



Intelektualni rezultat 1

*Nastavni plan i program obuke o
preduzetničkom načinu razmišljanja,
kreativnosti i upotrebi IT-a u oblastima
promocije kulture, posebno u svetlu
uticaja COVID-19*



Co-Funded by
the Erasmus+ Programme of
the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. Project Number: 2020-1-ES01-KA227-ADU-096091

Sadržaj

Uvod	3
Bid To Art projekat	4
Moduli za obuku	10
Modul 1	10
Kako napraviti biznis plan koji se odnosi na kulturnu promociju	10
Modul broj 2	13
Tehnike digitalne montaže, audiovizuelnog snimanja i prenosa uživo	13
Modul br. 3	17
Kako koristiti različite vrste medija za kulturnu promociju	17

Uvod

Nastavni plan i program obuke o preduzetničkom načinu razmišljanja, kreativnosti i upotrebi IT-a u oblasti promocije kulture, posebno u svetlu uticaja Covid-19, prvi je intelektualni rezultat projekta Bid To Art. Fokusira se na to kako proceniti preduzetnički način razmišljanja, kreativnost i upotrebu IT-a u oblasti promocije kulture, posebno u svetlu uticaja COVID-19. Nastavni plan ima za cilj određivanje optimalnih metodologija i vidova obuke koji spajaju glavne preduzetničke potrebe umetnika koji su u opasnosti od socijalne isključenosti sa odgovarajućim znanjem i optimalnom upotrebom digitalnih veština, tehnologije i alata.

Nastavni plan i program obuke dostupan je na svim jezicima partnera (engleski, španski, italijanski, rumunski, mađarski, srpski i grčki) i biće objavljen kao e-knjiga koja se može preuzeti sa web stranice projekta.

Glavni ciljevi IR1 su:

- Kolektivno **prezentovanje stanja u oblasti obuke** u zemljama učesnicama koje se odnose na upotrebu inovativnih tehnologija u oblastima promocije kulture, fokusirajući se na specifične karakteristike kreativnog i kulturnog sektora (CCS-a) i lokalnih kulturnih ekosistema;
- Kolektivno **predstavljanje praznina, prepreka i potreba** u vezi sa inovativnim tehnologijama i preduzetničkim načinom razmišljanja TG1 i TG2, posebno u svetlu uticaja COVID-19;
- **Identifikovanje i predlaganje strukture i sadržaja** materijala za učenje i obuku koji bi odgovarali potrebama ciljnih grupa. Opisivanje ishoda učenja u smislu znanja, veština i stavova i predlaganje konkretne upotrebe metoda učenja u skladu sa zahtevima ECVET-a;
- Predlaganje **alata i metodologija** za inovativnu obuku.

IR1 je direktna dedukcija ključnih nalaza **analiza potreba** koju je sproveo svih sedam projektnih partnera tokom pisanja predloga projekta. Ovo je uključivalo rezultate **fokus grupe** sa najmanje 5 profesionalaca, koji rade sa umetnicima u riziku od socijalne isključenosti, u vezi sa procenom ključnih kompetencija, sa posebnim fokusom na preduzetnički način razmišljanja, kreativnost i upotrebu IT-a i rezultate **10 upitnika** po zemlji poslatih umetnicima koji su u opasnosti od socijalne isključenosti. Sve u svemu, 42 profesionalca su učestvovala u fokus grupama, a 62 umetnika su popunila onlajn upitnik. Štaviše, tokom prvih meseci projekta sprovedeno je dodatno **desk istraživanje** u svakoj partnerskoj zemlji kako bi se analizirale postojeće obuke vezane za preduzetnički način razmišljanja u oblasti promocije kulture i da bi se predstavili inovativni alati za sprovođenje obuke. Naime, 23 kursa obuke i slične inicijative prikupljene su na nivou EU i na nacionalnom nivou i one su uzete u obzir prilikom izrade IR1. Nalazi istraživanja su u potpunosti uključeni u Bid To Art Transnational Report, koji je dostupan na engleskom jeziku, ali rezime je prikazan u ovom dokumentu.

