

BASISOPLEIDING MEDIACOACH



De 14-daagse Basisopleiding Mediacoach geeft recht op het certificaat van mediacoach.

Je ontwikkelt de kennis en vaardigheden die je nodig hebt om jouw doelgroepen – bezoekers, klanten, leerlingen, studenten, cliënten, burgers, kwetsbaren, senioren – succesvol te coachen op de terreinen digitale geletterdheid, mediawijsheid, informatievaardigheden en ict-basisvaardigheden.

Daarnaast leer je in de Basisopleiding zélf ook optimaal te profiteren van digitale media. Je kennis op mediagebied wordt in de opleiding volledig en up-to-date. Je leert een arsenaal aan handige programma's en apps te gebruiken om je werk anders, efficiënter en beter te doen door slimme inzet van digitale media.



DAG 1

STAND-UP INFORMATIEVAARDIGHEDEN: ANDEREN *ON THE SPOT* HELPEN INFORMATIE TE VINDEN

Een goede frontoffice medewerker weet bij elke vraag de klant rechtstreeks naar de juiste boekenkast te leiden. In het digitale tijdperk is het daarnaast van belang de bezoeker direct op weg te kunnen helpen op het internet. In dit onderdeel leer je je eigen kennis van het internet productief te maken. Daarnaast maak je kennis met websites die onmisbaar zijn voor iedereen die anderen digitaal wil doorverwijzen. Tot slot verken je enkele handige tools voor online begeleiding en nazorg bij zoekvragen. 20 maart

INFOMINDEREN: EEN BEWUST INFORMATIEDIEET VOLGEN

Via notificaties, pushberichten, pop-ups, feeds en email komt er bij vrijwel iedereen meer informatie binnen dan zinvol te verwerken is. Bij veel internetgebruikers leidt deze 'information overload' tot een (meer of minder ernstige) vorm van 'infobesitas'. In dit onderdeel leer je jouw doelgroepen hiervan bewust te maken, leer je ze oplossingsstrategieën te ontwikkelen, en leer je welke digitale tools je kunt inzetten om online consumptie te reguleren. Daarnaast leer je met jouw doelgroepen in gesprek te gaan over wat de inhoud van al deze media met je doen, want: je bent wat je opent, aanklikt en bekijkt. Tot slot gaan we in dit onderdeel in op hoe een gezond en gevarieerd informatiedieet eruit ziet. 20 maart

DAG 2

EEN INFOGRAPHIC ZEGT MEER DAN 1000 WOORDEN: INFORMATIE VISUALISEREN & PRESENTEREN

In het digitale tijdperk is zoveel informatie beschikbaar, dat mensen steeds minder tijd hebben om geschreven informatie te lezen. Veel bedrijven, organisaties en instellingen kiezen er daarom voor om hun informatie visueel te presenteren met behulp van infographics. In dit onderdeel leer je jouw doelgroepen hun informatie visueel te maken. Aan de orde komen handige gratis en freemium Do-It-Yourself softwareprogramma's waarmee je infographics kunt maken. In dit onderdeel ga je met deze tools zelf infographics maken en krijg je tips hoe je verschillende doelgroepen er zelf met plezier mee aan de slag kunt laten gaan. 27 maart

SHARING IS CARING: INFORMATIE DELEN, TOEVOEGEN & BIJDRAGEN

Onder meer David Lankes is kritisch op de manier waarop we informatievaardigheden lange tijd hebben vormgegeven. Informatievaardigheden was te lang gericht op het vinden van informatie van anderen. De achterliggende aanname was dat de kennis van autoriteiten (zoals auteurs en uitgeverijen) waardevoller zou zijn dan de kennis van mensen zélf. In een meer op empowerment gerichte benadering van informatievaardigheden moet het vooral ook gaan om het toevoegen van de kennis, informatie en expertise die mensen zélf in huis hebben. In dit onderdeel leer je jouw doelgroepen te empoweren door ze vaardig te maken in het delen van waardevolle ervaringen en het toevoegen van nuttige en inspirerende kennis aan forums, databanken en sociale media. 27 maart

