

GRACE

Set de instrumente pentru formatori și educatori pentru adulți

Consolidarea competențelor digitale ale microîntreprinderilor culturale și creative pentru a pune în mișcare creativitatea și inovarea lor în era digitală



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

PROIECT

GRACE - Consolidarea competențelor digitale ale antreprenorilor din industria microîntreprinderilor culturale și creative pentru a pune în mișcare creativitatea și inovarea lor în era digitală

Parteneri GRACE

ASOCIATIA EUROPEANA PENTRU INOVATIE SOCIALA

Canary Wharf Consulting Limited

CLIO MUSE ETAIRIA ANAPTIXIS EFARMOGON GIA TON POLITISMO IKE

ACADEMIA DE POLITICĂ SOCIALĂ

Consultoría de Innovación Social

APROXIMAR- COOPERATIVA DE SOLIDARIEDADE SOCIAL, LCR

ROMAN GRUP SARL

AUTORI

Susana Silva | João Correia | Olympia Driva | Elena Balan | Julia Abad Mira



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

Sprijinul Comisiei Europene pentru realizarea acestei publicații nu constituie o aprobare a conținutului, care reflectă numai punctele de vedere ale autorilor, iar Comisia nu poate fi trasă la răspundere pentru orice utilizare a informațiilor conținute de aceștia.

Cuprins

Cuprins	5
Introducere	6
1. Înțelegeți contextul "De ce GRACE?"	7
1.1 Proiectul GRACE	7
1.2 Analiza succintă a constatărilor pentru fiecare țară	11
1.3 Definiții	14
Transformările digitale Este integrarea tehnologiei digitale în toate domeniile unei afaceri, schimbare mentală a modului în care operați și furnizarea de valoare clienților. Este, de asemenea, o schimbare culturală care necesită organizațiilor să conteste continuu status quo-ul, să experimenteze și să se simtă confortabil cu eșecul.	15
2. Pregătirea trainerului	15
2.1 Metodologia cursului, strategia de realizare și abordarea andragogiei	15
2. Rezultatele învățării	21
3. Mobilizarea cursanților	24
3.1 Descrierea profilului stagiatorilor	24
3.2 Strategii de implicare a stagiatorilor înainte de formare	26
3.3 Strategii de implicare a stagiatorilor în timpul sesiunilor	27
4. Implementarea cursului	29
4.1 Planuri de sesiuni	29
5. Evaluare	42
5.1 Chestionar de satisfacție	42
5.2 Evaluarea cunoștințelor și competențelor (ex ante și ex-post)	43
Referințe	46

Introducere

Urmând metodologia aprobată pentru elaborarea Toolkit-ului cu instrumente, ce are ca scop sprijinirea formatorilor și educatorilor pentru adulți în livrarea cursului online GRACE și pentru a sprijini microîntreprinderile în îmbunătățirea transformării lor digitale, acest document definește conținutul necesar pentru crearea Toolkit-ului și împărțirea sarcinilor între parteneri.

Acesta este împărțit în **5 pași** pentru a ghida formatorii VET și părțile interesate atunci când analizează setul de instrumente și livrează cursul:

Pasul 1 – Înțelegeți contextul "De ce GRACE?"

Pasul 2 - Pregătirea

Pasul 3 – Mobilizarea cursanților

Pasul 4 – Implementarea cursului

Pasul 5 - Evaluare

Fiecare dintre etapele acestei metodologii oferă un set de **informații și instrumente** care pot fi utilizate pentru a pune în aplicare cursul, pentru a evalua punerea în aplicare și strategiile de menținere a acestor practici.

În plus, partenerii pot găsi și sugera resurse pentru dezvoltarea fiecărei etape a setului de instrumente.

Prin urmare, această metodologie și instrumentele care fac parte din aceasta pot fi utilizate de formatori și educatorii pentru adulți pentru a implementa cu succes un sprijin adaptat microîntreprinderilor culturale și creative în vederea consolidării competențelor lor digitale în contextul inovării și al îmbunătățirii creativității.

1. Înțelegeți contextul "De ce GRACE?"

Primul pas al acestei metodologii vizează creșterea gradului de conștientizare a formatorilor VET astfel încât aceștia să poată înțelege ce fel de nevoi și puncte de vedere au fost identificate cu privire la digitalizarea microîntreprinderilor din sectorul cultural și creativ. În primul rând, prin valorificarea contextului și a obiectivelor proiectului GRACE și apoi prin prezentarea unei scurte revizui a nevoilor și provocărilor specifice cu care se confruntă microîntreprinderile culturale și creative, în țările partenere, în ceea ce privește transformarea digitală.

1.1 Proiectul GRACE

Microîntreprinderile culturale și creative, în special cele din zonele turistice, au fost grav afectate de COVID-19 din cauza restricțiilor de călătorie și a lockdown-ului. Bazându-se pe modelul tradițional de afaceri care favorizează comunicarea față în față cu clientul, aceste întreprinderi mici au fost deosebit de afectate și nu au fost pregătite să abordeze schimbările care au urmat pandemiei COVID. Cu toate acestea, pandemia a ajuns să evidențieze în mod sumbru lipsa deja existentă de competențe digitale care pun aceste mici întreprinderi într-un poziție dezavantajată, le scade competitivitatea și le duce la excluderea din oportunitățile erei digitale.

"GRACE - Consolidarea competențelor digitale ale antreprenorilor din industria microîntreprinderilor culturale și creative pentru a pune în mișcare tranziția lor către era digitală, a apărut din nevoia acestor microbusiness-uri culturale și creative, de a-și spori competențele digitale competitivitatea, beneficiind de oportunitățile erei digitale. Pentru a face față provocării Covid 19, a fost dezvoltată o platformă educațională online cu scopul de a dota antreprenorii din microîntreprinderi cu competențe digitale cheie care abordează toate aspectele unei afaceri, de a consolida antreprenoriatul digital și de a promova un hub digital pentru creativitate și inovare care să le readucă pe calea creșterii și să atenueze impactul negativ al pandemiei.

Organizațiile care implementează proiectul GRACE sunt din **România, Grecia, Marea Britanie, Spania, Portugalia și Luxemburg.**

Grace are **ca obiectiv general** sprijinirea microîntreprinderilor culturale și creative în transformările lor digitale, prin creșterea competențelor digitale și a competențelor antreprenoriale digitale.

Obiectivul specific al proiectului este de a dezvolta platforma educațională online GRACE adresată reprezentanților microîntreprinderilor culturale și creative , permițându-le să beneficieze de formare adaptată nevoilor lor și să dobândească competențe digitale și abilități antreprenoriale digitale.

Activități principale

- Echiparea antreprenorilor culturali și creativi cu competențe digitale pentru a-și poziționa cu succes afacerea în era digitală și pentru a-și promova competitivitatea și creșterea economică.
- Informarea și educarea microîntreprinderilor cu privire la antreprenoriatul digital.
- Formarea unor clustere și rețele digitale pentru a consolida transferul de cunoștințe, creativitate și gândire inovativă.
- Dezvoltarea de noi resurse pentru formatorii și educatorii care lucrează în domeniu; astfel încât să fie complet „echipați” în sprijinirea microîntreprinderilor.
- Consolidarea dialogului politic transnațional privind sprijinirea formării microîntreprinderilor creative și culturale pentru sustenabilitatea și creșterea lor.

Proiectul GRACE va dura 24 de luni. Pe durata sa, se are în vedere obținerea următoarelor rezultate:

- Platforma educațională GRACE, disponibilă în toate limbile partenerilor, va fi un spațiu educațional non-formal pentru învățare și comunicare deschisă și colaborativă și un rezervor de bune practici și alte resurse pentru microîntreprinderi.
- Curs online privind dezvoltarea de competențe digitale și antreprenoriat digital pentru microîntreprinderile creative și culturale, adaptat nevoilor lor și orientat către inovare, îmbogățit cu exerciții practice, scenarii și exemple de afaceri reale și studii de caz.
- Un set de instrumente pentru educatorii de adulți cu informații, îndrumări practice și resurse relevante și oportune pentru a instrui microîntreprinderile în dobândirea

spiritului antreprenorial digital și, de asemenea, pentru a sprijini aspirații din domeniul cultural și creativ în dobândirea de competențe digitale care i-ar ajuta în demararea afacerii lor.

- Raportul de evaluare pentru faza pilot: va conține o analiză și o evaluare a implementării pilot a intervenției educaționale propuse, care va conține și feedback-ul din partea personalului organizațiilor partenere, a formatorilor și a cursanților.
- Ghid privind extinderea și transferabilitatea: va fi un rezultat cheie în materie de durabilitate, care se va baza pe experiența proiectului și va prezenta un plan de extindere a acestuia în alte țări și medii.
- Raportul privind lecțiile învățate și recomandările de politici publice; contribuția proiectului GRACE la agenda politică va consta în abordarea unor nevoi de formare și de bariere care trebuie depășite, de căi educaționale care pot fi create pentru a promova competențele microîntreprinderilor culturale și creative.

Toate rezultatele tangibile vor fi disponibile în format electronic în mediile digitale ale proiectului și diseminate pe canalele de comunicare ale partenerilor. Acestea vor fi dezvoltate în limba engleză și traduse în limbile partenerilor.

Intangibile

- Webinarii adresate unui număr de 100 de formatori și educatori pentru adulți
- Furnizarea de formare pentru 100 de antreprenori din microîntreprinderi și personalul acestora din cinci țări europene
- 5 evenimente de multiplicare care acoperă diferite etape ale implementării proiectului pentru a atrage atenția grupurilor țintă și a părților interesate relevante asupra a ceea ce are de oferit proiectul și a beneficiilor sale pentru microîntreprinderile creative și culturale
- Evenimentul final de la Bruxelles va prezenta rezultatele proiectului și lecțiile învățate și va invita un public larg format din actori din domeniul educației și VET, antreprenoriat, funcționari publici de la toate nivelurile și societatea civilă

Proiectare și metodologie de cercetare

Acest proiect a necesitat două faze diferite de cercetare, inclusiv cercetare documentară și de teren. Această abordare este considerată cea mai potrivită pentru ca părțile interesate relevante: a) să înțeleagă mai bine profilul organizațional al grupului țintă; b) să își

îmbunătățească și mai mult înțelegerea nevoilor și provocărilor grupului țintă; d) să încorporeze nevoile și caracteristicile grupului țintă în proiectarea platformei educaționale.

i. Cercetare documentară privind identificarea microîntreprinderilor culturale și creative și înregistrarea nevoilor și provocărilor actuale ale acestora în ceea ce privește digitalizarea

Prima fază presupune efectuarea de cercetări documentare la scară mică la nivel național, cu scopul de a defini mai bine profilul organizațional și de a obține o înțelegere mai profundă a nevoilor și provocărilor cu care se confruntă microîntreprinderile, în special în ceea ce privește digitalizarea. Fiecare partener este obligat să efectueze această cercetare la scară mică în propria țară, pentru a surprinde nuanțele și nevoile specifice contextului lor național.

Metodologie

În primul rând, partenerii au cercetat surse online, cum ar fi rapoarte ale părților interesate relevante, de stat și non-statale (agenții guvernamentale, autorități publice relevante pentru domeniu, asociații de afaceri etc.), precum și alte surse, cum ar fi blogurile din industrie, forumurile, site-urile web pentru a delimita sectorul microîntreprinderilor culturale și creative la nivel național. Partenerii au acordat atenție, în special zonelor turistice, unde întreprinderile relevante s-au confruntat cu provocări nefavorabile din cauza pandemiei de COVID-19. Acest pas a fost important, deoarece a stabilit o înțelegere uniformă a sectorului cultural și creativ.