Bid To Art projekat

BidToArt je transnacionalni projekat koji finansira Erasmus+ program Evropske unije. Sedam projektnih partnera iz šest zemalja EU (Španija, Italija, Kipar, Srbija, Rumunija, Irska) rade zajedno na:

- promovisanju **društvenih i obrazovnih vrednosti evropske kulturne baštine**, i njen doprinos otvaranju radnih mesta, ekonomskom rastu i društvenoj koheziji;
- **proširivanju kompetencije** trenera, edukatora, socijalnih radnika i drugih stručnjaka za obrazovanje odraslih koji direktno rade sa osobama u riziku od socijalne isključenosti, ili u oblasti promocije kulture;
- **podsticanju inovacije** muzičara, slikara, drvoprerađivača, tekstilnih i drugih umetnika koji su izloženi riziku od socijalne isključenosti – u cilju stvaranja novih oblika kulturnog iskustva, širenja i novih poslovnih modela sa novim tržišnim potencijalom.

Glavne **ciljne grupe** projekta su:

- **Primarna ciljna grupa (TG1):** Treneri, edukatori, socijalni radnici i drugi profesionalci u obrazovanju odraslih koji direktno rade sa osobama u riziku od socijalne isključenosti, ili u oblasti kulturne promocije;
- **Sekundarna ciljna grupa (TG2):** Ljudi u riziku od socijalne isključenosti koji se odnose na oblast kulturne promocije kao dela evropske kulturne baštine, posebno muzičari, slikari, drvoprerađivači, tekstilni i drugi umetnici.

Tokom trajanja projekta (od aprila 2021. do marta 2023.), partneri će razviti sledeća tri ključna rezultata:

IR1: NASTAVNI PROGRAM OBUKE O PREDUZETNIČKOM NAČINU RAZMIŠLJANJA, KREATIVNOSTI I UPOTREBI IT-a U OBLASTIMA KULTURNE PROMOCIJE - glavni rezultat je nastavni plan i program obuke objavljen kao e-knjiga koji se fokusira na to kako da se proceni preduzetnički način razmišljanja i upotreba kreatora IT-a u oblasti promocije kulture, posebno u svetlu uticaja COVID-19;

IR2: KOMBINOVANI TRENING KURS O PREDUZETNIČKOM NAČINU RAZMIŠLJANJA, KREATIVNOSTI I UPOTREBI IT-a U OBLASTI KULTURNE PROMOCIJE – trening kurs će pratiti kombinovanu metodologiju i trajaće približno 30 sati. Trening kurs će slediti modularni pristup, uključujući najmanje 3 sekcije ili modula.

IR3: VODIČ ZA IMPLEMENTACIJU PREDUZETNIČKOG OBRAZOVANJA U OBLASTI KULTURNE PROMOCIJE - Vodič za implementaciju će podržati trenere, edukatore, socijalne radnike i druge profesionalce u obrazovanju odraslih da sprovedu inovativno preduzetničko obrazovanje u ovoj oblasti.

Rezime istraživanja za razvoj IR2

Prema analizama diskusija fokus grupa, anketa o analizi potreba i desk istraživanjima sprovedenim u partnerskim zemljama, identifikovali smo potrebe za obukom, prepreke i nedostatke u veštinama i TG1 (treneri, edukatori, socijalni radnici i drugi stručnjaci za obrazovanje odraslih) i TG2 (ljudi u riziku od socijalne isključenosti u oblasti promocije kulture, posebno muzičari, slikari, drvoprerađivači, tekstilni i drugi umetnici) u oblasti preduzetništva i digitalnog sektora i analizirali smo postojeće obuke u partnerskim zemljama u vezi sa preduzetničkim načinom razmišljanja u oblasti promocije kulture i inovativnim alatima za izvođenje obuke, fokusirajući se na specifične karakteristike kulturnog i kreativnog sektora (CCS) i lokalnih kulturnih ekosistema.

Ovde sumiramo glavne nalaze celokupne istraživačke aktivnosti.

Glavni nedostaci u veštinama, barijere i potrebe za obukom TG1 i TG2 u vezi sa preduzetničkim načinom razmišljanja i korišćenjem IT-a u oblasti promocije kulture

Na sledećoj listi sumiramo glavne nedostatke u veštinama, barijere i potrebe za obukom i TG1 i TG2 koje su se pojavile tokom istraživanja fokus grupa i analize potreba u partnerskim zemljama:

TG1 (treneri, edukatori, socijalni radnici i drugi stručnjaci za obrazovanje odraslih)

Generalno, svi učesnici fokus grupe su istakli potrebu za kontinuiranim ažuriranjem svojih kompetencija kako u oblasti preduzetništva tako i u oblastima digitalnih veština, kako bi te veštine uspešno preneli na umetnike sa kojima rade. Učesnici sa **Kipra** bi više voleli onlajn kurs obuke, dok bi učesnici iz **Rumunije** više voleli kurs licem u lice. Učesnici iz drugih zemalja nisu izrazili nikakve afinitete po ovom pitanju.

