



Rezultat Intelectual 1

*Curriculum de formare privind
mentalitatea antreprenorială,
creativitatea și utilizarea TIC în
domeniul promovării culturii, în lumina
impactului COVID-19*

Conținut

Introducere	3
Proiectul Bid To Art	4
Rezumatul rezultatelor cercetării pentru dezvoltarea IO2	5
Principalele lipse de competențe, bariere și nevoi de formare ale TG1 și TG2 în ceea ce privește mentalitatea antreprenorială și utilizarea TIC în domeniul promovării culturale	5
Cursuri de formare în acest domeniu – existente și solicitate	7
În ceea ce privește domeniul digital, există doar câteva cursuri de formare care se concentrează asupra instrumentelor și strategiilor de marketing pentru organizațiile culturale, prin urmare putem afirma că există o lipsă de sprijin pentru artiști în ceea ce privește instrumentele inovatoare de promovare culturală.	8
Structură și conținut propus pentru materialele de învățare și formare profesională	8
Modulele cursului de formare	10
Modulul nr. 1	10
Cum se realizează un plan de afaceri legat de promovarea culturală	10
Modul nr. 2	13
Technici de editare digitală, filmări audiovizuale și transmisiuni în direct	13
Modul nr. 3.	17
Cum să folosim diferite medii sociale pentru promovarea culturii	17

Introducere

Curriculum-ul de formare privind mentalitatea antreprenorială, creativitatea și utilizarea TIC în domeniul promovării culturii, în lumina impactului Covid-19, este primul rezultat intelectual al proiectului BidToArt. Curriculum-ul de formare are ca scop determinarea metodologiilor optime și a căilor de formare, care combină nevoile antreprenoriale ale artiștilor cu risc de excluziune socială cu cunoștințele adecvate și utilizarea optimă a competențelor, tehnologiei și instrumentelor digitale.

Curriculumul de formare este disponibil în toate limbile partenerilor (engleză, spaniolă, italiană, română, maghiară, sârbă și greacă) și este publicat sub formă de carte electronică, care poate fi descărcată de pe site-ul proiectului.

Obiectivele principale ale IO1 sunt:

- Prezentarea colectivă a **Stadiului Actual al Cursurilor de formare** din cadrul țărilor participante, care au legătură cu utilizarea tehnologiilor inovatoare în domeniul promovării culturale, cu accent pe caracteristicile specifice ale sectoarelor culturale și creative (CCS) și ale ecosistemelor culturale locale;
- **Prezentarea colectivă a lacunelor, barierelor și nevoilor** legate de tehnologiile inovatoare și de mentalitatea antreprenorială ale TG1 și TG2, în special în lumina impactului COVID-19;
- **Să identifice și să propună o structură și conținut materialelor de formare** care corespund nevoilor grupurilor țintă. Descrie rezultatele învățării în termeni de cunoștințe, abilități și atitudini și sugerează utilizarea specifică a metodelor de învățare în conformitate cu cerințele ECVET;
- Propune **instrumente și o metodologie** necesară, pentru derularea unui curs de formare inovatoare.

IO1 este rezultatul direct al analizelor de nevoi efectuate de toți cei șapte parteneri de proiect la începutul proiectului. Această analiză conține rezultatele unui Focus Grup cu cel puțin 5 profesioniști, care lucrează cu artiști aflați în risc de excluziune socială, refeindu-se mai ales la evaluarea competențelor cheie, cu un accent deosebit pe mentalitatea antreprenorială, creativitate și utilizarea TIC, precum și rezultatele a 10 chestionare pe țară, trimis artiștilor cu risc de excluziune socială. La Grupurile de Discuții au participat în total 42 de profesioniști și 62 de artiști au completat chestionarul online. În primele luni ale proiectului, în fiecare țară parteneră, a fost efectuată o **Cercetare Suplimentară** pentru a analiza cursurile de formare existente legate de mentalitatea antreprenorială în domeniul promovării culturale și pentru a prezenta instrumente inovatoare de furnizare de cursuri de formare. În total, au fost colectate și prezentate 23 de cursuri de formare și inițiative similare la nivelul UE și la nivel național, care au fost luate în considerare în timpul elaborării IO1. Rezultatele cercetării sunt incluse în întregime în Raportul transnațional Bid To Art, disponibil în limba engleză, iar în acest document este prezentat sumar.