UNESCO definește întreprinderile din sectorul cultural și creativ ca entități care urmăresc să producă sau să reproducă, să promoveze, să distribuie sau să comercializeze bunuri, servicii și activități de conținut derivat din origini culturale, artistice sau de patrimoniu, inclusiv arte vizuale și meșteșuguri, patrimoniu cultural și natural, cărți și presă, design și servicii creative, turism și multe altele.

Rețineți că microîntreprinderile au fost definite ca întreprinderi care au 9 angajați sau mai puțin.

În al doilea rând, partenerii au utilizat rapoarte, articole de presă și alte cercetări pentru a înregistra nivelurile de alfabetizare digitală și nevoile de formare. **Cuvintele-cheie** care ar putea fi utilizate pentru a înregistra nivelurile de alfabetizare digitală și nevoile de formare au fost: **IMM-urile și digitalizarea**, transformarea digitală a întreprinderilor culturale și creative,

competențele necesare pentru transformarea digitală a întreprinderilor mici, antreprenoriatul și digitalizarea în sectorul cultural și creativ, COVID-19 și digitalizarea în cultură și arte.

ii. Focus grupurile s-au adresat reprezentanților microîntreprinderilor (familiarizarea cu conceptul de digitalizare, nevoile și provocările microîntreprinderilor în ceea ce privește alfabetizarea digitală)

A doua fază a presupus cercetarea de teren cu colectarea de date calitative prin implementarea de focus grupuri. Această fază a avut ca scop completarea cercetării inițiale întreprinsă de parteneri, astfel încât să adauge profunzime cunoștințelor dobândite anterior. Focus-grupurile au adus împreună reprezentanți ai microîntreprinderilor din sectorul cultural și creativ pentru a obține informații esențiale cu privire la nevoile și provocările grupului țintă în ceea ce privește digitalizarea.

Metodologie

Cercetarea de teren a prevăzut organizarea de focus grupuri cu reprezentanți ai microîntreprinderilor, pentru a identifica **nevoile și provocările** cu care se confruntă, nivelul de alfabetizare digitală, nevoile de formare, familiarizarea cu antreprenoriatul digital etc. Focus-grupurile au ajutat la analizarea problemei prin obținerea de informații din rândul reprezentanților microîntreprinderilor.

A avut loc câte un (1) focus grup pe țară unde au participat 6-10 persoane, la fiecare. Durata fiecărui focus-grup a fost de aproximativ 75-90 de minute, pentru a menține participanții implicați și pentru a preveni oboseala. Înainte de focus grup, cercetătorul a furnizat participanților informații despre proiect în limba lor **națională**.

1.2 Analiza succintă a constatărilor pentru fiecare țară

Mai departe, vom observa că rezultatele, recomandările derivate atât din cercetarea inițială, cât și din cea de teren diferă de la o țară la alta.

În **Regatul Unit**, pe baza rezultatelor cercetării, persoanele implicate în sectorul microîntreprinderilor manifestă un nivel semnificativ de îngrijorare cu privire la situația actuală și la dezvoltarea industriei lor. Microîntreprinderile trebuie să depășească diverse obstacole, chiar dacă prezintă niveluri excelente de dezvoltare.

Principalele bariere în calea dobândirii de noi competențe digitale sunt costul, lipsa de timp și de cunoștințe cu privire la oportunitățile disponibile. Deși o mare parte din sectorul microîntreprinderilor cunoaște bine tehnologiile digitale, acestea nu dispun de competențe specifice obligatorii pentru a excela în aceste vremuri dificile. Fiecare întreprindere participantă a încercat să includă noi tehnologii, deoarece recunoaște că este nevoie de o nouă abordare, dar s-a lovit de un obstacol: reticența clienților și a colegilor de a utiliza instrumente necunoscute, lipsa de timp și de formare pentru dezvoltarea competențelor și accesul redus, în special cel gratuit, la o platformă care ar putea să nu fie ideală pentru cazul lor.

În consecință, au fost identificate următoarele sugestii pentru a ajuta microîntreprinderile culturale și creative să își îmbunătățească competențele digitale. Pe baza interviurilor, a reieșit că participanții au nevoie de o platformă de formare gratuită, clară în ceea ce privește conținutul disponibil și ușor accesibilă între sesiunile de formare.

Un alt aspect critic este o abordare holistică a formării, care să includă toate tipurile de microîntreprinderi și nevoile acestora (marketing, comunicare, formare și promovare), deoarece răspunsurile din cadrul interviurilor au evidențiat dificultatea de a găsi un curs care să acopere toate nevoile diferite ale unei întreprinderi mici. Formarea digitală va economisi timp, iar participanții vor avea posibilitatea de a-și lua notițe, de a pune întrebări și chiar de a reveni la ea atunci când au nevoie. Acest lucru va duce la o mai bună gestionare a resurselor lor, oferind o șansă microîntreprinderilor de a fi gestionate mai eficient.

În Portugalia, există nevoi diferite în cadrul microîntreprinderilor din sectorul cultural și creativ. Prin urmare, este imperativ să se ia în considerare nivelul anterior al competențelor digitale ale potențialilor participanți la inițiativa GRACE, deoarece programa cursului ar putea fi fie prea avansată, fie prea accesibilă, în funcție de participanți. Nivelul competențelor digitale este la fel de divers ca și sectorul în sine.

Având în vedere acest lucru, două nevoi principale care au apărut pe parcursul focus grupului, independent de competența digitală, au fost:

- Necesitatea unui **schimb de bune practici**, de a stimula crearea de rețele sau de a crea un **colectiv**. Acest lucru ar permite microîntreprinderilor să acceseze noi piețe, clienți, metodologii și alte bune practici. Această rețea de organizații creative și culturale ar trebui să fie înființată online, astfel încât distanța geografică să nu fie un factor de excludere.

- De asemenea, având în vedere nivelul de competență, este necesar ca microîntreprinderile din sectorul creativ și cultural **să aibă acces și să fie informate cu privire la oportunitățile de finanțare**. După cum s-a subliniat în acest raport, multe dintre aceste întreprinderi depind atât de finanțarea publică, cât și de finanțarea privată pentru a prospera, prin urmare este esențial ca acestea să fie la curent cu cele mai bune oportunități și cu cele mai potrivite opțiuni.

În concluzie, în ciuda diversității sectorului cultural și creativ, există câteva teme comune care au apărut și care sunt de cea mai mare importanță de abordat pe tot parcursul inițiativei GRACE.

În România, pe baza rezultatelor cercetării, este necesară îmbunătățirea capacității de digitalizare a microîntreprinderilor românești. Atât la nivel macro, așa cum sunt furnizate de rapoartele menționate, cât și la nivel micro, pe baza discuțiilor din focus grup, întreprinderile culturale și creative par dispuse să-și perfecționeze angajații și, prin urmare, să își modernizeze afacerile.

Cu toate acestea, **principalele obstacole** în calea realizării acestui lucru sunt **lipsa de timp, costurile ridicate pentru implementare și lipsa oportunităților de formare digitală**. Deși un procent mic dintre reprezentanții IMM-urilor din România folosesc deja tehnologii digitale în cadrul afacerilor lor, reticența lor poate fi explicată prin barierele menționate mai sus. Mai mult decât atât, microîntreprinderile înțeleg nevoia de a fi prezente digital atât ca mijloc de productivitate a muncii, cât și de a construi notorietatea brandului. Mai ales în timpul pandemiei COVID-19, microantreprenorii și-au schimbat abordarea apelând la publicul local, precum și printr-o mai bună concentrare asupra mediului digital prin intermediul canalelor de social media (chiar dacă la un nivel de bază).

Prin urmare, se iau în considerare câteva concluzii pentru desfășurarea cursului online: având în vedere nevoile antreprenorilor intervievați și îngrijorările acestora, un **acces gratuit și liber ar fi în beneficiul participanților**, rezolvând bariera costurilor. În plus, **instruirea privind creșterea vizibilității online pe platformele de comunicare socială** într-un mod eficient din punct de vedere al timpului este un alt aspect-cheie de care ar beneficia microantreprenorii, deoarece participanții la focus group și-au exprimat dificultatea de a echilibra producția și promovarea produselor lor. Pornind de la sugestiile participanților, **cursurile de învățare mixtă sunt soluția cea mai potrivită**, evidențiind importanța unei întâlniri fizice. Și, în cele din

urmă, o mai bună gestionare a resurselor pe care le dețin (timp, personal, bani) ar duce la o modalitate eficientă de a conduce o micro-afacere și de a o crește.

În Luxemburg s-a remarcat nevoia de mai multe platforme care să fie deschise pentru antreprenori la costuri reduse sau chiar gratuit. Pe baza rezultatelor cercetării au fost elaborate următoarele recomandări: **Formare privind dezvoltarea abilităților de marketing digital** – microîntreprinderile folosesc deja social media pentru a-și promova munca și produsele, cu toate acestea a fost evidențiată nevoia de abilități de marketing digital pentru ca acestea să poată ajunge la un public mai larg, să-și disemineze mai bine munca și să obțină mai mult profit. **Instruirea privind experiența digitală a clienților** – atât cercetarea de birou, cât și cea de teren au indicat nevoia de formare în acest domeniu. Mai exact, focus group-ul a menționat că instruirea în DCX îi va ajuta să-și mențină clientela actuală și să obțină noi clienți pentru ca afacerile lor să rămână competitive. **Training pe tehnologii VR/AR** – tehnologiile deschid noi oportunități de muncă și încurajează producția de materiale (adică, un artist ar putea face profit din expunerea operei sale într-o galerie virtuală). **Sprijin pentru îmbunătățirea infrastructurii generale ale afacerii** – nevoia de sprijin pentru a integra și adapta noi instrumente digitale pentru a transforma digital afacerile, noi modele de afaceri și strategii le va ajuta să ajungă la transformarea dorită și să supraviețuiască în această eră digitalizată.

1.3 Definiții

Antreprenor digital

În era digitală, antreprenoriatul este acum mai solicitat ca niciodată. Cu toate acestea, antreprenoriatul digital nu se limitează la organizarea de întâlniri online, birouri fără hârtie sau comunicare pe platformele de comunicare socială. Mai degrabă, aceasta trebuie privit ca o abordare holistică a gândirii care cuprinde toate procesele unei organizații, inclusiv comunicarea și furnizarea de servicii. Dacă reușim să "gândim digital", cum ar fi integrarea suportului proceselor digitale la toate nivelurile, putem experimenta succesul pe termen lung și putem ține la distanță concurenții revoltați.

Așadar, personalitatea antreprenorială digitală trebuie să conțină următoarele competențe:

- Creativitate, abilități organizatorice și o bună intuiție pentru oportunitățile de piață
- Cunoștințe solide despre cerințele tehnice și mediul competitiv
- Curajul de a aplica procesul de distribuție creativă

În opinia noastră, antreprenoriatul digital se concentrează pe utilizarea tehnologiilor digitale sau a modelelor de afaceri digitale pentru a explora și a exploata oportunitățile antreprenoriale.

Antreprenoriatul digital este un termen care descrie modul în care antreprenoriatul se va schimba, pe măsură ce afacerile și societatea continuă să fie transformate de tehnologia digitală. Antreprenoriatul digital evidențiază schimbări în practica antreprenorială, teorie și educație.

Antreprenoriatul digital include tot ceea ce este nou și diferit în ceea ce privește antreprenoriatul într-o lume digitală, inclusiv:

- Noi modalități de a găsi clienți pentru asocieri antreprenoriale
- Noi modalități de proiectare, oferte de produse și servicii
- Noi modalități de generare a veniturilor și de reducere a costurilor
- Noi oportunități de colaborare cu platforme și parteneri
- Noi surse de oportunitate, risc și avantaj competitiv

Transformarea digitală

Transformarea digitală este integrarea tehnologiei digitale în toate domeniile unei afaceri, schimbarea mentală a modului în care operați și furnizarea de valoare clienților. De asemenea, este o schimbare culturală care cere organizațiilor să conteste continuu status quo-ul, să experimenteze și să se simtă confortabil cu eșecul.