Preduzetničke veštine

- Nedostatak formalnog znanja o preduzetništvu, preduzetničkom načinu razmišljanja, preduzetničkoj obuci, pokretanju biznisa
- Nedostatak znanja o alatima i tehnikama upravljanja poslovanjem
- Nedostatak znanja o mogućnostima/izvorima finansiranja za umetnike ili ljude koji rade u sektoru kulturne promocije
- Nedostatak informacija o relevantnim nacionalnim zakonima i propisima u oblastima poslovanja
- Formalni materijal treba prilagoditi potrebama i stilu TG2
- Nedostatak znanja za podizanje svesti među umetnicima
- Nedostatak materijala za obuku i resursa koji bi mogli ponuditi obuku o preduzetništvu

- Nedostatak u oblasti nastavnih metoda i nastavnih planova i programa u vezi sa preduzetništvom

IT

- Nedostatak naprednih digitalnih veština
- Nedostatak formalnog znanja u vezi sa onlajn nastavom i onlajn didaktičkim materijalom
- Nedostatak u oblastima nastavnih metoda i nastavnih planova i programa u vezi sa IT veštinama

Umrežavanje

- Nedostatak znanja u vezi sa inovativnim alatima za umrežavanje kao što su Hootsuite, Artists on the way i Patreon
- Nedostatak praktičnih resursa kao što su specifični pretraživači

TG2 (Ljudi u riziku od socijalne isključenosti u vezi sa oblastima kulturne promocije, posebno muzičari, slikari, drvoprerađivači, tekstilni i drugi umetnici)

Preduzetničke veštine

Prema anketi o analizi potreba, mnogi umetnici već imaju iskustvo u vođenju sopstvenog biznisa, ali imaju ozbiljnih poteškoća da ostvare stabilan prihod, a zatvaranje Covid-19 pogoršalo je situaciju. Stoga su izrazili sledeće potrebe da bi pokrenuli ili vodili svoj posao:

- Nedostatak svesti o značaju preduzetničkog načina razmišljanja
- Nedostatak pristupa informacijama o pokretanju biznisa
- Nedostatak formalnog znanja o preduzetništvu (uključujući onlajn marketing, umrežavanje, finansijska pitanja, mogućnosti finansiranja, pokretanje poslovanja, poslovno planiranje, relevantna nacionalna zakonodavstva i propise u oblasti poslovanja) – EntreComp okvir bi mogao biti dobra osnova!
- Nedostatak znanja u administrativno-finansijskoj oblasti
- Nedostatak veština poslovnog upravljanja za ličnu promociju
- Nedostatak timskog rada i liderskih veština
- Nedostatak znanja i kompetencija u oblasti izgradnje odnosa
- Nedostatak komunikacije, rešavanja problema i veština strateškog razmišljanja
- Nedostatak znanja o funkciji i ulozi različitih aktera uključenih u kulturnu promociju
- Nedostatak podrške u ovoj oblasti

IT

Prema analizi potreba, skoro svi umetnici svakodnevno koriste računare/laptopove i pametne telefone. Mnogi umetnici imaju iskustva u prenošenju svog rada uživo (uglavnom preko Twitch-a, Youtube-a, Instagram-a, Zoom-a, Directo-a, Facebook-a, Twitter-a i Vimeo-a), međutim nemaju svi pozitivna iskustva u tom pogledu. Oni su izrazili sledeće nedostatke u veštinama:

- Nedostatak naprednih digitalnih veština
- Nedostatak znanja u vezi sa onlajn nastavom i onlajn didaktičkim materijalom
- Nedostatak znanja i veština u vezi sa korišćenjem onlajn digitalnih alata, softvera i društvenih medija za kulturnu promociju, digitalni marketing, umrežavanje, prenos uživo, audio uređivanje/snimanje i administrativni softver
- Nedostatak specifičnih veština vezanih za brendiranje ličnosti

Umrežavanje

Prema anketi o potrebama, umetnici imaju uglavnom slabe ili prosečne mreže na lokalnom nivou i ove mreže su uglavnom neformalne. Međutim, istakli su važnost proširenja i jačanja postojećih mreža kako bi se povećala mogućnost pronalaženja novih kanala za prodaju svoje umetnosti, ali i da bi se informisali o mogućnostima javnog finansiranja i inovativnim obukama.

Što se tiče alata za medijsko umrežavanje za kulturnu promociju, umetnici svakodnevno koriste uglavnom Facebook i Instagram. Za poređenje, Pluggi, Hootsuite, Enloop, Blender, Tweet for a Track i ILMP su nepoznati za skoro sve umetnike uključene u istraživanje.

Shodno tome, umetnici su izrazili sledeće potrebe za obukom i nedostatke u veštinama:

- Nedostatak znanja u vezi sa inovativnim alatima za umrežavanje i platformama za promociju kulture kao što su Hootsuite, Artists on the way i Patreon
- Nedostatak znanja o alatima za praćenje različitih sprovedenih aktivnosti promocije kulture
- Nedostatak znanja o tome kako se efikasno umrežiti
- Potreba da se identifikuje i planira strategija kako koristiti društvene mreže i/ili druge promotivne aktivnosti

Kursevi obuke na terenu – šta već postoji, a šta je još potrebno

Uzimajući u obzir rezultate desk istraživanja sprovedenog u partnerskim zemljama, možemo konstatovati da u mnogim partnerskim zemljama **postoje kursevi obuke, radionice, događaji, podkasti i mogućnosti koučinga/mentorstva** u oblastima pokretanja **biznisa i poslovnog upravljanja**, a u većini slučajeva nisu usmereni na **sektor kulture i umetnosti**, ali su uglavnom upućeni svima onima koji žele da steknu preduzetničke veštine (u nekim slučajevima su upućene i umetnicima). U pojedinim zemljama ove mogućnosti se nude besplatno, dok u drugim se plaćaju, međutim, čak i ako se finansiraju iz javnih ili privatnih izvora, ne moraju se nužno nuditi na kontinuiranoj osnovi, već u zavisnosti od dostupnosti sredstava.

Što se tiče **digitalne oblasti**, postoji samo nekoliko kurseva obuke koji se fokusiraju na marketinške alate i strategije za kulturne organizacije, stoga možemo konstatovati da **nedostaje podrška umetnicima u pogledu inovativnih alata za kulturnu promociju**.

Predložena struktura i sadržaj materijala za učenje i obuku

Prema analizama diskusija fokus grupa, anketa o analizi potreba i desk istraživanjima sprovedenim u partnerskim zemljama, predložemo sledeću strukturu i ključne teme koje će biti uključene u kombinovani trening - kurs BidtoArt:

Modul 1. Kako napraviti biznis plan koji se odnosi na kulturnu promociju

- alati i tehnike poslovnog upravljanja
- mogućnosti/izvori finansiranja
- administrativno-finansijske veštine
- nacionalno zakonodavstvo i propisi u oblasti poslovanja
- lokalne/nacionalne agencije koje pružaju podršku u pokretanju biznisa
- različite zainteresovane strane uključene u kulturnu promociju
- kako napraviti poslovni plan

Inovativni alati sa kojima bi se mogli upoznati učesnici: Enloop, StratPad, Poindexter

Napomena: EntreComp okvir bi mogao biti dobra osnova za razvoj ovog modula!

Modul 2. Tehnike digitalne montaže, audiovizuelnog snimanja i prenosa uživo

- priprema za proizvodnju
- produkcija (audiovizuelno snimanje)
- postprodukcija (digitalna/audio montaža, prenos uživo)
- praktični programi za striming uživo (uglavnom se koriste za promovisanje aktivnosti licem u lice)

Inovativni alati sa kojima bi se mogli upoznati učesnici: Blender, Lightworks, Gimp

Modul 3. Kako koristiti različite vrste medija za kulturnu promociju

- nove metodologije umrežavanja
- upoznavanje sa evropskim mrežama koje podržavaju evropski kreativni i kulturni sektor
- identifikaciju i planiranje strategije o tome kako koristiti društvene mreže i/ili druge promotivne aktivnosti
- praktična znanja u vezi sa IT alatima u oblasti kulturne promocije, uključujući alate za praćenje različitih aktivnosti kulturne promocije koji se sprovode.

Inovativni alati sa kojima bi se učesnici mogli upoznati: Pluggi, Hootsuite, Tweet for a Track, IMLP, Canva, Artists on the way, Patreon

Trening kurs Bid to Art će se zasnivati na **metodologiji kombinovanog učenja**, te stoga predviđa kombinaciju licem u lice i onlajn delova, što ne samo da doprinosi razvoju digitalnih veština učesnika, već čak pomaže da se dopre do ljudi koji žive u različitim geografskim oblastima. Preporučuje se korišćenje inovativnog pristupa preokrenute učionice, tako da se učesnici prvo mogu upoznati sa sadržajem svakog modula kod kuće (online deo), a zatim se fokusirati na praktične aktivnosti rešavanja problema na času (licem u lice deo) .

Predlažemo primenjivanje inkluzivnog pristupa u kombinovanom trening kursu BidToArt kombinovanom kursu obuke **korišćenjem softvera otvorenog koda** (kao što su Gimp, Canva, Padlet, itd.). Kurs kombinovanog učenja trebalo bi da se fokusira na **rešavanje problema**: članovi TG2 moraju da budu praćeni u procesu vrednovanja svojih proizvoda i da identifikuju svoje ciljne grupe i najbolje kanale i sredstva komunikacije kojima bi došli do njih. Trening kurs treba da uključi **opšti uvod u različite softvere/alatke** koji su dostupni za kulturnu promociju, **fokusirajući se na njihove glavne karakteristike**, tako da TG2 može da izabere onaj softver koji bolje odgovara njihovoj aktivnosti, a zatim da kasnije, samostalno, nauče kako da ih koriste. Generalno, trebalo bi da TG2 obezbedimo alate i kompetencije u digitalnom polju **koje mogu da koriste kako tokom pandemije, tako i posle**. Tokom izrade nastavnog plana obuke partneri treba da **predlože alate i metodologiju za inovativno izvođenje** obuke za dodeljeni modul.

Moduli za obuku

Modul 1

Kako napraviti biznis plan koji se odnosi na kulturnu promociju

Ciljevi	<p><i>Cilj ovog modula je da izgradi i ojača znanje učenika o preduzetništvu i pruži im osnovne veštine, znanja i alate koji su neophodni za izradu poslovnog plana koji se odnosi na kulturnu promociju.</i></p>
Sadržaj	<p><i>Ovaj modul će istražiti različite alate i tehnike poslovnog upravljanja koji će učenicima ponuditi priliku da razviju svoje administrativne i finansijske veštine. Ovo će ih opremiti neophodnim kompetencijama da razviju sopstveni biznis plan, da nauče vredne informacije o kulturnoj promociji i da podrže čak i umetnike u ovom procesu.</i></p>
Nastavne jedinice	<p><i>Jedinica 1. Poslovni put za mlade umetnike (Ikigai koncept u poslovanju, vizija i ciljevi, brendiranje, ciljna publika)</i></p> <p><i>Jedinica 2. Osnivanje i održavanje biznisa (Biznis Model Canvas, SWOT analiza, EntreComp - Preduzetništvo*)</i></p> <p><i>Jedinica 3. Tokovi prihoda (mogućnosti finansiranja i podrška za pokretanje biznisa, izvori prihoda)</i></p> <p><i>Jedinica 4. Finansijske strategije (Izrada strategije finansiranja)</i></p> <p><i>Jedinica 5. Marketing za promociju kulture (efikasne tehnike: onlajn u odnosu na oflajn)</i></p> <p><i>Jedinica 6. Izrada poslovnog plana (Kreiranje sopstvenog poslovnog modela)</i></p>
Trajanje	<p><i>3 sata samostalnog učenja (onlajn učenje)</i></p> <p><i>7 sati licem u lice</i></p>
Ishodi učenja	<p><i>Do kraja obuke polaznici će moći da usvoje:</i></p> <p><u>Znanje</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Definišu svoju viziju i ciljeve u vezi sa osnivanjem preduzeća</i> ● <i>Identifikuju poslovni model koji im pomaže da postignu svoje ciljeve</i> ● <i>Identifikuju, pronadu i povežu se sa ciljanom publikom</i> ● <i>Shvate važnost stvaranja održivog poslovanja</i> ● <i>Analiziraju različite metodologije osnivanja i održavanja preduzeća.</i> ● <i>Identifikuju različite izvore prihoda</i> ● <i>Opišu korake uključene u osnivanje preduzeća</i>

- *Prepoznaju kako da kreiraju održive poslovne planove*
- *Navedu forme (online/offline) kulturne promocije*
- *Definišu ulogu finansijskih strategija i izvora prihoda u okviru preduzeća*
- *Prepoznaju potrebu za poslovnim planom u oblasti promocije kulture*

Veštine

- *Identifikuju i analiziraju poslovne ciljeve*
- *Izgrade brend*
- *Efikasno komuniciraju sa ciljanom publikom*
- *Izaberu odgovarajući poslovni model prema svojoj viziji*
- *Koriste šablone strateškog upravljanja na odgovarajući način*
- *Pronađu mogućnosti nacionalnog finansiranja i podrške za preduzeća*
- *Osiguraju održive izvore prihoda*
- *Primene odgovarajuću strategiju određivanja cena*
- *Razviju osnovni poslovni plan*
- *Koriste alate i tehnike za izradu poslovnog plana*

Stavovi

- *Vođenje umetnika u osnivanju preduzeća*
- *Podsticanje mladih umetnika da razviju svoje preduzetničke veštine*
- *Podsticanje mladih umetnika da se usavršavaju u oblasti promocije kulture*
- *Motivisanje mladih umetnika da kreiraju održive poslovne planove*
- *Podržavanje mladih umetnika da kulturno promovišu svoj brend*
- *Spremanje mladih umetnika da ostvare svoj preduzetnički način razmišljanja*

Metodologija obuke

- *preokrenuti pristup učionici*
- *video uputstva*, pregled sadržaja*
- *aktivnosti/vežbe, za korišćenje alata*
- *grupni rad*
- *brainstorming*
- *igranje uloga*
- *predavanje*
- *učenje zasnovano na igrici*
- *Studije slučaja*

**Video tutorijali: 1 video po jedinici koji daje pregled sadržaja.*

Alati za obuku	<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>Online alatke za anketiranje (npr. Google obrazac)</i> ● <i>Canva</i>
Materijali za učenje	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Materijali, alatke (Ikigai koncept, Business Model Canvas, SWOT analiza, šablon poslovnog plana, EntreComp brošura)</i> ● <i>Digitalni alati (laptop, projektor)</i> ● <i>Dodatni materijali (flipčart, marker, olovka, A4 listovi)</i> ● <i>PPT prezentacije</i> ● <i>Korisni linkovi u vezi sa nacionalnim zakonodavstvom i propisima iz oblasti biznisa, lokalnim/nacionalnim agencijama koje pružaju podršku pri pokretanju biznisa, mogućnostima finansiranja početnika</i>
Metodologija ocenjivanja	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>projektni rad</i> ● <i>samoprocena</i> ● <i>povratne informacije o projektima drugih učesnika</i> ● <i>evaluacioni upitnik na kraju pilota</i> ● <i>kvizovi (neformalne metode ocenjivanja)</i>

Modul broj 2

Tehnike digitalne montaže, audiovizuelnog snimanja i prenosa uživo

Ciljevi	<p><i>Modul ima za cilj da učenicima pruži osnovna znanja o proizvodnji i objavljivanju digitalnog audio-vizuelnog sadržaja u novom medijskom okruženju i da to znanje prenese umetnicima. Posebno, ciljevi ovog modula su:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Izgradnja i jačanje znanja učenika o audio-vizuelnoj produkciji i obezbeđivanje osnovnih veština, znanja i alata sa fokusom na praktične sposobnosti.</i> ● <i>Predstavljanje i objašnjavanje osnovnih karakteristika audio i video signala od pred-produkcije, preko snimanja do finalnog proizvoda.</i> ● <i>Analiziranje različitih tehničkih specifikacija različitih tipova sadržaja dobijenih upotrebom različite opreme zajedno sa potrebom za prezentacijom na više platformi.</i>
----------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Analiziranje, razumevanje i korišćenje novih modela proizvodnje digitalnog sadržaja.</i>
<p>Sadržaj</p>	<p><i>Ovaj modul pokriva aspekte digitalne audio video produkcije za razvoj multimedija. Koristeći softvere otvorenog tipa i besplatne softvere kao što su GIMP, Canva, Lightworks, Audacity, itd., pruža dubinsko razumevanje teorije, kao i praktičan pristup audio-video produkciji u digitalnom okruženju, uključujući rad kamere, montiranje videa, audio miksovanje, podcastinga, vlogovanja, prenosa uživo, tehnike prezentacije, postavka grafike, pripovedanja, etike i zakona o medijima.</i></p> <p><i>Učenicima će biti pružena sveobuhvatna obuka o svetu audio-videa i o glavnim tehnikama audio-vizuelne produkcije, kako u vezi sa procesom proizvodnje sadržaja za internet, tako i sa različitim mogućim oblicima koje proizvod može imati. Učesnici uče kako da koriste sliku i zvuk ili kombinaciju ova dva u različitim formatima, uključujući video zapise, slajdove ili snimke.</i></p> <p><i>Pored teorijskog uvoda, učenici će biti usmeravni ka praktičnoj fazi.</i></p> <p><i>a) Naučiće osnove zvuka i slike, kako da koriste opremu za snimanje, kao što su kamere, audio alate i montažne jedinice.</i></p> <p><i>b) Slede osnove kompozicije i teorije montaže i tehnike za audio i video.</i></p> <p><i>c) Biće predstavljena oprema za snimanje i softverske aplikacije koje se odnose na audio i video sadržaj kako bi se prikazali različiti načini koji se mogu koristiti za postizanje konačnog cilja.</i></p> <p><i>d) Od njih će biti zatraženo da sami proizvedu neke audio-vizuelne proizvode – koje će analizirati sa trenerom.</i></p> <p><i>Modul će nastojati da podstakne svest kod učesnika o niskobudžetnim proizvodnim metodologijama, uključujući produkciju u kućnim uslovima – i mnoge softverske alate i platforme otvorenog tipa koje mogu olakšati pokretanje preduzeća u ovoj oblasti.</i></p>
<p>Nastavne jedinice</p>	<p><i>Jedinica 1 Medijska produkcija i efektivno pripovedanje</i></p> <p><i>Jedinica 2 PREDPRODUKCIJA</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Istraživanje i planiranje</i> • <i>Budžetiranje i dozvole</i> • <i>Logistika</i> <p><i>Jedinica 3 PRODUKCIJA</i></p>

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Kadar i kompozicija</i> • <i>Vrste kadrova i uglovi kamere</i> • <i>Pokret kamere</i> • <i>Osnovna postavka svetla</i> • <i>Osnove zvuka</i> • <i>Tehnike prezentovanja i intervjuisanja</i> <p>Jedinica 4 POST PRODUKCIJA</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Sređivanje fotografija</i> • <i>Video montaža</i> • <i>Dizajn zvuka</i> • <i>Grafika</i> <p>Jedinica 5: Medijsko objavljivanje i prenos uživo</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Medijske platforme</i> • <i>Prenos uživo</i> • <i>Vlogging</i> • <i>Podkasti</i>
<p>Trajanje</p>	<p><i>3 sata onlajn učenja uključujući video tutorijale, prezentacije</i></p> <p><i>7 sati licem u lice uključujući samostalno učenje, praktične zadatke, povratne informacije</i></p>
<p>Ishodi učenja</p>	<p><i>Do kraja obuke polaznici će usvojiti:</i></p> <p><u>Znanje</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Razumevanje i korišćenje osnovnih elemenata audio-vizuelnog jezika sa fokusom na specifične potrebe komunikacije. Shvatanje različitih karakteristike audio-vizuelne produkcije u skladu sa novim medijima.</i> • <i>Analiziranje glavnih pitanja u vezi sa audio-vizuelnim tržištem (rasporedi objavljivanja, metode istraživanja i montaže snimaka, upravljanje autorskim pravima slika, marketing, itd.)</i> <p><u>Veštine</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Korišćenje osnovnih alata za audio-vizuelnu produkciju, uključujući veštine predprodukcije, produkcije i postprodukcije za onlajn video, razvoj sadržaja i skriptovanje za onlajn video, i marketing/preduzetništvo za kreatore onlajn sadržaja. Učesnici će</i>

	<p>takođe steći veštine u audio produkciji, izradi grafike, prezentacija, prenosu uživo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Usvajanje profesionalne komunikacije i etičke prakse na radnom mestu. <p><u>Stavovi</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pokazivanje tehničke stručnosti u više disciplina audio i video produkcije. • Pokazivanje sposobnosti predstavljanja, analize, kritike i odbrane raznih multimedijalnih rezultata. • Pokazivanje sposobnosti da efikasno i kreativno komuniciraju sa različitim publikom. • Poboljšavanje kreativnog razmišljanja i vežbanje u audio-vizuelnoj produkciji. • Usmeravanje umetnika ka pripremi sopstvenog audio-vizuelnog materijala.
<p>Metodologija obuke</p>	<ul style="list-style-type: none"> • preokrenuti pristup učionici • video tutorijali • predavanja • praktične vežbe • video projekcije • analize audio-vizuelnih proizvoda i laboratorijskih aktivnosti u vezi sa audio-vizuelnom produkcijom (pisanje, snimanje, montaža i cirkulacija proizvoda)
<p>Alati za obuku</p>	<p>Veoma je preporučljivo da učenici budu opremljeni sa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • personalnim računarima • dostupnom opremom (bilo šta od sledećeg: pametni telefoni, DSLR kamere, akcione kamere, alati za podršku kao što su stativi, bežični mikrofoni, mikrofoni i tako dalje) • softver za uređivanje npr. GIMP, Canva, Lightworks, Audacity.
<p>Materijali za učenje</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Video tutorijali koji se sastoje od osnovnih informacija • PPT prezentacije sa ključnim tačkama i vezama za dalje učenje • Listovi sa zadacima
<p>Metodologija ocenjivanja</p>	<p>Od učenika će se tražiti da naprave audio-vizuelne proizvode, a evaluacija će se zasnivati na:</p> <p>a) Nivou pohađanja/učešća u onlajn kursu i sesijama licem u lice;</p>

- b) Upitniku za samoocenjivanje;
c) Benchmark/Sumativnom testiranju.

