

GRACE

Toolkit for trainers and adult educators

Strengthening the digital competencies of cultural and creative microenterprises to set in motion their creativity and innovation in the digital era



Cofinanciado pelo
Programa Erasmus+
da União Europeia

PROJETO

GRACE - Reforçar as competências digitais das microempresas culturais e criativas para estabelecer a sua criatividade e inovação na era digital

Parceiros GRACE

ASOCIATIA EUROPEAN ASSOCIATION FOR SOCIAL INOVATION

Canary Wharf Consulting Limited

CLIO MUSE ETAIRIA ANAPTIXIS EFARMOGON GIA TON POLITISMO IKE

SOCIAL POLICY ACADEMY

Consultoría de Innovación Social

APROXIMAR- COOPERATIVA DE SOLIDARIEDADE SOCIAL, CRL

NOVEL GROUP SARL

AUTORES

Susana Silva | João Correia |



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.

ÍNDICE

| | |
|--|-------------------------------------|
| Introdução | 6 |
| 1. Compreender o contexto “Porquê o projeto GRACE?” | 7 |
| 1.1 O Projeto GRACE | 7 |
| 1.2 Breve análise das conclusões por país | Erro! Marcador não definido. |
| 1.3 Definições..... | 14 |
| 2. Preparação do Formador | 16 |
| 2.1 Metodologia do curso, estratégia de execução e abordagem andragógica ... | 16 |
| 2.2 Resultados da Aprendizagem..... | 21 |
| 3. Mobilizar Formandos | 24 |
| 3.1 Descrição do Perfil dos Formandos | 24 |
| 3.2 Estratégias para envolver os formandos antes da formação | 25 |
| 3.3 Estratégias para envolver os estagiários durante as sessões | 27 |
| 4. Implementar o curso | 29 |
| 4.1 Planos de Sessão | 29 |
| 5. Avaliação | 48 |
| 5.1 Questionário de Satisfação | 48 |
| 5.2 Avaliação de conhecimentos e competências (ex-ante e ex-post) | 49 |

Introdução

Seguindo a metodologia aprovada para a elaboração do desenvolvimento de um Toolkit, com vista a apoiar formadores e educadores adultos na realização do curso online GRACE e apoiar as microempresas na melhoria da sua transformação digital, este documento define o conteúdo necessário para a criação do Toolkit e a divisão do trabalho entre parceiros.

Este documento está dividido em **5 passos** para orientar os formadores e as partes interessadas na análise do Toolkit e na realização do curso:

Passo 1 – Compreender o contexto: "Porquê o Projeto GRACE?"

Passo 2 – Preparação do curso

Passo 3 - Mobilizar formandos

Passo 4 - Implementar o Curso

Passo 5 – Avaliação do Curso

Cada uma das etapas desta metodologia disponibiliza um conjunto de **conteúdos e ferramentas** que podem ser utilizados para implementar o curso, avaliar a implementação, e estratégias para manter estas práticas.

Além disso, os parceiros podem encontrar e sugerir recursos para o desenvolvimento de cada etapa do Toolkit.

Portanto, esta metodologia e as ferramentas que dela fazem parte podem ser utilizadas por formadores e educadores de adultos para implementar com sucesso o apoio personalizado às microempresas culturais e criativas para o reforço das suas competências digitais no contexto da inovação e da melhoria da criatividade.

1. Compreender o contexto “Porquê o Projeto GRACE?”

O primeiro passo desta metodologia visa sensibilizar os formadores de EFP para a compreensão do tipo de necessidades e pontos de vista que foram identificados relativamente à digitalização das microempresas no setor cultural e criativo. Primeiro, explicando o contexto e os objetivos do projeto GRACE e depois apresentando uma breve análise com as necessidades e desafios específicos que as microempresas culturais e criativas enfrentam nos países parceiros na transformação digital e na fluência digital.

1.1 O Projeto GRACE

As microempresas culturais e criativas, em particular nas zonas turísticas, foram gravemente afetadas pela COVID-19 devido às restrições de viagem e ao confinamento. Assente num modelo de negócio tradicional, que favorece a comunicação presencial com o cliente, estas pequenas empresas foram particularmente atingidas e não estavam preparadas para fazer face às mudanças que a COVID provocou. No entanto, a pandemia veio pôr em evidência de forma desconcertante a falta de competências digitais já existente que coloca estas pequenas empresas numa posição desfavorecida, diminui a sua competitividade e levando-as à exclusão das oportunidades da era digital.

O Projeto “**GRACE – Reforçar as competências digitais das microempresas culturais e criativas para estabelecer a sua criatividade e inovação na era digital**”, surgiu da necessidade de microempresas culturais e criativas aprimorarem as suas competências digitais e de aumentarem a sua competitividade, beneficiando das oportunidades da era digital. Para enfrentar o desafio Covid 19, foi desenvolvida uma plataforma educativa online, com o objetivo de dotar as microempresas com competências digitais chave, que abordam todos os aspetos do negócio, reforçar o empreendedorismo digital e promover um centro digital de criatividade e inovação, que os colocará de novo na via do crescimento e atenuará o impacto adverso da pandemia. Os promotores e parceiros do projeto GRACE são da **Roménia, Grécia, Reino Unido, Espanha, Portugal e Luxemburgo**.

O Projeto Grace tem o objetivo geral apoiar as microempresas culturais e criativas com as suas transformações digitais, através do aumento das suas competências digitais e das suas capacidades empresariais digitais.

Embora o **objetivo mais específico** do projeto seja desenvolver a plataforma educativa online GRACE dirigida aos representantes culturais e criativos das microempresas, permitindo-lhes receber formação adaptada às suas necessidades e adquirir competências digitais e capacidades de empreendedorismo digital.

Principais Atividades

- Dotar os empreendedores culturais e criativos de competências digitais para posicionar com sucesso os seus negócios na era digital; e fazer avançar a sua competitividade e crescimento
- Informar e educar as microempresas sobre empreendedorismo digital.
- Estabelecer Clusters e Redes Digitais para reforçar a transferência de conhecimento, criatividade e pensamento inovador.
- Aumentar o conhecimento e a disponibilidade de recursos para educadores adultos que trabalham na área; de modo a estarem totalmente equipados no apoio às microempresas.
- Reforçar o diálogo político transnacional sobre apoio à formação das microempresas criativas e culturais para a sua sustentabilidade e crescimento.

O projeto GRACE terá a duração de 24 meses. Durante a sua duração, prevê a entrega dos seguintes resultados:

- A plataforma educativa GRACE disponível em todas as línguas parceiras será um espaço educativo não formal para aprendizagem e comunicação aberta e colaborativa e um reservatório de boas práticas e outros recursos para microempresas;
- Curso Online sobre competências digitais e empreendedorismo digital para microempresas criativas e culturais adaptado às suas necessidades e orientado para a inovação e enriquecido com exercícios práticos, cenários empresariais reais e exemplos de estudos de caso.
- Um kit de ferramentas para educadores adultos com informação, orientação prática e recursos relevantes e oportunos para formar microempresas na aquisição de empreendedorismo digital e também para apoiar aspirantes culturais e criativos na aquisição de competências digitais que os ajudariam a iniciar o seu negócio.
- Relatório de avaliação dos pilotos: uma análise e avaliação da implementação-piloto da intervenção educativa proposta, apresentando avaliação e feedback do pessoal das organizações parceiras, formadores e formandos.
- Guia sobre o aumento de escala e transferibilidade, que será um resultado chave de sustentabilidade que se baseará na experiência do projeto e apresentará um plano sobre o seu aumento de escala noutros países e cenários.
- Relatório de lições aprendidas e recomendações políticas; o legado do projeto GRACE e a sua contribuição para a agenda política, aprofundando questões de necessidades de formação e barreiras que precisam de ser

ultrapassadas, percursos educativos que podem ser criados para fazer aumentar as competências das microempresas culturais e criativas.