2. Pregătirea trainerilor

Al doilea pas vizează pregătirea formatorilor VET pentru curs, oferind sugestii cu privire la abordarea metodologică a cursului. În plus, va delimita rezultatele specifice ale învățării cursului și va evidenția competențele transversale din cadrul cursului GRACE.

2.1 Metodologia cursului, strategia de realizare și abordarea andragogiei

Abordarea metodologică a cursului GRACE se bazează pe următoarele elemente constitutive:

- **Bottom-up și orientate spre țintă:** Toate activitățile sunt concepute pentru a satisface nevoile și profilul grupului țintă direct, și anume microbusiness-urile culturale și creative.
- **Iterativ:** Mecanismele de feedback pătrund în toate aspectele proiectului și sunt aplicate tuturor actorilor participanți (microbusiness-uri, părți interesate, formatori și parteneri).
- **Inclusiv:** Proiectul GRACE este în mod inerent incluziv, deoarece urmărește să depășească barierele care împiedică accesul la formare și va încuraja participarea grupului țintă cu sediul în zonele geografic îndepărtate de la periferie și care se confruntă cu dificultăți economice sau de altă natură.
- **Transnațional:** Includerea actorilor din diferite țări asigură colectarea unei rezerve largi de informații și maximizează transferul de cunoștințe și învățarea reciprocă.

Curs de metodologie și dezvoltarea modulelor

Platforma educațională și cursul abordează aspecte precum prezența și managementul digital, brandingul, marketingul în era digitală și competențele antreprenoriale digitale. Caracteristicile cheie de inovare ale cursului sunt următoarele:

- Delimitarea și potrivirea nevoilor și provocărilor grupului țintă.
- Dezvoltarea și livrarea cursului online bazat pe co-creație.
- Cursul se va concentra pe valorificarea competențelor digitale în funcție de profilul, nevoile și aspirațiile întreprinderilor mici.
- Platforma educațională și cursul online oferă un mediu de învățare transnațional complet online.

Este foarte important de remarcat atenția acordată depășirii barierelor cu care se confruntă aceste întreprinderi mici care împiedică participarea la formare. Multe dintre ele sunt localizate în regiuni unde turiștii sunt în creștere în timpul sezoanelor de vârf, populația permanentă locală este mică și, ca atare, disponibilitatea instruirii este limitată. În plus, aceste întreprinderi mici nu dispun întotdeauna de resursele (timp, fonduri) pentru a se angaja în oportunități de învățare pe tot parcursul vieții. Din motivele de mai sus, cursul se adresează direct microîntreprinderilor și personalului acestora, online și are o durată scurtă.

Proiectul își propune să ajute microîntreprinderile din sectorul cultural și creativ și va răspunde nevoilor acestora. Ca atare, proiectul este specific sectorului și centrat pe utilizator, având un

punct de început delimitat de provocările și nevoile acestor întreprinderi. Din acest motiv, GRACE pune accent pe ideile și nevoile lor cu scopul de a modela soluții educaționale și de formare care vor aduce rezultate tangibile și de impact. Pe lângă întreprinderile mici, cursul este relevant și va fi și în beneficiul educatorilor și organizațiilor pentru adulți care își desfășoară activitatea în sprijinirea cursanților adulți și a microîntreprinderilor în construirea de abilități și competențe.

Proiectul GRACE oferă o abordare inedită în combinarea competențelor digitale, a antreprenoriatului și a gândirii inovatoare și se bazează pe premisa că digitalizarea stimulează inovarea și creativitatea, acestea fiind motorul acestor afaceri. Proiectul urmează abordări **de tip bottom-up, orientate spre țintă și pe mai multe niveluri** în proiectarea și aplicarea intervenției educaționale. Cursul este un produs al procesului transnațional de co-proiectare: în țările participante au fost organizate ateliere de co-creare înainte de proiectarea propriu-zisă. Atelierele au fost organizate într-un mod care a încurajat participarea activă a grupului țintă.

Reprezentanților întreprinderilor mici și microîntreprinderilor li s-a oferit spațiul necesar pentru a discuta temerile și preocupările lor, pentru a-și exprima nevoile specifice și pentru a comenta subiectele și conținutul modulului. Contribuțiile pe care participanții le-au acordat pentru construirea de module pentru platforma online se referă la accesibilitate, orizontalitate, transparență și deschidere.

Pe baza acestor constatări, cursul dezvoltat include în plus un component practic, față de conținutul teoretic. Această componentă practică poate fi construită prin sesiuni de lucru, în cadrul cărora participanții trebuie să creeze/pregătească produse (de exemplu, un model de afaceri, portofoliul lor online etc.), folosind învățarea bazată pe principiile proiectului. În ceea ce privește partea teoretică a cursului, au fost dezvoltate materiale clare și simple, astfel încât atenția și motivația cursanților să poată fi captate. În cele din urmă, mai multe videoclipuri au fost produse în contextul cursului, oferind un material de formare interactiv și mai interesant. Materialul discută studii de caz și exemple din viața reală, făcând cursul relevant pentru experiențele și nevoile grupului țintă.

Strategia de livrare

Activitățile de formare vor urma metode online de colaborare și de predare a inovării. Activitățile de învățare colaborativă implică în mod activ cursanții, ajutându-i astfel să își

asume responsabilitatea comună pentru învățarea lor. În plus, ele ajută la crearea unui sentiment de comunicare și contribuie la combaterea potențialelor sentimente de izolare și deconectare.

Învățarea colaborativă necesită planificare și pregătire pentru a-i asigura eficiența. Strategiile de bază de învățare colaborativă online sunt, printre altele, următoarele:

- **Promovarea unui mediu incluziv și a unei comunități de învățare:** Învățarea colaborativă de succes depinde de o comunitate incluzivă, în care cursanții au încredere și se respectă reciproc. Luați în considerare utilizarea icebreakerelor sociale (de exemplu, găsirea interesului comun) pentru a-i ajuta să se familiarizeze unul cu celălalt înainte de a-și începe activitățile.
- **Proiectare și planificare intenționată:** Învățarea colaborativă eficientă necesită premeditare și planificare. Deși este posibil să improvizezi în timpul orei, ar trebui să dedici timp înaintea cursului pentru a lua în considerare instrumentele tehnologice și pedagogice disponibile pentru a sprijini cel mai bine obiectivele de învățare ale activității.
- **Comunicați scopul și așteptările:** Cursanții care înțeleg rațiunea și pașii specifici de acțiune ai activității date, sunt mai predispuși să fie implicați și dedicați învățării lor. Fiți clari și expliți cu privire la scopul activității specifice.
- **Parteneriatul cu cursanții:** Deoarece unul dintre obiectivele principale ale învățării colaborative ar trebui să fie implicarea activă a cursanților în propria lor învățare este important să colaborați cu ei pe tot parcursul formării. Acest parteneriat poate lua multe forme, în funcție de obiectivele și contextul cursului tău.
- **Implicați tehnologii specifice pentru a facilita activitățile de învățare colaborativă:** Instrumentele tehnologice educaționale pe care le alegeți vor depinde de obiectivele cursului dvs., de obiectivele activității specifice, precum și de contextul cursului, de exemplu, dacă o activitate este finalizată în timpul orei de curs sau în afara orei.

Abordare pentru instruirea online

Instruirea online oferă experiențe de învățare eficiente din punctul de vedere al costurilor și îmbunătățite, dincolo de cele disponibile în sălile de clasă. Este vorba despre realizarea tuturor activităților educative, cum ar fi instruirea, predarea și învățarea prin diverse mijloace electronice. Designul instructiv adecvat, inclusiv selectarea teoriilor și principiilor adecvate,

este foarte important pentru succesul e-learning-ului. Se sugerează ca următoarele aspecte pedagogice să fie urmate pentru furnizarea de succes a e-learning-ului:

- **Potrivirea cu programa școlară:** trebuie să existe obiective clare, relevante pentru conținutul acoperit.
- **Incluziune:** practicile favorabile incluziunii ar trebui privite în termeni de diferite tipuri și game de realizări, dizabilități fizice, diferite grupuri sociale, etnice și de gen.
- **Implicarea cursantului:** elevii ar trebui să fie implicați și motivați, activitățile ar trebui să aibă un scop educațional valoros, nu doar să ocupe elevii, să fie plăcute, să nu producă reacții emoționale adverse, să îmbunătățească atmosfera de învățare.
- **Învățare eficientă:** promovarea învățării personalizate, autonomia cursantului; încurajarea și colaborarea metacognitivă, oferind un proces de învățare autentică care expune perspective multiple asupra unui subiect.
- Furnizarea de evaluare formativă și sumativă în scopul îmbunătățirii și notării cursanților.
- **Coerență, consecvență și transparență:** obiectivele, conținutul, activitățile și evaluarea ar trebui să corespundă între ele. Ar trebui să fie clar pentru utilizator la ce să se aștepte.
- **Utilizare ușoară:** să fie deschis și accesibil, intuitiv și să nu necesite îndrumări adiționale cu privire la utilizare.

O abordare andragogică

Educația adulților se bazează în mare măsură pe ipotezele și principiile abordării constructiviste. În dezvoltarea metodologiei pentru cursul de formare GRACE au fost luate în considerare mai multe principii de educație a adulților. Tabelul de mai jos își propune să ghideze formatorul cu privire la aplicarea acestor principii în practică.

Principiile	Aplicație
Adulții își adaugă experiențele de viață și cunoștințele în mediul educațional. Experiența este văzută ca o sursă de cunoaștere.	<ul style="list-style-type: none"> ● Experiența și cunoștințele adulților ar trebui să fie apreciate. ● Activitățile de învățare ar trebui concepute astfel încât să promoveze utilizarea experienței și a cunoștințelor anterioare.

<p>Adulții preferă, în general, învățarea auto-direcționată</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Cursanții adulți au nevoie de control asupra procesului lor educațional. Acest lucru le permite și le cere să își asume mai multă responsabilitate și inițiativă. ● Trainerul ar trebui să acționeze ca un facilitator, coach și susținător, identificând modalități de implicare a participanților și livrând informații despre ceea ce doresc să învețe. ● Adulții sunt motivați de o varietate de factori, cum ar fi aspirațiile personale, așteptări, dorința internă sau interese. Prin urmare, ar trebui să se ofere oportunități pentru cursanți de a-și direcționa propria învățare. ● Cursanților ar trebui să li se pună la dispoziție instrumente și șabloane de planificare a acțiunilor pentru a-i ajuta să-și dezvolte și să-și concentreze eforturile auto-direcționate și să sprijine învățarea.
<p>Adulții au nevoie de motivație internă, mai degrabă decât externă, pentru învățare</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Învățarea ar trebui să răspundă nevoilor, intereselor și problemelor lor din viața reală, cu alte cuvinte, să fie semnificativă și relevantă. ● Ar trebui să se facă o legătură între conținutul învățării și obiectivele pe termen lung ale fiecărui cursant, la locul de muncă și în viață.
<p>Cursanții adulți sunt orientați spre obiective, orientați spre relevanță și practici</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Ar trebui stabilite obiective clare de învățare și ar trebui explicat modul în care acestea se raportează la activitățile de formare. ● Cursanții ar trebui să fie implicați în identificarea provocărilor cu care se confruntă și a valorii adăugate a acestor provocări. ● Învățarea trebuie să se plieze sarcinilor de lucru ale adulților sau a altor responsabilități și să se concentreze pe abilități practice, instrumente, metode și rezolvarea problemelor.
<p>Elevii adulți trebuie să fie respectați și să învețe într-un mediu de învățare adecvat</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Respectul, încrederea și acceptarea sunt vitale pentru formarea cu succes a adulților. ● Elevii trebuie să se simtă în siguranță pentru a participa liber, pentru a lua inițiativă, pentru a experimenta și pentru a se exprima. ● Greșelile trebuie privite și folosite ca ajutoare de îmbunătățire și nu ca eșecuri. ● Creativitatea și o atmosferă agreabilă sunt importante, dar trebuie să fie echilibrate cu realizările cognitive, stabilitatea și claritatea scopului. ● Bogăția de cunoștințe și experiențe pe care participanții le aduc la formare ar trebui să fie recunoscute. ● Participanților ar trebui să li se permită să își exprime liber opiniile.