DAG 3

NEPNIEUWS & DESINFORMATIE

In dit onderdeel leer je doelgroepen bewust te maken van het fenomeen nepnieuws. Allereerst leer je jouw doelgroepen te laten verkennen wat nepnieuws nu precies is. Daarbij komen alle vormen van nepnieuws aan de orde, van flagrante leugens tot verborgen propaganda en van hoaxes tot desinformatie. Ook gaan we in op de techniek achter nepnieuws, inclusief trollen en bots. In dit onderdeel leer je voorts hoe je een workshop of lessenserie kunt aanpakken, en welke bestaande producten en programma's je kunt inzetten. Uiteraard leer je jouw doelgroepen ook hoe ze zelf nepnieuws kunnen produceren (onder andere met behulp van enkele hilarische online tools). 3 april maart

DAG 4

DIGITALE TOOLS VOOR INFORMATIEVAARDIGHEDEN

De laatste jaren zijn er verschillende digitale tools uitgebracht op het gebied van informatievaardigheden, zoals Brainy en Webweters. In dit onderdeel verken je de beste en handigste van deze programma's, maak je er hands-on kennis mee, en leer je hoe je ze in kunt zetten voor jouw doelgroepen. 8 april

©, CC, AVG: HOE HET PRECIËS ZIT

In eerdere onderdelen heb je geleerd hoe je doelgroepen kunt empoweren om zelf informatie te laten maken en delen. Wat je niet wilt, is dat iemand van hen een gepeperde rekening op de mat krijgt van Getty vanwege auteursrechtsschending of een kind op de foto zet zonder toestemming van de ouders. In dit onderdeel leer je hoe je jouw doelgroepen accuraat kunt informeren over de actuele stand van zaken op het gebied van copyright, auteursrecht, beeldrecht, privacywetgeving. Naast deze wettelijke kant gaan we ook in op de richtlijnen van belangrijke platforms zoals YouTube. Ten slotte krijg je handige tips over waar en hoe je doelgroepen goed rechtenvrij materiaal kunt laten vinden. 8 april

SCHRIJVEN VOOR WIKIPEDIA

Bijdragen aan Wikipedia is een vak apart. In dit onderdeel leer je hoe Wikipedia werkt. Je leert met jouw doelgroepen aanvullingen te doen en bewerkingen uit te voeren die het kritische oog van de Wikipedia-editors overleven. 8 april

DAG 5

STOPMOTION VIDEO'S MAKEN

Er is bijna geen laagdrempeliger manier om creatief aan de slag te gaan met mediacreatie dan via stopmotion video's. Je maakt kennis met de best werkende apps, programma's en omgevingen en leert hoe je hier op een fantastisch leuke manier met je doelgroepen mee aan de slag kunt. 29 mei

CREËREN MET EEN GREEN SCREEN

Voor de green screen geldt hetzelfde als voor de 3D-printer: heel wat organisaties hebben er een staan, maar wat doe je er nu precies mee? In dit onderdeel leer je hoe het maximale haalt uit het green screen. Je maakt kennis met enerverende apps en programma's, waardoor je doelgroepen niet meer weg te slaan zijn bij het groene scherm. Daarnaast krijg je praktische tips en best practices aangereikt. 29 mei



DAG 6

MINECRAFT EDUCATION

Minecraft was enkele jaren geleden the bomb onder jongeren en jongvolwassenen. Nog steeds is het spel razend populair. In dit onderdeel maak je kennis met de educatie-editie van Minecraft. Dit bestaat net als de reguliere editie uit een digitale fantasiewereld waarbinnen je van alles kunt doen en bouwen. Maar daarnaast staat deze wereld vol met educatieve content. Deelnemers kunnen er onder meer (in klassenverband) samenwerkend in leren. In dit onderdeel wordt je ingeleid in deze educatieve wereld en leer je hoe je het productief kunt inzetten om spelend en samenwerkend leren te faciliteren.