Proiectul Bid To Art

Proiectul BidToArt este finanțat de Uniunea Europeană prin programul Erasmus+. Șapte parteneri din șase țări europene (Spania, Italia, Cipru, Serbia, România și Irlanda) lucrează împreună, pentru:

- promovarea **valorii sociale și educaționale a patrimoniului cultural european**, a contribuției sale la crearea de locuri de muncă, la creșterea economică și la coeziunea socială;
- **extinderea competențelor** formatorilor, educatorilor, asistenților sociali și ale altor profesioniști din domeniul educației adulților, care lucrează cu persoanele aflate în risc de excluziune socială sau în domeniul promovării culturale;
- **promovarea inovației** muzicienilor, pictorilor, sculptorilor, artiștilor din industria textilă și a altor artiști expuși riscului de excluziune socială, pentru a crea noi forme de experiență culturală, de diseminare și noi modele de afaceri cu un nou potențial de piață.

Principalele **grupuri țintă** ale proiectului sunt:

- **Grupul țintă primar (TG1):** Formatori, educatori, asistenți sociali și alți profesioniști în domeniul educației adulților, care lucrează direct cu persoane aflate în risc de excluziune socială sau în domeniul promovării culturale;
- **Grupul țintă secundar (TG2):** Persoane aflate în risc de excluziune socială, din domeniul promovării culturale ca parte a patrimoniului cultural european, în special muzicieni, pictori, sculptori, artiști din industria textilă și alți artiști.

De-a lungul proiectului (Aprilie 2021 - Martie 2023), parteneriatul va dezvolta următoarele trei rezultate intelectuale:

O1: CURRICULUM CURS DE FORMARE PRIVIND MENTALITATEA ANTREPRENORIALĂ, CREATIVITATEA ȘI UTILIZAREA TIC ÎN DOMENIUL PROMOVĂRII CULTURALE, ÎN SPECIAL ÎN LUMINA IMPACTULUI COVID-19 – rezultatul principal fiind un Cours de Curriculum publicat în format electronic;

O2: CURS DE FORMARE BLENDED – curs de formare în format blended, cu o durată de aprox. 30 de ore., conține 3 module;

O3: GHID DE IMPLEMENTARE – va sprijini formatorii, educatorii, asistenții sociali și alți profesioniști din domeniul educației adulților, să implementeze o educația antreprenorială inovatoare, cu grupul țintă.

Rezumatul rezultatelor cercetării pentru dezvoltarea IO2

Pe baza rezultatelor din cadrul Focus Grupurilor, ale sondajului de analiză a nevoilor și ale cercetărilor suplimentare efectuate în țările partenere, am identificat nevoile de formare, barierele și lacunele privind competențele TG1 (formatori, educatori, asistenți sociali și alți profesioniști din domeniul educației adulților), și TG2 (persoane aflate în risc de excluziune socială în domeniul promovării culturale, în special muzicieni, pictori, sculptori, artiști din industria textilă și alți artiști) privind antreprenoriatul și sectorul digital. Am analizat deasemenea cursurile de formare deja existente în țările partenere legate de mentalitatea antreprenorială în domeniul promovării culturale și instrumentele inovatoare pentru furnizarea de formare, concentrându-ne pe caracteristicile specifice ale sectoarelor culturale și creative (CCS) și ale ecosistemelor culturale locale.

În cele ce urmează, rezumăm principalele constatări ale activității de cercetare.

Principalele lipse de competențe, bariere și nevoi de formare ale TG1 și TG2 în ceea ce privește mentalitatea antreprenorială și utilizarea TIC în domeniul promovării culturale

În lista de mai jos sunt rezumate principalele lacune privind competențele, barierele și nevoile de formare atât pentru TG1, cât și pentru TG2, rezultate din grupurile de discuții și din sondajul de analiză a nevoilor efectuate în țările partenere:

TG1 (Formatori, educatori, asistenți sociali și alți profesioniști din domeniul educației adulților)

În general, toți participanții la Focus Group au subliniat necesitatea unei formări continue a competențelor lor atât în domeniul antreprenoriatului, cât și al competențelor digitale, pentru a transfera cu succes aceste competențe artiștilor cu care lucrează. Participanții din **Cipru** ar prefera un curs de formare online, în timp ce participanții din **România** ar prefera un curs față în față. Participanții din celelalte țări nu și-au exprimat nicio preferință în această privință.