Adulții preferă învățarea activă	<ul style="list-style-type: none"> ● Cu cât elevul este mai implicat în mod activ, cu atât învățarea este accentuată. ● Metodologia și tehnicile de formare diferite au o rată mai mare de retenție.
Adulții doresc îndrumare	<ul style="list-style-type: none"> ● Adulții doresc informații care să-i ajute să-și îmbunătățească situația. ● Adulții nu vor să li se spună ce să facă, dar vor să aleagă opțiuni în funcție de nevoile lor.

2.2 Rezultatele învățării

Proiectul va include direct în activitățile sale 100 de reprezentanți ai microîntreprinderilor. Prin participarea lor la curs, proiectul își propune să sporească competențele digitale adaptate sectorului lor de afaceri și să le ofere cunoștințe și instrumente practice pentru antreprenoriatul digital. Micro-antreprenorii vor învăța cum să comercializeze în era digitală, să-și extindă orizontul de cunoștințe folosind instrumente online, să-și dezvolte creativitatea și designul inovator. Următorul tabel oferă o prezentare generală a modulelor de instruire și o scurtă descriere. În secțiunea 4.1, sunt detaliate planurile de sesiuni, obiectivele de învățare ulterioare, legate de marginea cunoașterii, abilități și atitudini.

Modulul 1	Introducere: Înțelegerea antreprenoriatului digital în sectorul cultural și creativ
Scurtă descriere	Introducere în antreprenoriatul digital dedicat sectorului cultural și creativ, definirea conceptelor-cheie și prezentarea situației actuale din țările participante și din Europa în ceea ce privește digitalizarea în sectorul cultural și creativ.
Obiective de învățare	După finalizarea acestui modul, elevul va: <ul style="list-style-type: none"> ● Înțelege pe deplin tendințele și oportunitățile viitoare ● Recunoaște exemple de antreprenorat digital în acest sector
Modulul 2	Promovați-vă afacerea culturală și creativă online
Scurtă descriere	Furnizarea de informații cu privire la elementele esențiale ale marketingului online, și anume vânzarea de produse și servicii prin mijloace digitale. Acest al doilea modul analizează mai îndeaproape nevoile unui micro-antreprenor din sectorul cultural și creativ și va prezenta informații adaptate pentru a-i ajuta să înființeze o afacere online cu potențial de creștere. Acesta este un modul practic care va oferi răspunsuri la probleme cheie privind marketingul online al micro-întreprinderilor.

	Este necesar ca elevii să aibă experiență anterioară în utilizarea internetului pentru navigare, și să fie familiari în a face tranzacții online (prin web banking, etc).
Obiective de învățare	<p>După finalizarea acestui modul, elevii vor putea:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Înțelege elementele esențiale ale marketingului online, cu accent pe caracteristicile sectorului cultural și creativ ● Cunoaște cerințele înființării și întreținerii unui magazin online ținând cont de caracteristicile sectorului CC și de contextul național ● Configura și opera o afacere online ● Identifica magazine de pe piața online (de exemplu, etsy.com) ● Recunoaște avantaje, dezavantaje, amenințări și oportunități ale marketingului online, inclusiv siguranța online
Modulul 3	Prezența digitală și gestionarea conținutului - Promovează-ți afacerea online
Scurtă descriere	Al treilea modul al cursului este axat pe brandingul digital și dezvoltarea conținutului pentru social media. Economiiile de astăzi sunt transformate masiv și continuu de avansarea digitală și de progresele tehnologice. Este recunoscut faptul că întreprinderile care nu profită de valul digitalizării se vor afla într-o poziție dezavantajată în economiile viitoare. Scopul acestui modul este de a oferi instruire personalizată, practică, cu privire la modul de stabilire și menținere a unei prezențe digitale începând de la zero și cu fonduri minime.
Obiective de învățare	<p>După finalizarea acestui modul, elevii vor putea:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Înțelege conceptele, instrumentele și platformele cheie pentru promovarea digitală a afacerii lor ● Cunoaște avantajele și dezavantajele stabilirii și menținerii unei prezențe digitale (site web, social media) ● Înțelege elementele esențiale ale construirii unei strategii de marketing digital bazate pe nevoile, viziunea și capacitatea lor ● Configura conturi de social media și creea conținut pentru a menține vizibilitatea afacerii
Modulul 4	Colaborați și conectați-vă
Scurtă descriere	Un factor crucial pentru viabilitatea și creșterea microîntreprinderilor este inovarea și extrovertirea. În acest mod, microîntreprinderile pot descoperi noi piețe pentru bunurile și serviciile lor, își pot îmbunătăți capitalul inovator,

	pot găsi colaboratori și pot construi elemente sinergice. Dar cum pot construi o abordare colaborativă și relaționare care să se potrivească nevoilor și profilului lor și să continue să urmeze acest lucru? Aceast modul va răspunde acestor întrebări.
Obiective de învățare	După completarea acestui modul, elevii vor putea: <ul style="list-style-type: none">● Identifica beneficiile creării de rețele și colaborării pentru microîntreprinderile culturale și creative● Să își îmbunătățească competențele de creare de rețele și să le adapteze la nevoile și caracteristicile sectorului lor● Dezvolta și începe o strategie de networking

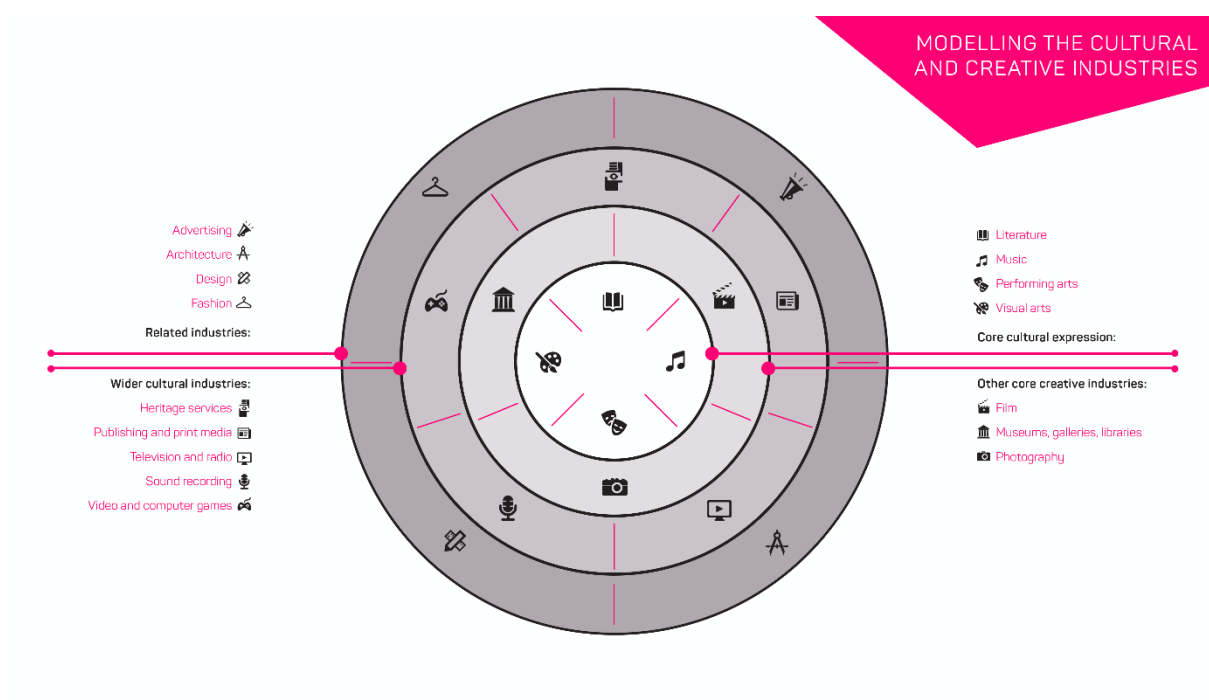
3. Mobilizarea cursanților

Cea de-a treia etapă a acestei metodologii vizează profilarea cursanților cursului GRACE și oferă strategii de implicare a participanților, înainte de formare și în timpul sesiunilor introductive, pentru a crea un mediu de învățare adecvat.

3.1 Descrierea profilului cursanților

Proiectul GRACE are ca obiectiv central dotarea micro-antreprenorilor culturali și creativi cu competențe digitale pentru a-și poziționa cu succes afacerea în era digitală și pentru a-și promova competitivitatea și a se dezvolta. Acest obiectiv specific este abordat și de cursul online dezvoltat în cadrul proiectului. Astfel, cursul GRACE are un **grup țintă bine definit**, format din **antreprenori** care au o microîntreprindere creativă sau culturală și **membri ai personalului** acestui tip de întreprinderi.

Teatrul, artele vizuale, cinematografia, televiziunea, radioul, muzica, activitatea editorială, jocurile pe calculator, arhitectura, designul, moda și publicitatea fac parte din industriile culturale și creative.



Preluat de pe [pagina](#) Cultural & Creativity

Mai exact, cursul este dedicat micro-antreprenorilor și personalului lor, a căror afaceri au fost **afectate de pandemia COVID-19**, perioadă care a dus la o stagnare deosebită pentru aceștia. Având în vedere cercetările adunate și grupurile de interes coduse în țările partenere, s-a constatat că întreprinderile mai mici sunt mai predispuse să nu aibă o prezență digitală solidă,

prin urmare, acoperirea și vizibilitatea lor sunt reduse. Profilul cursantului arată că micro-antreprenorii/membrii personalului pot avea niveluri diferite de educație și pot aparține unor grupe de vârstă diverse. Mai mult decât atât, s-a observat că o parte a grupului țintă poate deține competențe digitale, în timp ce cealaltă parte nu știe nici măcar cum să-și înceapă prezența online. Cu toate acestea, în ciuda nivelului de cunoștințe, rezultatele grupurilor de interes au identificat o nevoie înrădăcinată pentru o cale accesibilă și gratuită, care să vizeze premisele digitalizării antreprenoriale.

3.2 Strategii de implicare a cursanților înainte de formare

Din moment ce cursul are loc online, o strategie bună de a se angaja cursanți înainte de formare este necesară.

În primul rând, interacțiunea inițială a cursanților cu materia are un rol central. Astfel, ar trebui să se desfășoare o campanie de promovare cuprinzătoare. Înainte de a alege strategia corectă de promovare, ar trebui să se efectueze investigații cu privire la contextul național al digitalizării microîntreprinderilor creative și culturale. Întrebările care trebuie abordate în timpul acestei analize sunt:

- Cum pot maximiza impactul campaniei mele pentru a fi vizibil pentru grupul meu țintă?

Exemplu:

Reclame plătite pe rețelele de socializare

Afișe care vor fi afișate în locații cheie (teatru, piață pentru produse handmade etc.)

Word-of-mouth de introducere pe piață

Folosirea grupurilor de social media dedicate micilor antreprenori (Facebook și LinkedIn)

- Ar trebui să-mi desfășor promovarea online? Offline? Sau ar trebui să aleg o strategie mixtă?

