

OPLEIDING MEDIACOACH

PROGRAMMA 2020



SPECIALIST INFORMATIEVAARDIGHEDEN

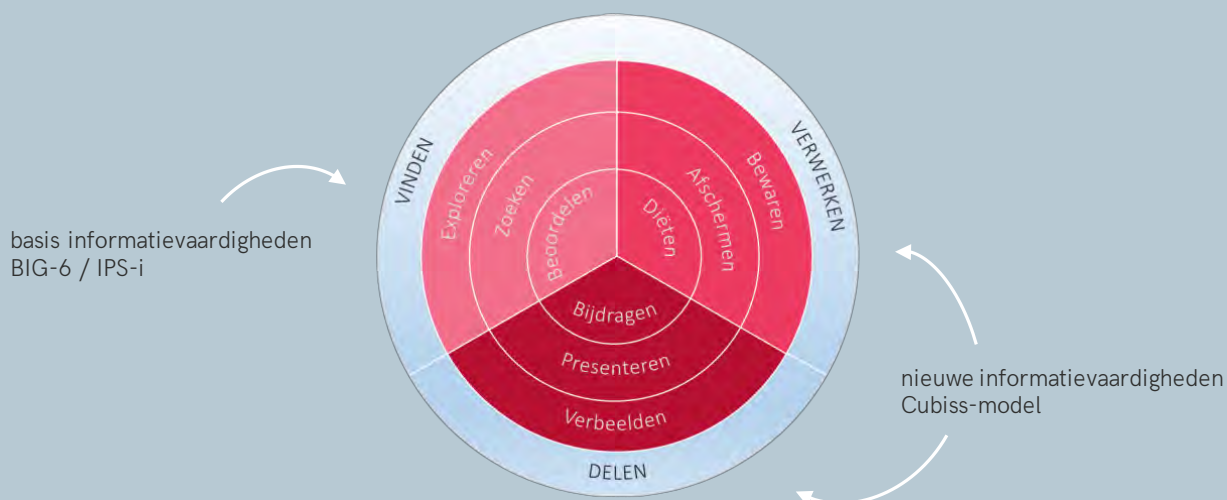
6 MAART - 8 APRIL



In de opleiding **Specialist informatievaardigheden** ontwikkel je je verder als informatievaardigheidenspecialist. De nadruk ligt op *online* informatie. Immers, de eigen gedrukte collectie ken je als geen ander. In dit opleidingstraject breid je je expertise uit naar het online domein.

In de eerste twee opleidingsdagen (van de zes in totaal) ga je aan de slag met de basis informatievaardigheden: informatie zoeken, beoordelen en samenbrengen. Je leert doelgroepen (bijv. scholieren die bezig zijn met hun profielwerkstuk) deze taken beter te volbrengen via jouw workshops en lessen.

De basis voor deze eerste twee dagen is de klassieke opvatting van informatievaardigheden volgens het Big Six model (en de Nederlandse variant, het IPS-i model). In de volgende vier dagen ga je aan de slag met informatievaardigheden-nieuwe-stijl. Door nieuwe technologieën en toepassingen zijn de aard en vorm van informatie veranderd. Dit vraagt om nieuwe informatievaardigheden. We sluiten daarvoor aan bij het door Cubiss in 2017 samen met GO Opleiding Mediacoach ontwikkelde informatievaardighedenmodel. In vier opleidingsdagen leer je hoe je doelgroepen informatie beter kunt laten verwerken (bewaren & organiseren) en delen (bijdragen, presenteren en verbeelden).



DAG 1

SLIMMER ZOEKEN: STRATEGIEËN OM BETER INFORMATIE TE ZOEKEN, BEOORDELEN EN SYNTHETISEREN

Omdat iedereen kan zoeken (althans, dénkt dat te kunnen ;)) moet je als informatievaardigheidenspecialist iets brengen dat Google en Siri niet bieden. Eén element daarvan is kennis van succesvolle zoekstrategieën. Je maakt in dit onderdeel kennis met door informatiewetenschappers ontwikkelde modellen voor het succesvol zoeken en samenbrengen van informatie, zoals het Big6, het IPS-i, het Zeven Pijlers en het ANCIL model. Je bepaalt in dit onderdeel welk model het best past bij jouw persoonlijke voorkeuren en bij de behoeften van je doelgroepen. Gewapend met deze bagage kun je zelfverzekerder en overtuigender aan de slag als informatievaardigheidenspecialist. 6 maart