Competențe antreprenoriale

- Lipsa cunoștințelor formale privind antreprenoriatul, mentalitatea antreprenorială, formarea antreprenorială, start-up-uri
- Lipsa de cunoștințe despre instrumentele și tehnicile de gestionare a afacerilor
- Lipsa de cunoștințe despre oportunitățile/sursele de finanțare pentru artiști sau pentru persoanele, care lucrează în domeniul promovării culturale
- Lipsa de informații cu privire la legislațiile și reglementările naționale relevante în domeniul afacerilor
- Materialul cursului de formare trebuie să fie adaptat la nevoile și stilul TG2
- Lipsa de cunoștințe pentru a sensibiliza artiștii

- Lipsa materialelor de formare și a resurselor care ar putea oferi formare antreprenorială
- Lacune în domeniul metodelor de predare și al programelor de studii privind antreprenoriatul

ICT

- Lipsa de competențe digitale avansate
- Lipsa de cunoștințe privind predarea online, respective materialele educaționale online
- Lipsa cunoștințelor ale unor metode de predare și al programelor de studii în ceea ce privește competențele TIC

Networking

- Lipsa de cunoștințe privind instrumente inovatoare de networking, cum ar fi hootsuite, și patreon
- Lipsa de resurse practice, cum ar fi motoarele de căutare specifice

TG2 (Persoane aflate în risc de excluziune socială din domeniul promovării culturale, în special muzicieni, pictori, sculptori, artiști din industria textilă și alți artiști)

Competențe antreprenoriale

Conform sondajului de analiză a nevoilor, mulți artiști au deja experiență în gestionarea propriei afaceri, însă întâmpină dificultăți serioase în a avea un venit stabil, iar constrângerile Covid-19 au agravat situația. Prin urmare, aceștia au exprimat următoarele nevoi pentru a-și lansa sau gestiona afacerea:

- Conștientizarea importanței spiritului antreprenorial
- Acces la informații privind înființarea unei întreprinderi
- Cunoștințe privind antreprenoriatul (inclusiv marketingul online, crearea de rețele, aspecte financiare, oportunități de finanțare, start-up-uri, planificarea afacerii, legislațiile și reglementările naționale relevante în domeniul afacerilor) - cadrul EntreComp ar putea fi o bază bună!
- Cunoștințe în domeniul administrativ-financiar
- Abilități de gestionare a afacerii pentru promovarea personală
- Abilități de lucru în echipă și de conducere
- Cunoștințe și competențe de dezvoltare a rețelei profesionale
- Competențe de comunicare, de rezolvare a problemelor și de gândire strategică
- Cunoștințe privind funcția și rolul diferitelor părți interesate implicate în promovarea culturală

ICT

Conform sondajului de analiză a nevoilor, aproape toți artiștii folosesc zilnic calculatoare/laptopuri și smartphone-uri. Mulți artiști au experiență în transmiterea live a lucrărilor lor (în principal prin Twitch, Youtube, Instagram, Zoom, Directo, Facebook, Twitter și Vimeo), însă nu toți au o experiență pozitivă în acest sens.

Aceștia au denumit următoarele lacune în materie de competențe:

- Lipsa de competențe digitale avansate
- Lipsa de cunoștințe legate de educația online și de materiale educaționale online
- Lipsa cunoștințelor și a competențelor în ceea ce privește utilizarea instrumentelor digitale online, a softurilor și a mediilor sociale în scop de promovare a culturii, marketing digital, creare de rețele profesionale, transmisii directe, editare/înregistrarea audio și softurile de administrare.
- Lipsa de cunoștințe legate de branding

Networking

Conform sondajului de analiză a nevoilor, artiștii au în principal rețele slabe sau medii la nivel local, iar aceste rețele sunt în principal non-formale. Cu toate acestea, ei au subliniat importanța extinderii și consolidării rețelelor existente pentru a crește posibilitatea de a găsi noi canale de vânzare a artei lor, dar și pentru a fi informați cu privire la posibilitățile de finanțare publică și la cursuri de formare inovatoare.

În ceea ce privește instrumentele de rețea socială, artiștii folosesc zilnic în principal Facebook și Instagram. Rețele sociale ca Pluggy, Hootsuite, Enloop, Blender, Tweet și YLMP sunt necunoscute pentru aproape toți artiștii implicați în sondaj.