Todos os resultados tangíveis estarão disponíveis em formato eletrónico nos meios digitais do projeto e divulgados nos meios digitais próprios dos parceiros, e serão desenvolvidos em inglês e traduzidos nas línguas parceiras.

Intangível

- Webinars dirigidos a 100 formadores e educadores de adultos
- Oferta de formação a 100 empresários de microempresas e seus colaboradores em cinco países europeus
- Cinco eventos multiplicadores abrangendo diferentes fases da implementação do projeto para orientar a atenção dos grupos-alvo e dos intervenientes relevantes sobre o que o projeto tem para oferecer e quais são os seus benefícios para as microempresas criativas e culturais.
- O Evento Final em Bruxelas apresentará os resultados e conclusões do projeto e convidará uma vasta audiência de atores da Educação e Formação Profissional, sociedade civil, academia e funcionários públicos a todos os níveis.

Desenho e Metodologia de Investigação

Este projeto requer duas fases diferentes de investigação, incluindo a investigação documental e de campo. Esta abordagem é considerada a mais adequada para as partes interessadas relevantes a) compreender melhor o perfil organizacional do grupo-alvo; b) melhorar ainda mais a sua compreensão das necessidades e desafios do grupo-alvo; d) incorporar as necessidades e características do grupo alvo na conceção da plataforma educativa.

- i. Investigação documental sobre identificação de microempresas culturais e criativas e registo das suas necessidades e desafios atuais no que diz respeito à digitalização**

A primeira fase implica a realização de investigação documental em pequena escala a nível nacional, com vista a melhor definir o seu perfil organizacional e obter uma compreensão

mais profunda das necessidades e desafios que enfrentam, particularmente em termos de digitalização. Cada parceiro é obrigado a realizar esta investigação em pequena escala no contexto do seu próprio país, de modo a captar as nuances e necessidades específicas do seu panorama nacional.

Metodologia

Em primeiro lugar, a parceria pesquisou fontes online, tais como relatórios de intervenientes estatais e não estatais relevantes (agências governamentais, autoridades públicas relevantes para o terreno, associações empresariais, etc.), bem como outras fontes tais como blogs, fóruns e websites da indústria para delinear o setor das microempresas culturais e criativas a nível nacional. Os parceiros prestaram atenção, particularmente às zonas turísticas, onde as empresas relevantes enfrentaram desafios adversos devido à pandemia da COVID-19. Este passo foi importante, uma vez que estabeleceu uma compreensão uniforme do setor cultural e criativo, para produzir investigação relevante para o contexto que irá informar a plataforma educacional.

A UNESCO define tais empresas como empresas do setor cultural e criativo que visam produzir ou reproduzir, promover, distribuir ou comercializar bens, serviços e atividades de conteúdo derivado de origens culturais, artísticas ou patrimoniais, incluindo artes e ofícios visuais, património cultural e natural, livros e imprensa, design e serviços criativos, turismo e muito mais. Note-se que as microempresas foram definidas como empresas que empregam 9 pessoas ou menos.

Em segundo lugar, os parceiros utilizaram relatórios, artigos noticiosos e outras pesquisas para registar os níveis de literacia digital e as necessidades de formação. As **palavras-chave** que poderiam ser utilizadas para registar os níveis de literacia digital e as necessidades de formação eram: **PME e digitalização**, transformação digital de empresas culturais e criativas, competências para a transformação digital das pequenas empresas, empreendedorismo e digitalização no setor cultural e criativo, COVID-19 e digitalização na cultura e nas artes.

- ii. **Grupos focais de investigação de campo dirigidos a representantes de microempresas (familiaridade com o conceito de digitalização, necessidades e desafios das microempresas em matéria de literacia digital)**

A segunda fase implica a investigação de campo com a recolha de dados qualitativos com grupos focais. Esta fase visava complementar a investigação documental realizada pelos parceiros, de modo a acrescentar profundidade aos conhecimentos adquiridos durante a fase de investigação anterior. Os grupos focais eram compostos por representantes de microempresas do setor cultural e criativo, de modo a obter informações essenciais sobre as necessidades e desafios do grupo-alvo no que diz respeito à digitalização.

Metodologia

A investigação de campo incluiu grupos focais com representantes de microempresas, para identificar **necessidades e desafios** que enfrentam, nível de literacia digital, necessidades de formação, familiaridade com o empreendedorismo digital, etc. Os grupos focais analisaram a questão do lado do representante das microempresas.

Realizou-se um **(1) grupo focal por país**, com a participação de 6-10 pessoas em cada um deles. A duração do grupo focal foi de aproximadamente 75-90 minutos, de modo a manter os participantes envolvidos e prevenir o aborrecimento. Antes do grupo focal, o investigador forneceu aos participantes informações sobre o projeto na sua língua **nacional**.

1.2 Breve análise das conclusões por país

Os resultados - as recomendações derivadas tanto da área de trabalho como da investigação de campo diferem por país: No Reino Unido, com base nos resultados da investigação, as pessoas envolvidas no setor das microempresas mostram um nível significativo de preocupação relativamente à situação atual e ao futuro desenvolvimento das suas respetivas indústrias. As microempresas devem ultrapassar vários obstáculos, mesmo quando apresentam excelentes níveis de desenvolvimento.

Os principais obstáculos à obtenção de novas competências digitais são o custo, a falta de tempo e de formação, e a falta de conhecimento sobre as oportunidades disponíveis. Embora uma grande parte do setor das microempresas seja proficiente em tecnologias digitais, faltam-lhes competências específicas obrigatórias para se destacarem durante estes tempos difíceis. Cada empresa participante tentou incluir as novas tecnologias desde que reconheceu a mudança necessária na abordagem e encontrou um obstáculo; a relutância dos clientes e

colegas em utilizar material desconhecido, a falta de tempo e formação para desenvolver as competências, e nenhuma facilidade de acesso sem pagar por uma plataforma que poderia não ser ideal para o seu caso.

Consequentemente, foram identificadas as seguintes conclusões para ajudar as microempresas culturais e criativas a melhorar a sua competência digital. Com base nas entrevistas, os participantes precisam de **uma abordagem gratuita, clara e facilmente acessível por todas as sessões de formação**. Outro aspeto crítico é uma **abordagem holística da formação para incluir todos os diferentes tipos de microempresas e as suas necessidades** (marketing, comunicação, formação e promoção), uma vez que as respostas das entrevistas apontaram uma dificuldade em encontrar um curso que possa cobrir todas as diferentes necessidades de uma pequena empresa. **A formação digital poupará tempo, e os participantes terão a oportunidade de manter notas, fazer perguntas, e até voltar a ela quando necessário**. Isto resultará numa melhor gestão dos seus recursos, dando uma oportunidade às microempresas de serem geridas de forma mais eficiente.

Em Portugal, existem diferentes necessidades dentro das microempresas do setor cultural e criativo. É, portanto, imperativo considerar o nível prévio de competências digitais dos potenciais participantes da iniciativa GRACE, uma vez que o currículo do curso pode ser demasiado avançado ou demasiado acessível, dependendo dos participantes. O nível de competências digitais é tão diverso como o próprio setor.

