagadnienia dotyczące anonimowości w sieci internet w celu budowania świadomości odpowiedzialności za działania w sieci, własne działania i działania innych.

1. **Przedstawiamy się.** Każdy uczestnik szkolenia odnosi się do sytuacji na bezludnej wyspie: kogo ze sobą zabierzesz, jaką muzykę, jakie zwierzę, jaki 1 przedmiot?
2. **Omówienie celu szkolenia.** Każdy uczestnik szkolenia zapisuje na karteczkach typu post-it swoje 2 oczekiwania związane ze szkoleniem. Grupujemy oczekiwania i zachowujemy je na podsumowanie szkolenia.
3. **Prezentacja programu szkolenia.** Wyświetlamy program szkolenia. Możliwość dodania nowych elementów szkolenia ( z opisanych na karteczkach oczekiwań)
4. **Na dobry START** - film Awatar <https://www.youtube.com/watch?v=6ziBFh3V1aM>
5. **Czym jest internet?**

INTERNET w oczach młodzieży - odpowiedzi indywidualne

INTERNET definicja - ogólnosiwiatowy system połączeń między komputerami, okreśłany również jako sieć sieci. W znaczeniu informatycznym Internet to przestrzeń adresów IP przydzielonych hostom i serwerom połączonym za pomocą urządzeń sieciowych, takich jak karty sieciowe, modemy i koncentratory, komunikujących się za pomocą protokołu internetowego z wykorzystaniem infrastruktury telekomunikacyjnej.

<https://pl.wikipedia.org/wiki/Internet>

6. **Zabawa z włóczką. Kim jestem ja - jako internauta?** Tworzymy sieć z włóczki, gdzie uczestnicy szkolenia są elementami sieci, omawiając jakie czynności i o jakich porach dnia wykonujemy za pomocą internetu i kto jeszcze bierze w nich udział. Podkreślamy, że zwykle nie widzimy się z innymi uczestnikami internetu, “nie czujemy” fizycznie ich obecności. Naprężamy nić włóczki, aby poczuć faktyczne powiązanie z innymi uczestnikami szkolenia, użytkownikami “sieci”
7. **Ślad w internecie - czyli anonimowość to mit!**

Omawiamy Politykę Cookies (załącznik nr 1)

Definicja “Ciasteczek” [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=11&v=nqM1\\_D1G-RY](https://www.youtube.com/watch?time_continue=11&v=nqM1_D1G-RY)

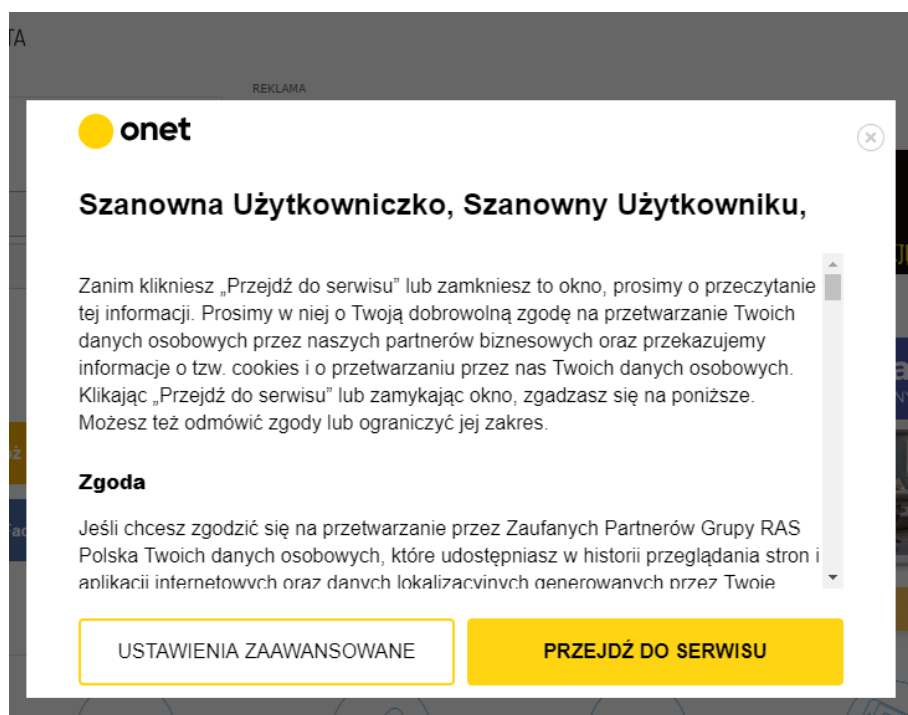
To niewielkie informacje, nazywane ciasteczkami (z ang. cookie – ciastko), wysyłane przez serwis internetowy, który odwiedzamy i zapisywane na urządzeniu końcowym (komputerze, laptopie, smartfonie), z którego korzystamy podczas przeglądania stron internetowych.

W „cookies”, składających się z szeregu liter i cyfr, znajdują się różne informacje niezbędne do prawidłowego funkcjonowania serwisów internetowych, np. tych wymagających autoryzacji – m.in. podczas logowania do konta pocztowego czy sklepu internetowego.

Skąd wiadomo, że strona www zapisuje nasze ciasteczka?

**Ważne: Strona wykorzystuje pliki cookies.**

W ramach naszej witryny stosujemy pliki cookies w celu świadczenia Państwu usług na najwyższym poziomie, w tym w sposób dostosowany do indywidualnych potrzeb. Korzystanie z witryny bez zmiany ustawień dotyczących cookies oznacza, że będą one zamieszczane w Państwa urządzeniu końcowym. Możecie Państwo dokonać w każdym czasie zmiany ustawień dotyczących cookies. Więcej szczegółów w naszej ["Polityce Cookies"](#).



REKLAMA

**onet**

**Szanowna Użytkowniczko, Szanowny Użytkowniku,**

Zanim klikniesz „Przejdź do serwisu” lub zamkniesz to okno, prosimy o przeczytanie tej informacji. Prosimy w niej o Twoją dobrowolną zgodę na przetwarzanie Twoich danych osobowych przez naszych partnerów biznesowych oraz przekazujemy informacje o tzw. cookies i o przetwarzaniu przez nas Twoich danych osobowych. Klikając „Przejdź do serwisu” lub zamykając okno, zgadzasz się na poniższe. Możesz też odmówić zgody lub ograniczyć jej zakres.