Ca urmare, artiștii au denumit următoarele nevoi de formare și lipsă de cunoștințe:

- Lipsa de cunoștințe legate de instrumente inovatoare de networking și platforme de promovare culturală precum hootsuite și patreon.
- Lipsa cunoștințelor legate de instrumente de monitorizare a diferitelor activități de promovare culturală implementate
- Lipsa cunoștințelor privind modul în care se poate crea o rețea eficientă
- Necesitatea de a identifica și planifica o strategie privind modul de utilizare a rețelelor sociale și/sau a altor activități de promovare

Cursuri de formare în acest domeniu – existente și solicitate

Luând în considerare rezultatele cercetărilor suplimentare derulate în țările partenere, putem afirma că în majoritatea țărilor partenere **există cursuri de formare, ateliere de lucru, evenimente, podcast-uri și oportunități de coaching/mentorat** în domeniul **înființării și gestionării afacerilor**, în majoritatea cazurilor acestea **nu sunt axate pe sectorul cultural**

și artistic, ci se adresează, în general, tuturor celor care doresc să dobândească competențe antreprenoriale (deși există câteva cazuri în care aceste cursuri se adresează artiștilor). În unele țări, aceste cursuri sunt oferite gratuit, în altele nu. Dacă aceste cursuri sunt finanțate din surse publice sau private, acestea nu sunt organizate în mod continuu, ci în funcție de disponibilitatea finanțărilor.

În ceea ce privește **domeniul digital**, există doar câteva cursuri de formare care se concentrează asupra instrumentelor și strategiilor de marketing pentru organizațiile culturale, prin urmare putem afirma că există o **lipsă de sprijin pentru artiști în ceea ce privește instrumentele inovatoare de promovare culturală**.

Structură și conținut propus pentru materialele de învățare și formare profesională

În conformitate cu concluziile discuțiilor din Focus Group, rezultatul sondajului de analiză a nevoilor și cercetărilor suplimentare efectuate în țările partenere, propunem următoarea structură și subiecte de bază, să fie inclus în cursul de învățare blended BidtoArt:

Modul 1. Cum se realizează un plan de afaceri legat de promovarea culturală

- tehnici și mijloace de management al afacerilor
- oportunități și surse de finanțare
- abilități de administrare – financiară
- reguli și legislații naționale în domeniul afacerii
- agenții locale/naționale care oferă sprijin pentru afaceri start-up
- implicarea părților interesate în promovarea culturii
- cum se face un plan de afaceri

Instrumente inovatoare care pot fi prezentate participanților: Enloop, StratPad, Poindexter

Notă: cadrul de referință EntreComp ar putea fi o bună sursă pentru dezvoltarea acestui modul!

Modul 2. Tehnici de editare digitală, filmări audiovizuale și transmisiuni în direct

- pregătirea pentru producție
- producție (filmare audiovizuală)
- post-producție (editare digitală/audio, transmisie în direct)
- programe practice pentru transmiterea în direct (utilizate în principal pentru promovarea activităților față în față)

Instrumente inovatoare care pot fi prezentate participanților: Blender, Lightworks, Gimp

Modul 3. Cum să folosim diferite medii sociale pentru promovarea culturii

- noi metodologii de relaționare
- introducerea în Rețelele Europene care sprijină sectoarele culturale și creative (SCC) din Europa

- identificarea și planificarea unei strategii privind modul de utilizare a rețelelor sociale și/sau a altor activități de promovare
- cunoștințe practice legate de instrumentele TIC în domeniul promovării culturii, inclusiv instrumente de monitorizare a diferitelor activități de promovare a culturii implementate

Instrumente inovatoare care pot fi prezentate participanților: Pluggy, Hootsuite, Tweet for a Track, YMLP, Canva, Artists on the way, Patreon

Cursul de formare Bid to Art se va baza pe **metodologia de învățare mixtă** (blended learning), prin urmare prevede combinarea învățării online și față în față. Această metodologie contribuie la dezvoltarea competențelor digitale ale participanților, dar ajută și la includerea persoanelor care locuiesc în zone geografice diferite în procesul de învățare. Se recomandă utilizarea **abordării inovatoare de tip "flipped-classroom"**, astfel încât participanții să se familiarizeze cu conținutul fiecărui modul acasă (partea online) și apoi să se concentreze pe activități practice de rezolvare a problemelor în clasă (partea față în față).