Com isto em mente, dois temas principais que emergiram no grupo focal, independentemente da proficiência digital, e na investigação documental foram:

- a necessidade de **trocar boas práticas**, de fomentar o network, ou de criar um **coletivo**. Isto permitiria às microempresas aceder a novos mercados, clientes, metodologias, e melhores práticas. Esta rede de organizações criativas e culturais deveria ser estabelecida de forma online para que a distância geográfica não seja um fator de exclusão.
- Também, independentemente do nível de proficiência, é necessário que as microempresas do setor criativo e cultural tenham **acesso e sejam informadas sobre as oportunidades de financiamento**. Como foi salientado ao longo deste relatório, muitas destas empresas dependem de financiamento público e privado para prosperar, pelo que é essencial que estejam atualizadas em relação às melhores oportunidades e às opções mais adequadas.

Em conclusão, apesar da diversidade do setor cultural e criativo, existem alguns temas comuns que surgiram e que são da maior importância a abordar ao longo do curso da iniciativa GRACE. Na Roménia, com base nos resultados da investigação, há necessidade de melhorar a capacidade de digitalização das microempresas romenas. Tanto a um nível macro, tal como previsto nos relatórios referidos, como a um nível micro baseado na discussão do grupo de discussão, as empresas culturais e criativas parecem dispostas a melhorar os seus colaboradores e, por conseguinte, a modernizar os seus negócios.

No entanto, os **principais obstáculos** para o conseguir são a **falta de tempo, os elevados custos de implementação, e a falta de oportunidades de formação digital**. Embora uma pequena percentagem de representantes de PME romenas já esteja a utilizar tecnologias digitais nas suas empresas, a sua relutância pode ser explicada pelos obstáculos acima mencionados. Além disso, as microempresas compreendem a necessidade de estarem presentes digitalmente tanto como um meio de produtividade do trabalho como de construir notoriedade da marca. Especialmente durante a pandemia da COVID-19, os microempresários mudaram a sua abordagem, voltando-se para o público local, bem como, concentrando-se melhor no ambiente digital através de canais de comunicação social (mesmo que a um nível básico).

Por conseguinte, algumas conclusões para informar o curso online devem ser consideradas: dadas as necessidades e preocupações dos empresários entrevistados, um **acesso gratuito, aberto e sessões de formação beneficiariam os participantes**, resolvendo a barreira dos custos. Além disso, **a formação sobre a construção de visibilidade online nos meios de comunicação social** de uma forma eficaz em termos de tempo é outro aspeto chave de que os microempresários beneficiariam, uma vez que os participantes do grupo focal expressaram a sua dificuldade em equilibrar a produção e promoção dos seus produtos. Com base nas sugestões dos participantes, **os cursos de aprendizagem mista são a solução mais adequada**, salientando, no entanto, a importância de um encontro físico. E finalmente, uma melhor gestão dos recursos que possuem (tempo, pessoal, dinheiro) conduziria a uma forma eficiente de gerir um micro negócio e de o fazer crescer.

No Luxemburgo, notou-se a necessidade de mais plataformas abertas aos empresários a baixo custo ou mesmo de graça. Com base nos resultados da investigação, foram desenvolvidas as seguintes recomendações: **Formação em desenvolvimento de competências de marketing digital** - as microempresas já utilizam as redes sociais para promover o seu trabalho e os seus produtos, no entanto, foi salientada a necessidade de competências de marketing digital para que possam alcançar maiores audiências e divulgar melhor o seu trabalho e obter mais lucro. **A formação sobre a experiência digital do cliente** - tanto a investigação documental como a de campo indicaram a necessidade de formação nesse campo. Especificamente, o grupo focal mencionou que a formação em DCX irá ajudá-los a manter a sua clientela atual e a adquirir novos clientes para que as suas empresas se mantenham competitivas. **Formação em tecnologias VR/AR** as tecnologias abrem novas oportunidades de trabalho e fomentam a produção de materiais (ou seja, um artista pode tirar proveito da exposição do seu trabalho numa galeria virtual). **Apoio para melhorar a infraestrutura empresarial global** - a necessidade de apoio para integrar e adaptar novas ferramentas digitais para transformar digitalmente as empresas, novos modelos e estratégias empresariais ajudá-las-ão a alcançar a transformação tão desejada e a sobreviver nesta era digitalizada.

1.3 Definições

Empreendedor digital

Na era digital, o empreendedorismo é agora mais procurado do que nunca. No entanto, o empreendedorismo digital não se limita à realização de reuniões online, escritórios sem papel, ou comunicação nos meios de comunicação social. Pelo contrário, deve ser visto como uma abordagem holística ao pensamento que engloba todos os processos de uma organização, incluindo a comunicação e a prestação de serviços. Se formos bem sucedidos no "pensar digitalmente", como a integração do apoio ao processo digital a todos os níveis, podemos experimentar o sucesso a longo prazo e manter a revolta dos concorrentes à distância.

Por conseguinte, a personalidade empresarial digital deve manter as seguintes competências:

- Criatividade, capacidades de organização, e um sentimento de oportunidades de mercado
- Forte conhecimento dos requisitos técnicos, e do ambiente competitivo

- Coragem para aplicar o processo de destruição criativa

Na nossa compreensão, o empreendedorismo digital centra-se no aproveitamento de tecnologias digitais ou modelos de negócio digitais para explorar e explorar oportunidades de empreendedorismo.

Empreendedorismo Digital

é um termo que descreve como o empreendedorismo irá mudar, uma vez que as empresas e a sociedade continuam a ser transformadas pela tecnologia digital. O empreendedorismo digital destaca as mudanças na prática, teoria e educação empresarial.

O empreendedorismo digital inclui tudo o que é novo e diferente sobre empreendedorismo num mundo digital, incluindo Novas formas de encontrar clientes para empreendimentos empreendedores.

- Novas formas de encontrar clientes para empreendimentos empreendedores.
- Novas formas de conceber e oferecer produtos, e serviços.
- Novas formas de gerar receitas e reduzir custos.
- Novas oportunidades de colaboração com plataformas e parceiros.
- Novas fontes de oportunidade, risco, e vantagem competitiva.

Transformação Digital

É a integração da tecnologia digital em todas as áreas de um negócio, mudando fundamentalmente a forma como se opera e se entrega valor aos clientes. É também uma mudança cultural que exige que as organizações desafiem continuamente o status quo, experimentem, e se sintam confortáveis com o fracasso.

2. Preparação do Formador

O segundo passo visa preparar os formadores de EFP para o curso, fornecendo dicas sobre a abordagem metodológica dos formadores ao curso. Além disso, irá delinear os resultados específicos da aprendizagem do curso e destacar as aptidões e competências transversais do curso GRACE.

2.1 Metodologia do curso, estratégia de entrega, e abordagem andragógica

A abordagem metodológica da GRACE é baseada nos seguintes blocos de construção:

- **De baixo para cima e orientado para o alvo:** Todas as atividades são concebidas para satisfazer as necessidades e o perfil do grupo-alvo direto, ou seja, as microempresas culturais e criativas.
- **Iterativo:** Os mecanismos de feedback estão a permear todos os aspetos do projeto e são aplicados a todos os atores participantes (microempresas, interessados, formadores e parceiros).
- **Inclusivo:** O Projeto GRACE project é inerentemente inclusivo uma vez que procura ultrapassar barreiras que impedem o acesso à formação e irá encorajar a participação do grupo-alvo baseado em áreas geográficas remotas na periferia e que enfrenta dificuldades económicas ou outras.
- **Transnacional:** A inclusão de actores de diferentes países assegura a recolha de um vasto conjunto de informações e maximiza a transferência de conhecimentos e a aprendizagem mútua.

Metodologia do Curso e Desenvolvimento de Módulos

A plataforma educacional e o curso aprofundam questões tais como presença e gestão digital, branding e marketing na era digital, competências empresariais digitais. As principais características de inovação do curso são as seguintes:

- Delineamento e adequação às necessidades e desafios do grupo-alvo.
- O desenvolvimento e entrega do curso online baseia-se na co-criação.
- O curso centrar-se-á no aperfeiçoamento das competências digitais em função do perfil, necessidades e aspirações das pequenas empresas.