Exemplu:

În acest caz, abordarea mixtă ar putea ajunge la un public mai larg. Promovarea online pe principalele canale de social media folosite de micile afaceri (Instagram, Facebook, LinkedIn) poate face cursul vizibil antreprenorilor care au deja cunoștințe de bază despre prezența digitală. Cu toate acestea, promovarea offline (prin pliante, afișe și alte materiale vizuale) împărtășită în locuri publice (evenimente culturale, târguri de creație) frecventate de antreprenori vizează pe cei care nu sunt atât de familiarizați cu domeniul digital.

- Ce actori m-ar putea ajuta să ajung la grupul meu țintă? Pot să-i implic pe unii dintre ei în promovarea cursului?

Exemplu:

Adresați-vă ONG-urilor culturale, Ministerului Culturii, Universităților de Artă sau altor Institute culturale. Ei au deja un public format care vă poate sprijini inițiativa și, de asemenea, poate promova cursul în comunitățile lor.

După ce s-a răspuns la aceste întrebări cheie, dezvoltarea strategiei de promovare poate fi realizată și pusă în aplicare.

În al doilea rând, participanții trebuie să completeze un formular de înregistrare. Acest formular are un rol esențial și este un mijloc de a interacționa cu alți participanți. Asigurați-vă că formularul este accesibil, conține informații clare și este atrăgător pentru cititor. Mai departe, pentru a iniția legătura cu posibii cursanți, includeți o secțiune în formular care să răspundă așteptărilor celor care o completează.

În al treilea rând, este esențial ca educatorul/formatorul să colaboreze cu posibilul participant după completarea formularului de înscriere. Acest lucru se poate face în următoarele moduri:

- După înregistrare, trimiteți un e-mail de confirmare fiecărei persoane care a completat formularul de înregistrare.
- Un e-mail cu informații suplimentare cu privire la curs poate fi, de asemenea, trimis pentru a stârni curiozitatea în continuare. Acest pas poate fi îndeplinit prin trimiterea de diferite materiale informative, videoclipuri inspiraționale care se referă la subiectele abordate în timpul cursului (de exemplu, articole naționale despre digitalizarea întreprinderilor mici, exemple de bune practici pe această temă, videoclipuri TedX care pot inspira cursanții).
- Asigurați-vă că posibii participanți sunt informați în mod clar cu privire la scopul cursului, astfel încât să puteți evita un posibil abandon. Fiți clar în comunicarea dumneavoastră online cu privire la grupul țintă, obiectivele și structura cursului.
- Cu câteva zile înainte de începerea cursului, contactați toate persoanele care s-au înregistrat pe formularul de înregistrare pentru a confirma prezența lor.

3.3 Strategii de implicare a stagiatorilor în timpul sesiunilor

Implicarea cursanților în timpul sesiunilor de curs este o chestiune esențială pentru a maximiza potențialul cursului cât mai mult posibil. În acest sens, există următoarele direcții:

1) Competențele inițiale și lista așteptărilor

Este esențial ca formatorul/educatorul să fie familiarizat cu nivelul de cunoștințe al participanților. În acest sens, se poate desfășura o discuție orală despre competențele digitale pe care participanții le dețin la începutul cursului (a se vedea exemplul de mai jos).

Exemplu:

Trainerul ar putea începe cu o masă rotundă (plinară), în cadrul căreia toți cursanții trebuie să răspundă la următoarele puncte:

- *Describe-ți afacerea în câteva fraze (obiect al afacerii, grup țintă)*
- *Cum vă faceți afacerea vizibilă? Ce canale utilizați?*
- *Aveți competențe digitale/ați participat la vreo pregătire în acest sens?*

Pe lângă scopul de a afla competențele cursanților, acest exercițiu ar putea fi un prim pas spre crearea de rețele și pentru a-i determina pe cursanți să se cunoască.

În plus, în faza incipientă este vital să se colecteze așteptările pe care cursanții le au cu privire la abilitățile pe care ar dori să le dobândească de-a lungul cursului și informațiile pe care doresc să le înțeleagă (a se vedea exemplul de mai jos). Trainerul ar trebui să ghideze sesiunile intermediare în conformitate cu aceste așteptări.

Exemplu:

*Utilizați instrumentul online **Mentimeter**. Trainerul va crea un board cu următoarea întrebare: "**Care sunt așteptările tale concrete de la cursul GRACE? Ce ți-ar plăcea să înveți?**" . Cursanții vor avea la dispoziție aproximativ 5 minute pentru a răspunde la întrebare și pentru a-și prezenta răspunsurile. După acest pas, formatorul va prelua conducerea și va discuta rezultatele.*

2) Trei sesiuni sincrone intermediare

Materialul online va fi completat de trei sesiuni intermediare cu educatorul/trainerul, care vor include activități interactive și practice. În cadrul acestor sesiuni, trainerul poate să colecteze feedback-ul materialelor și să ofere, dacă este necesar, explicații complementare.

3) Grupuri de discuții online (naționale și internaționale)

Un alt instrument care va fi disponibil în mod constant pentru participanți și va ajuta la implicarea acestora sunt grupurile de discuții online disponibile pe platformă. Pe site, fiecare cursant va avea posibilitatea de a se alătura unui grup național (cel atribuit țării lor), unde comunicarea se va face în limba națională. În plus, aceștia vor avea posibilitatea de a se alătura grupului internațional general, care va reuni toți participanții și unde comunicarea se va desfășura în limba engleză. Cursanților ar trebui să li se reamintească pe durata cursului

despre aceste grupuri și să fie încurajați să le folosească. Comunicarea peer-to-peer este dovedită folositoare pentru a crește motivația.

4) Check-in constant cu participanții

În plus, participanților ar trebui să li se acorde șanse suplimentare de a pune întrebări și de a interacționa cu educatorul/formatorul. Acest lucru se poate face în moduri diferite, cum ar fi: opțiunea individuală de chat de pe platformă și setarea orelor de întrebări și răspunsuri.

4. Implementarea cursului

Cea de-a patra etapă vizează familiarizarea formatorilor VET cu conținutul cursului și modul în care pot optimiza mai bine utilizarea acestuia prin furnizarea de instrumente dedicate punerii în aplicare, cum ar fi planurile de sesiune, cu titlul, durata, scopul general, rezultatele și conținutul specific al învățării. Vor fi livrate indicații specifice pentru fiecare modul.

4.1 Planuri de sesiuni

Modulul 1			
Titlu	Introducere: Înțelegerea antreprenoriatului digital în sectorul cultural și creativ		
Descriere	Acest prim modul va introduce cursantul în antreprenoriatul digital dedicat sectorului cultural și creativ. Acesta va defini concepte-cheie și va prezenta situația actuală din țările participante și din Europa în ceea ce privește digitalizarea în sectorul cultural și creativ.		
Obiectivele	După finalizarea acestui modul, elevul va: <ul style="list-style-type: none"> → Înțelege și aplica concepte-cheie ale antreprenoriatului digital → Înțelege pe deplin tendințele și oportunitățile viitoare → Fi expus la exemple de antreprenoriat digital din acest sector 		
Rezultatele învățării	Cunoaștere <ul style="list-style-type: none"> ● Înțelegerea conceptelor-cheie ale antreprenoriatului digital 	Aptitudini <ul style="list-style-type: none"> ● Să fie în măsură să identifice diferențele dintre antreprenoriatul digital și cel tipic 	Atitudini <ul style="list-style-type: none"> ● Depășirea stereotipurilor privind antreprenoriatul digital în sectorul cultural și creativ
Competențe așteptate	<ul style="list-style-type: none"> ○ încrederea în sine ○ gândire critică 		
Unități/conținut modul	1.1 Antreprenoriatul digital - (ppt) <ul style="list-style-type: none"> ● Cine este un antreprenor digital? ● Diferențe cu un antreprenor tipic ● Ce este antreprenoriatul digital în industriile culturale și 		

	<p>creative</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Definiție, exemple <p>1.2 Factori-cheie pentru a deveni antreprenor digital în sectorul cultural și creativ (ppt)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identificarea și analiza factorilor cheie <p>1.3 Perspective de viitor (ppt)</p> <p>Perspective de piață, oportunități în sectorul cultural și creativ</p> <p>1.4 Test</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Cine este un antreprenor digital?
<p>Activități de învățare și Abilități de învățare conectate</p>	<p>1. 40 Minute Dyad – această activitate poate fi utilizată în grupuri mari, cu prezența unui facilitator / educator.</p> <p>Durata: 40 minute Număr de participanți: max. 16 Față în față / Sincron online</p> <p>Participanții vor înțelege cum propria lor personalitate este o parte importantă în a deveni antreprenori digitali.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Incepe exercitiul cu un joc energizant la alegere și apoi prezintă-le participanților activitatea. Explicați că a fi conștienți de poziția lor ca proprietari de afaceri / profesioniști este esențială. ● Rugați participanții să se împartă în perechi și să se așeze unul cu celălalt. ● Explicați că fiecare echipă va vorbi cu celelalte echipe în runde. Timp de cinci minute, doar o persoană vorbește - cealaltă persoană ascultă, apoi perechea se schimbă pentru următoarele cinci minute. Faceți acest lucru timp de patru runde - acest lucru ar trebui să dureze 40 de minute (sau să se adapteze în funcție de limitările de timp). ● Rugați participanții să aleagă una dintre următoarele declarații. Fiecare pereche discută apoi declarația aleasă pe rând la începutul primului tur (astfel încât amândoi vor fi întrebați pentru prima dată). După prima rundă, participanții continuă cu subiectul lor. <p><i>Exemple de declarații:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Am (sau nu) abilitățile necesare pentru a-mi transfera afacerea online.</i> ● <i>Pandemia mi-a afectat afacerea</i> ● <i>Mă simt nesigur despre a fi un antreprenor digital</i> ● <i>Mă simt plin de speranță pentru viitorul afacerii mele.</i> <p>După patru runde de discuții, aduceți grupul înapoi împreună. Întrebați cum se simt după exercițiu și care au fost experiențele lor. Adresați ideile discutate.</p> <p>Această activitate oferă o oportunitate de a împărtăși dialogul lor interior cu cineva care ascultă. Acest lucru poate face ca</p>

propriile lor idei despre lucruri să fie mai evidente, deoarece de multe ori atunci când spui ceva cu voce tare sensul devine mai clar; de asemenea, este neobișnuit să aveți atenția altcuiva nedivizată timp de 20 de minute.

Acest exercițiu construiește încredere și ascultare activă.

2. **Poziția benzii** – această activitate ajută gândirea critică și la construirea rezilienței

Durata: 30 minute

Număr de participanți: max 20-25

Față în față

- Pentru această activitate veți avea nevoie de o bandă pe podea.
- Veți cere participanților să pășească pe bandă.
- Veți citi câteva declarații privind antreprenoriatul digital/pandemia și modul în care aceasta le-a afectat afacerile
- În cazul în care participanții sunt de acord cu declarația, aceștia vor face un pas înainte. În cazul în care aceștia nu sunt de acord, ei vor face un pas înapoi și în cazul în care acestea nu sunt siguri sau în cazul în care acest lucru nu se aplică pentru ei, ei pot rămâne în continuare pe bandă.
- Acordați-le câteva minute pentru a verifica restul poziției participanților
- Apoi, ia câteva minute pentru a discuta opinia lor / experiențele celor care vor să împărasească.

Exemplu de declarații:

- Înțeleg conceptele cheie ale antreprenoriului digital
- Cred că competențele digitale sunt importante pentru afacerea mea
- Cunosc diferențele cu un antreprenor tipic
- Am o înțelegere aprofundată a tendințelor și oportunităților viitoare
- Înțeleg cum abilitățile digitale îmi vor ridica afacerea
- Competențele digitale sunt importante pentru industriile creative / culturale

Puteți utiliza declarații suplimentare pe care le puteți gândi, legate de declarații care vor fi utile pentru participanți.