Recomandăm să se aplice o abordare incluzivă în cadrul cursului de formare mixtă BidToArt prin utilizarea de softuri open source (cum ar fi Gimp, Canva, Padlet etc.). Cursul de învățare mixtă ar trebui să se axeze pe rezolvarea problemelor: membrii TG2 trebuie să fie însoțiți într-un proces de valorificare a produselor lor și de identificare a grupurilor țintă și a celor mai bune canale și instrumente de comunicare pentru a ajunge la acestea. Cursul de formare ar trebui să includă o introducere generală în aplicarea a **diverselor softuri/instrumente disponibile pentru promovarea culturii, concentrându-se pe principalele caracteristici ale acestora**, astfel încât TG2 să îl poată alege pe cel care se potrivește cel mai bine activității lor, urmând ca ulterior să învețe singuri, pe cont propriu, cum să le utilizeze. În general, ar trebui să le oferim TG2 **instrumente și competențe în domeniul digital pe care să le poată folosi atât în timpul pandemiei, cât și după**. În timpul elaborării programului de formare, partenerii ar trebui să propună instrumente și o metodologie pentru o formare inovatoare pentru modulul alocat.

Modulele cursului de formare

Modulul nr. 1	Cum se realizează un plan de afaceri legat de promovarea culturală
Obiective	<i>Scopul acestui modul este de a dezvolta cunoștințele de antreprenoriat ale cursanților și de a le oferi competențe de bază, cunoștințe și instrumente esențiale pentru dezvoltarea unui plan de afaceri pentru promovarea culturii.</i>
Conținut	<i>Acest modul va explora diferite instrumente și tehnici de management al afacerii, care vor oferi cursanților posibilitatea de a-și dezvolta competențele administrative și financiare. Acest lucru îi va dota cu competențele necesare pentru a-și dezvolta propriul plan de afaceri, pentru a afla informații valoroase despre promovarea culturii și pentru a sprijini artiștii în acest proces.</i>
Capitole	<p>Capitol 1. <i>Itinerariul Călătoriei de Afaceri pentru artiști tineri (Conceptul Ikigai în afaceri, Viziune și scopuri, Branding, Grup țintă)</i></p> <p>Capitol 2. <i>Înființarea și Menținerea unei Afaceri (Modelul de Afaceri Canvas, analiza SWOT, Cadrul de referință EntreComp – pentru Antreprenori*)</i></p> <p>Capitol 3. <i>Surse de Venituri (Oportunități de finanțare și de support pentru afaceri tip start-up, surse de venituri)</i></p> <p>Capitol 4. <i>Strategii de Finanțare (Dezvoltare unei Strategii de Finanțare)</i></p> <p>Capitol 5. <i>Marketing pentru Promovarea Culturii (tehnici utile online versus offline)</i></p> <p>Capitol 6. <i>Crearea unui Plan de Afaceri (Crearea unor modele de afaceri Canvas pentru afacerea lor proprii)</i></p>
Durata	<p>3 ore de învățare auto-dirijată (învățare online)</p> <p>7 ore de învățare față în față</p>
Rezultatele învățării	<p>Până la sfârșitul cursului participanții vor putea să:</p> <p><u>Cunoștințe</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Definească viziunea și scopurile lor privind înființarea unei afacerii proprii ● Identifice modelul de afaceri care îi ajută în atingerea scopurilor ● Identifice, găsească și conecteze la grupul țintă ● Înțeleagă importanța de a crea o afacere sustenabilă

	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Analizeze diferite metode de înființare și de management al afacerii</i> ● <i>Identifice diferite surse de venituri</i> ● <i>Describe etapele înființării unei afaceri</i> ● <i>Recunoască cum să facă un plan de afaceri sustenabil</i> ● <i>Enumere diferite canale de promovare a culturii (online/offline)</i> ● <i>Definească rolul unei strategii financiare și a surselor de venituri într-o afacere</i> ● <i>Recunoască nevoia unui plan de afaceri în domeniul promovării culturii</i> <p><u>Abilități</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Identifice și să revizuiască obiectivele afacerii</i> ● <i>Construiască un brand</i> ● <i>Se angajeze în mod eficient cu grupul țintă</i> ● <i>Aleagă modelul de afaceri cel mai optim aferent viziunii</i> ● <i>Folosească în mod corespunzător modelele de management strategic</i> ● <i>Cunoască surse de oportunități de finanțare de support pentru afaceri</i> ● <i>Asigure surse de venituri sustenabile</i> ● <i>Folosească o strategie de determinare a prețurilor în mod corespunzător</i> ● <i>Dezvolte un plan de afaceri</i> ● <i>Folosească mijloace și tehnici de dezvoltare a unui plan de afaceri</i> <p><u>Atitudini</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Ghideze artiști în a înființa o afacere</i> ● <i>Încurajeze artiștii tânări de a-și dezvolta abilitățile antreprenoriale</i> ● <i>Încurajeze artiștii tânări să se perfecționeze în domeniul promovării culturii</i> ● <i>Motiveze artiștii tânări să facă planuri de afaceri durabile</i> ● <i>Sprrijină artiștii tânări în a-și promova brandul lor</i> ● <i>Motiveze artiștii tânări pentru a-și urmări mentalitatea lor antreprenorială</i>
Metodologia de formare	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>abordarea de tip "flipped classroom"</i> ● <i>tutoriale video*, pentru a oferi o imagine de ansamblu a conținutului</i>