- A plataforma educacional e o curso online oferecem um ambiente de aprendizagem transnacional totalmente online.

É muito importante notar a atenção que tem sido dada à superação de barreiras que impedem a ampla participação na formação que estas pequenas empresas enfrentam. Muitas delas estão sediadas em regiões que, embora os turistas estejam a subir em alta temporada, a população permanente local é pequena e, como tal, a disponibilidade de formação é limitada. Além disso, estas pequenas empresas nem sempre têm os recursos (tempo, fundos) para embarcar em oportunidades de aprendizagem ao longo da vida. Pelas razões acima referidas, o curso dirige-se diretamente às microempresas e ao seu pessoal online e tem uma curta duração.

O projeto procura ajudar as microempresas do setor cultural e criativo e irá atender às suas necessidades. Como tal, o projeto é específico do setor e centrado no utilizador, tendo como ponto de partida a delimitação dos desafios e necessidades destas empresas. Por este motivo, o GRACE dá extrema ênfase, e isto reflete-se em todas as atividades de crowdsourcing das suas ideias e necessidades com vista a moldar soluções educacionais e de formação que tragam resultados tangíveis e de impacto. Para além das pequenas empresas, o curso é também relevante e será benéfico para educadores adultos e organizações ativas no apoio a formandos adultos e microempresas na construção de aptidões e competências.

O projeto GRACE oferece uma abordagem inovadora na combinação de competências digitais, empreendedorismo e pensamento inovador e baseia-se na posição que a digitalização alimenta a inovação e a criatividade que é o motor destas empresas. O projeto segue **abordagens ascendentes, participativas e multiníveis** na conceção e aplicação da intervenção educativa. O curso é um produto do processo de co-design transnacional: foram organizados workshops de co-design nos países participantes antes da conceção do curso. Os workshops foram organizados de forma a promover a participação ativa do grupo-alvo direto.

Os representantes de pequenas e microempresas receberam o espaço para discutir os seus receios e preocupações, exprimir as suas necessidades específicas, e comentar os tópicos e conteúdos do módulo. As contribuições dos participantes para a construção dos módulos da plataforma online incidiram sobre acessibilidade, horizontalidade, transparência e abertura. Com base nestes resultados, o curso desenvolvido inclui uma componente prática, para além do conteúdo teórico. Esta componente prática pode ser construída através de sessões baseadas no trabalho, onde os participantes têm de criar/preparar produtos (por exemplo,

um modelo de negócio, a sua carteira online, etc.), utilizando princípios de aprendizagem baseados em projetos. Relativamente à parte teórica do curso, foram desenvolvidos materiais claros e simples, para que a atenção e motivação dos formandos possa ser capturada. Finalmente, foram produzidos vários vídeos no contexto do curso, oferecendo um material de formação alternativo e mais interessante. O material também discute estudos de caso e exemplos da vida real, tornando o curso relevante para as experiências e necessidades do grupo-alvo.

Estratégia de Entrega

As atividades de formação seguirão metodologias de ensino online de aprendizagem colaborativa e inovação. As atividades de aprendizagem colaborativa envolvem ativamente os aprendentes, ajudando assim os aprendentes a apropriarem-se e a assumirem a responsabilidade pela sua aprendizagem. Além disso, ajudam a criar um sentido de comunidade e contribuem para combater potenciais sentimentos de isolamento e desconexão.

A aprendizagem colaborativa requer planeamento e preparação para assegurar a sua eficácia.

As estratégias básicas de aprendizagem colaborativa online são, entre outras, as seguintes:

- **Fomentar um ambiente inclusivo e uma comunidade de salas de aula:** O sucesso da aprendizagem colaborativa depende de uma comunidade inclusiva, onde os formandos confiam e respeitam uns aos outros. Considerar o uso de quebra-gelos sociais (por exemplo, aprender nomes, encontrar interesses comuns) para os ajudar a aquecerem-se uns aos outros antes de iniciarem as suas atividades.
- **Conceção e planeamento intencionais:** Uma aprendizagem colaborativa eficaz requer reflexão e planeamento. Embora seja possível improvisar durante a aula, também se deve dedicar tempo antes da aula para considerar as ferramentas tecnológicas e pedagógicas disponíveis, a fim de melhor apoiar os objetivos de aprendizagem da atividade.
- **Comunicar o objetivo e as expectativas:** Os formandos que compreendem os fundamentos e as etapas de ação específicas da atividade em questão, têm mais probabilidades de se envolverem e de se empenharem na sua aprendizagem. Ser claro e explícito sobre o objetivo da atividade em particular.

- **Estabelecer parceria com os formandos:** Como um dos principais objetivos da aprendizagem em colaboração deve ser o de envolver ativamente os formandos na sua própria aprendizagem, ajudando-os a apropriarem-se do processo e da experiência, é importante estabelecer parcerias com eles ao longo de todo o processo. Esta parceria pode assumir muitas formas, dependendo dos objetivos e do contexto do seu curso.
- **Envolver tecnologias específicas para facilitar as atividades de aprendizagem colaborativa:** As ferramentas tecnológicas educacionais que escolher dependerão dos objetivos do seu curso, dos objetivos da atividade específica, bem como do contexto do curso, por exemplo, se uma atividade for concluída durante a aula ou fora dela.

Abordagem de Formação Online

A formação online proporciona experiências de aprendizagem rentáveis e melhoradas para além daquelas disponíveis nas salas de aula. Trata-se da realização de todas as atividades de educação, tais como instrução, ensino, e aprendizagem através de vários meios eletrónicos. A conceção instrucional adequada, incluindo a seleção de teorias e princípios apropriados, é muito importante para o sucesso do e-learning. Sugere-se que sejam seguidas as seguintes sugestões pedagógicas para o sucesso da prestação de ensino eletrónico:

- **Corresponder ao currículo:** deve haver objetivos claros, relevância para o conteúdo abrangido, adequação das atividades dos estudantes.
- **Inclusão:** as práticas inclusivas devem ser vistas em termos de diferentes tipos e alcance de realizações, deficiências físicas, diferentes grupos sociais e étnicos, e género.
- **Envolvimento dos formandos:** os formandos devem estar envolvidos e motivados, as atividades devem ter um objetivo educativo válido, não apenas para ocupar os formandos, ser agradáveis, não para produzir reações emocionais adversas, melhorando o ambiente de aprendizagem.
- **Aprendizagem eficaz:** promover aprendizagem personalizada, autonomia do aprendiz; incentivar o pensamento metacognitivo e a colaboração, proporcionando aprendizagem autêntica com múltiplas perspetivas sobre um tópico.
- **Prestação de avaliação formativa e sumativa** para efeitos de melhoria e classificação dos aprendentes.

- Coerência, consistência e transparência: objetivos, conteúdo, atividades, e avaliação devem corresponder uns aos outros. Deve ser claro para o utilizador o que deve esperar.
- Facilidade de utilização: ser aberto e acessível, intuitivo, e não requerer orientação sobre a utilização, disponibilizar orientação adequada aos formandos dos formadores.

