



Opera d'ingegno n° 1

Curriculum formativo sulla mentalità imprenditoriale, sulla creatività e sull'utilizzo delle TIC nel campo della promozione culturale, in particolare alla luce dell'impatto del COVID-19

Indice

Introduzione.....	3
Il progetto Bid To Art	4
Riassunto dei risultati della ricerca per lo sviluppo dell'IO2	5
Principali lacune di competenze, barriere e fabbisogni formativi del TG1 e del TG2 in merito alla mentalità imprenditoriale e all'uso delle TIC nel campo della promozione culturale	5
Corsi di formazione: ciò che già esiste e ciò che manca	7
Struttura e contenuto proposti del materiale di apprendimento e di formazione	8
Moduli formativi	10
Modulo 1	10
Come creare un business plan relativo alla promozione culturale	10
Modulo 2	13
Tecniche di montaggio digitale, riprese audiovisive e trasmissione dal vivo	13
Modulo 3	17
Come utilizzare diversi tipi di media per la promozione culturale	17

Introduzione

Il curriculum formativo sulla mentalità imprenditoriale, sulla creatività e sull'uso delle TIC nel campo della promozione culturale, in particolare alla luce dell'impatto del Covid-19, è la prima opera d'ingegno del progetto BidToArt. Si concentra su come valutare la mentalità imprenditoriale, la creatività e l'uso delle TIC nel campo della promozione culturale, in particolare alla luce dell'impatto del COVID-19. Il Curriculum formativo mira a individuare le metodologie e i percorsi formativi ottimali che abbinino le principali esigenze imprenditoriali degli artisti a rischio di esclusione sociale con la conoscenza adeguata e l'uso ottimale delle competenze, della tecnologia e degli strumenti digitali.

Il Curriculum formativo è disponibile in tutte le lingue del partenariato (inglese, spagnolo, italiano, rumeno, ungherese, serbo e greco) e pubblicato come e-book, scaricabile dal sito del progetto.

Gli obiettivi principali dell'IO1 sono:

- **Presentare collettivamente lo stato dell'arte dei percorsi di formazione** all'interno dei paesi partecipanti, legati all'uso di tecnologie innovative nel campo della promozione culturale, concentrandosi sulle caratteristiche specifiche dei settori culturali e creativi (CCS) e degli ecosistemi culturali locali;
- **Presentare collettivamente lacune, barriere e bisogni** del TG1 e del TG2, relativi alle tecnologie innovative e alla mentalità imprenditoriale, in particolare alla luce dell'impatto del COVID-19;
- **Identificare e proporre la struttura e il contenuto** del materiale per l'apprendimento e per la formazione che corrisponda ai bisogni dei gruppi target. Il presente documento descrive i risultati dell'apprendimento in termini di conoscenze, abilità e attitudini e suggerisce l'uso specifico di metodi di apprendimento in linea con i requisiti ECVET;
- Proporre **strumenti e metodologie** per un'erogazione innovativa della formazione.

L'IO1 è una deduzione diretta dei risultati principali di **un'analisi dei bisogni** condotta da tutti e sette i partner durante la stesura del progetto. Ciò includeva i risultati di un Focus Group con almeno 5 professionisti che lavorano con artisti a rischio di esclusione sociale, in merito alla valutazione delle competenze chiave, con particolare attenzione alla mentalità imprenditoriale, alla creatività e all'uso delle TIC e i risultati di **10 questionari** per paese inviati agli artisti a rischio di esclusione sociale. Complessivamente, 42 professionisti hanno partecipato ai Focus Group e 62 artisti hanno compilato il questionario online. Inoltre, durante i primi mesi del progetto è stata condotta una **ricerca (desk research)** in ciascun paese partner per analizzare le offerte formative esistenti relative alla mentalità imprenditoriale nel campo della promozione culturale e per presentare strumenti innovativi per l'erogazione della formazione. Complessivamente sono stati raccolti 23 corsi di formazione e iniziative simili a livello europeo e nazionale e questi sono stati presi in considerazione durante l'elaborazione dell'IO1. I risultati della ricerca sono inclusi nel *Bid To Art Transnational Report*, disponibile in inglese. Tuttavia, in questo documento è riportata anche una sintesi.