**Zgoda**

Jeśli chcesz zgodzić się na przetwarzanie przez Zaufanych Partnerów Grupy RAS Polska Twoich danych osobowych, które udostępniasz w historii przeglądania stron i aplikacji internetowych oraz danych lokalizacyjnych generowanych przez Twoje

USTAWIENIA ZAAWANSOWANE PRZEJDŹ DO SERWISU

Gdzie zostawiamy dane : jakie dane, jakie są konsekwencje pozostawiania danych w internecie. Ćwiczymy umiejętność czytania ze zrozumieniem regulaminów. Wypełniamy formularz zakładania poczty w wersji papierowej. (załącznik nr 2)

Podajemy decyzje, jakie informacje pozostawiamy w internecie, i jakie za tymi danymi idą konsekwencje. Czytamy regulamin poczty elektronicznej (załącznik nr 3)

## 8. Jak ślad w internecie staje się wizerunkiem?

Nasza aktywność w internecie nie podlega jedynie zasadom regulaminów, czy innych formalnych dokumentów prawnych wynikających z korzystania z tego medium. Od początku internetu jego użytkownicy wprowadzali nieformalne zasady zachowania (netykieta), często też nie spisane, w zależności od kanałów komunikacji marketingowej.

### Netykieta - definicja

Netykieta, podobnie jak zwykle zasady przyzwoitego zachowania, nie jest dokładnie skodyfikowana, nikt też nie zajmuje się systematycznym karaniem osób jej nieprzestrzegających, jednak uparte łamanie zasad netykiety może się wiązać z różnymi przykrymi konsekwencjami, na przykład zgłoszeniem nadużycia do działu abuse i odcięciem „niegrzecznego” osobnika od określonej usługi internetowej przez jej administratora.

<https://pl.wikipedia.org/wiki/Netykieta>

Przykładowa netykieta Zasady bezpieczeństwa w internecie <https://sieciaki.pl/sieciomisja/zasady-bezpieczenstwa/netykieta> (załącznik nr 4)

Piszemy Netykietę, zasady zachowania w internecie na portalach społecznościowych zawodowych.

Schemat powiązań każdego uczestnika szkolenia z różnymi obszarami (funkcjami internetu) jako integralny obraz dla potencjalnego pracodawcy. Zadanie pokazuje uczestnikom szkolenia, że w internecie informacje nie giną i budują pełny obraz naszej sylwetki względem potencjalnego pracodawcy. Łatwo do tych informacji dotrzeć, wpisując imię i nazwisko osoby do wyszukiwarki internetowej.

Schemat (załącznik nr 5)

## MODUŁ 2

1. **Na dobry start** - film z wypadkami na przejściu dla pieszych  
<https://www.youtube.com/watch?v=dXGivJ3i9wA>

2. **Czym internet różni się od przejścia dla pieszych?**

Internet, jak każdy inny obszar życia ma swoje wady i zalety. Podobnie, jak na prezentowanych filmach z przejścia dla pieszych, widać, że w zależności, jak się z niego korzysta może mieć walory pozytywne lub negatywne. Uczestnicy szkolenia wypisują na karteczkach wady i zalety internetu. Omówieniem jest tabela: Wady i zalety internetu - załącznik nr 6.

3. Jak internet pomaga budować pozytywny wizerunek pod kątem pozyskiwania pracodawcy.

Dzięki takim zaletom internetu jak brak ograniczenia w czasie i przestrzeni, szybkiej i bez ograniczeń dostępności do informacji, automatyzacji, filtrowania i wyszukiwania ogłoszeń oraz taniemu lub bezpłatnemu dostępowi do internetu możemy odpowiedni zyskać:

- dostępność do ogłoszeń 24/7
- oszczędność czasu (szukam pracy w dogodnym dla mnie czasie i bez osobistego odwiedzania agencji)
- możliwość rekrutacji poza moim miejscem zamieszkania, krajem...
- dostęp do ogłoszeń rekrutacyjnych z wielu źródeł
- fachowe wsparcie za pomocą poradników, przekładów, prezentacji (jak napisać CV, list motywacyjny, itp)

- informacje o pracodawcy - przygotować się na rozmowę / dobrze napisać list motywacyjny / sprawdzić osobę, z którą się umawiam
- automatycznie dopasowane oferty do wymagań (filtry, wyszukiwanie)
- ogłoszenia rekrutacyjne za darmo.

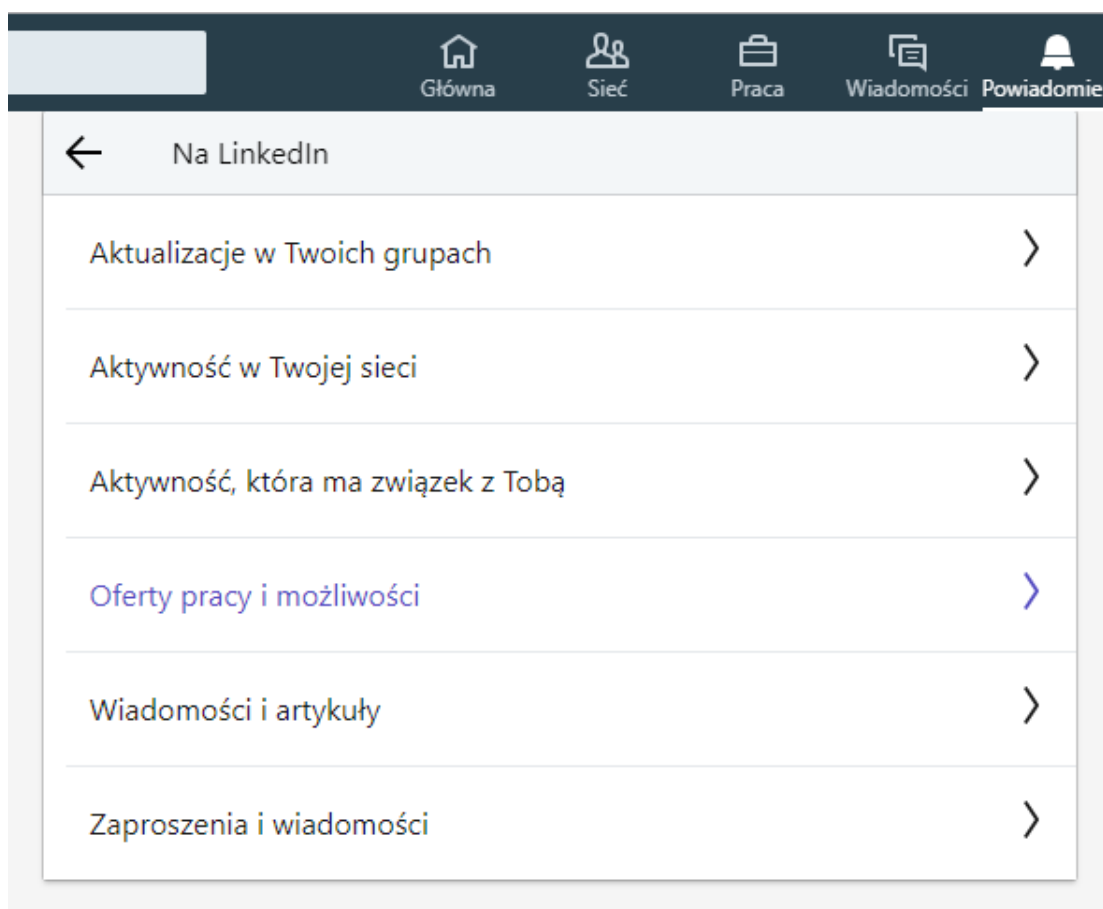
Jak powiązać zalety internetu z benefitami dotyczącymi zatrudnienia (załącznik nr 7)

4. Przykłady platform zawodowych: LinkedIn vs serwisy ogłoszeniowe.

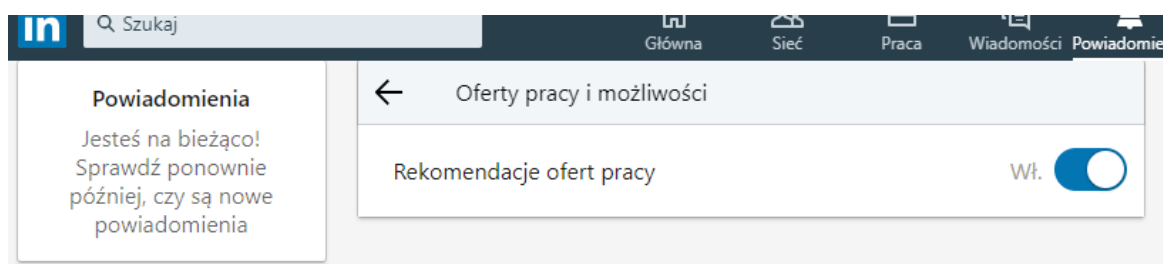
LinkedIn jest społecznościowym serwisem profesjonalistów, którzy na swoich profilach prywatnych, zawodowych prezentują materiały związane blisko z karierą zawodową. Profile te nie mają charakteru rozrywkowego, rodzinnego. Treści prezentowane na profilach jest wysokiej jakości (filmy, prezentacje) i odnoszą często do serwisów (profilu) firmowych. Profile prywatne mają funkcję publikacji artykułów tematycznych. Wszelkie treści w opisach, postach, artykułach są pozycjonowane i mają możliwość być wyszukiwane w wyszukiwarce. Dobrze opisany profil prywatny przyszłego pracownika powinien zawierać takie słowa kluczowe, które pozwolą pracodawcy, agencji rekrutacyjnej znaleźć profil potencjalnego kandydata na stanowisko.

Przykład: Programista PHP będzie w opisie miał taką frazę kluczową, dlatego będzie go można znaleźć w wyszukiwarce LinkedIn. Jeśli w opisie kandydata będzie jedynie Programista (bez technologii PHP) również to będzie możliwe, ale trudniejsze i mniej dokładne.

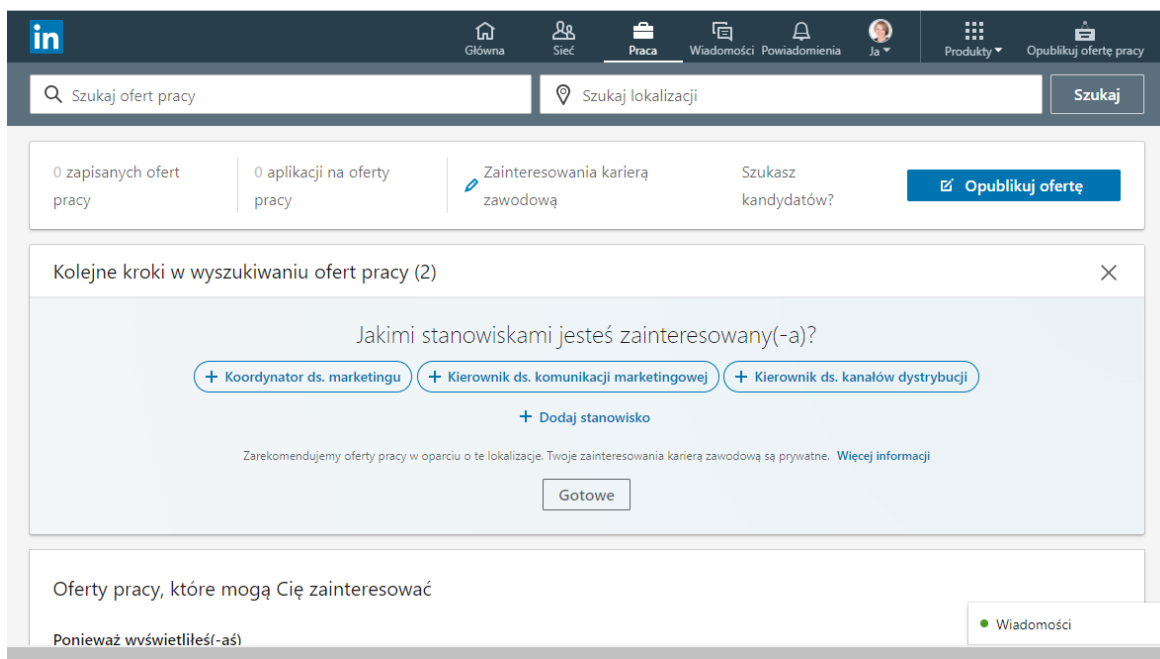
Dodatkowo, na profilu kandydata jest możliwość ustawienia funkcji w POWIADOMIENIA - Ofert pracy i możliwości



Gdzie można uruchomić możliwość otrzymywania ofert pracy. Profil z uruchomioną funkcją jest widoczny dla firm/rekruterów, jako otwarty na oferty pracy



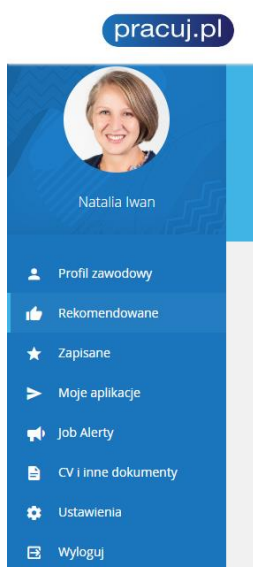
Serwis również na wyszukiwarkę ogłoszeń rekrutacyjnych



The screenshot shows the LinkedIn job search interface. At the top, there is a navigation bar with icons for Home, Network, Jobs, Messages, Notifications, and Profile. Below this is a search bar with the text "Szukaj ofert pracy" and a location search bar "Szukaj lokalizacji". The main content area displays statistics: "0 zapisanych ofert pracy", "0 aplikacji na oferty pracy", "Zainteresowania karierą zawodową", and "Szukasz kandydatów?". A blue button "Opublikuj ofertę" is visible. Below the statistics is a section titled "Kolejne kroki w wyszukiwaniu ofert pracy (2)" with a close button. It asks "Jakimi stanowiskami jesteś zainteresowany(-a)?" and provides three options: "Koordynator ds. marketingu", "Kierownik ds. komunikacji marketingowej", and "Kierownik ds. kanałów dystrybucji". A "+ Dodaj stanowisko" button is also present. Below this is a section "Oferty pracy, które mogą Cię zainteresować" with a sub-header "Ponieważ odwiedziłeś(-aś)". A "Wiadomości" notification bubble is visible in the bottom right corner.

Aby rozpocząć budowanie wizerunku zawodowego i korzystać z możliwości rekrutacyjnych LinkedIn trzeba założyć konto, zbudować społeczność, być aktywnym profesjonalistą.

### Serwis rekrutacyjny Pracuj.pl



The screenshot shows the Pracuj.pl user profile for Natalia Iwan. The profile includes a circular profile picture and the name "Natalia Iwan". Below the profile picture is a vertical menu with the following items: "Profil zawodowy", "Rekomendowane", "Zapisane", "Moje aplikacje", "Job Alerts", "CV i inne dokumenty", "Ustawienia", and "Wyloguj".

Pozwala stworzyć swój profil zawodowy, przeglądać ogłoszenia o pracę i na nie odpowiadać. Wszystkie te aktywności wymagają rejestracji i logowania.

Bardzo pomocne jest podpowiadanie ofert pracy wg opisanych kategorii (nie do końca dobrze działa, ale coś filtruje), zapisywanie ciekawych ofert w "schowku", a także podsumowanie i status aplikacji, na które wysłaliśmy zgłoszenie wraz ze statusem aplikacji (nie zawsze statusy są prawdziwe).

## Moje aplikacje

73

W tej zakładce możesz sprawdzić status swoich aplikacji. Kliknij w szczegóły, aby dowiedzieć się jak wypadasz na tle innych kandydatów. Jeśli aplikacja została wysłana przez zewnętrzny formularz, niestety nie znajdziesz jej na poniższej liście.

Sprawdź, co oznaczają statusy aplikacji

...	<b>Specjalista ds. Marketingu</b> FIBERLAB S.A. Kłaj (pow. wielicki), Wieliczka, małopolskie	Szczegóły >
	Ważna do 02.11.2018   < 25 osób aplikowało	Otwarta
...	<b>Pracownik ds. Organizacyjnych</b> HumanR Kraków, małopolskie	Szczegóły >
	Ważna do 21.10.2018   25 - 50 osób aplikowało	Rozpatrywana

Niestety w porównaniu z LinkedInem, Pracuj.pl nie reprezentuje naszych rekomendacji od innych pracowników, nie pokazuje naszej aktywności i zaangażowania.

Co wybrać? Warto korzystać z obydwu serwisów, gdyż uzupełniają się one w sensie rekrutacyjnym w tym znaczeniu, że obydwa wprowadzają publikują ogłoszenia o pracę, jednak na LinkedIn pracodawca nas zweryfikuje, jako potencjalnego pracownika.

#### 5. **Social media i budowanie sieci społeczności** - wsparcie procesów rekrutacyjnych.

Mając założony i aktywny profil na LinkedIn poszukujemy pracy w serwisie Pracuj.pl, gdzie:

- Regularnie przeglądamy oferty REKOMENDOWANE na swoim profilu
- Ustawiamy odpowiednie alerty, aby dopasowane ogłoszenia otrzymywać na maila
- Zapisujemy ciekawe oferty, na które musimy przygotować się specjalnie (nie tylko wysłać gotowe CV)
- Filtrujemy ogłoszenia przez wyszukiwarę
- Odpowiadamy na wybrane oferty wysyłając gotowy plik CV.

Pracodawca / firma rekrutacyjna zawsze sprawdzi nas w serwisach społecznościowych LinkedIn, czasem Facebook, Instagram, Pinterest.

Dlatego warto zadbać o swój wizerunek w postaci profesjonalnego CV oraz dobrego wizerunku w sieci.

## MODUŁ 3

1. **Na dobry start** - film Volvo <https://www.youtube.com/watch?v=jA9QK2K9glc>
2. **LinkedIn vs Facebook - przeciwnicy, czy sojusznicy?** Porównanie tych kanałów komunikacji w social mediach pokazuje ich różnice pod względem funkcji, społeczności, efektywności treści, atrakcyjność contentu, możliwości autopromocji i dotarcia do pracodawców.

Obydwa kanały pozwalają użytkownikom budować społeczność, dzielić się informacjami, publikować treści, jednak LinkedIn uważany jest za kanał dla profesjonalistów, a Facebook kanał dla wszystkich.

W przypadku poszukiwania pracy również profil na Facebooku może być wspierający w procesie rekrutacyjnym, jednak pod warunkiem, że prezentowane w nim materiały, czy znajomi na Facebooku, nie będą wprowadzały pracodawców w błąd lub w sposób niepożądany budowały nasz wizerunek.

Inny rodzaj treści jest atrakcyjny na Facebook, a inny na LinkedIn nie jeśli chodzi o formę, tylko jeśli chodzi o tematykę. Na Facebooku dużym zainteresowaniem cieszą się treści śmieszne (Mema), z życia codziennego (urodziny, wschód słońca, zwierzęta), na LinkedIn atrakcyjny materiał to wywiad, artykuł, szkolenie-wystąpienie, post z życia firmy o tematyce zawodowej. Oczywiście treści o podobnej tematyce można zamieszczać i na Facebooku i na LinkedIn, ale i tak język komunikacji będzie luźniejszy na Facebooku, niż na LinkedInie.

3. **Jak budować społeczność na swoim profilu?** Zbudowanie atrakcyjnej względem procesu rekrutacji społeczności na swoim profilu nie jest łatwe, ani też szybkie. Opiera się o znajomości: ze szkoły, z organizacji / projektów, w których biorę udział oraz takich też, których chciałbym znać i obserwować. LinkedIn podpowiada, które osoby mogę znać poprzez wspólnych znajomych lub inne wspólne właściwości (np. Szkoła, praca, grupa zainteresowań, treści publikowane na profilu). Z takimi osobami możemy **NAWIĄZAĆ KONTAKT** i pod ich akceptacji będą one w grupie **TWOJE KONTAKTY**

The screenshot shows the LinkedIn interface. At the top, there is a search bar with the text "Szukaj" and navigation icons for "Główna", "Sieć", "Praca", "Wiadomości", and "Powiadomienia". Below the navigation bar, the page title is "Pokaż więcej". On the left side, there is a sidebar with the text "895 Twoje kontakty Zobacz wszystkie" and a button "Kontynuuj". The main content area is titled "Osoby, które możesz znać" and displays a grid of six contact suggestions. Each suggestion includes a profile picture, name, title, and a "Nawiąż kontakt" button. The suggestions are: Alicia Hart (Columnist at Autism Spectrum Quarterly), Daniel Woźniak (Administrator Systemów), Ariel Stępień (Marketing Director w LepszaOferta.pl S.A.), Bogdan Oś (Co Owner w Human Diamond), Paulina Rek (Główny księgowy w DOOR Poland), and Piotr Janus (Brand Manager | Gaming w Komputronik S.A.).

4.

Z czasem będziemy otrzymywać otrzymywać ZAPROSZENIA od innych użytkowników serwisu, którzy będą wysyłać do nas zaproszenia również wg. Tego samego klucza.

The screenshot shows a mobile application interface for LinkedIn. At the top, there is a navigation bar with icons for 'Główna' (Home), 'Sieć' (Network), 'Praca' (Jobs), 'Wiadomości' (Messages), and 'Powiadomienia' (Notifications). Below the navigation bar, the main content area is titled 'Zaproszenia (33)' (Invitations (33)) and includes a link to 'Zarządzaj wszystkimi' (Manage all). The list contains three invitation cards:

- Eric Endlich, Ph.D.**: Serving the full spectrum of learners through college selection. Michael W. Szeluch i 73 inne osoby. Buttons: Zignoruj, Zaakceptuj.
- Hany Wadie Asaad**: Goodwill Ambassador CEO & Founder- Global Vision. Natasha Christy, Lifestyle Design Strategist i 39 innych osób. Buttons: Zignoruj, Zaakceptuj.
- Maciej Zięciak**: Specjalista ds. SEO w PromoTraffic. Jakub Śmietana i 57 innych osób. Buttons: Zignoruj, Zaakceptuj.

At the bottom of the list, there is a link 'Pokaż więcej' (Show more).

Budowanie społeczności to nie tylko dodawanie kontaktów, to również publikowanie własnych atrakcyjnych materiałów (posty, artykuły) oraz udostępnianie materiałów znajomych. System powiadomień i komunikacji LinkedIn za każdym razem informuje naszego znajomego, że wykonaliśmy aktywność związaną z jego treściami (utrwalanie nazwiska).

W ten sposób również inni będą komentować, polecać nasze materiały, budując nasz wizerunek osoby kompetentnej i eksperta.

## MODUŁ 4

1. **Co wyszukiwarka internetowa ma wspólnego z bałaganem?** Ogólna znajomość zasad działania wyszukiwarek internetowych pomoże nam zrozumieć związek z pozycjonowaniem treści w internecie, również w pozycjonowaniu naszego profilu zawodowego.

### Jak działają wyszukiwarki internetowe?

Za pomocą specjalnych programów, tak zwanych web crawlerów, albo robotów indeksujących operatorzy wyszukiwarek (Bing, Goo-gle, Yahoo!, i inni) przeszukują internet. Każda strona ze wszystkimi słowami, zdjęciami i innymi elementami trafia do bazy danych wyszukiwarki. Ten tak zwany indeks zawiera więc prawie wszystkie informacje z internetu. Każdą stronę można przeanalizować według różnych kryteriów i zakwalifikować ją według znaczenia. Im ważniejsza jest strona i im częściej jest aktualizowana, tym częściej powracają na nią wspomniane roboty. (załącznik nr 8)

1. Słowa kluczowe zawarte w treści na stronach serwisu i świelanym w opisie na stronie wyników wyszukiwania Google.
2. Filtr. Każde wyszukiwanie można doprecyzować za pomocą filtrów i wyszukiwać na przykład zdjęcia, miejsca lub materiały wideo. W menu Więcej opcji można też wybrać czas publikacji, na przykład Ostatnia godzina lub 24 godziny.
3. Metaopis Metaopis to krótki opis strony zawierający maksymalnie 180 znaków. Na ogół jest pomocny w ocenie przydatności wyniku
4. URL. Do wyszukiwania artykułów i plików w internecie wyszukiwarki potrzebują jedno-znacznego adresu internetowego, tak zwanego URL. Adres Komputer Świata brzmi [www.komputerswiat.pl](http://www.komputerswiat.pl).
5. Podgląd. Aby nie klikać na kota w worku, Google oferuje podgląd wyniku wyszukiwania (najczęściej jest to strona internetowa). Ponieważ jest to tylko zabezpieczona niegdyś kopia strony, podgląd nie zawsze jest aktualny.
6. Wyszukiwanie zaawansowane. Wyszukiwanie zaawansowane zawiera dodatkowe możliwości filtrowania. Użytkownik może wyszukiwać treści w określonych językach albo tylko na określonych stronach.
7. Strony z wynikami. W zależności od słów kluczowych uzyskamy dziesiątki tysięcy wyników. Ponieważ tylko 5 procent użytkowników Google ogląda drugą stronę wyników wyszukiwania, celem optymalizacji pozycjonowania jest zawsze osadzenie witryny w czołówce wyników.

Jak wyszukiwarki oceniają strony? Klucz, według którego operatorzy wyszukiwarek oceniają strony internetowe i umieszczają je na liście wyników, jest tajny, tak jak receptura coca-coli. Oprócz tego wciąż zmienia się tak zwany algorytm wyszukiwania. Wiadomo jednak, jakie czynniki mają wpływ na pozycję strony na liście wyników.

Treść: Treść (w internetowym żargonie tak zwany kontent) to najważniejszy czynnik rankingu. Treść powinna oferować to, czego oczekuje się od zadania wyszukiwania. W dużym uproszczeniu strona internetowa z tekstem zawierającym fragment: test iPhone 4S podczas

wyszukiwania przez internautów testu nowego telefonu Apple'a trafi na wysokie miejsce listy wyników.

Linki z innych stron: Im więcej innych popularnych witryn zawiera linki do naszej strony, tym ważniejsza jest ona dla wyszukiwarki. Decydującym czynnikiem nie jest jednak tylko liczba, ale także ważność wspomnianych stron. Większość tych tak zwanych backlinków ma Wikipedia, a to dlatego, że żadna inna strona nie pojawia się tak często na pierwszej stronie z wynikami wyszukiwania.

Linkowanie wewnętrzne: Na stronach internetowych, które ułatwiają użytkownikowi orientację klarownym linkowaniem wewnętrznym, czyli zawierają odnośniki do innych części tej samej witryny, lepiej radzą sobie również roboty wyszukiwarek i wynagradzają je lepszym pozycjonowaniem.

Struktura strony: Jeśli słowa kluczowe znajdują się w wyróżnionych częściach tekstu, takich jak nagłówki, tytuły akapitów i wyliczenia, strona trafia na wyższe miejsce.

Tytuł strony: Tytuł strony powinien być wymowny i zawierać najważniejsze frazy wyszukiwania. Gdyby ten artykuł był stroną internetową, powinien wyglądać na przykład tak:

Sposób działania wyszukiwarki Google. Miałby szansę zapewnić witrynie wysoką pozycję, ponieważ zawiera najważniejsze słowa kluczowe: sposób działania, wyszukiwarka i Google

Aktualność: Strony z nowymi i aktualizowanymi na bieżąco treściami zyskują na znaczeniu w wynikach wyszukiwania.

Gęstość słów-kluczy: Ważne słowa kluczowe powinny pojawiać się tak często, jak to możliwe. Jeśli ktoś zajmuje się internetową sprzedażą telefonów komórkowych, to na swojej stronie powinien umieścić słowo komórka, ale też jak najwięcej synonimów, takich jak smartfon, telefon komórkowy, oraz nazwy producentów i modeli.

Zakładki portali społecznościowych: Jeśli wielu użytkowników portali społecznościowych, takich jak Facebook, Twitter albo Google, poleca jakąś stronę, to jej ranking wzrasta. Zasada działania jest podobna, jak w przypadku backlinków – polecenia są interpretowane jako wyznaczniki jakości.

Zachowanie odwiedzających: Jeśli strona ma wielu powracających często użytkowników, to wyszukiwarki wyżej ją oceniają.

### Jak Google klasyfikuje strony internetowe?

W pudełku kartonowym znajdują się różnorodne przedmioty, które posiadają wspólne cechy.

#### Krok 1

Wymawiamy pytanie, które chcielibyśmy wpisać w wyszukiwarce internetowej i wyciągamy z pudełka przypadkowe przedmioty. Nie odpowiadają one naszemu zapytaniu, ponieważ nie wprowadziliśmy żadnego algorytmu klasyfikacji przedmiotów w pudełku.

#### Krok 2

Rozsypujemy na podłodze wszystkie przedmioty i dzielimy je na zbiory i podzbiory przypisując im odpowiednie parametry, np. czerwony+plastikowy+do pisania

#### Krok 3

Wymawiamy pytanie, które chcielibyśmy wpisać w wyszukiwarce internetowej, w zakresie przedmiotów w pudełku i wskazujemy w zbiorach odpowiednie przedmioty.

W internecie zasobów (przedmiotów) jest niezliczona ilość, my ograniczamy się do przedmiotów z pudełka.

Wniosek: rozumiejąc działanie technologii możemy tak przygotowywać materiały na nasz profil zawodowy w internecie, by wysoko się pozycjonować.

Uczestnicy szkolenia edytują materiały na swoim profilu na LinkedIn.

## 2. Kreatywne przedstawienie kluczem do sukcesu w rekrutacji.

Zanim spotkamy się z pracodawcą na rozmowie kwalifikacyjnej pierwsze wrażenie związane z prezentacją naszej osoby, jako potencjalnego pracownika, zapewne powstanie po obejrzeniu CV i profilu na LinkedIn. Składając CV wraz z listem motywacyjnym można, podchodząc do procesu rekrutacji kreatywnie, przesłać również krótki film z prezentacją.

Film - autoprezentacja

[https://www.youtube.com/results?search\\_query=dobra+autoprezentacja+przyk%C5%82ad](https://www.youtube.com/results?search_query=dobra+autoprezentacja+przyk%C5%82ad)

<https://www.youtube.com/watch?v=gGRfIQp937g>

Przygotowanie takiego wystąpienia może być poprzedzone przygotowaniem przemyślanej treści (scenariusz), scenografii, zachowania. Nie jest obciążone treścią i może być wielokrotnie powtarzane. W przeciwieństwie do rozmowy rekrutacyjnej. Jest też dobrym treningiem przed rozmową rekrutacyjną, na której, odpowiadając na pytania pracodawcy, zwykle mówimy o swoich atutach.

Uczestnicy szkolenia piszą scenariusze wystąpień (załącznik nr 9), podejmują próby nagrania wystąpienia dla pracodawcy.

## 3. Podsumowanie szkolenia - porównanie oczekiwań zapisanych na początku szkolenia z opiniami po szkoleniu.

### EFEKTY

Założony profil na LinkedIn

Założony profil na Pracuj.pl

Opublikowane materiały na profilach

Uruchomiona sieć znajomości

Nagrany film z autoprezentacją dla pracodawcy.

### ZAŁĄCZNIKI

Załącznik nr 1 - Polityka Cookies - wzór <http://wszystkoociasteczkach.pl>

### WZÓR

1. Serwis nie zbiera w sposób automatyczny żadnych informacji, z wyjątkiem informacji zawartych w plikach cookies.

2. Pliki cookies (tzw. „ciasteczka”) stanowią dane informatyczne, w szczególności pliki tekstowe, które przechowywane są w urządzeniu końcowym Użytkownika Serwisu i przeznaczone są do korzystania ze stron internetowych Serwisu. Cookies zazwyczaj zawierają nazwę strony internetowej, z której pochodzą, czas przechowywania ich na urządzeniu końcowym oraz unikalny numer.
3. Podmiotem zamieszczającym na urządzeniu końcowym Użytkownika Serwisu pliki cookies oraz uzyskującym do nich dostęp jest operator Serwisu ... [nazwa podmiotu] z siedzibą pod adresem ....
4. Pliki cookies wykorzystywane są w celu:
  - a) dostosowania zawartości stron internetowych Serwisu do preferencji Użytkownika oraz optymalizacji korzystania ze stron internetowych; w szczególności pliki te pozwalają rozpoznać urządzenie Użytkownika Serwisu i odpowiednio wyświetlić stronę internetową, dostosowaną do jego indywidualnych potrzeb;
  - b) tworzenia statystyk, które pomagają zrozumieć, w jaki sposób Użytkownicy Serwisu korzystają ze stron internetowych, co umożliwia ulepszenie ich struktury i zawartości;
  - c) utrzymanie sesji Użytkownika Serwisu (po zalogowaniu), dzięki której Użytkownik nie musi na każdej podstronie Serwisu ponownie wpisywać loginu i hasła;
  - d) ....
    1. W ramach Serwisu stosowane są dwa zasadnicze rodzaje plików cookies: „sesyjne” (*session cookies*) oraz „stałe” (*persistent cookies*). Cookies „sesyjne” są plikami tymczasowymi, które przechowywane są w urządzeniu końcowym Użytkownika do czasu wylogowania, opuszczenia strony internetowej lub wyłączenia oprogramowania (przeglądarki internetowej). „Stale” pliki cookies przechowywane są w urządzeniu końcowym Użytkownika przez czas określony w parametrach plików cookies lub do czasu ich usunięcia przez Użytkownika.
    2. W ramach Serwisu stosowane są następujące rodzaje plików cookies:
      - a) „niezbędne” pliki cookies, umożliwiające korzystanie z usług dostępnych w ramach Serwisu, np. uwierzytelniające pliki cookies wykorzystywane do usług wymagających uwierzytelniania w ramach Serwisu;
      - b) pliki cookies służące do zapewnienia bezpieczeństwa, np. wykorzystywane do wykrywania nadużyć w zakresie uwierzytelniania w ramach Serwisu;
      - c) „wydajnościowe” pliki cookies, umożliwiające zbieranie informacji o sposobie korzystania ze stron internetowych Serwisu;
      - d) „funkcjonalne” pliki cookies, umożliwiające „zapamiętanie” wybranych przez Użytkownika ustawień i personalizację interfejsu Użytkownika, np. w zakresie wybranego

języka lub regionu, z którego pochodzi Użytkownik, rozmiaru czcionki, wyglądu strony internetowej itp.;

e) „reklamowe” pliki cookies, umożliwiające dostarczanie Użytkownikom treści reklamowych bardziej dostosowanych do ich zainteresowań.

f) ....

1. W wielu przypadkach oprogramowanie służące do przeglądania stron internetowych (przeglądarka internetowa) domyślnie dopuszcza przechowywanie plików cookies w urządzeniu końcowym Użytkownika. Użytkownicy Serwisu mogą dokonać w każdym czasie zmiany ustawień dotyczących plików cookies. Ustawienia te mogą zostać zmienione w szczególności w taki sposób, aby blokować automatyczną obsługę plików cookies w ustawieniach przeglądarki internetowej bądź informować o ich każdorazowym zamieszczeniu w urządzeniu Użytkownika Serwisu. Szczegółowe informacje o możliwości i sposobach obsługi plików cookies dostępne są w ustawieniach oprogramowania (przeglądarki internetowej).
2. Operator Serwisu informuje, że ograniczenia stosowania plików cookies mogą wpłynąć na niektóre funkcjonalności dostępne na stronach internetowych Serwisu.
3. Pliki cookies zamieszczane w urządzeniu końcowym Użytkownika Serwisu i wykorzystywane mogą być również przez współpracujących z operatorem Serwisu reklamodawców oraz partnerów.
4. Więcej informacji na temat plików cookies dostępnych jest pod adresem ..... lub w sekcji „Pomoc” w menu przeglądarki internetowej.

Załącznik nr 2 - Formularz poczty elektronicznej



## Załącz nowe konto

Zajmie to tylko chwilę

### Wypełnij poniższe pola aby założyć nowe konto

Imię i nazwisko:

Twój login

Data urodzenia:

Dzień ▼ Miesiąc ▼ Rok ▼

Płeć:


kobieta  mężczyzna

Hasło:

Hasło:

Powtórz hasło:

Udowodnij, że nie jesteś robotem:

I'm not a robot  reCAPTCHA  
Privacy - Terms

### Informacje prawne

- Akceptuję regulamin i zaznaczam wszystkie zgody
- Chcę korzystać z OnetPoczty bezpłatnie ▼
- i** Brak tej zgody oznacza, że korzystanie z OnetPoczty nie będzie bezpłatne
- Zgody niezbędne do realizacji zamówienia ▲
- Akceptuję treść regulaminu serwisu OnetPoczta i regulaminu OnetKonta. (Twoje dane osobowe podane do założenia Konta w Serwisie oraz zmienione przy jego edycji będą przetwarzane przez Administratora w celu realizacji usług Serwisu.) \*
  - Chcę świadczenia usługi OnetPoczta przed upływem terminu na odstąpienie od umowy (14 dni) i rozumiem, że nie będę mógł od niej odstąpić. \*
  - Akceptuję treść regulaminu serwisu OnetPoczta i regulaminu OnetKonta. (Twoje dane osobowe podane do założenia Konta w Serwisie oraz zmienione przy jego edycji będą przetwarzane przez Administratora w celu realizacji usług Serwisu.) \*
  - Chcę świadczenia usługi OnetPoczta przed upływem terminu na odstąpienie od umowy (14 dni) i rozumiem, że nie będę mógł od niej odstąpić. \*

Zgody marketingowe są uwzględnione w wariancie bezpłatnym OnetPoczty. W każdej chwili możesz wycofać udzielone zgody i przejść do Poczty płatnej. Wycofanie zgód nie ma wpływu na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano przed jej wycofaniem.

\* pola wymagane

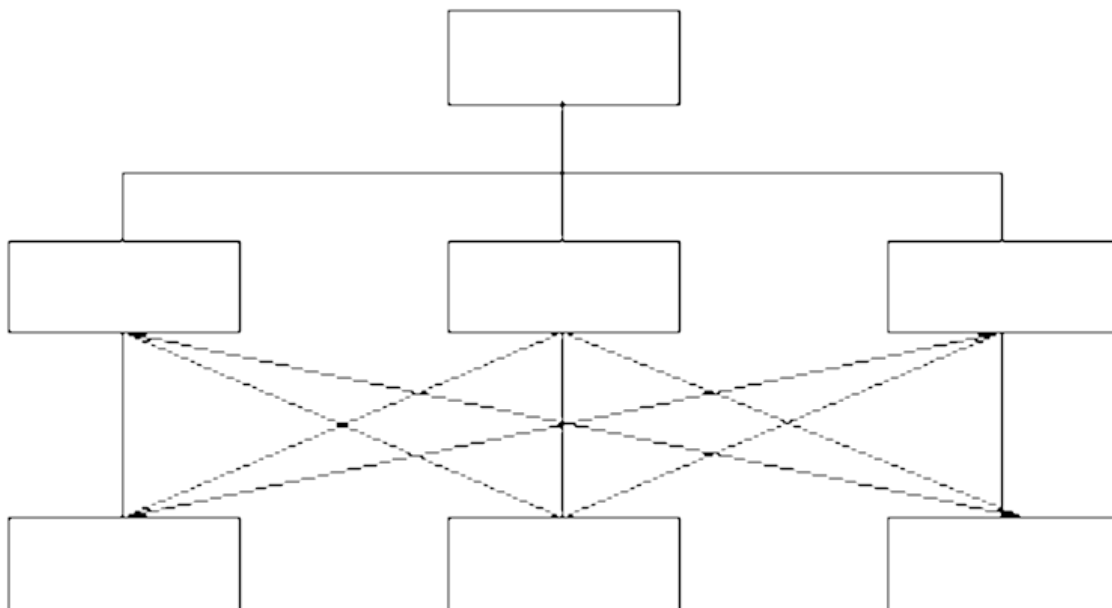
ANULUJ

ZAŁOŻ KONTO

Załącznik nr 3 - Regulamin Poczty Elektronicznej  
[https://poczta.onet.pl/regulaminOnetPoczta\\_25052018.pdf](https://poczta.onet.pl/regulaminOnetPoczta_25052018.pdf)

Załącznik 4 - NeTykieta  
<https://sieciaki.pl/sieciomisja/zasady-bezpieczenstwa/netykieta>

Załącznik nr 5 - Schemat powiązań każdego uczestnika szkolenia z różnymi obszarami (funkcjami internetu)



Załącznik nr 6 - Wady i zalety internetu  
<http://di.com.pl/informacje/galeria,32833,5562.html>

## Wady i zalety pomocy w sieci



Załącznik nr 7 - Jak powiązać zalety internetu z benefitami dotyczącymi zatrudnienia

Brak ograniczenia w czasie	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Szukam pracy kiedy mam czas - Dostępność do ogłoszeń 24/7</li> </ol>
Brak ograniczenia w przestrzeni	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nie muszę chodzić osobiście (oszczędzam czas)</li> <li>2. Mogę szukać pracy poza miejscem zamieszkania, za granicą</li> </ol>
Dostęp do informacji	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mam dostęp do ogłoszeń z różnych źródeł</li> <li>2. Korzystam z poraników, wiedzy ekspertów</li> <li>3. Mogę sprawdzić stronę www pracodawcy - przygotować się na rozmowę / dobrze napisać list motywacyjny / sprawdzić osbę, z którą się umawiam</li> <li>4. Automatycznie ustawiam alerty do powiadomień (oszczędzam czas)</li> </ol>
Możliwość szybkiego wyszukiwania	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nie przeglądam setek ogłoszeń - filtruję / szukuję</li> </ol>
Usługi bezpłatne	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nie płacę agencjom</li> <li>2. Mogę korzystać z bezpłatnego wifii</li> </ol>

Załącznik nr 8 - Jak działają wyszukiwarki internetowe?



<https://www.komputerswiat.pl/>

## Załącznik nr 9 - Scenariusz autoprezentacji

Dzień dobry.

Natalia Iwan

- doświadczony Marketing Manager.

SEO, SEM, ASO, nie mają dla mnie tajemnic.

Narzędzia analityczne?

To podstawa efektywnych działań marketingowych.

Cokolwiek jest potrzebne Twojej firmie, aby odnieść sukces, potrafię tak przygotować i poprowadzić projekty marketingowe, aby Twoi klienci płacili częściej i więcej.

Co więcej?

O swoich doświadczeniach zawodowych chętnie porozmawiam osobiście podczas rozmowy rekrutacyjnej. Wato się ze mną spotkać!

Praca jest dla mnie pasją również po godzinach.

Sprawdź mój profil na LinkedIn i sprawdź jak oceniają mnie inni eksperci.