Abordagem Andragógica

A educação de adultos baseia-se em grande parte nos pressupostos e princípios da abordagem construtivista. No desenvolvimento da metodologia de formação da GRACE, foram considerados vários princípios da educação de adultos. O quadro seguinte visa orientar o formador sobre a aplicação destes princípios na prática.

| Princípios | Aplicação |
|--|---|
| Os adultos acrescentam as suas experiências de vida e conhecimentos ao ambiente educativo. A experiência é vista como uma fonte de conhecimento. | <ul style="list-style-type: none"> • A experiência e os conhecimentos dos adultos devem ser valorizados. • As atividades para a aprendizagem devem ser concebidas de modo a promover a utilização da experiência e conhecimentos anteriores. |
| Os adultos preferem geralmente a aprendizagem autodirigida e autodirigida. | <ul style="list-style-type: none"> • Formandos adultos requerem controlo sobre o seu processo educativo. Isto dá-lhes poder e exige que assumam mais responsabilidade e iniciativa. • O formador deve agir como facilitador, treinador e apoiante, identificando formas de envolver os participantes e suscitando informação sobre o que desejam aprender. • Os adultos são motivados por uma variedade de fatores, tais como aspirações pessoais, expectativas, desejo ou interesse interno, fuga de uma situação. Por conseguinte, devem ser dadas oportunidades aos aprendentes de orientar a sua própria aprendizagem. • Os aprendentes devem ser fornecidos com ferramentas e modelos de planeamento de ação para os ajudar a desenvolver e concentrar os seus esforços auto-direcionados e a apoiar a aprendizagem. |
| Os adultos precisam de motivação interna para a aprendizagem em vez de externa | <ul style="list-style-type: none"> • A aprendizagem deve responder às suas necessidades, interesses e problemas da vida real, por outras palavras, ser significativa e relevante. |

| | |
|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Deve ser feita uma ligação entre o conteúdo da aprendizagem e os objetivos a longo prazo de cada aprendiz, no trabalho e na vida. |
| Os formandos adultos são orientados para os objetivos, para a pertinência e para a prática | <ul style="list-style-type: none"> • Devem ser estabelecidos objetivos claros de aprendizagem e deve ser explicado como estes se relacionam com as atividades de formação. • Os formandos devem estar empenhados em identificar os desafios que enfrentam e o valor de enfrentar esses desafios. • A aprendizagem tem de ser aplicável aos deveres de trabalho dos adultos ou outras responsabilidades e concentrar-se nas competências práticas, ferramentas, métodos e resolução de problemas. |
| Os formandos adultos precisam de ser respeitados e aprender num ambiente de aprendizagem apropriado | <ul style="list-style-type: none"> • O respeito, confiança e aceitação são vitais para o sucesso da formação de adultos. • Os formandos precisam de se sentir seguros para poderem participar livremente, tomar iniciativas, experimentar e exprimir-se. • Os erros têm de ser vistos e utilizados como ajudas de melhoria e não como fracassos. • A criatividade e uma atmosfera agradável são importantes, mas têm de ser equilibrados com realizações cognitivas, estabilidade, e clareza de objetivos. • A riqueza de conhecimentos e experiências que os participantes trazem para a formação deve ser reconhecida. • Os participantes devem ser autorizados a exprimir livremente as suas opiniões. |
| Os adultos preferem a aprendizagem ativa | <ul style="list-style-type: none"> • Quanto mais ativamente o aprendiz estiver envolvido, mais aprendizagem tem lugar. • As diferentes metodologias e técnicas de formação têm uma maior taxa de retenção. |
| Os adultos querem orientação | <ul style="list-style-type: none"> • Os adultos querem informação que os ajude a melhorar a sua situação. • Os adultos não querem ser informados sobre o que fazer, mas querem escolher opções com base nas suas necessidades. |

2.2 Resultados de Aprendizagem

O projeto incluirá diretamente nas suas atividades 100 representantes de microempresas. Através da sua participação na plataforma educacional, o projeto prevê aumentar as suas competências digitais adaptadas ao seu setor empresarial e disponibilizar-lhes conhecimentos práticos e ferramentas para o empreendedorismo digital. Os microempresários aprenderão a comercializar na era digital, alargarão o seu horizonte de conhecimentos utilizando ferramentas on-line, avançarão com a sua criatividade e design inovador. O quadro seguinte oferece uma visão geral dos Módulos de formação, uma breve descrição, e os objetivos de aprendizagem sobre os quais o curso foi concebido.

| | |
|----------------------------------|---|
| Módulo 1 | Introdução: Compreender o empreendedorismo digital no setor cultural e criativo |
| Breve descrição | Introdução ao empreendedorismo digital no setor cultural e criativo, definindo conceitos-chave e apresentando a situação atual nos países participantes e na Europa relativamente à digitalização no setor cultural e criativo. |
| Objetivos de aprendizagem | Após a conclusão deste módulo, o aprendente irá: <ul style="list-style-type: none"> ● Compreender e aplicar conceitos-chave de empreendedorismo digital ● Ter uma visão completa das tendências e oportunidades futuras ● Reconhecer exemplos de empreendedorismo digital no setor |
| Módulo 2 | Comercialize o seu negócio cultural e criativo online |
| Breve descrição | Dar formação sobre o essencial do marketing online, ou seja, vender produtos e serviços através de meios digitais. Este segundo módulo examina mais de perto as necessidades de um microempresário no setor cultural e criativo e apresentará formação à medida para os ajudar a estabelecer um negócio online com potencial de crescimento. Este é um módulo prático que dará respostas a questões-chave relativas ao marketing online de microempresas. É necessário que os aprendentes tenham experiência prévia na utilização da Internet para navegar, e que estejam familiarizados com a realização de transações online (via web banking, etc.). |
| Objetivos de aprendizagem | Depois de completar este módulo, os formandos serão capazes de o fazer: <ul style="list-style-type: none"> ● Compreender o essencial do marketing online com ênfase nas características culturais e criativas do setor |

| | |
|----------------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Conhecer os requisitos de criação e manutenção de uma loja online tendo em consideração as características do setor CC e o contexto do país • Criar e gerir um negócio online • Identificar lojas de mercado online (e.g. etsy.com) • Reconhecer as vantagens, desvantagens, ameaças e oportunidades do marketing online, incluindo diretrizes de segurança |
| Módulo 3 | Presença digital e gestão de conteúdos - Promova o seu negócio online |
| Breve descrição | O terceiro módulo do curso está centrado no desenvolvimento da marca digital e do conteúdo das redes sociais. As economias de hoje são maciça e continuamente transformadas pela transformação digital e pelos avanços tecnológicos. É notoriamente reconhecido que as empresas que não surgirem na onda da digitalização estarão numa posição de desvantagem nas economias futuras. O objetivo deste módulo é disponibilizar formação prática e personalizada sobre como estabelecer e manter uma presença digital a partir do zero e com fundos mínimos. |
| Objetivos de aprendizagem | <p>Depois de completar este módulo, os formandos serão capazes de o fazer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compreender conceitos-chave, ferramentas e plataformas para promover digitalmente os seus negócios • conhecer as vantagens e desvantagens de estabelecer e manter uma presença digital (website, meios de comunicação social) • Agarrar o essencial da construção de uma estratégia de marketing digital baseada nas suas necessidades, na sua visão e na sua capacidade • Criar contas nos meios de comunicação social e criar conteúdos para manter a visibilidade do negócio |
| Module 4 | Collaborate and Network |
| Breve descrição | Um fator crucial para a viabilidade e crescimento das microempresas está a ser inovador e extrovertido. Desta forma, as microempresas podem encontrar novos mercados para os seus bens e serviços, aguçar o seu capital inovador, encontrar colaboradores, e construir sinergias. Mas como podem elas construir uma abordagem de colaboração e de network que se adapte às suas necessidades e perfil e continuar a segui-la? É isto |

| | |
|----------------------------------|--|
| | que este módulo irá ensinar aos microempresários no setor cultural e criativo. |
| Objetivos de aprendizagem | <p>Após a conclusão deste Módulo, os formandos serão capazes de o fazer:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identificar os benefícios do trabalho de network e de colaboração para as microempresas culturais e criativas ● Melhorar as suas competências de network e adaptá-las às necessidades e características do seu setor ● Desenvolver e iniciar uma estratégia de networking |