Un alt mod în care puteți face acest lucru este să le cereți participanților să-și împărtășească gândurile și experiențele cu privire la pandemie și la modul în care aceasta i-a afectat pe ei și afacerea lor. Ulterior, restul participanților vor face un pas înainte dacă sunt de acord sau un pas înapoi dacă nu sunt de acord și își pot împărtăși opinia și pot avea o mică discuție.

Acest exercițiu se poate face și individual, fiecare participant citind declarațiile și notând dacă este de acord sau nu.

Acest exercițiu ajută la comunicare, rezolvarea problemelor și gândirea critică

Metode de predare	Întregul curs se bazează pe metoda de e-learning. Două tehnici ar putea fi aplicate fie distinct, fie combinate: A) Sincron Prezentari PPT, discuții, întrebări și răspunsuri B) Asincron Prezentări PowerPoint, studierea individuală		
Resurse necesare	Laptop sau PC, conexiune la internet, bandă de hârtie (pentru activitatea de învățare)		
Evaluare	Test <ul style="list-style-type: none"> ● 5-10 întrebări 		
Durată	✓ Timp de studiu: 1 oră ✓ Test: 30 de minute		
Sfaturi pentru trainer	Acesta este un modul introductiv care vizează familiarizarea cursanților cu definiții și concepte. Are o abordare teoretică și nu ar trebui să intre în detalii extreme. Elevii provin în cea mai mare parte din sectoarele creative, culturale și de afaceri. Acest modul funcționează ca o bază teoretică, ajutând elevii să aibă o idee clară despre diferitele concepte înainte de a se scufunda în subiecte mai practice în modulele următoare.		
Modulul 2			
Titlu	Promovați-vă afacerea culturală și creativă online		
Descriere	Acest al doilea modul va instrui participanții cu privire la elementele esențiale ale comercializării afacerii lor online, și anume vânzarea de produse și servicii prin mijloace digitale. Modulul 2 analizează mai îndeaproape nevoile unui micro-antreprenor în sector cultural și creativ și va prezenta cursuri de formare adaptate pentru a-i ajuta să înființeze o afacere online cu potențial de creștere. Acesta este un modul practic, how-to , care va oferi răspunsuri la probleme cheie privind marketingul online al microîntreprinderilor.		
Obiectivele	După finalizarea acestui modul, elevii vor putea: <ul style="list-style-type: none"> → Înțelege elementele esențiale ale marketingului online, cu accent pe caracteristicile sectorului cultural și creativ → Cunoaște cerințele înființării și menținerii unui magazin online care să ia în considerare caracteristicile sectorului CC și contextul național; → Să se simtă încrezători legat de înființarea și operarea afacerii online → Să se familiarizeze cu magazinele de pe piața online (de exemplu, etsy.com) → Cunoaște mai bine avantajele, dezavantajele, amenințările și oportunitățile marketingului online, inclusiv orientările privind siguranța 		
Rezultatele învățării	Cunoaștere <ul style="list-style-type: none"> ● Să aibă o înțelegere 	Aptitudini <ul style="list-style-type: none"> ● Configurarea unui magazin 	Atitudini <ul style="list-style-type: none"> ● Depășirea stereotipurilor

	generală a modului în care funcționează antreprenoriatul digital pentru sectorul cultural și creativ	digital pe anumite platforme	privind antreprenoriatul digital în sectorul cultural și creativ
Competențe așteptate	<ul style="list-style-type: none"> ○ încrederea în sine ○ de decizie ○ rezolvarea problemelor ○ gândire creativă ○ gestionare și control ○ responsabilitate 		
Unități/conținut modul	<p>2.1 Elementele de bază pentru vânzarea de bunuri și servicii online (ppt)</p> <p>În această unitate introductivă, vor fi furnizate definiții-cheie, împreună cu o imagine de ansamblu a tendințelor actuale ale pieței. Această unitate va prezenta, de asemenea, avantajele și dezavantajele vânzării de bunuri / servicii online.</p> <p>2.2 Un ghid pas cu pas despre cum să vinzi online și să înființezi un e-shop (video, tutorial)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Alegerea unui nume de domeniu - de ce este important ● Cerințe legale/ fiscale pentru fiecare țară ● Cum să gestionezi conținutul și tranzacțiile ● Exemplu de ceea ce poate merge prost și cum să remediați <p>2.3 Piețe online pe care le puteți utiliza (ppt)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Etsy.com ● Ebay <p>2.4 Proprietatea intelectuală și siguranța în marketingul online (ppt)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Cum să vă protejați proprietatea intelectuală ● Cum să efectuați tranzacții online sigure <p>2.5 Test cu variante multiple de răspuns</p> <p>2.6 Resurse și sprijin suplimentare</p> <p>Link-uri către resurse la nivel național și european în ceea ce privește sprijinul pentru înființarea unui magazin online, bloguri și exemple, agențiile naționale de reglementare privind proprietatea intelectuală și comerțul electronic.</p>		
Activități de învățare și Abilități de învățare conectate	<p>1. <u>Filozofia ta de lucru de o sută de cuvinte</u></p> <p>Durata: 40 minute</p> <p>Număr de participanți: fără limită</p> <p>Față în față / Online sincron și asincron</p> <p>Scopul este de a scrie filozofia de lucru în exact o sută de cuvinte - nici mai mult și nici mai puțin. Poate avea orice formă doriți, de la o declarație de valori la o listă de instrucțiuni.</p>		

	<p>Notează-ți convingerile și valorile despre afacerea ta. Gândește-te la experiențe care au avut un impact semnificativ asupra afacerii tale sau la sfaturi puternice pe care le-ai primit. Pe baza experiențelor tale, care este filozofia ta de lucru?</p> <p>Oferiți participanților aproximativ o jumătate de oră. După ce termină de scris, puteți întreba dacă cineva dorește să împărtășească filozofia lor de lucru.</p> <p>Acest exercițiu poate ajuta la construirea încrederii în sine, la dezvoltarea gândirii creative, la asumarea responsabilității, la îmbunătățirea managementului și a controlului.</p> <p>2. Reguli de bază</p> <p>Existența unor reguli de bază este importantă în toate mediile și sectoarele.</p> <p>Durata: 20 minute</p> <p>Număr de participanți: max. 20</p> <p>Față în față / Sincron online</p> <ul style="list-style-type: none"> • Așezați hârtie flipchart și markere în jurul clasei. Instruiți participanții să se împartă în grupuri de câte trei și rugați-i să discute și să convină asupra unei liste de reguli de bază care ar putea fi utile la deschiderea unui magazin online. • Rugați participanții să ofere feedback grupului mai mare și să ofere o justificare pentru alegerile lor. • Comparați regulile lor de bază cu exemplele de reguli de bază. <p>Discuția de comparație ar trebui să includă următoarele:</p> <p>Regulile de bază ne oferă un nivel de referință la care ne putem referi înapoi, în cazul în care apar probleme.</p> <p>Normele de bază oferă un mediu de lucru sigur și eficient.</p> <p>Normele de bază oferă o mai mare claritate în ceea ce privesc limitele.</p> <p>Regulile de bază pot fi puse în aplicare în multe aspecte diferite ale vieții cuiva.</p> <p>O modificare pentru acest exercițiu ar fi împărțirea grupului în grupuri mai mici și fiecare grup își poate scrie propriile reguli/orientări de bază pentru dezvoltarea unui magazin electronic. După aceea, ei pot discuta regulile cu care au venit și le pot compara.</p> <p>Acest exercițiu dezvoltă abilități de rezolvare a problemelor, gândire creativă, luare a deciziilor, management și control.</p>
Notă pentru facilitatori	<p>Pentru activitatea de o sută de cuvinte (filosofie a lucrului), ar fi de ajutor pentru participanți, dacă ați fi pregătit propria filozofie de lucru. În cazul în care sunt reticenți în a-și împărtăși povestea lor, puteți începe cu propria poveste. Acest lucru le va da curajul de a împărtăși convingerile și valorile lor.</p> <p>Vă recomandăm să utilizați filosofia de lucru de o sută de cuvinte înainte de modul. În acest fel, participanții își vor împărtăși filozofia de lucru și puteți lua în considerare în timp ce avansați cu modulul. După ce terminați modulul, puteți utiliza activitatea regulilor de bază,</p>

	care va servi ca o revizuire a ceea ce trebuie să faceți atunci când încercați să deschideți un magazin online, rămânând în același timp fideli filozofiei de lucru.
Metode de predare	Întregul curs se bazează pe metoda e-learning. Două tehnici ar putea fi aplicate fie distinct, fie combinate: C) Sincron Prezentari PPT, video, discutii, întrebări și răspunsuri D) Asincron Prezentări PPT, videoclipuri, studiu în ritm propriu
Resurse necesare	Laptop sau PC, conexiune la internet, foi albe A4, flipcharturi, pixuri, markere (pentru activitatea de învățare) Este necesar ca elevii să aibă experiență anterioară în utilizarea internetului pentru navigare și sunt familiarizați în efectuarea tranzacțiilor online (prin web banking etc.).
Evaluare	Test cu variante multiple de răspuns ● 8-10 întrebări
Durată	✓ Timp de studiu: 4 ore ✓ Test și exerciții: 2 ore
Sfaturi pentru trainer	Acesta este un modul practic care ghidează cursanții în a-și construi propriul magazin digital. Unitatea 2.3 se concentrează în principal pe două dintre cele mai importante platforme pentru magazinele online dedicate sectorului creativ. Acestea nu sunt singurele alegeri și la sfârșitul acestei unități particulare sunt enumerate alte alternative dacă cineva dorește să privească mai departe. Acest modul oferă elementele de bază profesioniștilor din sectorul creativ și cultural care doresc să-și transfere afacerea online pentru prima dată.
Modulul 3	
Titlu	Prezența digitală și gestionarea conținutului - Promovează-ți afacerea online
Descriere	Al treilea modul al cursului se concentrează pe branding digital și dezvoltarea de conținut social media pentru a ajuta afacerea să crească. Economiiile de astăzi sunt transformate masiv și continuu de transformarea digitală și de progresele tehnologice. Este recunoscut în mod semnificativ faptul că întreprinderile care nu urcă pe valul digitalizării se vor afla într-o poziție dezavantajată în economiile viitoare. Scopul acestui modul este de a oferi instruire personalizată, practică cu privire la modul de stabilire și menținere a unei prezențe digitale de la zero și cu fonduri minime.
Obiectivele	După finalizarea acestui modul, elevii vor putea: → Înțelege conceptele, instrumentele și platformele cheie pentru promovarea digitală a afacerii lor → Cunoaște avantajele și dezavantajele stabilirii și menținerii unei prezențe digitale (site web, social media) → Înțelege elementele esențiale ale construirii unei strategii de marketing digital bazate pe nevoile, viziunea și capacitatea lor