SLIMMER ZOEKEN: OPTIMAAL GEBRUIK MAKEN VAN GOOGLE EN ALTERNATIEVE ZOEKMACHINES

In dit onderdeel leer je alles over Google wat jouw doelgroepen willen weten. Aan de orde komen de technieken achter Google, geavanceerd zoeken, zoekoperatoren en zoeken via aanverwante diensten van Alphabet (het moederbedrijf van Google). Ook komen handige trucs aan de orde die jouw doelgroepen nog niet kennen. Verder maak je kennis met alternatieve zoekmachines die jouw doelgroepen kunnen gebruiken om andere (vaak objectievere) informatie te vinden dan Google geeft, of waarbij meer privacy gewenst is. 6 maart

DAG 2

SLIMMER ZOEKEN: VERBORGEN INFORMATIESCHATTEN: DIGITALE BRONNEN, PORTALEN EN DATABANKEN

Veel informatie kun je vinden via de gebruikelijke zoekmachines. Maar er is ook een schat aan informatie waar je jouw doelgroepen gelijk naar door kunt verwijzen. In dit onderdeel maak je kennis met parels van het internet: bijzondere bronnen, verrassende websites, geweldige portalen en rijk gevulde databanken waar schatten aan informatie voor jouw doelgroepen verborgen liggen. Daarnaast verken je het Deep (en soms Dark) Web. De reguliere zoekmachines hebben toegang tot een kleine vijf miljard websites. Op die sites staat slechts een half procent van de informatie op het Deep Web staat. In dit onderdeel verken je de mooiste plekken van dit verborgen deel van het web. 13 maart

INFORMATIE BEWAREN, ORGANISEREN EN TERUGVINDEN

Voor jouw doelgroepen is informatie *terugvinden* vaak een groter probleem dan informatie *vinden*. In dit onderdeel leer je hoe jouw doelgroepen een eigen informatiesysteem kunnen opzetten, waarbij ze de informatie tijdens het zoeken handig kunnen opslaan en organiseren. Ook maak je kennis met apps waarmee doelgroepen informatie die ze toevallig tegenkomen (bijv. na school- of werktijd) kunnen toevoegen aan bestaande dossiers. Daarnaast verken je tools voor het delen van informatie om beter te kunnen samenwerken. En omdat digitale tools niet voor alles een oplossing bieden, maak je ook kennis met geheugentechnieken waarmee leer jouw doelgroepen informatie beter kunnen onthouden. 13 maart

DAG 3

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 4

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 5

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

DAG 6

DIGITALE TOOLS VOOR INFORMATIEVAARDIGHEDEN

De laatste jaren zijn er verschillende digitale tools uitgebracht op het gebied van informatievaardigheden, zoals Brainy en Webwetters. 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 PRECIES 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

EXPERT MEDIALABS

17 APRIL - 12 JUNI



DAG 1

PROGRAMMEREN MET ROBOTS

In dit onderdeel leer je met je doelgroepen aan de slag te gaan met de basis van computational thinking. Allereerst maak je kennis met enkele volledig *offline* oefeningen: met welke commando's gids je een mededeelnemer door een parcours zonder dat hij of zij uit de bocht vliegt?! Vervolgens maak je kennis met enkele robots en hoe jouw doelgroepen die met elementaire commando's allemaal leuke dingen kunnen laten doen. 17 april

PROGRAMMEREN MET SCRATCH

Scratch is een door MIT gratis beschikbaar gesteld codeprogramma. In de Scratch-omgeving kan iedereen zonder kennis van codetalen aan de slag met simpele 'block'-codes. Daarmee kunnen ze van alles doen, zoals animaties en spelletjes maken. Via Scratch leren deelnemers spelenderwijs een essentiële vaardigheid voor de 21^{ste} eeuw, namelijk creëren door middel van code. Het onderdeel wordt verzorgd door absolute specialisten met ruime ervaring met Scratch in het onderwijs. 17 april

DAG 2

LEGO WEDO 2.0

Lego WeDo 2.0 is de bekroonde programmeerkit van Lego Education. Met WeDo kunnen deelnemers spelenderwijs kennis opdoen over wetenschap en techniek terwijl ze en passant leren programmeren. Je maakt in dit onderdeel kennis met de Core Set (fysieke Lego-onderdelen, Smarthub, diverse sensoren) en het bijbehorende Curriculum Pack en eLearning programma. Uiteraard krijg je tips over hoe je hier in de praktijk met je doelgroepen mee aan de slag kunt. Aan het eind van het onderdeel kun je met vertrouwen aan de slag met Lego WeDo 2.0. 8 mei