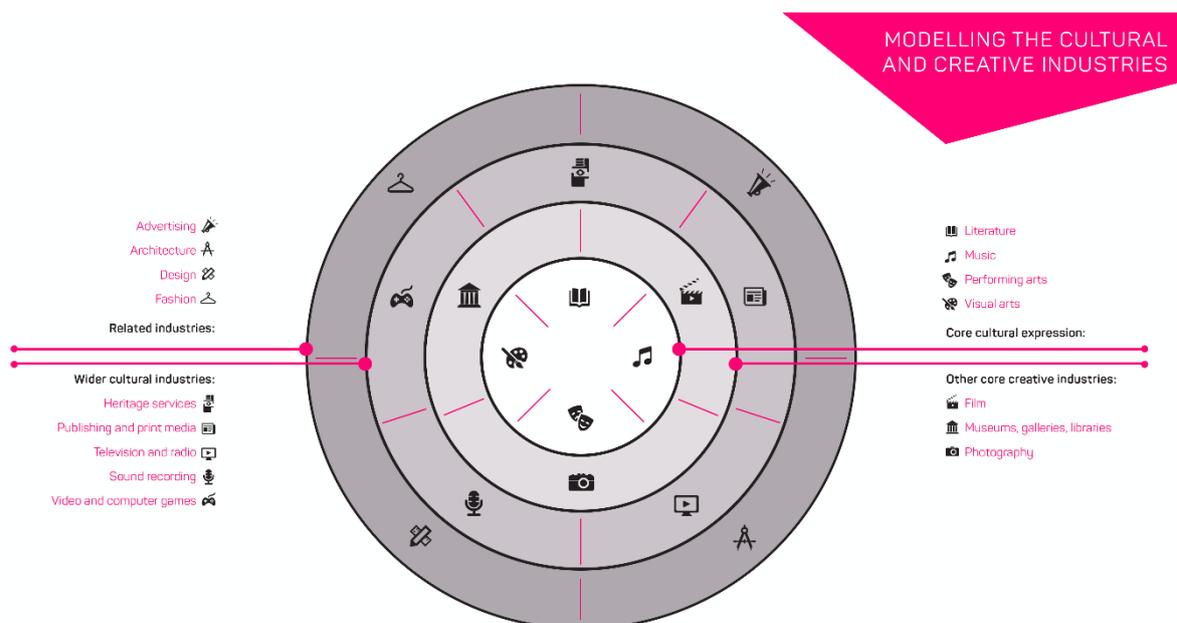
3. Mobilizar Formandos

A terceira etapa desta metodologia visa traçar o perfil dos formandos do curso GRACE e disponibilizar estratégias para envolver os participantes, antes da formação e durante as sessões introdutórias, a fim de criar um ambiente de aprendizagem apropriado.

3.1 Descrição do Perfil dos Formandos

O projeto GRACE tem como um dos seus objetivos centrais equipar os microempresários culturais e criativos com competências digitais para posicionar com sucesso os seus negócios na era digital e fazer avançar a sua competitividade e crescimento. Este objetivo específico é também abordado pelo curso online desenvolvido no âmbito do projeto. Assim, o curso GRACE tem **um grupo-alvo bem definido** constituído por **empresários** que têm uma microempresa criativa ou cultural e membros do pessoal deste tipo de empresas.

O teatro, as artes visuais, o cinema, a televisão, a rádio, a música, o negócio editorial, os jogos de computador, os novos meios de comunicação, a arquitetura, o design, a moda e a publicidade fazem todos parte das indústrias culturais e criativas.



Recuperado de Cultural & Creativity [webpage](#)

Mais particularmente, o curso é dedicado aos microempresários e membros do pessoal cujas empresas foram **atingidas pela pandemia da COVID-19**, período que levou a uma particular estagnação para eles.

À luz da investigação recolhida e dos grupos de discussão realizados nos países parceiros, verificou-se que as empresas mais pequenas são mais propensas a não ter uma presença digital sólida, pelo que o seu alcance e visibilidade são reduzidos. O perfil do formando mostra que os microempresários/pessoal podem ter vários níveis de educação e pertencer a diversos grupos etários. Além disso, foi observado que uma parte do grupo alvo pode possuir competências digitais, enquanto a outra parte nem sequer sabe como iniciar a sua presença online. Contudo, apesar do nível de conhecimentos, os resultados dos grupos-alvo identificaram uma necessidade enraizada de um curso acessível e gratuito que vise as premissas da digitalização empresarial.

3.2 Estratégias para envolver os formandos antes da formação

Uma vez que o curso vai ter lugar online, é necessária uma boa estratégia para envolver os formandos antes da formação.

Antes de mais nada, a interação inicial dos formandos com o curso tem um papel central. Assim, deve ser levada a cabo uma campanha de promoção abrangente. Antes de escolher a estratégia correta de promoção, deve ser realizada uma investigação sobre o contexto

nacional da digitalização das microempresas criativas e culturais. As questões que precisam de ser abordadas durante esta análise são:

- Como posso maximizar o alcance da minha campanha para ser visível ao meu grupo-alvo?

Exemplo:

Anúncios pagos nas redes sociais

Cartazes que serão expostos em locais-chave (teatro, mercado para produtos feitos à mão, etc.)

Marketing boca-a-boca

Fazer uso de grupos de social media dedicados aos pequenos empresários (Facebook & LinkedIn)

- Devo realizar a minha promoção online? Fora de linha? Ou deverei escolher uma estratégia mista?

Exemplo:

Neste caso, a abordagem mista poderia atingir um público mais vasto. A promoção online nos principais canais de comunicação social utilizados pelas pequenas empresas (Instagram, Facebook, LinkedIn) pode tornar o curso visível para os empresários que já possuem conhecimentos básicos sobre a presença digital. No entanto, a promoção offline (através de folhetos, cartazes e outros materiais visuais) partilhada em locais públicos (eventos culturais, feiras criativas) frequentados pelos empresários visa aqueles que não estão tão familiarizados com o domínio digital.

- Que actores poderiam ajudar-me a alcançar o meu grupo-alvo? Posso envolver alguns deles na promoção do curso?

Exemplo:

Chegar às ONG culturais, ao Ministério da Cultura, às Universidades de Arte ou a outros Institutos Culturais. Eles já têm um público formado que pode apoiar a sua iniciativa e também promover o curso junto das suas comunidades.

Após responder a estas questões-chave, o desenvolvimento da estratégia de promoção pode ser conduzido e implementado.

Em segundo lugar, à luz da promoção deste curso, os participantes precisam de preencher um formulário de inscrição. Este formulário também desempenha um papel essencial e é um meio de envolvimento com os seus futuros participantes. Certifique-se de que o formulário é acessível, contém informações claras e é apelativo para o leitor. Além disso, para iniciar a sua ligação com os possíveis formandos, inclua uma secção no formulário que responda às expectativas dos que o preenchem.

Em terceiro lugar, é essencial que o educador/formador se comprometa com o possível participante após o preenchimento do formulário de inscrição. Isto pode ser feito das seguintes formas:

- Após a inscrição, enviar um e-mail de confirmação a cada pessoa que tenha preenchido o formulário de inscrição.
- Um e-mail com informações adicionais sobre o curso também pode ser enviado para despertar mais curiosidade. Este passo pode ser cumprido através do envio de diferentes materiais informativos, vídeos inspiradores relacionados com os temas abordados durante o curso (por exemplo, artigos nacionais sobre digitalização de pequenas empresas, exemplos de boas práticas sobre o tema, vídeos TedX que podem inspirar os formandos).
- Certifique-se de que os possíveis participantes são claramente informados sobre o objetivo do curso, para que se possa evitar uma possível desistência. Seja claro na sua comunicação online relativamente ao grupo-alvo, aos objetivos, e à estrutura do curso.
- Alguns dias antes do início do curso, contacte todas as pessoas que se inscreveram no formulário de inscrição e confirme a sua presença.