Modul br. 3

Kako koristiti različite vrste medija za kulturnu promociju

Ciljevi	<p><i>Cilj Modula 3 je da upozna TG1 (trenere itd.) sa novim metodologijama umrežavanja za odrasle i mlade umetnike i da predstavi evropske mreže koje podržavaju evropske kulturne i kreativne sektore (CCS). Nadalje, modul će uključivati uvode u inovativne IT alate koje bi krajnji korisnici mogli koristiti za umrežavanje i promotivne aktivnosti.</i></p>
Sadržaj	<p><i>Prema rezultatima transnacionalnog izveštaja, ovaj modul će pokriti sledeće teme:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>nove metodologije umrežavanja</i> • <i>upoznavanje sa evropskim mrežama koje podržavaju evropski CCS</i> • <i>identifikaciju i planiranje strategije kako koristiti društvene mreže i/ili druge promotivne aktivnosti</i> • <i>praktična znanja u vezi sa IT alatima u oblastima kulturne promocije, uključujući alate za praćenje različitih aktivnosti kulturne promocije koje se sprovode</i> • <i>Inovativni alati koji će biti predstavljeni učesnicima: Pluggi, Hootsuite, Tweet for a Track, IMLP, Canva, Artists on the way, Patreon</i>
Nastavne jedinice	<p><i>Jedinica 1. Metodologije umrežavanja i uvod u evropske mreže</i></p> <p><i>Jedinica 2. IT alati u oblastima promocije kulture</i></p> <p><i>Jedinica 3. Planirajnje strategija korišćenja društvenih mreža i drugih promotivnih aktivnosti</i></p>
Trajanje	<p><i>2 sata samostalnog učenja</i></p> <p><i>3 sata na mreži</i></p> <p><i>5 sati licem u lice</i></p>
Ishodi učenja	<p><i>Do kraja obuke polaznici će moći da usvoje:</i></p> <p><u>Znanje</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Identifikovanje evropskih mreža i prepoznavanje potencijala različitih metodologija umrežavanja</i>

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Opisivanje različitih IT alata koji se mogu koristiti u oblastima promocije kulture.</i> • <i>Redosled koraka za korišćenje društvenih mreža za promociju sopstvenog rada</i> <p><u>Veštine</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Usmeravanje umetnika da izaberu IT alate koji su prikladniji za njihov rad</i> • <i>Upoređivanje različitih opcija i usmeravanje umetnika da izaberu najprikladniju strategiju koristeći društvene mreže za promociju svog rada.</i> <p><u>Stavovi</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Stvaranje svesti među umetnicima o važnosti inovativnih metodologija umrežavanja.</i> • <i>Podržavanje umetnika da koriste različite vrste medija za kulturnu promociju.</i> • <i>Usmeravanje umetnika da implementiraju strategije umrežavanja kako bi promovisali svoj rad</i>
--	--

Metodologija obuke

- *preokrenuti pristup učionici*
- *video tutorijali*
- *grupni rad*

Na početku svake jedinice, tema će biti predstavljena uz pomoć video tutorijala (20 min.). Tamo gde je potrebno, modul će obezbediti dalje čitanje kako bi se TG1 pripremio za onlajn deo obuke i deo obuke licem u lice.

Alati za obuku	<p><i>TG1 će biti obučen u sledećim alatima:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Pluggi</i> • <i>Hootsuite</i> • <i>Tweet for a track</i> • <i>IMLP</i> • <i>Canva</i> • <i>Artists on the way</i> • <i>Patreon</i> <p><i>Za onlajn deo: Padlet, Kahoot...</i></p>
-----------------------	---

Materijali za učenje

- *PPT prezentacije*

- *video tutorijali*
- *linkovi*

**Metodologija
ocenjivanja**

Upitnik sa višestrukim odgovorima, 2 otvorena pitanja na osnovu sadržaja postavljenih na PPT, kviz

ILI „Demonstraciona aktivnost“: praktična prezentacija o tome kako su koristili društvene mreže da promovišu svoj rad (koristeći IT alate po svom izboru)