Il progetto Bid To Art

BidToArt è un progetto transnazionale finanziato dal programma Erasmus+ dell'Unione Europea. Sette partner provenienti da sei paesi dell'UE (Spagna, Italia, Cipro, Serbia, Romania, Irlanda) stanno lavorando insieme per:

- promuovere il **valore sociale ed educativo del patrimonio culturale europeo**, il suo contributo alla creazione di posti di lavoro, alla crescita economica e alla coesione sociale;
- **estendere le competenze** di formatori, educatori, assistenti sociali e altri professionisti dell'educazione degli adulti che lavorano direttamente con persone a rischio di esclusione sociale, o nel campo della promozione culturale;
- **promuovere l'innovazione** di musicisti, pittori, falegnami, artisti tessili e altri artisti a rischio di esclusione sociale, al fine di creare nuove forme di esperienza culturale, disseminazione e nuovi modelli imprenditoriali con nuove potenzialità di mercato.

I principali **gruppi target** del progetto sono:

- **Gruppo target primario (TG1):** formatori, educatori, assistenti sociali e altri professionisti dell'educazione degli adulti che lavorano direttamente con persone a rischio di esclusione sociale, o nel campo della promozione culturale;
- **Gruppo target secondario (TG2):** persone a rischio di esclusione sociale legate al campo della promozione culturale nell'ambito del patrimonio culturale europeo, in particolare musicisti, pittori, falegnami, artisti tessili e altri artisti.

Nel corso del progetto (da aprile 2021 a marzo 2023), la partnership svilupperà i seguenti tre risultati principali:

O1: CURRICULUM FORMATIVO SULLA MENTALITÀ IMPRENDITORIALE, SULLA CREATIVITÀ E SULL'USO DELLE TIC NEL CAMPO DELLA PROMOZIONE CULTURALE - Il risultato principale è un Curriculum formativo pubblicato come e-book che si concentra su come valutare la mentalità imprenditoriale, la creatività e l'utilizzo delle TIC nel campo della promozione culturale, in particolare alla luce dell'impatto del COVID-19;

O2: CORSO DI FORMAZIONE CON MODALITÀ "BLENDED" SULL'IMPRENDITORIA, LA CREATIVITÀ E L'UTILIZZO DELLE TIC NEL CAMPO DELLA PROMOZIONE CULTURALE - Il corso di formazione seguirà una metodologia mista e avrà una durata di circa 30 ore. Il corso di formazione seguirà un approccio modulare e comprenderà almeno 3 sezioni o moduli.

O3: LINEE GUIDA PER FORMATORI PER REALIZZARE L'EDUCAZIONE ALL'IMPRENDITORIALITÀ NEL CAMPO DELLA PROMOZIONE CULTURALE – Le Linee Guida aiuteranno i formatori, educatori, assistenti sociali e altri professionisti dell'educazione degli adulti nell'attuazione di una formazione all'imprenditorialità innovativa in questo campo.

Riassunto dei risultati della ricerca per lo sviluppo dell'IO2

In base ai risultati dei Focus Group, dell'indagine sull'analisi dei bisogni e della ricerca svolta nei paesi partner, abbiamo identificato i fabbisogni formativi, le barriere e le lacune di competenze del TG1 (formatori, educatori, assistenti sociali e altri professionisti dell'educazione degli adulti) e TG2 (persone a rischio di esclusione sociale legate al settore della promozione culturale, in particolare musicisti, pittori, falegnami, artisti tessili e altri artisti) nei settori dell'imprenditorialità e del digitale. Abbiamo analizzato le offerte formative esistenti nei paesi partner relative alla mentalità imprenditoriale nel campo della promozione culturale e agli strumenti innovativi per l'erogazione della formazione. La ricerca si è concentrata sulle caratteristiche specifiche dei settori culturali e creativi (CCS) e degli ecosistemi culturali locali.

Sintetizziamo qui di seguito i principali risultati dell'attività di ricerca.

Principali lacune di competenze, barriere e fabbisogni formativi del TG1 e del TG2 in merito alla mentalità imprenditoriale e all'uso delle TIC nel campo della promozione culturale

Nel seguente elenco riassumiamo le principali lacune di competenze, barriere e bisogni formativi sia del TG1 che del TG2 emersi durante i Focus Group e l'indagine sull'analisi dei bisogni nei paesi partner:

TG1 (formatori, educatori, assistenti sociali e altri professionisti dell'educazione degli adulti)

In generale, tutti i partecipanti al Focus Group hanno evidenziato la necessità di un continuo aggiornamento delle proprie competenze sia nel campo dell'imprenditorialità che delle competenze digitali, al fine di trasferire queste competenze agli artisti con cui lavorano. I partecipanti da **Cipro** preferirebbero un corso di formazione online, mentre i partecipanti dalla **Romania** preferirebbero un corso di formazione in presenza. I partecipanti degli altri paesi non hanno espresso alcuna preferenza in merito.