SUCCESSEN BOEKEN MET JE CODERDOJO

In dit onderdeel leer je van de mensen van CoderDojo Nederland hoe je een doorslaand succes maakt van je CoderDojo. Je krijgt handige tips en tricks, do's en don'ts aangereikt over alle aspecten van het runnen van een CoderDojo: activiteiten, organisatie en werving. Gewapend met deze kennis kun je bij jouw organisatie een doorslaand succes maken van jullie CoderDojo als die er al is, of er zelf een opstarten. 8 mei

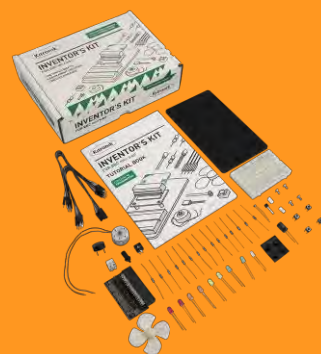
DAG 3

3D ONTWERPEN EN PRINTEN

Heel wat organisaties hebben een 3D-printer in huis. Soms worden ze druk gebruikt, maar even vaak staan ze doorgaans stil. In dit onderdeel leer je hoe het maximale haalt uit de 3D-printer. Je krijgt best practices, mooie voorbeelden en praktische tips aangereikt om met je doelgroepen inspirerende dingen te printen. 15 mei

MICRO:BIT

De micro:bit is in 2015 uitgebracht door de BBC om kinderen spelenderwijs bekend te maken met code. Het is een klein minicomputertje waarmee je de gaafste dingen kunt maken, meten en aansturen. Het idee achter de micro:bit is om kinderen (maar dat kunnen natuurlijk ook volwassenen zijn) van passieve mediaconsumenten creatieve mediaproductenten te maken. In dit onderdeel leer je op inspirerende wijze met jouw doelgroepen aan de slag te gaan met de micro:bit. 15 mei



DAG 4

EEN ESCAPE ROOM OPZETTEN

Met Escape Rooms kunnen je doelgroepen op een geweldig leuke manier aan de slag te gaan met 21^{ste}-eeuwse vaardigheden als creativiteit, samenwerken en probleemoplossen. digitale vaardigheden en mediawijsheid. Je maakt kennis met de beste escape rooms uit binnen- en buitenland, en met escape room-pakketten waar je jouw doelgroepen bij jullie eigen organisatie gelijk kunt laten verdwalen. 22 mei



HACKEN VOOR BEGINNERS

Waar kinderen vroeger piloot of popster wilden worden, willen ze vandaag de dag YouTuber worden - of hacker. In dit onderdeel leer je ze daar een start mee te maken. Het onderdeel begint met een korte inleiding over wat hacken precies is, welke vormen je hebt en hoe je er op een legale, goedaardige manier rijk mee kunt worden. Daarna leer je de beginselen van het hacken, zet je zelf je eerste hack, en leer je hoe je er in je lessen en workshops mee aan de slag kunt. 22 mei

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, 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 educatieve 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

MEDIAWIJSHEID

19 JUNI - 1 JULI





DAG 1

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 nieuwsgelletterdheid, zodat je goed beslagen ten ijs komt. Ten slotte verdiep je je eigen nieuwsgelletterdheid: 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 2

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: TIPS & TRICKS

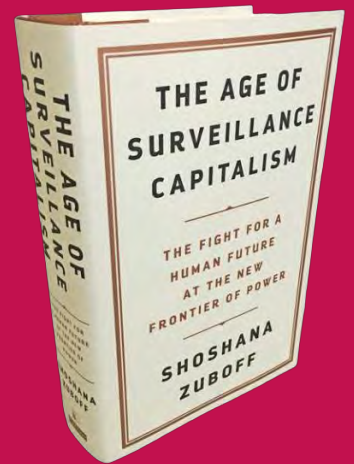
De smartphone is vaak in het nieuws als een onding dat leidt tot slapeloosheid, hoofdpijn en obesitas. Maar het kan ook anders. In dit onderdeel ontdek je verrassende manieren waarop je smartphone kan bijdragen aan je welzijn, identiteit en levensgeluk. Ook leer je hier met je doelgroepen op een speelse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

DAG 3

BIG DATA EN DE GROTE DATAROOF

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.