	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>activități/exerciții, pentru a folosi diferite instrumente de formare</i> ● <i>munca în echipă</i> ● <i>brainstorm</i> ● <i>joc de roluri</i> ● <i>studiu</i> ● <i>învățare bazată pe joc</i> ● <i>studii de caz</i> <p><i>*Tutoriale video: câte un video la fiecare capitol pentru a oferi o imagine de ansamblu despre conținut.</i></p>
Instrumente de formare	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Mentimeter</i> ● <i>Padlet</i> ● <i>Miro</i> ● <i>Trello</i> ● <i>Kickstarter, Indiegogo.com (crowdfundings)</i> ● <i>Instrumente de elaborare a Chestionarelor online (de ex. Google form)</i> ● <i>Canva</i>
Materiale de curs	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Documente, șabloane de instrumente (pentru a prezenta conceptul Ikigai, Modelul de Afaceri Canvas, analiza SWOT, șablonul planului de afaceri, broșura EntreComp)</i> ● <i>Instrumente digitale (laptop, videoproiector)</i> ● <i>Materiale suplimentare (flipchart, marker, stilou, foi A4)</i> ● <i>Prezentări PPT</i> ● <i>Link-uri utile privind legislația și reglementările naționale în domeniul afacerilor, agențiile locale/naționale care oferă sprijin pentru afaceri tip sat-up, oportunități de finanțare pentru start-up-uri</i>
Metodologie de evaluare	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>activitate de proiect</i> ● <i>auto-evaluare</i> ● <i>feedback din partea celorlalți participanți</i> ● <i>chestionar de evaluare la sfârșitul cursului</i> ● <i>întrebări tip quiz (metode de evaluare non-formală)</i>

Modul nr. 2

Technici de editare digitală, filmări audiovizuale și transmisiuni în direct

<p>Obiective</p>	<p><i>Modulul își propune să ofere cursanților cunoștințe esențiale privind producția și publicarea de conținut audio-vizual digital în noul mediu media și să transmită aceste cunoștințe artiștilor. În special, obiectivele acestui modul sunt următoarele:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Să construiască și să consolideze cunoștințele cursanților în domeniul producției audio-video și să le ofere competențe, cunoștințe și instrumente de bază, cu accent pe abilitățile practice.</i> ● <i>Să prezinte și să explice caracteristicile de bază ale semnalelor audio și video de la preproducție, înregistrare până la producția finală.</i> ● <i>Să analizeze diferențele specificații tehnice ale diverselor tipuri de conținut derivate din utilizarea unor echipamente diverse, împreună cu necesitatea unei prezentări pe mai multe platforme.</i> ● <i>Să analizeze înțelegerea și exploatarea noilor modele de producție de conținut digital.</i>
<p>Conținut</p>	<p><i>Acest modul acoperă aspecte ale producției audio-video digitale pentru dezvoltarea multimedia. Include informații despre software-uri tip open source și gratuite, cum ar fi GIMP, Canva, Lightworks, Audacity etc., și oferă o prezentare aprofundată a teoriei, precum și o abordare practică a producției audio-video în mediul digital, inclusiv operarea camerei, editarea video, mixajul audio, podcasting, vlogging, live streaming, prezentări, motion graphics, storytelling, etică și legislația privind media.</i></p> <p><i>Cursanților li se va oferi o formare generală în lumea audio-video și în principalele tehnici de producție audio-vizuală, atât în ceea ce privește procesul de producție de conținut pentru internet, cât și diferitele forme posibile pe care poate lua produsul. Participanții învață cum să folosească imaginea, sunetul sau o combinație a celor două în diferite formate, inclusiv videoclipuri, diapozitive sau înregistrări.</i></p> <p><i>Pe lângă o introducere teoretică, cursanții vor fi îndrumați spre etapa practică.</i></p> <p><i>a) Vor învăța elementele de bază ale sunetului și ale imaginii, cum să utilizeze echipamentele de filmare, cum ar fi camerele de filmat, instrumentele audio și stațiile de editare.</i></p>

b) Urmează elementele esențiale de compoziție și teoria și tehnicile de editare atât pentru audio cât și pentru video.