Competenze imprenditoriali

- Mancanza di conoscenze formali sull'imprenditorialità, la mentalità imprenditoriale, la formazione imprenditoriale, l'avvio di un'impresa
- Mancanza di conoscenza degli strumenti e delle tecniche di gestione aziendale
- Mancanza di conoscenza delle opportunità/fonti di finanziamento per artisti o persone che lavorano nella promozione culturale
- Mancanza di informazioni sulle leggi e sui regolamenti nazionali pertinenti nel campo dell'imprenditoria
- Il materiale formativo deve essere adattato alle esigenze e allo stile del TG2
- Mancanza di conoscenze per sensibilizzare gli artisti
- Mancanza di materiali e risorse per la formazione sull'imprenditorialità

- Lacuna nel campo dei metodi di insegnamento e dei curricula relativi all'imprenditorialità

TIC

- Mancanza di competenze digitali avanzate
- Mancanza di conoscenze formali relative all'insegnamento online e al materiale didattico online
- Lacuna nel campo dei metodi di insegnamento e dei curricula per quanto riguarda le competenze TIC

Networking

- Mancanza di conoscenze relative a strumenti di networking innovativi come Hootsuite, Artists on the way e Patreon.
- Mancanza di risorse pratiche come motori di ricerca specifici

TG2 (persone a rischio di esclusione sociale legate al settore della promozione culturale, in particolare musicisti, pittori, falegnami, artisti tessili e altri artisti)

Competenze imprenditoriali

Secondo l'analisi dei bisogni, molti artisti hanno precedenti esperienze nella gestione della propria attività. Tuttavia, hanno incontrato difficoltà nel mantenere un reddito stabile e le chiusure COVID-19 hanno peggiorato questa situazione. Pertanto, hanno espresso le seguenti esigenze per avviare o gestire la propria attività:

- Mancanza di consapevolezza dell'importanza della mentalità imprenditoriale
- Mancato accesso alle informazioni relative allo start-up d'impresa
- Mancanza di conoscenze formali sull'imprenditorialità (inclusi online marketing, networking, questioni finanziarie, opportunità di finanziamento, start-up d'impresa, pianificazione aziendale, legislazioni e regolamenti nazionali pertinenti al campo delle imprese) - Il quadro europeo EntreComp potrebbe essere una buona base!
- Mancanza di conoscenze in ambito amministrativo-finanziario
- Mancanza di capacità di gestione aziendale per la promozione personale
- Mancanza di capacità di lavorare in squadra e di leadership
- Mancanza di conoscenze e competenze nel campo della costruzione di relazioni
- Mancanza di capacità di comunicazione, problem solving e pensiero strategico
- Mancanza di conoscenza della funzione e del ruolo dei diversi stakeholder coinvolti nella promozione culturale
- Mancanza di supporto in questo campo

TIC

Secondo l'analisi dei bisogni, la maggior parte degli artisti utilizza quotidianamente computer/portatile e smartphone. Molti artisti hanno esperienza nella trasmissione dal vivo del loro lavoro (tramite Twitch, YouTube, Instagram, Zoom, Facebook, Twitter e Vimeo).

Tuttavia, non tutti gli artisti hanno avuto un'esperienza positiva in questo campo. Hanno espresso lacune di competenze nelle seguenti aree:

- Mancanza di competenze digitali avanzate
- Mancanza di conoscenze relative all'insegnamento online e a materiali didattici online
- Mancanza di conoscenze e competenze relative all'uso di strumenti digitali online, software e social media per la promozione culturale, marketing digitale, networking, live streaming, editing/registrazione audio e software di amministrazione
- Mancanza di competenze specifiche relative al personal branding

Networking

Secondo l'indagine sull'analisi dei bisogni, gli artisti hanno reti deboli o nella media a livello locale. Tutte queste reti sono considerate non formali. Tuttavia, gli artisti hanno evidenziato l'importanza di ampliare e rafforzare le loro reti esistenti per aumentare la possibilità di trovare nuovi canali per vendere la loro arte. Ciò ha anche evidenziato la necessità di essere meglio informati sulle possibilità di finanziamento pubblico e di corsi di formazione innovativi.