5 juni

INTERNET OF THINGS & INTERNET OF TOYS

Het internet of things is *hot*. Veel van jouw doelgroepen willen er alles over weten. Is het IoT een zegen of een vloek? In dit onderdeel krijg je een overzicht van wat er op het gebied van IoT de komende jaren allemaal aan staat te komen, van slim speelgoed tot trackers die alles wat je doet registreren. Vervolgens krijg je inspiratie en best practices aangereikt om hier in workshops, themavaonden, exposities e.d. met je doelgroepen mee aan de slag te gaan. 5 juni



DAG 7

AAN DE SLAG MET VIRTUAL & AUGMENTED REALITY

In dit onderdeel leer je hoe je met jouw doelgroepen aan de slag kunt met Virtual en Augmented Reality. Je krijgt zelf een VR-bril op en verkent enkele fascinerende toepassingen van VR in de bibliotheek en het onderwijs. Vervolgens ga je aan de slag met toepassingen waarin je zelf VR-content kunt maken, en leert hoe je jouw doelgroepen hier op een enerverende wijze mee kunt laten experimenteren en creëren. 12 juni



A.I. EN MACHINE LEARNING

Komen de robots eraan? Of zal het niet zo'n vaart lopen? En wat zijn de implicaties voor onze samenleving? Niemand weet het zeker – maar aan het eind van dit onderdeel kun je een meer *educated guess* maken. In dit onderdeel krijg je een overzicht van wat er op het gebied van AI en machine learning ontwikkeld wordt en hoe we hier in de nabije toekomst mee te maken gaan krijgen. Vervolgens krijg je inspiratie en best practices aangereikt om hier in workshops, thema-avonden, exposities e.d. met je doelgroepen mee aan de slag te gaan. 12 juni

DAG 8

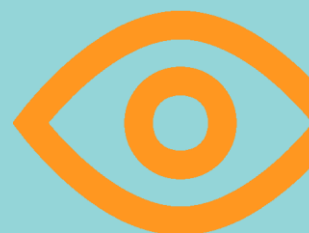
MEDIA DOORGRONDEN: ANALYSE VAN NIEUWSMEDIA EN NIEUWSBERICHTEN

In dit onderdeel leer je hoe je met jouw doelgroepen het nieuws kunt analyseren. Je maakt kennis met bestaande programma's en producten die je in je workshops kunt gebruiken. Ook leer je de basisconcepten van nieuwsgeletterdheid, zodat je goed beslagen ten ijs komt. Ten slotte verdiep je je eigen nieuwsgeletterdheid: je maakt kennis met spraakmakende publicaties die een verrassend licht werpen op het mainstream nieuws. Wist jij dat je IQ daalt als je het nieuws frequent volgt? 19 juni



ONLINE PROPAGANDA DECONSTRUEREN

In dit onderdeel verken je het door Renee Hobbs ontwikkelde *Mind over Media* materiaal. Met dit materiaal kun je jouw doelgroepen op een enerverende manier leren het propagandagehalte van nieuwsberichten te bepalen. 19 juni



BEELDTECHNIEKEN DOORZIEN

Kleuring van mediaboodschappen door handig (en soms vilein) gebruik van afbeeldingen en bewegende beelden bestaat al eeuwen. Door nieuwe technieken, zoals deep fake, veranderen de mogelijkheden om mediaboodschappen te kleuren. In dit onderdeel leer je met je doelgroepen aan de slag te gaan rondom strategisch beeldgebruik, misleiding en beeldmanipulatie. 19 juni

DAG 9

WIJ VS. SILICON VALLEY? DE MACHT VAN DE TECHREUZEN OVER ONS ONLINE BESTAAN

Waar velen rond de millenniumwende dachten dat het internet vooral democratie zou brengen, zien we nu ook een keerzijde. Hoe het internet eruit ziet, wordt voor een belangrijk bepaald door de keuzes die een paar witte, mannelijke, steenrijke dertigers maken in de directiekamers van een handvol hoofdkantoren in Silicon Valley. In dit onderdeel gaan we in op de effecten van de keuzes die deze heren maken voor onze online levens. En uiteraard krijg je tips om je doelgroepen weerbaarder te maken. 26 juni



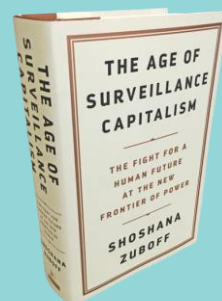
GELUKKIGER LEVEN MET JE SMARTPHONE

De smartphone is vaak in het nieuws als een onding dat leidt tot slapeloosheid, hoofdpijn en obesitas. Maar het kan ook anders. In dit onderdeel ontdek je verrassende manieren waarop je smartphone kan bijdragen aan je welzijn, identiteit en levensgeluk. Ook leer je hier met je doelgroepen op een speelse manier mee aan de slag te gaan. Volg je dit onderdeel niet voor je doelgroepen - volg het dan voor jezelf. 😊 26 juni

DAG 10

BIG DATA EN DE GROTE DATAROOF

In dit onderdeel maak je kennis met de gedachten van spraakmakende critici van de huidige data-economie. De manier waarop bedrijven data verzamelen vormt namelijk niet alleen een inbreuk op onze privacy, maar is ook vanuit economisch standpunt unfair. Bedrijven maken enorme winsten met ónze data. In dit onderdeel leer je jouw doelgroepen hoe de dataeconomie werkt - en hoe dit in een eerlijker wereld anders zou kunnen (en moeten). 1 juli





DE DATA DETOX KIT

In dit onderdeel leer je aan de slag te gaan met de door FERS en de Friese bibliotheken ontwikkelde supersuccesvolle Data Detox Kit. Met de kit leren je doelgroepen in een 8-daagse detoxkuur de regie over hun data weer in handen te krijgen. 1 juli

Op de dagen 11, 12 en 13 komen ICT-basisvaardigheden aan de orde. De Opleiding Mediacoach gaat daarbij verder waar programma's als Digisterker, Klik & Tik en Walk & Talk eindigen. We gaan aan de slag met digitale skills die jouw doelgroepen nodig hebben om optimaal deel te nemen aan de mediasamenleving op de gebieden werk & geld, gezondheid, sociale relaties en cultuur.

DAG 11

INTERNETVEILIGHEID: DE BASICS (DIE NIEMAND DOET)

In 2018 werden 3,3 miljoen Nederlanders slachtoffer van cybercriminaliteit. De totale kosten waren 348 miljoen euro. Voor een groep slachtoffers duurde het oplossen van de problemen twee volle weken. Veel van deze ellende was onnodig. In dit onderdeel leer je jouw doelgroepen hun apparaten te beveiligen met enkele eenvoudige stappen. Volg je dit onderdeel niet voor je doelgroepen, volg het dan voor jezelf. Want onze ervaring is dat ook hoogopgeleide kennisprofessionals zichzelf onvoldoende beschermen :O 11 september

ONLINE KOPEN & VERKOPEN: ALLEEN DEZE BLACK FRIDAY!

In dit onderdeel leer je je doelgroepen om succesvol te kopen en verkopen. Aan de verkoperskant leer je ze waar ze hun overbodige spullen het beste kunnen verkopen en hoe ze daar de beste prijs voor kunnen krijgen. Aan de koperskant leer je jouw doelgroepen verleiding en misleiding te doorzien en leer je ze hoe ze de laagste prijs kunnen betalen voor de objecten op hun *wish list*. Weerom geldt: volg je dit onderdeel niet voor je doelgroepen, doe het dan voor je eigen portemonnee ;) 11 september



CARRIÈRE MAKEN DOE JE IN 2020 ONLINE

Verticale sociaaleconomische mobiliteit is in 2020 niet meer mogelijk zonder kennis van het digitale domein. Wie de mogelijkheden van het internet weet te benutten, vindt leuker werk, wordt eerder benaderd door nieuwe werkgevers, heeft meer plezier en krijgt meer waardering binnen de eigen organisatie. In dit onderdeel leer je jouw doelgroepen optimaal gebruik te maken van het internet voor en binnen hun werk. 11 september



DAG 12

EEN RIJKER SOCIAAL EN CULTUREEL LEVEN DOOR HET INTERNET

Vrijwel iedereen heeft de zegeningen van het internet ervaren. Maar voor grote groepen gebruikers leidt het internet ook tot vereenzaming, verveling en vervlakking. In dit onderdeel leer je hoe je jouw doelgroepen op sleeptouw kunt nemen om met digitale media bestaande relaties te verdiepen, nieuwe vriendschappen aan te gaan, en leukere uitjes te hebben. We bekijken inspirerende voorbeelden, bespreken nieuwe tools, en bespreken welke mindset en netiquette nodig zijn voor een gelukkig leven met sociale media. 18 september

GEZONDER LEVEN: EHEALTH, FITAPPS EN SUPERFOODBLOGS

Je smartphone kan slecht zijn voor je ogen, je concentratievermogen, je slaap en je gewicht. En wie zoekt naar een middel voor een kwaaltje, ligt 's nachts te woelen met hypochondrische angsten voor zeldzame ziektes. Maar uit onderzoek blijkt ook dat mensen die slim gebruik maken van de mogelijkheden die digitale tools en online informatie bieden, gezonder zijn, fitter zijn en langer leven. In dit onderdeel krijg je de beste tips & tricks en leer je jouw doelgroepen gezonder en fitter te worden. 18 september

DAG 13

DIGITAL STORYTELLING: DOELTREFFEND FOTOGRAFEREN & ESSENTIËLE VIDEOBEWERKING VOOR IEDEREEN

In de VS hebben veel bibliotheken een Digital Storytelling Station. Logisch, want verhalen vertellen behoort tot de core business van de bibliotheek - en in 2020 vertel je verhalen digitaal. Ook in het onderwijs is digital storytelling in opkomst als didactische werkvorm. In dit onderdeel leer je jouw doelgroepen hun persoonlijke verhalen te vertellen met gebruik van foto en video. Dit doe je door in dit onderdeel je eigen beeldmateriaal in te zetten in een mooi en inspirerend beeldverhaal. Dit doe je met simpel te bedienen, toegankelijke tools, waarmee je gelijk ook met jouw doelgroepen aan de slag kunt. 25 september



DAG 14

TRENDWATCHING 2020-2025: DIGITALE TRENDS & ONTWIKKELINGEN

Aan het eind van de opleiding blik je vooruit op de toekomst. Je gaat in de rol van trendwatcher en analyseert hoe de nabije toekomst er uit zal zien. Want zeker ook als kennisprofessional geldt: regeren is vooruitzien. Aan het eind van dit onderdeel ben je helemaal *future ready* en zit je boordevol plannen en ideeën over hoe je in jouw werk in kunt spelen op de komende digitale ontwikkelingen. 2 oktober



DIGITALE INCLUSIE: DATA OVER DE DIGITALE KLOOF & HOE DEZE TE DICHTEN

Naar *laaggeletterdheid* en de gevolgen ervan is veel onderzoek gedaan. Naar *digitale laaggeletterdheid* is minder onderzoek gedaan. Maar het is er wel. Dit onderdeel start met een bespreking van de belangrijkste en meest opvallende onderzoeksresultaten. Daarna gaan we in op de vraag hoe de digitale kloof te dichten. Aan de orde komen inspirerende best practices uit binnen- en buitenland, en nieuwe en verrassende initiatieven, die je binnen je eigen organisatie zou kunnen kopiëren. 2 oktober

MEER INFO

opleidingscoördinator Daniël Lechner
daniel@gomediacoach.nl
0652306327
www.gomediacoach.nl

PRIJZEN

afzonderlijke opleidingsdagen: €375,-
basisopleiding (14 dagen): €2950,-
(40% pakketkorting)