c) Sunt prezentate echipamentele de captare și aplicațiile software legate de conținutul audio și video, pentru a arăta diferitele moduri în care acestea pot fi utilizate pentru a ajunge la rezultatul final.

d) Li se va cere să realizeze ei înșiși câteva produse audiovizuale - pe care le vor analiza împreună cu profesorul.

Modulul se va strădui să sensibilizeze participanții cu privire la metodologiile de producție cu buget redus, inclusiv producția de tip "studio" la domiciliu - și la numeroasele instrumente și platforme software tip open-source care pot facilita înființarea de noi întreprinderi în acest domeniu.

Capitole

Capitol 1. Producția Media & Storytelling

Capitol 2. PRE-PRODUCȚIA

- Cercetare și planificare
- Calculul bugetului și permisii
- Logistică

Capitol 3. PRODUCȚIA

- Șablon și compoziție
- Tipuri de fotografii și unghiuri de cameră
- Mișcarea camerei
- Aspecte esențiale ale luminii
- Elemente esențiale de sunet
- Tehnici de prezentare și interviu

Capitol 4. POST-PRODUCȚIA

- Editare foto
- Editare video
- Design de sunet
- Grafică

Capitol 5. Media Publishing & Live Transmission

- Media outlets
- Transmisii live
- Vlogging
- Podcast-uri

<p>Durata</p>	<p>3 ore învățare online, incluzând tutorial video pentru prezentarea temei</p> <p>7 ore de învățare față în față, incluzând învățare auto-dirijată, exerciții practice, feedback</p>
<p>Rezultatele învățării</p>	<p>Până la sfârșitul cursului participanții vor fi capabili să:</p> <p><u>Cunoștințe</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Înțeleagă și să utilizeze elementele de bază ale limbajului audio-vizual, cu accent pe nevoile specifice de comunicare ● Înțeleagă diferite caracteristici ale producțiilor audiovizuale în conformitate cu noile mijloace de comunicare. ● Analizeze principalele aspecte legate de piața audiovizuală (calendare de publicare, metode de cercetare și editare a materialului, gestionarea drepturilor de imagine și marketing etc.). <p><u>Abilități</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Utilizeze instrumentele de bază pentru producția audio-vizuală, inclusiv abilități de pre-producție, producție și post-producție pentru videoclipuri online, dezvoltare de conținut și scenarii pentru videoclipuri online, precum și marketing/antreprenoriat pentru creatorii de conținut online. Participanții vor dobândi, de asemenea, competențe în domeniul audio, grafică, prezentări și transmisiuni în direct. ● Demonstreze o comunicare profesională și practici etice la locul de muncă. <p><u>Atitudini</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Demonstreze competență tehnică în mai multe discipline de producție audio și video. ● Demonstreze capacități de a prezenta, analiza, critica și apăra o varietate de produse multimedia. ● Demonstreze capacități de a comunica mesaje și povești în mod eficient și creativ către diverse categorii de public. ● Îmbunătățească gândirea lor creativă și practica lor în producția audiovizuală. ● Îndrumă artiștii în pregătirea propriilor materiale audiovizuale.
<p>Metodologia de formare</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● abordarea de tip "flipped classroom"

	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>tutoriale video</i> ● <i>studii</i> ● <i>exerciții practice</i> ● <i>proiectarea unor material video</i> ● <i>analizarea unor produse audiovizuale și activități de laborator legate de producția audiovizuală (scriere, filmare, editare și punerea în circulație a produselor).</i>
Instrumente de formare	<p><i>Este erecomandat, ca participanții de curs să aibă următoarele echipamente:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>laptop sau computer personal</i> ● <i>echipamente necesare (una dintre următoarele: smartphonuri, cameră video tip DSLR, cameră video de acțiune, instrument de sprijin, ca tripods, microfoane wireless, boom mikes etc.)</i> ● <i>software pentru editare de ex. GIMP, Canva, Lightworks, Audacity.</i>
Materiale de curs	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>tutorial video cu informații de bază privind tema</i> ● <i>prezentări tip PPT, cu linkuri utile</i> ● <i>foaie cu exerciții</i>
Metodologia de evaluare	<p><i>Cursanții vor fi rugați să producă materiale audio-vizuale, iar la evaluare se va pune accent pe următoarele:</i></p> <p><i>a) Participarea online/față în față la cursuri;</i></p> <p><i>b) Chestionar de auto-evaluare;</i></p> <p><i>c) Teste de referință/teste sumative.</i></p>

Modul nr. 3.	Cum să folosim diferite medii sociale pentru promovarea culturii
Obiective	Scopul Modulului 3 este de a introduce GȚ1 (formatori etc.) în noile metodologii de relaționare pentru artiștii adulți și tineri și de a prezenta rețelele europene care sprijină sectoarele culturale și creative din Europa (CCS). În plus, modulul va include prezentări ale unor instrumente inovatoare TIC, care ar putea fi utilizate de către beneficiarii finali în activități de networking și promovare.
Conținut	<p>Acest Modul va conține următoarele teme:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● metodologii noi de networking ● introducerea Rețelelor Europene care sprijină sectoarele culturale și creative din Europa (CCS) ● identificarea și planificarea unei strategii de utilizare a diferitelor rețele sociale și/sau altor activități de promovare ● cunoștințe practice legate de instrumente TIC din domeniul promovării culturii, inclusiv a instrumentelor de monitorizare a diferitelor activități de promovare a culturii ● Instrumente inovative care vor fi prezentate participanților: Pluggy, Hootsuite, Tweet for a Track, YMLP, Canva, Artists on the way, Patreon
Capitole	<p>Capitol 1. Metodologii de Networking și introducerea Rețelelor Europene</p> <p>Capitol 2. Instrumente TIC în domeniul promovării culturii</p> <p>Capitol 3. Strategii de utilizare a rețelelor sociale și alte activități de promovare</p>
Durata	<p>2 ore de auto-învățare</p> <p>3 ore de învățare online</p> <p>5 ore de învățare față în față</p>
Rezultatele învățării	<p>Până la sfârșitul cursului participanții vor putea să:</p> <p>Cunoștințe</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identifice Rețele Europene și să recunoască potential diferitelor metodologii de creare de rețele ● Descrie diferite instrumente TIC care pot fi utilizate în domeniul promovării culturii

	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Identifice etapele de utilizare a rețelelor sociale pentru promovarea propriei activități</i> <p><u>Abilități</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Îndrume artiștii să aleagă instrumentele TIC care sunt mai potrivite pentru munca lor</i> ● <i>Compare diferitele opțiuni și să ghideze artiștii pentru a alege cea mai potrivită strategie de utilizare a rețelelor sociale pentru a-și promova lucrările.</i> <p><u>Atitudini</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Sensibilizeze artiștii cu privire la importanța unor metodologii inovatoare de creare de rețele</i> ● <i>Sprijină artiștii să utilizeze diferite tipuri de mijloace de comunicare pentru promovarea culturală.</i> ● <i>Ghideze artiștii să pună în aplicare strategii de relaționare pentru a-și promova lucrările</i>
<p>Metodologia de formare</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Abordarea clasei tip "flipped"</i> ● <i>Tutoriale video</i> ● <i>Lucrul în echipă</i> <p><i>La începutul fiecărei unități, subiectul va fi introdus cu ajutorul unui tutorial video (aproximativ 20 min.). Acolo unde este necesar, modulul va oferi lecturi suplimentare pentru a pregăti GȚ1 pentru partea online și față în față a cursului.</i></p>
<p>Instrumente de formare</p>	<p><i>GȚ1 va fi instruit să folosească următoarele instrumente:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Pluggy</i> ● <i>Hootsuite</i> ● <i>Tweet for a Track</i> ● <i>YMLP</i> ● <i>Canva</i> ● <i>Artists on the way</i> ● <i>Patreon</i> <p><i>Pentru partea online: Padlet, Kahoot...</i></p>
<p>Materiale de învățare</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Prezentări PPT</i> ● <i>Tutorial video</i> ● <i>linkuri</i>
<p>Metodologia de evaluare</p>	<p><i>Chestionar cu răspunsuri multiple, cu 2 întrebări deschise privind conținutul prezentărilor PPT, întrebări tip quiz</i></p>

SAU

“Activitate de demonstrare”: prezentarea practică privind utilizarea rețelelor sociale cu scopul de a promova muca lor (folosind după preferințe diferite instrumente)