	→ Au abilitățile de a configura cu încredere conturi de social media și de a crea conținut pentru a-și menține vizibilitatea afacerii		
Rezultatele învățării	Cunoaștere <ul style="list-style-type: none"> ● Să aibă o înțelegere generală a necesității de a avea o prezență digitală ca antreprenor cultural și creativ 	Aptitudini <ul style="list-style-type: none"> ● Posibilitatea de a crea o identitate de afacere digitală ● Să poată construi o strategie de identitate digitală de afacere în funcție de nevoile întreprinderii lor ● Să se simtă încrezători în promovarea digitală a muncii lor 	Atitudini <ul style="list-style-type: none"> ● Schimbarea perspectivelor despre a avea o identitate digitală ca afacere creativă și culturală
Competențe așteptate	<ul style="list-style-type: none"> ○ abilități sociale ○ încredere ○ de decizie ○ rezolvarea problemelor ○ abilități de comunicare ○ gândire creativă ○ gândire critică ○ responsabilitate 		
Unități/conținut modul	<p>3.1 Introducerea microîntreprinderilor creative și culturale în marketingul digital (ppt)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Înțelegerea conceptelor și ideilor cheie ● Strategii de marketing digital pentru afaceri culturale și creative <p>3.2 Gândirea strategică (ppt)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Elementele de bază ale construirii unei strategii de piață digitală ● Gândește strategic: ce să iei în considerare pentru a-ți construi propria strategie <p>3.3 Configurarea și îmbunătățirea prezenței pe rețelele de socializare (tutorial video)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Un ghid pas cu pas privind configurarea conturilor de social media cu sugestii și asistență cu privire la modul de creare a conținutului și de îmbunătățire a vizibilității rețelelor sociale ● Identificarea rețelelor sociale relevante pentru munca dvs. <p>3.4 Rămâi în siguranță online (ppt)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Evitarea spam-ului și a boților ● Termeni și condiții ● Probleme de securitate 		

	<p>3.4 Activitatea de învățare: Conturează-ți propria strategie de marketing digital</p> <p>Ultima activitate din acest modul le cere cursanților să-și contureze propria strategie de marketing digital în conformitate cu obiectivele, resursele și rezultatele așteptate.</p>
<p>Activități de învățare și Abilități de viață conectate</p>	<p>1. <u>Analiza SWOT personală (puncte forte, puncte slabe, oportunități, amenințări)</u></p> <p>Durata: 40 minute Număr de participanți: max. 20 Față în față / Online sincron și asincron</p> <p>Identifică-ți punctele forte întrebându-te <i>La ce te pricepi?</i> <i>Ce abilități ai dobândit?</i> <i>Care sunt talentele tale sau darurile născute natural?</i></p> <p>Identifică-ți punctele slabe <i>Există vreun aspect al expertizei tale care ar putea fi îmbunătățit?</i> <i>Care sunt defectele percepute de alții (colegi, parteneri, angajați)?</i> <i>Care sunt domeniile în care ai putea să te îmbunătățești, în funcție de alții?</i></p> <p>Pentru sectorul oportunităților, examinați factorii externi pe care îi puteți utiliza pentru a vă îmbunătăți afacerea prin atingerea competențelor digitale. Printre întrebările de luat în considerare se numără: <i>Cum te vor ajuta noile competențe digitale?</i> <i>Cum este situația cu afacerile care lucrează online?</i> <i>Ce noi oportunități vei avea?</i></p> <p>Examinați orice amenințări cu care v-ați putea confrunta atunci când mergeți online. Această secțiune ia în considerare elementele externe care vă pot afecta capacitatea de a vă atinge obiectivele. Gândiți-vă la următoarele întrebări: <i>Cât de familiarizați sunteți cu amenințările online?</i> <i>Există o mulțime de concurență online?</i> <i>Care este cea mai importantă amenințare externă la adresa afacerii tale dacă intri în online?</i></p> <p>Acest exercitiu poate ajuta la rezolvarea problemelor, increderea în sine, gândirea critică și creativă.</p> <p>2. <u>Cum te-ai descrie ca un proprietar de afacere / profesionist?</u></p> <p>Durata: 20 minute Număr de participanți: fără limită Față în față / Online sincron și asincron</p> <p>Ia-ți ceva timp și gândește-te înainte de a răspunde. Cum te-ai descrie ca un proprietar de afacere? Gândește-te la modul în care te-ai descrie unui străin total. Încearcă să fii cât mai obiectiv posibil.</p>

	<p>Notează-ți caracteristicile esențiale care îți definesc identitatea de profesionist.</p> <p>Încearcă să te gândești la modurile în care aceste caracteristici te-au ajutat în alte situații în care te simțeai neajutorat sau trebuia să înveți ceva nou legat de afacerea ta.</p> <p>Nu există răspunsuri corecte sau greșite.</p> <p>Încercați să nu vă gândiți prea mult la acest lucru.</p> <p>Puneți jos primele și cele mai sigure răspunsuri care vă vin în cap, cele care vă fac să spuneți: "Acesta sunt eu".</p> <p>Fără nicio auto-editare, limitări și inhibiții, scrieți un răspuns la următoarea afirmație "Gândiți-vă la viața voastră profesională în viitor, când aveți 109 ani. Imaginați-vă că totul a mers la fel de bine cum ar putea profesional. Ai muncit din greu și ai reușit să-ți atingi toate obiectivele profesionale. Gândiți-vă la acest lucru ca realizarea tuturor viselor tale. Acum, scrie despre ceea ce ți-ai imaginat". Imaginați-vă că sinele vostru de 109 ani, a avut acces la o mașină a timpului. Au sărit în acea mașină a timpului și au ajuns chiar în acest moment. Stau lângă tine și să vă dau sfaturi. Ce ar spune ei?</p> <p>Puteți scrie răspunsurile într-o formă de o scrisoare pentru dvs. pe care o puteți citi ori de câte ori vă simțiți fără speranță sau copleșit. Acest lucru vă poate ajuta să vă amintiți tot ceea ce ați realizat, dificultățile pe care le depășiți și să încercați să vă amintiți că v-ați confruntat cu obstacole similare înainte.</p> <p>Această activitate poate ajuta la rezolvarea problemelor, încrederea în sine și gândirea creativă.</p>
Metode de predare	<p>Întregul curs se bazează pe metoda de e-learning. Două tehnici ar putea fi aplicate fie distinct, fie combinate:</p> <p>E) Sincron Prezentari PPT, video, discutii, intrebari si raspunsuri</p> <p>F) Asincron Prezentări PPT, videoclipuri, studiu în ritm propriu</p>
Resurse necesare	Laptop sau PC, conexiune la internet, foi albe A4, pixuri (pentru activitatea de învățare)
Evaluare	Activitate de învățare: Schițați-vă propria strategie de marketing digital
Durată	<p>✓ Timp de studiu: 3 ore</p> <p>✓ Exerciții: 3 ore</p>
Sfaturi pentru trainer	<p>Acesta este un modul practic pentru îndrumarea profesioniștilor din sectorul creativ și cultural pentru a-și construi identitatea digitală de afacere. Trainerul ar trebui să sublinieze importanța aspectului digital al desfășurării afacerilor în aceste sectoare și să motiveze cursanții să înțeleagă hype-ul epocii. Formatorii ar trebui, de asemenea, să ia în considerare faptul că artiștii, muzeele, siturile arheologice etc. ar putea avea o viziune aproape fixă cum că sectoarele creative și culturale nu pot avea o prezență digitală. Astfel formatorii s-ar putea</p>

	confrunța cu rezistență la schimbarea de mentalitate din partea elevilor adulți. Activitatea finală este foarte utilă deoarece oferă cursanților posibilitatea de a-și contura propria strategie de marketing digital și de a aplica tot ceea ce au învățat în acest modul.		
Modulul 4			
Titlu	Colaborați și conectați-vă		
Descriere	Un factor crucial pentru viabilitatea și creșterea microîntreprinderilor este inovarea și extrovertirea. În acest mod, microîntreprinderile pot găsi noi piețe pentru bunurile și serviciile lor, își pot ascuți capitalul inovator, pot găsi colaboratori și pot construi sinergii. Dar cum pot construi o abordare de colaborare și relaționare care să se potrivească nevoilor și profilului lor și să continue să urmeze acest lucru? Aceasta este ceea ce acest modul va preda micro-antreprenorilor din sectorul cultural și creativ.		
Obiectivele	După finalizarea acestui modul, elevii vor putea: <ul style="list-style-type: none"> → Aprecia beneficiile creării de rețele și colaborării pentru microîntreprinderile culturale și creative → Să își îmbunătățească competențele de creare de rețele și să le adapteze la nevoile și caracteristicile sectorului lor → Fii încrezători pentru a începe strategia lor de rețea 		
Rezultatele învățării	Cunoaștere	Aptitudini	Atitudini
	<ul style="list-style-type: none"> ● Înțelegerea valorii construirii unei rețele puternice 	<ul style="list-style-type: none"> ● Să fie capabil să dezvolte o rețea 	<ul style="list-style-type: none"> ● Dezvoltarea unei atitudini colaborative în locul celei competitive
Competențe așteptate	<ul style="list-style-type: none"> ○ abilități sociale ○ de decizie ○ abilități de comunicare ○ gândire creativă ○ gândire critică 		
Unități/conținut modul	<p>4.1 Abordări de colaborare și relaționare pentru microîntreprinderile culturale și creative (ppt)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● O introducere privind elementele esențiale ale creării de rețele pentru microîntreprinderi și o prezentare generală a celor mai bune practici din acest sector <p>4.2 Îmbunătățiți-vă abilitățile de relaționare</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Cum să construiască o rețea eficientă ● Cum să comunice și să colaboreze eficient cu colegii și partenerii de afaceri <p>4.2 Instrumente și alte resurse</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Instrumente și resurse online și offline pentru a vă ajuta să vă îmbunătățiți abilitățile de rețea <p>4.3 Activitatea de învățare: Cum să construiți o rețea</p> Participanții vor fi rugați să gândească și să elaboreze o strategie de bază pentru extinderea rețelei lor de afaceri și să-și aplice abilitățile de colaborare și de relaționare.		

Activități de învățare și
Abilități de viață
conectate

1. Pânză de păianjen

Durata: 30 minute

Număr de participanți: max. 16

Față în față

- Rugați participanții să se așeze într-un cerc, cât mai aproape unul de celălalt posibil. Luați o minge de sfoară și dați-o unui participant pentru a începe exercițiul.
- Precizați că scopul exercițiului este de a oferi feedback pozitiv unul altuia.
- Persoana care începe exercițiul, pune capătul firului șirului în jurul degetului.
- Apoi aruncă mingea de sfoară unui alt membru al grupului, oferindu-le feedback personal; de exemplu, Anna, mi-a plăcut foarte mult modul în care ai putea veni cu idei pentru a lucra sub presiune.
- Acest participant prinde mingea de sfoară și pune firul în jurul degetului, alegând un alt participant și aruncându-i mingea în timp ce îi oferă din nou feedback.
- Astfel va exista o linie de legătură între participanți - și după un timp o mulțime de linii de trecere, formând o rețea asemănătoare pânzei de păianjen.
- Rugați participanții să ofere feedback celor care nu au fost încă incluși.
- După ce toată lumea (inclusiv participantul de la început) a primit feedback, puteți continua cu declarații de "alegere liberă" până la sfârșitul activității. De exemplu: Rugați participanții să vorbească personal cu cealaltă persoană, nu în general; deci nu „mi-a plăcut să lucrez împreună cu Julia”, ci "Julia, mi-a plăcut să lucrez împreună cu tine".
- După terminarea exercițiului, rugați participanții să se ridice în picioare și să încerce să mute web-ul mișcându-și mâinile conectate.
- Puteți reflecta asupra numărului și puterii conexiunilor și interconectărilor din cadrul grupului. Puteți discuta, de asemenea, modul în care networking este benefic și modul în care puteți beneficia de conexiunile pe care le-ați făcut prin intermediul acestui curs.

Acest exercițiu vă poate ajuta să vă dezvoltați abilitățile sociale, să reflectați asupra a ceea ce ați învățat, să oferiți și să primiți feedback, să gândiți creativ și critic.

2. Discuție de caz

Durata: 60-75 minute

Număr de participanți: max. 16

Față în față / Sincron online

- Facilitatorul împarte grupul în grupuri mai mici de patru.
- Se dă un timp de 45 de minute.