1 juli ~ woensdag ivm zomervakantie



DE DATA DETOX KIT

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 ~ woensdag ivm zomervakantie

MEDIAOPVOEDING

4 SEPTEMBER

MEDIAOPVOEDING VAN JONGE KINDEREN (0-8)

Je leert ouders en leerkrachten te ondersteunen om hun kinderen (cq. leerlingen) - op een positieve manier - bewust en selectief met media te laten omgaan. Je krijgt inzicht in enkele don'ts en heel veel do's voor de verschillende ontwikkelingsfasen van dreumessen, peuters, kleuters en jonge kinderen. Ten slotte leer je antwoord te geven op FAQ's van ouders en leerkrachten. 4 september

MEDIAOPVOEDING VAN TIENERS (9-17)

In dit onderdeel geen geheven vingertjes. Zoals Roeland Smeets, mediathecaris op het Barlaeus Gymnasium, schreef op het blog van Netwerk Mediawijsheid: jongeren gaan vaak zinvoller en socialer met elkaar om op sociale media dan volwassenen. In dit onderdeel leer je hoe je een constructieve dialoog tussen de generaties kunt faciliteren. Waarbij er oog is voor de zaken waar jongeren in het digitale domein tegenaan lopen. Want jongeren hebben het net als volwassenen niet altijd makkelijk online. 4 september

WERKEN MET DE MEDIADIAMANT

Speciaal met het oog op mediaopvoeding hebben diverse organisaties, waaronder het NJI, op initiatief van Netwerk Mediawijsheid de MediaDiamant ontwikkeld. In dit onderdeel leer je deze handige tool in te zetten binnen jouw activiteiten op het gebied van mediaopvoeding. 4 september



ICT-BASISVAARDIGHEDEN

11 - 25 SEPTEMBER

In dit driedaagse opleidingstraject gaat de Opleiding Mediacoach verder waar Digisterker, Klik & Tik en Walk & Talk eindigen. We gaan aan de slag met de 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 1

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 2

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 3

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



DIGITALE GELETTERDHEID

2 OKTOBER - 6 NOVEMBER



DAG 1

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](#)



DAG 2

DE DIGITALE LEESCONSULENT: LEESEDUCTIE VERSTERKEN MET DIGITALE TOOLS

Je maakt kennis met toepassingen voor digitale verrijking van voorlezen (Augmented Reality en Virtual Reality prentenboeken, voorleesapps, voorleesgadgets, etc.). Je maakt kennis met digitale toepassingen die de taalverwerving bevorderen, en die te gebruiken zijn binnen de bibliotheek en/of in je werk als leesconsulent op school. Ten slotte leer je uit onderzoek wanneer digitaal versterken n leesonderzoek zinvol en effectief is (en wanneer niet). [9 oktober](#)

DAG 3

DIGITALE DIDACTIEK: BETER DOCEREN MET DIGITALE TOOLS

Je leert hoe je nieuwe en sociale media innovatief en didactisch zinvol in kan zetten om cursussen, lessen en workshops te verrijken (zowel die van jezelf als de docenten die je coacht). Je leert gebruik te maken van actuele tools voor digitaal presenteren en publiceren, flipping the classroom, gebruik van video, online organiseren, online samenwerken, feedbacksoftware en blended learning. 30 oktober

DE WERELD AAN JE VOETEN: LEREN MET MOOCS

De Massive Open Online Course is bezig het onderwijslandschap volledig te veranderen. Werkgevers kijken steeds meer naar de MOOCs die aspirant werknemers gevolgd hebben in aanvulling op hun formele opleidingen. Sommige trendwatchers voorspellen dat traditionele onderwijsinstellingen zullen verdwijnen en er alleen MOOCs zullen overblijven. Momenteel vormen MOOCs een geweldige mogelijkheid voor veel doelgroepen om efficiënt en goedkoop te kunnen bijleren. Je maakt in dit onderdeel kennis met diverse aanbieders van MOOCs en leert je doelgroepen door te verwijzen naar de voor hun passende MOOCs. 30 oktober

DAG 4

INTERCULTURELE DIGITALE GELETTERDHEID

In dit onderdeel leer je wat de do's en dont's zijn in de mediacoaching van doelgroepen met een niet-Nederlandse culturele achtergrond. Je leert waar deze doelgroepen tegenaan lopen op mediagebied en hoe je ze daarbij het beste kunt ondersteunen. Aan de orde komt de mede door het Nederlandse MiraMedia ontwikkelde toolkit van het internationale Digital Generation Gap in Migrant and Low educated Families initiatief. 30 oktober

SENIOREN & DIGITALE GELETTERDHEID

Hoewel vele senioren online zeer actief zijn, is er een omvangrijke groep achterblijvers in de hogere leeftijdsgroepen. In dit onderdeel leer je meer over de omgang met deze oude, wijze en soms iets minder mediawijze doelgroep. Je leert waar deze doelgroep blij van worden, maakt kennis met best practices en ontdekt verrassende initiatieven die kunnen dienen als inspiratie voor de mediacoaching van senioren binnen jouw eigen organisatie. 30 oktober



MEER INFO & INSCHRIJVEN

www.gomediacoach.nl

daniel@gomediacoach.nl

0652306327