Per quanto riguarda gli strumenti di media networking per la promozione culturale, gli artisti tendono a utilizzare Facebook e Instagram quotidianamente. In confronto, Pluggy, Hootsuite, Enloop, Blender, Tweet for a Track e YLMP erano sconosciuti alla maggior parte degli artisti coinvolti nel sondaggio.

Di conseguenza, gli artisti hanno espresso i seguenti fabbisogni formativi e lacune di competenze:

- Mancanza di conoscenze relative a strumenti di networking e piattaforme di promozione culturale innovativi come Hootsuite, Artists on the way e Patreon
- Mancanza di conoscenza degli strumenti per monitorare le diverse attività di promozione culturale attuate
- Mancanza di conoscenze su come fare rete in modo efficiente
- Necessità di identificare e pianificare una strategia su come utilizzare i social network e/o altre attività promozionali

Corsi di formazione: ciò che già esiste e ciò che manca

Prendendo in considerazione i risultati della ricerca (*desk research*) svolta nei paesi partner, possiamo affermare che in molti paesi sono presenti **corsi di formazione, workshop, eventi, podcast e opportunità di coaching/mentoring nel campo dello start-up d'impresa e della gestione d'impresa**. Tuttavia, **nella maggior parte dei casi, non sono focalizzati sul settore culturale e artistico**, ma sono rivolti a tutti coloro che vogliono acquisire capacità imprenditoriali (anche se in alcuni casi sono rivolti proprio agli artisti). In alcuni paesi queste opportunità sono offerte gratuitamente, mentre in altri hanno un costo. In realtà, anche se finanziati da fonti pubbliche o private, non sono necessariamente offerti su base continuativa ma in base alla disponibilità di finanziamenti.

Per quanto riguarda l'**ambito digitale**, sono pochi i corsi di formazione incentrati su strumenti e strategie di marketing per le organizzazioni culturali, quindi possiamo affermare che **manca il supporto agli artisti per quanto riguarda gli strumenti innovativi per la promozione culturale**.

Struttura e contenuto proposti del materiale di apprendimento e di formazione

In base ai risultati dei Focus Group, dell'Analisi dei bisogni e della ricerca svolta nei paesi partner, proponiamo la seguente struttura e argomenti principali da includere nel corso di formazione con modalità "blended" del progetto BidToArt:

Modulo 1. Come creare un business plan relativo alla promozione culturale

- strumenti e tecniche di gestione aziendale
- opportunità/fonti di finanziamento
- competenze amministrativo-finanziarie
- legislazioni e regolamenti nazionali in materia di imprenditoria
- agenzie locali/nazionali che forniscono supporto nello start-up d'impresa
- diversi stakeholder coinvolti nella promozione culturale
- come creare un business plan

Strumenti innovativi che potrebbero essere presentati ai partecipanti: Enloop, StratPad, Poindexter

Nota: il framework europeo EntreComp potrebbe essere una buona base per sviluppare questo modulo!

Modulo 2. Tecniche di montaggio digitale, riprese audiovisive e trasmissione dal vivo

- preparazione per la produzione
- produzione (riprese audiovisive)
- post-produzione (montaggio digitale/audio, trasmissione dal vivo)
- programmi pratici per il live streaming (usati per promuovere attività in presenza)

Strumenti innovativi che potrebbero essere presentati ai partecipanti: Blender, Lightworks, Gimp

Modulo 3. Come utilizzare diversi tipi di media per la promozione culturale

- nuove metodologie di networking
- introduzione alle reti europee che supportano i CCS europei
- identificazione e pianificazione di una strategia su come utilizzare i social network e/o altre attività promozionali
- conoscenze pratiche relative agli strumenti TIC nel campo della promozione culturale, compresi gli strumenti per monitorare le varie attività di promozione culturale implementate

Strumenti innovativi che potrebbero essere presentati ai partecipanti: Pluggy, Hootsuite, Tweet for a Track, YMLP, Canva, Artists on the way, Patreon

Il corso di formazione BidToArt sarà basato sulla **metodologia del blended learning**, quindi prevede una combinazione di lezioni in presenza e online. Questo non solo contribuisce a sviluppare le competenze digitali dei partecipanti, ma aiuta anche a raggiungere le persone che vivono in diverse aree geografiche. Si consiglia di utilizzare l'approccio innovativo della **classe capovolta (*flipped classroom*)**; così i partecipanti possono prima familiarizzare con i contenuti di ogni modulo a casa (componente online) e poi concentrarsi sulle attività pratiche di problem solving in classe (componente in presenza).

Suggeriamo di applicare un approccio inclusivo nel corso di formazione BidToArt utilizzando dei **software open source** (come Gimp, Canva, Padlet, ecc.). Il percorso di blended learning dovrebbe essere incentrato sulla **risoluzione dei problemi**: i membri del TG2 devono essere accompagnati in un processo di valorizzazione dei loro prodotti e di identificazione dei loro gruppi target e dei migliori canali e strumenti di comunicazione per raggiungerli. Il corso di formazione dovrebbe comprendere **un'introduzione generale ai vari software/strumenti disponibili** per la promozione culturale **focalizzandosi sulle loro caratteristiche principali** in modo che il TG2 possa scegliere quello più adatto alla propria attività, quindi possa imparare in seguito, da solo, come utilizzarli. In generale, dovremmo fornire al TG2 strumenti e competenze in ambito digitale che possano utilizzare **sia durante la pandemia che anche dopo**. Durante l'elaborazione del Curriculum Formativo, i partner dovrebbero proporre **strumenti e metodologie utili per un'erogazione innovativa della formazione** per il Modulo assegnato.

Moduli formativi

Modulo 1

Come creare un business plan relativo alla promozione culturale

Obiettivi	<p><i>L'obiettivo di questo modulo è di costruire e rafforzare la conoscenza degli alunni sull'imprenditorialità e di fornire loro competenze, conoscenze e strumenti di base essenziali per lo sviluppo di un business plan relativo alla promozione culturale.</i></p>
Contenuti	<p><i>Questo modulo esplorerà diversi strumenti e tecniche di gestione aziendale che offriranno agli alunni l'opportunità di sviluppare le proprie capacità amministrative e finanziarie. Ciò fornirà loro le competenze necessarie per sviluppare il proprio business plan, per apprendere preziose informazioni sulla promozione culturale e per supportare anche gli artisti in questo processo.</i></p>
Unità	<p>Unità 1. Business Roadmap per giovani artisti (concetto Ikigai nel mondo dell'imprenditoria, Visione e obiettivi, Branding, Pubblico di riferimento)</p> <p>Unità 2. Creazione e mantenimento di un'impresa (Business Model Canvas, analisi SWOT, EntreComp - Imprenditorialità*)</p> <p>Unità 3. Flussi di entrate (Opportunità di finanziamento e supporto per lo start-up d'impresa, fonti di reddito)</p> <p>Unità 4. Strategie finanziarie (sviluppare una strategia di finanziamento)</p> <p>Unità 5. Marketing per la promozione culturale (tecniche efficaci online vs. offline)</p> <p>Unità 6. Creazione di un business plan (Creare il proprio business model canvas)</p>
Durata	<p><i>3 ore di autoapprendimento (apprendimento online)</i></p> <p><i>7 ore in presenza</i></p>
Risultati dell'apprendimento	<p><i>Al termine della formazione i partecipanti saranno in grado di:</i></p> <p><u>Conoscenze</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Definire la loro visione e obiettivi per quanto riguarda la creazione di un'impresa</i> ● <i>Identificare il modello di impresa che li aiuta a raggiungere i propri obiettivi</i> ● <i>Identificare, trovare e connettersi con il pubblico di destinazione</i>

- *Comprendere l'importanza di creare un'impresa sostenibile*
- *Analizzare diverse metodologie per creare e mantenere un'impresa*
- *Identificare varie fonti di reddito*
- *Descrivere i passaggi coinvolti nella creazione di un'impresa*
- *Riconoscere come creare business plan sostenibili*
- *Elencare le forme (online/offline) di promozione culturale*
- *Definire il ruolo delle strategie finanziarie e dei flussi di entrate all'interno di un'azienda*
- *Riconoscere la necessità di un business plan nel campo della promozione culturale*

Abilità

- *Identificare e rivedere gli obiettivi aziendali*
- *Costruire un marchio*
- *Coinvolgere efficacemente il pubblico di destinazione*
- *Selezionare il modello di impresa appropriato in base alla propria visione*
- *Utilizzare i modelli di gestione strategica in modo appropriato*
- *Trovare opportunità di finanziamento e di supporto nazionali per le imprese*
- *Garantire flussi di entrate sostenibili*
- *Applicare una strategia di prezzo adeguata*
- *Sviluppare un business plan di base*
- *Utilizzare strumenti e tecniche per sviluppare un business plan*

Attitudini

- *Guidare gli artisti nella creazione di un'impresa*
- *Incoraggiare i giovani artisti a sviluppare le proprie capacità imprenditoriali*
- *Incoraggiare i giovani artisti a perfezionarsi nel campo della promozione culturale*
- *Motivare i giovani artisti a creare business plan sostenibili*
- *Supportare i giovani artisti per promuovere il loro marchio*
- *Fornire ai giovani artisti gli strumenti per perseguire la loro mentalità imprenditoriale*

Metodologie didattiche

- *classe capovolta (flipped classroom)*
- *video tutorial**, per dare una panoramica del contenuto
- *attività/esercizi per utilizzare i modelli e gli strumenti*
- *lavoro di gruppo*
- *brainstorming*
- *gioco di ruolo*
- *presentazioni*
- *apprendimento basato sul gioco*
- *casi studio*

**Video tutorial: 1 video per unità che offre una panoramica del contenuto.*

Strumenti formativi

- *Mentimeter*
- *Padlet*
- *Miro*
- *Trello*
- *Kickstarter, Indiegogo.com (raccolta di fondi)*
- *Strumenti per sondaggi online (es. Google form)*
- *Canva*

Materiali didattici

- *Dispense, modelli (concetto Ikigai, Business Model Canvas, analisi SWOT, modello di business plan, brochure EntreComp)*
- *Strumenti digitali (portatile, proiettore)*
- *Materiali aggiuntivi (carta a fogli mobili, pennarello, penna, fogli A4)*
- *Presentazioni PPT*
- *Link utili riguardanti la legislazione e i regolamenti nazionali in materia di impresa, agenzie locali/nazionali che forniscono supporto nello start-up d'impresa, opportunità di finanziamento per le start-up*

Metodologia di valutazione

- *project work*
- *autovalutazione*
- *feedback sui progetti degli altri partecipanti*
- *questionario di valutazione al termine del corso pilota*
- *quiz (metodi di valutazione non formali)*

Modulo 2

Tecniche di montaggio digitale, riprese audiovisive e trasmissione dal vivo

Obiettivi	<p><i>Il modulo mira a fornire agli alunni le conoscenze essenziali sulla produzione di contenuti audiovisivi digitali. Inoltre, esplorerà anche come pubblicare contenuti negli ambienti dei media digitali. In particolare, gli obiettivi di questo modulo sono:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Sviluppare e rafforzare le conoscenze degli alunni sulla produzione di audio-video e fornire loro abilità, conoscenze e strumenti di base con particolare attenzione alle abilità pratiche.</i> • <i>Presentare e spiegare le caratteristiche di base dei segnali audio e video a partire dalla pre-produzione, alla registrazione e alla produzione finale.</i> • <i>Analizzare le diverse specifiche tecniche dei vari tipi di contenuto derivati dall'uso di apparecchiature diverse insieme alla necessità di una presentazione multiplatforma.</i> • <i>Analizzare, comprendere e sfruttare nuovi modelli di produzione di contenuti digitali.</i>
Contenuti	<p><i>Questo modulo esplora gli aspetti della produzione digitale audio-video per lo sviluppo multimediale. Prevede una spiegazione di software open source e gratuiti come GIMP, Canva, Lightworks, Audacity, ecc. Fornisce una comprensione approfondita della teoria e un approccio pratico alla produzione di video-audio in ambienti multimediali digitali. Ciò comprende: funzionamento della fotocamera, video editing, missaggio audio, podcasting, vlogging, live streaming, presentazione, grafica animata, narrazione, etica e leggi sui media.</i></p> <p><i>Agli alunni sarà fornita una formazione complessiva sulle principali tecniche di produzione audiovisiva, sia per quanto riguarda il processo di produzione di contenuti per Internet che le diverse forme possibili di contenuto multimediale. I partecipanti impareranno come utilizzare la vista, il suono o una combinazione dei due in diversi formati, inclusi video e registrazioni audio.</i></p> <p><i>Oltre a un'introduzione teorica, questo modulo conterrà anche componenti pratiche in base alle quali gli alunni:</i></p> <p><i>a) Impareranno i fondamenti della produzione audiovisiva e come utilizzare le apparecchiature per le riprese (come telecamere, strumenti audio e stazioni di montaggio).</i></p> <p><i>b) Esploreranno gli elementi essenziali della composizione, la teoria e le tecniche dell'editing sia per l'audio che per il video.</i></p>

c) Scopriranno apparecchiature e applicazioni software relative a contenuti audio e video. Questi saranno presentati per mostrare i diversi modi in cui possono essere utilizzati per ottenere il prodotto finale.

d) Creeranno prodotti audiovisivi

Il modulo renderà i partecipanti consapevoli per quanto riguarda le metodologie di produzione a basso budget, inclusa la produzione in "studio" domestico - e i numerosi strumenti e piattaforme software open source che possono facilitare le start-up in quest'area.

<p>Unità</p>	<p>Unità 1 Produzione multimediale e narrazione efficace</p> <p>Unità 2 PRE-PRODUZIONE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ricerca e progettazione • Budget e autorizzazioni • La logistica <p>Unità 3 PRODUZIONE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inquadratura e composizione • Tipi di scatti e angolazioni della telecamera • Movimento della fotocamera • Conoscenze essenziali sulle luci • Conoscenze essenziali sul suono • Tecniche di presentazione e intervista <p>Unità 4 POST-PRODUZIONE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Foto editing • Montaggio video • Design del suono • Grafica <p>Unità 5: Editoria multimediale e trasmissione dal vivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stazioni mediatiche • Trasmissione in diretta • Vlogging • Podcast
<p>Durata</p>	<p>3 ore di apprendimento online con video tutorial, presentazioni</p> <p>7 ore in presenza tra cui autoapprendimento, compiti pratici, feedback</p>

<p>Risultati dell'apprendimento</p>	<p><i>Al termine della formazione i partecipanti saranno in grado di:</i></p> <p><u>Conoscenze</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Comprendere e utilizzare gli elementi di base del linguaggio audiovisivo con particolare attenzione alle specifiche esigenze di comunicazione. Comprendere le diverse caratteristiche delle produzioni audiovisive in linea con i nuovi media.</i> • <i>Analizzare le questioni fondamentali legate al mercato dell'audiovisivo (programmazioni editoriali, modalità di ricerca e montaggio delle riprese, gestione dei diritti d'immagine e marketing, ecc.)</i> <p><u>Abilità</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Utilizzare gli strumenti di base per la produzione audiovisiva, comprese le competenze di pre-produzione, produzione e post-produzione per video online, lo sviluppo di contenuti e scripting per video online e marketing/imprenditorialità per creatori di contenuti online. I partecipanti acquisiranno anche competenze in audio, grafica, presentazione, live streaming.</i> • <i>Dimostrare comunicazione professionale e pratiche etiche sul posto di lavoro</i> <p><u>Attitudini</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Dimostrare competenza tecnica in più discipline di produzione audio e video.</i> • <i>Dimostrare la capacità di presentare, analizzare, criticare e difendere una varietà di prodotti multimediali.</i> • <i>Dimostrare la capacità di comunicare messaggi e storie in modo efficace e creativo a un pubblico eterogeneo.</i> • <i>Migliorare il pensiero creativo e la pratica nella produzione audiovisiva.</i> • <i>Guidare gli artisti nella preparazione del proprio materiale audiovisivo.</i>
<p>Metodologie didattiche</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>classe capovolta (flipped classroom)</i> • <i>video tutorial</i> • <i>presentazioni</i> • <i>esercizi pratici</i> • <i>proiezioni video</i> • <i>analisi di prodotti audiovisivi e attività di laboratorio legate alla produzione audiovisiva (scrittura, ripresa, montaggio e circolazione dei prodotti)</i>

Strumenti formativi	<p><i>Si consiglia vivamente agli alunni di essere dotati di:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>computer personale</i> • <i>attrezzatura (uno dei seguenti: smartphone, fotocamera DSLR, action cam, strumenti di supporto come treppiedi, microfoni wireless, microfoni ad asta e così via)</i> • <i>software di editing, ad es. GIMP, Canva, Lightworks, Audacity.</i>
Materiali didattici	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Video tutorial sulle conoscenze di base</i> • <i>Presentazioni PPT contenenti le informazioni di base e link per ulteriori apprendimenti</i> • <i>Fogli di attività</i>
Metodologia di valutazione	<p><i>Agli alunni verrà chiesto di produrre prodotti audiovisivi e la valutazione si baserà su:</i></p> <p><i>a) Livello di frequenza/partecipazione al corso online e alle sessioni in presenza;</i></p> <p><i>b) Questionario di autovalutazione;</i></p> <p><i>c) Test comparativo/sommativo.</i></p>

Modulo 3

Come utilizzare diversi tipi di media per la promozione culturale

Obiettivi	<p><i>L'obiettivo del Modulo 3 è di presentare al TG1 (formatori, ecc.) nuove metodologie di networking per artisti adulti e giovani e presentare le reti europee che supportano i settori culturali e creativi europei (CCS). Inoltre, il modulo includerà introduzioni a strumenti TIC innovativi che possono essere utilizzati dai beneficiari finali per attività di networking e attività promozionali.</i></p>
Contenuti	<p><i>In base ai risultati del Transnational Report, questo Modulo tratterà i seguenti argomenti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>nuove metodologie di networking</i> • <i>introduzione alle reti europee che supportano i CCS europei</i> • <i>identificazione e pianificazione di una strategia su come utilizzare i social network e/o altre attività promozionali</i> • <i>conoscenze pratiche relative agli strumenti TIC nel campo della promozione culturale, compresi gli strumenti per monitorare le diverse attività di promozione culturale implementate</i> • Strumenti innovativi che verranno presentati ai partecipanti: <i>Pluggy, Hootsuite, Tweet for a Track, YMLP, Canva, Artists on the way, Patreon</i>
Unità	<p>Unità 1. <i>Metodologie di networking e introduzione alle reti europee</i></p> <p>Unità 2. <i>Strumenti TIC nel campo della promozione culturale</i></p> <p>Unità 3. <i>Pianifica la tua strategia per utilizzare i social network e altre attività promozionali</i></p>
Durata	<p><i>2 ore di autoapprendimento</i></p> <p><i>3 ore di apprendimento online</i></p> <p><i>5 ore in presenza</i></p>
Risultati dell'apprendimento	<p><i>Al termine della formazione i partecipanti saranno in grado di:</i></p> <p><u>Conoscenze</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Identificare le reti europee e riconoscere il potenziale delle diverse metodologie di networking</i> • <i>Descrivere diversi strumenti TIC che possono essere utilizzati nel campo della promozione culturale.</i>

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Sequenziare i passaggi per utilizzare i social network per promuovere il proprio lavoro</i> <p><u>Abilità</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Guidare gli artisti a scegliere gli strumenti TIC più adatti al loro lavoro</i> • <i>Confrontare le diverse opzioni e guidare gli artisti a selezionare la strategia più adatta per l'utilizzo dei social network per promuovere il loro lavoro.</i> <p><u>Attitudini</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Creare consapevolezza tra gli artisti sull'importanza di metodologie di networking innovative.</i> • <i>Supportare gli artisti affinché utilizzino vari tipi di media per la promozione culturale.</i> • <i>Guidare gli artisti ad attuare strategie di networking per promuovere il loro lavoro</i>
<p>Metodologie didattiche</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>classe capovolta (flipped classroom)</i> • <i>video tutorial</i> • <i>lavoro di gruppo</i> <p><i>All'inizio di ogni unità, l'argomento verrà introdotto tramite un Video Tutorial (20 min circa). Ove necessario, il modulo fornirà ulteriori letture per preparare il TG1 alla parte online e in presenza della formazione.</i></p>
<p>Strumenti formativi</p>	<p><i>Il TG1 sarà formato sui seguenti strumenti:</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>Per la parte online verranno usati: Padlet, Kahoot...</i></p>
<p>Materiali didattici</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Presentazioni PPT</i> • <i>Video tutorial</i> • <i>Link</i>
<p>Metodologia di valutazione</p>	<p><i>Questionario a risposta multipla, 2 domande aperte basate sui contenuti inseriti nella PPT, quiz</i></p> <p><i>OPPURE</i></p>

“Attività dimostrativa”: una presentazione pratica su come hanno utilizzato i social network per promuovere il proprio lavoro (utilizzando gli strumenti TIC di loro preferenza)