	<ul style="list-style-type: none"> • Fiecare membru al grupului are la dispoziție 15 minute pentru a împărtăși cu ceilalți din grupul său un caz/o poveste din viața profesională/din munca depusă în timpul pandemiei. • Facilitatorul trebuie să monitorizeze timpul și să anunțe grupurile când au trecut 15 minute pentru a permite fiecărui membru al grupului șansa de a vorbi. • Participanții ar trebui să aleagă un caz dificil pentru ei (nu erau siguri cum să reacționeze, se simțeau nesiguri etc.) • Ceilalți pot reflecta și împărtăși propria lor asumare a acestei povești, pot împărtăși modul în care ar fi reacționat în acea situație, ce ar face etc. Discutați și conveniți asupra unei soluții. • După 60 de minute, grupul ar trebui să aleagă una dintre povești și să o prezinte ca pe o mică dramă/ piesă de teatru. Acordați timp participanților să fie de acord cum să prezinte acest lucru. • Drama/piesa ar trebui să reprezinte dificultățile întâmpinate în situația aleasă și să ofere, de asemenea, o soluție. <p>Acest exercițiu poate ajuta la dezvoltarea abilităților sociale, rezolvarea problemelor, gândirea creativă și critică.</p>
Metode de predare	Întregul curs se bazează pe metoda de e-learning. Două tehnici ar putea fi aplicate fie distinct, fie combinate: G) Sincron Prezentări PPT, discuții, întrebări și răspunsuri H) Asincron Prezentări PPT, studiu în ritm propriu
Resurse necesare	Laptop sau PC, conexiune la internet, minge de sfoară (pentru activitatea de învățare)
Evaluare	Activitate de învățare: Cum să construiești o rețea
Durată	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Timp de studiu: 3 ore ✓ Exerciții: 2 ore
Sfaturi pentru trainer	Acest modul se referă la importanța creării de rețele. Facilitatorii ar trebui să se concentreze pe construirea unui sentiment de colaborare. Profesioniștii din sectorul creativ și cultural sunt esențiali pentru a dezvolta o rețea cu alți profesioniști, chiar dacă aceștia fac aceeași muncă. Concurența în cadrul acestor sectoare ar trebui înlocuită cu colaborarea. Activitatea finală este utilă, deoarece oferă cursanților posibilitatea de a construi o rețea și de a aplica tot ceea ce au învățat pe acest modul.

5. Evaluare

Etapa finală își propune să ofere formatorilor/educatorilor instrumente de evaluare, nu numai implică evaluările formale ale cursanților, adică evaluarea cunoștințelor și competențelor dobândite la sfârșitul fiecărui modul și la sfârșitul cursului, ci și informații calitative privind rezultatele învățării. Prin urmare, sunt propuse trei metode de evaluare: chestionar de satisfacție, o evaluare a cunoștințelor și competențelor (ex-ante și ex-post) și chestionare - prezente pe platforma Moodle (GRACE) pe care cursanții trebuie să îl completeze în timpul sesiunilor online. Scopul evaluării este de a identifica impactul formării și de a oferi feedback valoros și tangibil pentru îmbunătățiri ulterioare.

5.1 Chestionar de satisfacție

Chestionarul de satisfacție poate fi furnizat în diferite formate, de exemplu, formulare Google, foaie fizică de hârtie, Mentimeter. Având în vedere aceste particularități și resurse diferite ale fiecărui formator și educator, este prezentat conținutul chestionarului împărțit în patru (4) grupuri principale: organizare, conținut de învățare, formatori și evaluare globală. Cursanții trebuie să completeze chestionarul după sau în timpul sesiunii finale.

Fiecare întrebare va fi clasată de la o scară de la 1 la 5, reprezentând următoarele:

1 – Rău; 2 – Așa și așa; 3 – Bun; 4 – Foarte bun; 5 – Excelent

Organizare – Cum evaluați dumneavoastră (cursantul) organizarea instruirii în ceea ce privește:

- Ușurința contactului cu echipa de organizare
- Disponibilitatea echipei de formare
- Clarificarea adecvată a întrebărilor și soluționarea problemelor
- Răspuns în timp util la probleme/întrebări
- Acces la platforma de învățare
- Informații inițiale privind utilizarea platformei Moodle
- Calitatea medierii în sesiuni sincrone

Conținut de învățare – Cum evaluați dumneavoastră (cursantul) conținutul instruirii în ceea ce privește:

- Caracterul adecvat al obiectivelor stabilite
- Adaptarea la nevoile/învățarea cursanților
- Utilitatea conținutului pentru activitatea dvs.
- Aplicarea conținutului la activitatea dvs.
- Caracterul adecvat al documentației de suport și a bibliografiei puse la dispoziție

Formatori – Cum evaluați dumneavoastră (cursantul) formatorii în ceea ce privește:

- Măiestrie și claritate în prezentarea conținutului
- Utilizarea unui limbaj clar și accesibil; capacitatea de a stimula participarea cursanților
- Capacitatea de a răspunde la îndoieli și/sau întrebări
- Relația cu participanții
- Gestionarea timpului sesiunii

Evaluare globală – În general, cum evaluați dumneavoastră (cursantul) formarea luând în considerare următoarele aspecte?

- Adecvarea subiectelor abordate la nivelul dumneavoastră de cunoștințe
- Dobândirea de noi cunoștințe și competențe
- Satisfacție generală

5.2 Evaluarea cunoștințelor și competențelor (ex-ante și ex-post)

Scopul evaluării cunoștințelor și competențelor este de a evalua impactul cursului asupra participanților. Răspunzând la evaluare înainte și după curs, se poate face o comparație viabilă. Fiecare parametru va fi clasat de la o scară de la 1 la 5. Cursanții își vor evalua competențele și cunoștințele la începutul și la sfârșitul cursului.

Desemnarea instruirii:	GRACE
Loc:	
Numele cursantului:	

Indicații pentru completare: Următorul tabel intenționează să identifice nivelul de dezvoltare a competențelor care urmează să fie dobândite în urma acțiunii de formare. Vă rugăm să puneți un X în pătratul care, în opinia dumneavoastră, corespunde cel mai bine nivelului dumneavoastră de dezvoltare. Vă mulțumim pentru cooperare dumneavoastră.

COMPETENȚE CARE TREBUIE DOBÂNDITE

ÎNAINTE DE FORMARE

DUPĂ FORMARE

Evaluare					
Dată:					
	1	2	3	4	5
Cunoaștere	<i>Dezacord puternic</i>	<i>Dezacord parțial</i>	<i>Nici acord, nici dezacord</i>	<i>Acord parțial</i>	<i>Acord puternic</i>
Înțeleg rolul unui antreprenor digital					
Pot identifica diferențele dintre un antreprenor tipic și un antreprenor digital					
Cunosc tendințele actuale ale transformării digitale și efectele acestora asupra industriei culturale					
Pot identifica și înțelege provocările și limitările operaționale ale antreprenoriatului digital					
Pot identifica și înțelege noile perspective și soluții aduse antreprenoriatului digital din cauza pandemiei					
Recunosc cerințele pentru înființarea și întreținerea unui magazin online					
Înțeleg avantajele și dezavantajele legate de comerțul electronic					
Cunosc diferențele dintre tipurile de proprietate intelectuală și rolul și importanța acesteia în comerțul electronic					
Inteleg evolutia si importanta Digital Marketing-ului					
Aptitudini	<i>Dezacord puternic</i>	<i>Dezacord parțial</i>	<i>Nici acord, nici dezacord</i>	<i>Acord parțial</i>	<i>Acord puternic</i>

Evaluare					
Dată:					
	1	2	3	4	5
Pot analiza și selecta cea mai bună platformă online pentru a-mi vinde produsul / serviciul					
Pot efectua tranzacții online în condiții de siguranță					
Înțeleg diferitele resurse pentru marketingul digital și pot lua o decizie în cunoștință de cauză cu privire la metodele de utilizare					
Pot defini misiunea și viziunea afacerii / companiei mele și a publicului țintă					
Pot utiliza 4 Ps Marketing Model					
Am înțeles și pot folosi strategii de bază în ceea ce privește Search Engine Optimization					
Pot identifica spam-ul și boții și pot înțelege amenințarea lor respectivă					
Pot folosi metode pentru a-mi menține afacerea în siguranță					
Înțeleg importanța creării de rețele și pot crea și promova colaborări B2B					

Referințe

Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Ecosistemul antreprenoriatului digital: modul în care tehnologiile digitale și inteligența colectivă remodelează procesul antreprenorial. *Previziuni tehnologice și schimbări sociale*, 150, 11

Lee, J. W., & Lee, S. H. (2019). Participarea și evaluarea utilizatorilor în platformele de artă digitală: cazul Saatchi Art. *Jurnalul European de Marketing*, 53(6), 1125–1151.

Kapoor, P. (2019). Cum să stimulați creativitatea angajaților cu ajutorul tehnologiei și de ce ar trebui. <https://thriveglobal.com/stories/boosting-employee-creativity-with-technology/>.

Kuratko, D. F., & Morris, M. H. (2018). Antreprenoriatul corporativ: o provocare critică pentru educatori și cercetători. *Educație și pedagogie antreprenorială*, 1(1), 42–60.

Landry, L. (2017). Importanța creativității în afaceri. <https://www.northeastern.edu/absolvent/blog/creativitate-importanță-în-afaceri/>.

Cusumano, M. A., Gawer, A., & Yoffie, D. B. (2019). Afacerea platformelor: Strategie în era concurenței digitale, a inovării și a puterii. *Harperbusiness*.

Filardi, F., Barros, F. D., & Fischmann, A. A. (2014). De la antreprenorul homo la antreprenorul contemporan: evoluția caracteristicilor antreprenoriale din 1848 până în 2014. *Revista Ibero-Americana de Estrategia*, 13(3), 123-141. <https://doi.org/10.5585/riae.v13i3.2130>

Guthrie, C. (2014). Fabrica digitală: Un proiect hands-on de învățare în antreprenoriatul digital. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17 (1), 115.

Hull, C. E. K., Hung, Y. T. C., Hair, N., Perotti, V., & DeMartino, R. (2007). Profitând de oportunitățile digitale: o tipologie de entrepreneurship digital. *International Journal of Networking and Virtual Organisations*, 4 (3), 290-303. <https://doi.org/10.1504/IJNVO.2007.015166>

Antreprenorul strategic în media digitală, prima ediție. Penelope Muse Abernathy și JoAnn Sciarrino. © 2019 John Wiley & Sons, Inc. Publicat în 2019 de John Wiley & Sons, Inc. Companion website: www.wiley.com/go/abernathy/StrategicDigitalMediaEntrepreneur

Șoc cultural: COVID-19 și sectoarele culturale și creative / Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică. Paris: OCDE, 2020. Răspunsurile politice ale OCDE la coronavirus (COVID-19). Web.

Massi, M., Vecco, M., & Lin, Y. (Eds.). (2020). *Transf digitalormation in the Cultural and Creative Industries: Production, Consumption and Entrepreneurship in the Digital and Sharing Economy* (ed. a 1-a). Routledge. <https://doi-org.libproxy.ucl.ac.uk/10.4324/9780429329852>

Newman, B. (2010). Inventarea viitorului artelor: șapte tendințe digitale care prezintă provocări și oportunități de succes în sectorul cultural. *20under40: Re-Inventarea Artelor și Artelor Educație pentru secolul 21*, 15 (2), 3-19

Samdanis, M. (2016). Artă și tehnologii informaționale. În J. Hackforth-Jones & I. Robertson (Eds.), *Art business today: 20 key topics* (pp. 164–172). Londra: Lund Humphries.

Velthuis, O. (2014). Impactul globalizării asupra pieței artei contemporane. În A. M. Dempster (Ed.), *Risc și incertitudine în lumea artei* (pp. 87-108). Londra: Bloomsbur



Partenerii proiectului:

