

Inhoud

1	Introductie	1
1.1	Waar gaat het boek wel en niet over?	3
1.2	Voor wie is het boek bedoeld?	4
1.3	Wat zijn sociale media?	5
1.4	Sociale media en web2.0-tools	6
1.5	Kenmerkende socialemediatools	6
1.6	Opbouw van het boek	11
1.7	Leeswijzer	12
1.8	Ten slotte	13

Deel 1 Aan de slag met sociale media als professional

2	Online professionaliseren	17
2.1	Informeel leren in verbinding	19
2.2	Trends in het werk van professionals	20
2.3	Generatieverschillen	22
2.4	Van informatie zoeken tot personal branding	24
2.5	Efficiënter worden in je werk	26
3	Een strategie ontwikkelen	27
3.1	Experimenteren met tools	28
3.2	Het doel van werken met sociale media	29
3.3	Een socialemediastategie in de praktijk	30
3.4	Nadelen en valkuilen van sociale media	42
4	Sociale media inpassen in je werk	45
4.1	Ontwikkelen van routines	47
4.2	Een bursty werkstijl	48
4.3	Bekwaamheden voor leren met sociale media	49
4.4	Privégebruik en professioneel gebruik	53
4.5	Afsluiting deel 1: Sociale media veranderen het leren en samenwerken van professionals	54
4.6	Tips & Tools bij deel 1: Sociale media voor professionalisering	56

Deel 2 Aan de slag met sociale media in teams en organisaties

5	Op weg naar organisatie2.0	73
5.1	Wat gebeurt er al in organisaties?	75
5.2	Functies van sociale media in een organisatie	77
5.3	Wat kunnen sociale media de organisatie opleveren?	81
5.4	Wat is een organisatie2.0?	81
5.5	Generatieverschillen en sociale media	83

6	Introduceren van sociale media in de organisatie	85
6.1	Ontwerpen van een socialemediastратегie	86
6.2	Implementeren van een socialemediastратегie: vragen en tips	90
6.3	Wanneer kun je beter niet investeren in sociale media?	94
6.4	Sociale media op de agenda van de organisatie zetten	96
6.5	Veiligheid, valkuilen en controle	97
7	Sociale media voor collectief leren	101
7.1	Sociale media en kennis delen: een aantal voorbeelden	102
7.2	Stimuleren van een open organisatiecultuur	107
7.3	Rol van de manager2.0	108
7.4	Tien tips bij het gebruik van sociale media voor kennis delen	109
8	Online samenwerken in teams	113
8.1	Virtuele en niet-virtuele teams	117
8.2	De rol van de 'tech steward'	119
8.3	Groepsdynamiek in een virtueel team	120
8.4	De keuze van webtools	122
8.5	Het introduceren van tools voor virtuele teams in 7 stappen	123
8.6	Het lerende team	125
8.7	De grenzeloze facilitator	126
8.8	Ontwerpen voor teamleren	127
8.9	Specifieke interventies bij teams	129
8.10	Afsluiting deel 2: Sociale media beïnvloeden het leren en samenwerken in organisaties	130
8.11	Tips & Tools bij deel 2: Sociale media in organisaties	132
Deel 3 Aan de slag met online faciliteren		
9	Online leren	145
9.1	Een voorbeeld van een online-leertraject	147
9.2	Stimuleren van sociaal leren	148
9.3	Sociale media als stimulans voor formeel en informeel leren	150
9.4	E-learning en online leren	153
9.5	De meerwaarde van online leren	154
9.6	Mobiel leren	154
10	Voorbeelden van leerinterventies	157
10.1	Online-leernetwerken en -community's	158
10.2	Het starten van een succesvolle community	160
10.3	Community's rond sociale mediaservices: Twitter, Flickr en Blogging	162
10.4	Online-workshops	166
10.5	Conferentie2.0 en webconferenties	168
10.6	E-coaching	174
10.7	Online gaming of serious gaming	174

11	Ontwerpen van online-leerprocessen	177
11.1	Ontwerpstappen voor het inrichten van online leren	180
12	De rol van de online-trainer	199
12.1	Van face-to-face naar online faciliteren	201
12.2	Activiteiten en vaardigheden voor online faciliteren	203
12.3	Verschillende rollen in een online-leeromgeving	205
12.4	Faciliteren van de overgangen face-to-face en online	208
12.5	Stimuleren van online-activiteit	208
12.6	Wat te doen als...?	210
12.7	Afsluiting deel 3: Sociale media veranderen het faciliteren van leren	213
12.8	Tips & Tools bij deel 3: Faciliteren van online leren	214
	Over de auteurs	227
	Overzicht van links	231

<http://www.springer.com/978-90-313-9745-7>

En nu online ...

Sociale media voor professionals, organisaties en
trainers

Hulsebosch, H.J.; Wagenaar, S.

2013, XIV, 243 p., Softcover

ISBN: 978-90-313-9745-7