



Ką daryti??? Viskas DINGO!—Misią išsaugoti savo asmeninį prekės ženklą

Mokytojo vadovas

Mokymosi rezultatai

Pagrindinė tema

Pagrindinė tema – asmeninio prekės ženklo kūrimas skaitmeninės karjeros kontekste.

Asmeninio prekės ženklo kūrimas verslume – tai sąmoningos pastangos formuoti, kaip kiti jus suvokia kaip verslo lyderį, ekspertą ar novatorių. Skaitmeniniame amžiuje, kai buvimas internete dažnai vyksta anksčiau nei realaus pasaulio sąveika, stiprus asmeninis prekės ženklas kuria pasitikėjimą, pritraukia galimybių ir išskiria jus iš konkurentų. Tai svarbu, nes klientai, investuotojai ir bendradarbiai dažnai jus perka anksčiau nei jūsų produktą ar paslaugą. Svarbiausi aspektai, į kuriuos reikia atsižvelgti, yra autentiškumas (išlikimas ištikimam savo vertybėms ir balsui), nuoseklumas (skirtingose platformose ir sąveikose), patikimumas (įrodyta kompetencija ir patikimumas), matomumas (aktyvus buvimas atitinkamuose skaitmeniniuose kanaluose) ir vertė (kokią unikalią naudą siūlote savo auditorijai).



Pabėgimo kambario struktūra atitinka logišką progresą, atspindintį asmeninio prekės ženklo kūrimo procesą: pradedant nuo vidinių vertybių ir asmenybės bruožų atradimo, pereinant prie internetinio profilio kūrimo ir turinio strategijos, o kulminacija – užtikrinto savęs pristatymo. Visos patirties metu dalyviai atskleis savo asmeninę tapatybę, išmoks ją formuoti ir perteikti, bei praktikuos efektyvaus jos pristatymo įgūdžius, kurie yra gyvybiškai svarbūs karjeros augimui skaitmeniniame amžiuje.

Pedagoginiai tikslai

- Suprasti pagrindinius asmeninio prekės ženklo kūrimo principus.
- Nustatykite individualias stipriąsias puses, vertybes ir profesinius siekius.
- Praktikuokite biografijų, šūkių ir skaitmeninių profilių rašymą.
- Išmokite valdyti ir filtruoti turinį, kad sustiprintumėte savo skaitmeninį įvaizdį.
- Sukurkite pagrindinį profesionalų tinklą taikydami strateginį žemėlapij.
- Efektyviai bendrauti rašant ir pristatant pristatymus.

Rėmas

Tipas

Fizinis – tradicinis pabėgimo kambarys su daugiafaziais iššūkiais

Laikotarpis

60–90 minučių (įskaitant instruktažą ir aptarimą)



Dalyviai

Priklausomai nuo situacijos, pateikiamas rekomenduojamas dalyvių skaičius.

Mažiausiai: 3 dalyviai

Maksimalus dalyvių skaičius: 12 (suskirstyta į komandas).

Pastaba: jei dalyvių skaičius yra maksimalus, rekomenduojama juos suskirstyti į 4 grupes po 3 dalyvius. Geriausia, kad vienoje grupėje būtų ne daugiau kaip 3 dalyviai.

Temos

Asmeninis tobulėjimas, skaitmeninis prekės ženklas, komunikacija

Reikalingi įgūdžiai

Žaidimo meistras

- Asmeninio prekės ženklo pagrindų išmanymas
- Moderavimo ir stebėjimo įgūdžiai

Dalyvis

- Bazinis skaitmeninis raštingumas
- Komunikacijos ir bendradarbiavimo mąstysena
- Kūrybinis mąstymas



Žaidimo meistro vaidmuo

Žaidimo meistras veikia kaip „skaitmeninio prekės ženklo konsultantas“, įstrigęs toje pačioje užtemimo situacijoje kaip ir dalyviai. Užsiėmimo pradžioje žaidimo meistras paaiškina žaidimo istoriją: visos internetinės tapatybės prarastos, ir dalyviai turi atkurti savo asmeninį prekės ženklą, kad atkurtų prieigą prie savo skaitmeninio „aš“. Žaidimo meistras pristato žaidimo tikslus, apibrėžia taisykles ir pabrėžia edukacinius komunikacijos, savimonės ir strateginio mąstymo tikslus.

Visame pabėgimo kambaryje žaidimo meistras vaikšto tarp komandų, stebėdamas grupės dinamiką ir problemų sprendimo būdus. Jo vaidmuo – užtikrinti, kad komandos išliktų įsitraukusios, efektyviai bendradarbiautų ir suprastų užduotis. Jei komanda per ilgai užstringa (paprastai daugiau nei 5 minutes spręsdama galvosūkį), žaidimo meistras pateikia laipsniškas užuominas, pradedant nuo bendrų užuominų ir baigiant konkretesnėmis tik prireikus. Jis taip pat yra atsakingas už laiko stebėjimą, perėjimus tarp žaidimo etapų ir sąžiningumo užtikrinimą.

Žaidimui artėjant prie pabaigos, žaidimo meistras imasi labiau vertinamojo vaidmens. Paskutinio pristatymo etapo metu jis vaidina „skaitmeninį įdarbintoją“ arba „internetinės platformos vertintoją“, kuris išklauso kiekvienos komandos 60 sekundžių trukmės asmeninio prekės ženklo pristatymą. Žaidimo meistras užduoda tolesnius klausimus, kad įvertintų aiškumą, autentiškumą ir suderinamumą su ankstesniuose etapuose sukurtais tapatybės elementais.

Dalyviams teikiamas konstruktyvus grįžtamasis ryšys, padedantis apmąstyti savo komunikacijos efektyvumą ir nuoseklumą.



Žaidimo vedimo instrukcijos žaidimo meistrai:

1. Pradėkite nuo aiškaus ir įtraukiančio scenarijaus, tikslų, laiko juostos ir lūkesčių aprašymo.
2. Paraginkite dalyvius paskirstyti vaidmenis komandose (pvz., moderatorius, rašytojas, pranešėjas, strategas).
3. Stebėkite komandos sąveiką ir palaikykite bendradarbiavimą nedominuodami jų sprendimų priėmimo procesui.
4. Valdyti perėjimus tarp fazių žodiniu pastiprinimu ir energingais pranešimais.
5. Siūlykite daugiasluoksnes užuominas, kad išlaikytumėte pagreitį nepašalindami iššūkio.
6. Stebėti, kad kiekvienas etapas užbaigtų užduotį (profilis, stulpelių tinklėlis, nuoroda ir kt.).
- 7.** Vadovaukite pristatymo etapui, teikite atsiliepimus



Įtraukimo patikrinimas

Siekiant užtikrinti, kad šis pabėgimo žaidimas būtų įtraukus ir prieinamas dalyviams, turintiems mokymosi sutrikimų ar negalią, atsižvelkite į šiuos pagrindinius elementus:

- ✓ **Fizinis prieinamumas:** Įsitikinkite, kad vieta pritaikyta neįgaliesiems vežimėliuose ir kad visi reikalingi daiktai yra lengvai pasiekiami (ne per aukštai ar per toli).
- ✓ **Regėjimo ir klausos palaikymas:** Įsitikinkite, kad medžiaga pateikiama dideliu šriftu, didelio kontrasto arba skaitmeniniu formatu, suderinamu su ekrano skaitytuvais. Jei yra vaizdo įrašų, pateikite subtitrus arba vertimą.
- ✓ **Paprastos ir aiškos instrukcijos:** Naudokite aiškią, glaustą kalbą ir vaizdinę medžiagą. Venkite sudėtingų formuluočių, kad padėtumėte dalyviams, turintiems mokymosi sutrikimų.
- ✓ **Lankstus dalyvavimas:** Siūlykite įvairius vaidmenis, pritaikytus skirtingiems dalyvių stipriesiems bruožams, leisdami jiems pasirinkti užduotis, atitinkančias jų gebėjimus, ir ugdykite atsakomybę, nepersistengdami su savo jėgomis.
- ✓ **Jutimo aspektai:** Venkite sensorinių dirgiklių, tokių kaip garsūs garsai ar mirksinčios šviesos. Dalyviams, kuriems reikia pertraukų, kad jie galėtų susikaupti, suteikite ramią erdvę.



- ✓ **Palaikymas ir koregavimai:**Būkite pasiruošę pasiūlyti papildomą pagalbą, konkrečius patarimus ir nurodymus arba individualiai pritaikytą paramą, pagrįstą individualiais poreikiais.
- ✓ **Grįžamojo ryšio ciklas:**Rinkti dalyvių atsiliepimus, siekiant nuolat gerinti pritaikomumą, prieinamumą ir įtraukumą.



Patarimai ir sprendimai

A etapas

Užuominos

- Pagalvokite apie tris žodžius, kuriais jus apibūdintų kiti. Kokiomis vertybėmis vadovaujatės sprendami klausimus?
- Jei reikėtų apibūdinti savo profesinį „aš“ trimis grotažymėmis, kokios jos būtų?
- Įsivaizduokite, kad kuriate pažinčių profilį ne dėl romantikos, o dėl idealaus darbo – kokias savybes išskirtumėte?

Sprendimai

- Sukurkite trikampį su loginėmis savybėmis, vertybėmis ir siekiais. Pavyzdys: „Kūrybiškumas + Sąžiningumas + Kalbėjimas viešai“ ARBA „Atsparumas + Augimas + Jaunimo mentorius“.
- Priimkite derinius, kurie atspindi darnų prekės ženklo naratyvą, ir aiškiai juos pagrįskite žaidimo vadovui.

B etapas

Užuominos

- Kur slėptumėte savo įgaliojimus, kai užtemsta elektra? Ieškokite po daiktais, prie veidrodžių.
- Ieškokite simbolių, tokių kaip grotažymės, vartotojo vardai ar kabutės – tai užuominos.



- Pagalvokite, kuriose vietose realiame gyvenime laikote svarbius tapatybės daiktus. Kokie jų atitikmenys kambaryje?

Sprendimai

- Surinkite 3–4 lapelius, kurie, sudėlioti, primena tikrą biografiją (pvz., „Strateginis mąstytojas; Aistringai siekiantis poveikio; #KitasLyderis“ ARBA „Kūrybingas pasakotojas; Tikslą siekiantis profesionalas; Įgyvendinantis idėjas“).
- Visos biografijos turėtų būti glaustos, aktualios ir atspindėti A etapo bruožus.

C etapas

Užuominos

- Kurie įrašai atitinka prekės ženklo standartus? Ko nenorėtumėte, kad personalo atrankos specialistas matytų?
- Jei jūsų būsimas darbdavys pažvelgtų į šią lentelę, kokį įspūdį susidarytų?
- Atkreipkite dėmesį į toną, rašybą, žinutės suderinamumą. Kas sugriauna jūsų asmeninį pasakojimą?

Sprendimai

- Atsirinkite netinkamus arba prekės ženklo nebūdingus įrašus (pvz., slengą, nesusijusius memus, neigiamas nuomones).
- Teisingai išdėstykite prekės ženklo įrašus 3x3 tinklelyje. Tinklelio temų pavyzdžiai: „Motyvacija – Pasiekiamas etapas – Savanoriškas darbas“.



- Tinklelio kodas (pvz., paryškintos grotažymės arba vaizdų tvarka) atrakina kitą langelį.

D etapas

Užuominos

- Ko paprašytumėte rekomendacijos? Kieno balsas padidina jūsų profilio patikimumą?
- Ne visi kontaktai yra lygūs, kokią vertę kiekvienas iš jų suteikia jūsų prekės ženklui?
- Apsvarstykite asmenybę ir pareigas: ar šis asmuo pritartų jūsų charakteriui, įgūdžiams ar vizijai?

Sprendimai

- Teisingas suderinimas: Mentorius > Karjeros augimas; Įdarbintojas > Įsidarbinimo potencialas; Lygus kolega > Darbo etika.
- Laiškų pavyzdžiai gali būti tokie: „Mačiau, kaip jie vadovauja tikslingai, aiškiai bendrauja ir sąžiningai prisitaiko.“
- Komandos gali palyginti rekomendacijas ir pasirinkti labiausiai atitinkančią jų prekės ženklo kelionę.

E etapas

Užuominos

- Įsivaizduokite, kad esate lifte su žmogumi, kuriuo žavėtės. Ką pasakytumėte?



- Sutelkite dėmesį į savo žinutę: Kokia jūsų misija? Kuo esate puikūs? Kuo norite būti žinomi?
- Koks tavo „kodėl“ vienu sakiniu?

Sprendimai

- Pateikite įtikinamą nuo 60 sekundžių iki 3 minučių trukmės pristatymą, kuriame aptartumėte: kas jūs esate, ką darote, kodėl esate svarbūs.
- Pavyzdys: „Sveiki, aš esu Maya, duomenų pasakotoja, aistringai siekianti daryti įtaką per etišką dirbtinį intelektą. Padedu organizacijoms duomenis paversti praktinėmis įžvalgomis.“
- Stiprūs pasiūlymai yra aiškūs, užtikrinti ir emociškai autentiški.



Trumpas aprašymas ir aptarimas

Trumpai (prieš rungtynes)

Pradėkite suburdami visus dalyvius į centrinę erdvę ir nustatydami toną: informuokite juos, kad jie patyrė skaitmeninį užtemimą ir prarado visus savo internetinės tapatybės ženklus. Dramatiškai ir skubiai papasakokite istoriją, kad jie įsitrauktų į scenarijų. Paaiškinkite pabėgimo kambario tikslą: atkurti jų asmeninį įvaizdį per daugybę iššūkių, kad būtų išvengta užtemimo. Trumpai supažindinkite juos su žaidimo eiga ir pabrėžkite bendradarbiavimą, kūrybiškumą ir strateginį mąstymą kaip esminius sėkmės įrankius.

Nustatykite laikmatį visai trukmei (daugiausia 90 minučių žaidimui). Išdalinkite pradinę medžiagą (pvz., komandų darbalapius, savybių korteles). Paraginkite komandas paskirstyti vaidmenis, tokius kaip komandos vadovas, rašytojas, dizaineris ir pristatymo pranešėjas. Pabrėžkite, kad pažanga priklauso nuo bendradarbiavimo ir refleksijos, o ne tik nuo greičio.

Apžvalga (po žaidimo)

Po paskutinio pristatymo etapo pakvieskite komandas vėl susirinkti ir aptarti situaciją vadovaujant komandai. Šis refleksijos etapas padeda įtvirtinti mokymosi rezultatus.

Pradėkite pripažindami pastangas ir kūrybiškumą. Tada užduokite vieną arba visus galimus klausimus (klausimus galima pridėti atsižvelgiant į dalyvius, žaidimo atmosferą ir visos grupės dinamiką):



- Ką atradote apie savo stipriąsias puses ar vertybes viso žaidimo metu?
- Kurį prekės ženklo komponentą jūsų komandai buvo sunkiausia sukurti arba suderinti?
- Kaip jūsų komanda bendravo ir pasiskirstė vaidmenimis patirties metu?
- Kokiose realiose situacijose gali tekti pristatyti savo asmeninį prekės ženklą tokiu būdu?

Skatinkite atvirą dalijimąsi ir diskusijas grupėse. Pasinaudokite šia proga susieti veiklas su realiais įgūdžiais karjeros plėtros, darbo pokalbių, socialinės žiniasklaidos strategijos ar profesinių tinklų kūrimo srityse. Užbaikite pateikdami galutinius apmąstymus, pagyrimus ir pasirinktinius tolesnius išteklius, jei žaidimo vadovas iš anksto yra paruošęs papildomą medžiagą (pvz., asmeninio prekės ženklo kūrimo darbalapius ar nuorodas į portfolio įrankius).



**Bendrai finansuoja
Europos Sąjunga**

Šį projektą finansavo Europos Komisija. Šis leidinys atspindi tik autoriaus požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už jokią jame pateiktos informacijos panaudojimą.

Projekto kodas: 2023-2-LT02-KA220-YOU-0001831156

Šis kūrinys licencijuotas pagal „Creative Commons. Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International“ licenciją. Norėdami peržiūrėti šios licencijos kopiją, apsilankykite :

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>