3.3 Estratégias para envolver os formandos durante as sessões

O envolvimento dos formandos durante as sessões do curso é uma questão essencial para maximizar o potencial do curso tanto quanto for possível. A este respeito, são sugeridas as seguintes direções:

1) Competências iniciais & lista de expectativas

É essencial que o formador/educador esteja familiarizado com o nível de conhecimentos dos formandos. A este respeito, pode ser realizada uma discussão oral sobre as competências digitais que os formandos possuem no início do curso (ver exemplo abaixo).

Exemplo:

O formador poderia começar com uma mesa redonda (plenária), onde todos os formandos precisam de responder aos seguintes pontos:

- Descreva o seu negócio em algumas frases (objeto do negócio, grupo alvo, quando este foi aberto)

- Como está a tornar o seu negócio visível? Que canais está a utilizar?

- Tem alguma competência digital/tendeu assistir a alguma preparação a este respeito?

Para além do objetivo de descobrir as competências dos formandos, este exercício pode ser um primeiro passo para o estabelecimento de network e para que os formandos se conheçam uns aos outros.

Além disso, na fase incipiente, é vital recolher as expectativas dos formandos relativamente às capacidades que gostariam de adquirir ao longo do curso e as informações que querem apreender (ver exemplo abaixo). O formador deve orientar as seguintes sessões intermediárias de acordo com estas expectativas.

Exemplo:

*Faça uso da ferramenta on-line **Mentimeter**. O formador criará um quadro com a seguinte pergunta: "**Quais são as suas expectativas concretas em relação ao curso GRACE? O que gostariam de aprender?**". Os formandos terão cerca de 5 minutos para responder à pergunta e submeter as suas respostas. Após esta etapa, o formador assumirá a liderança e discutirá os resultados.*

Dado que uma avaliação de conhecimentos e competências é também apresentada como um método de avaliação, o formador pode rever a resposta dos formandos para ter conclusões baseadas em dados (ver capítulo 5).

2) Três sessões intermediárias síncronas

O material online será complementado por três sessões intermediárias com o educador/formador, que incluirão atividades interativas e práticas. Nestas sessões, o

formador pode também recolher feedback sobre os materiais e dar explicações complementares, se necessário.

3) Grupos de discussão online (nacionais e internacionais)

Outro instrumento que estará constantemente disponível para os formandos e que ajudará no seu envolvimento são os grupos de discussão online disponíveis na plataforma. No website, cada formando terá a possibilidade de se juntar a um grupo nacional (o atribuído ao seu país), onde a comunicação será feita na língua nacional. Além disso, terão a possibilidade de se juntar ao grupo internacional geral, que reunirá todos os participantes e onde a comunicação será conduzida em inglês. Os formandos devem ser lembrados ao longo da duração do curso sobre estes grupos e encorajados a utilizá-los. Está provado que a comunicação entre pares aumenta a motivação.

4) Check-in constante com os formandos

Além disso, devem ser dadas aos formandos oportunidades adicionais para levantar questões e interagir com o educador/formador. Isto pode ser feito de diferentes maneiras, tais como: a opção de conversa individual na plataforma e definir horas de perguntas e respostas.

4. Implementar o curso

O quarto passo visa familiarizar os formadores do EFP com os conteúdos do curso e como otimizar melhor a sua utilização, fornecendo ferramentas para a implementação do curso, tais como planos de sessão, com o título, duração, objetivo geral, resultados e conteúdos específicos da aprendizagem. Serão fornecidas indicações específicas para cada módulo.

4.1 Planos de Sessão

| Módulo 1 | |
|------------------|--|
| Título | Introdução: Compreender o empreendedorismo digital no setor cultural e criativo |
| Descrição | |

| | | | |
|---|---|--|--|
| | <p>Este primeiro módulo vai introduzir o formando no empreendedorismo digital no setor cultural e criativo. Definirá conceitos-chave e apresentará a situação atual nos países participantes e na Europa em geral em termos de digitalização no setor cultural e criativo.</p> | | |
| <p>Objetivos</p> | <p>Após a conclusão deste módulo, o formando irá:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Compreender e aplicar conceitos-chave de empreendedorismo digital 2. Tenha uma compreensão completa das tendências e oportunidades futuras 3. Estar exposto a exemplos de empreendedorismo digital no setor | | |
| <p>Resultados da Aprendizagem</p> | <p>Conhecimento</p> <p>Compreender conceitos-chave do empreendedorismo digital</p> | <p>Competências</p> <p>Ser capaz de identificar diferenças entre o empreendedorismo digital e o empreendedorismo típico</p> | <p>Atitudes</p> <p>Superar estereótipos sobre o empreendedorismo digital no setor cultural e criativo</p> |
| <p>Competências Esperadas</p> | <ul style="list-style-type: none"> o auto-confiança o pensamento crítico | | |
| <p>Unidades/conteúdo do módulo</p> | <p style="text-align: center;">1. Empreendedorismo digital - (PPT)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Quem é um empreendedor digital? ● Diferenças com um empreendedor típico ● O que é o empreendedorismo digital nas indústrias culturais e criativas ● Definição, exemplos <p>1.2 Fatores-chave para se tornar um empreendedor digital no setor cultural e criativo (PPT)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identificação e análise de fatores-chave <p>1.3 Perspetivas futuras (PPT)</p> <p>Perspetivas no mercado, oportunidades no setor cultural e criativo</p> | | |

| | |
|--|---|
| | <p>1. Quiz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quem é um empreendedor digital? |
| <p>Conexão entre as Atividades de aprendizagem & Competências para a Vida</p> | <p>1. 40 Minutos Dyad – esta atividade pode ser utilizada em grandes grupos com a presença de um facilitador/educador.</p> <p>Duração: 40 minutos</p> <p>Número de participantes: máximo 16</p> <p>Cara a cara / Síncrono Online</p> <p>Os participantes compreenderão como a sua própria personalidade é uma parte importante para se tornarem empresários digitais.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comece o exercício com um jogo energizador à sua escolha e depois introduza a atividade aos participantes. Explique que é essencial estarmos conscientes de nós próprios como empresários / profissionais. • Peça aos participantes para se juntarem em pares e sentarem-se de frente um para o outro. • Explicar que cada par vai falar um com o outro em rondas. Durante cinco minutos apenas uma pessoa fala - a outra pessoa ouve, depois a dupla troca durante os próximos cinco minutos. Fazer isto durante quatro rondas - isto deve levar 40 minutos (ou ajustar de acordo com as limitações de tempo). • Pedir aos participantes para escolherem uma das seguintes afirmações. Cada par discute então a sua declaração escolhida à vez no início da primeira ronda (por isso ambos serão questionados pela primeira vez). Após a primeira ronda, os participantes continuam com o seu tema. <p><i>Exemplos de declarações:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Tenho (ou não) as competências necessárias para transferir o meu negócio online.</i> - <i>A pandemia afetou o meu negócio</i> - <i>Sinto-me incerto sobre ser um empresário digital</i> - <i>Sinto-me esperançoso quanto ao futuro do meu negócio.</i> <p>Após quatro rondas de discussão, reúna o grupo de novo. Pergunte-lhes como se estão a sentir depois do exercício e quais foram as suas experiências. Abordar as ideias discutidas.</p> <p>Esta atividade constitui uma oportunidade para as pessoas partilharem o seu diálogo interior com alguém que as ouve. Isto pode</p> |

tornar as suas próprias ideias sobre as coisas mais aparentes, pois muitas vezes quando se diz algo em voz alta o significado torna-se mais claro; também é incomum que se tenha a atenção indivisível de outra pessoa durante 20 minutos.

Este exercício cria confiança e escuta ativa.

2. **Posição da fita** – esta atividade ajuda o pensamento crítico e a construção de resiliência.

Duração: 30 minutos

Número de participantes: máx. 20-25

Cara a cara

Para esta atividade, será necessária uma fita adesiva no chão.

- Pedirá aos participantes que pisem a cassetete.
- Lerá algumas declarações relativas ao empreendedorismo digital/à pandemia e como esta afetou os seus negócios
- Se os participantes concordarem com a declaração, darão um passo em frente. Se discordarem, darão um passo atrás e se não tiverem a certeza ou se isto não se aplicar a eles, podem ficar parados.
- Dê-lhes alguns minutos para verificar a posição do resto dos participantes
- Em seguida, tirar alguns minutos e discutir e perguntar-lhes se alguém quer partilhar a sua opinião/experiência.

Exemplo de declarações:

- Compreendo os conceitos-chave do empreendedorismo digital
- Acredito que as competências digitais são importantes para o meu negócio
- Conheço as diferenças com um empresário típico
- Tenho uma compreensão das tendências e oportunidades futuras
- Compreendo como as competências digitais irão elevar o meu negócio
- As competências digitais são importantes para as indústrias criativas / culturais

Pode utilizar declarações adicionais que possa pensar, relacionadas com o módulo, ou declarações que serão úteis para os participantes.

| | |
|------------------------------|--|
| | <p>Outra forma de o fazer, é pedir aos participantes que partilhem os seus pensamentos e experiências sobre a pandemia e como esta os afetou e aos seus negócios. Depois, os restantes participantes darão um passo em frente se estiverem de acordo, ou um passo atrás se discordarem e puderem partilhar a sua opinião e ter uma pequena discussão.</p> <p>Este exercício também pode ser feito individualmente, com cada participante lendo as declarações e anotando se concordam ou discordam.</p> <p>Este exercício ajuda na comunicação, resolução de problemas e pensamento crítico.</p> |
| Métodos de Ensino | <p>Todo o curso é baseado no método de e-learning. Duas técnicas podem ser aplicadas de forma distinta ou combinada:</p> <p>A. Síncrona Apresentações de PPT, discussão, perguntas e respostas</p> <p>B. Assíncrona Apresentações de PPT, estudo autogerido</p> |
| Recursos Necessários | Computador portátil ou PC, ligação à Internet, fita de papel (para a atividade de aprendizagem) |
| Avaliação | <p>Quiz</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5-10 questões |
| Duração | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudo: 1 hora ✓ Quiz: 30 minutos |
| Dicas para o formador | <p>Este é um módulo introdutório com o objetivo de familiarizar os formandos com definições e conceitos. Tem uma abordagem teórica e não deve entrar em detalhes extremos. Os formandos vêm sobretudo dos setores criativo, cultural e empresarial, que são aplicados e práticos. Este módulo funciona como uma base teórica, ajudando os aprendentes a ter uma ideia clara sobre os diferentes</p> |

| | | | |
|-----------------------------------|--|---|--|
| | conceitos antes de mergulharem em tópicos mais práticos nos próximos módulos. | | |
| Módulo 2 | | | |
| Título | Comercialize o seu negócio cultural e criativo online | | |
| Descrição | Este segundo módulo irá formar os participantes sobre o essencial do marketing do seu negócio online, ou seja, a venda de produtos e serviços através de meios digitais. Este segundo módulo analisa mais de perto as necessidades de um microempresário no setor cultural e criativo e apresentará formação à medida para os ajudar a estabelecer um negócio online com potencial de crescimento. Este é um módulo prático, como fazer , que dará respostas a questões-chave relativas ao marketing online de microempresas. | | |
| Objetivos | Depois de completar este módulo, os formandos serão capazes de: <ul style="list-style-type: none"> • Compreender o essencial do marketing online com ênfase nas características culturais e criativas do sector • Conhecer os requisitos de criação e manutenção de uma loja online tendo em consideração as características do sector CC e o contexto do país • Sintar-se confiante para criar e operar um negócio online • Familiarizar-se com as lojas do mercado online (e.g. etsy.com) • Ter um bom conhecimento das vantagens, desvantagens, ameaças e oportunidades do marketing online, incluindo diretrizes de segurança | | |
| Resultados da Aprendizagem | Conhecimento | Competências | Atitudes |
| | Tenha uma compreensão geral de como o empreendedorismo digital funciona para o setor cultural e criativo | Estabelecer uma loja digital em plataformas específicas | Superar estereótipos sobre o empreendedorismo digital no setor cultural e criativo |

| | |
|---|--|
| <p>Competências Esperadas</p> | <ul style="list-style-type: none"> o Auto-confiança o Tomada de decisão o Resolução de problemas o Pensamento criativo o Gestão e controlo o Responsabilidade |
| <p>Unidades/conteúdo do módulo</p> | <p>2.1 O básico para a venda online de bens e serviços (PPT)</p> <p>Nesta unidade introdutória, serão fornecidas definições-chave associadas a uma visão geral das tendências atuais do mercado. Esta unidade apresentará também as vantagens e desvantagens da venda online de bens/serviços.</p> <p>2.2 Um guia passo a passo sobre como vender online e estabelecer uma loja de e-shop (vídeo, tutorial)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Escolher um nome de domínio - por que é importante ● Requisitos legais/fiscais para cada país ● Como gerir conteúdos e transações ● Exemplos do que pode correr mal e como corrigi-lo <p>2.3 Mercados online que pode utilizar (PPT)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Etsy.com ● Ebay <p>2.4 Propriedade intelectual e segurança no marketing online (PPT)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Como proteger a sua propriedade intelectual ● Como realizar transações seguras online <p>2.5 Quiz de escolha múltipla</p> <p>2.6 Mais recursos e apoio</p> <p>Ligações aos recursos a nível nacional e europeu no que diz respeito ao apoio à criação de uma loja online, blogs e exemplos, agências reguladoras nacionais em matéria de propriedade intelectual e comércio eletrónico.</p> |
| <p>Conexão entre as Atividades de aprendizagem & Competências para a Vida</p> | <p>1. <u>A sua filosofia de trabalho com cem palavras</u></p> <p>Duração: 40 minutos</p> <p>Número de participantes: sem limite</p> <p>Cara a cara / Online síncrono e assíncrono</p> |

O seu objetivo é escrever a sua filosofia de trabalho em precisamente cem palavras - nem mais nem menos. Pode ter a forma que quiser, desde uma declaração de valores até uma lista de instruções.

Escreva as suas crenças e valores fundamentais sobre o seu negócio. Pense em experiências que tiveram um impacto significativo no seu negócio ou em conselhos poderosos que tenha recebido. Com base nas suas experiências, qual é a sua filosofia de trabalho?

Esta atividade pode também ajudar com os valores que tem para o seu negócio e criar uma filosofia pessoal como base para as suas crenças e realizações.

Dê aos participantes aproximadamente meia hora. Depois de eles terminarem de escrever, pode perguntar se alguém deseja partilhar a sua filosofia de trabalho.

Este exercício pode ajudar a construir autoconfiança, desenvolver o pensamento criativo, assumir responsabilidades, melhorar a gestão e o controlo.

2. Regras básicas

Ter algumas regras básicas é importante em todos os ambientes e setores.

Duração: 20 minutos

Número de participantes: máx. 20

Cara a cara / Online síncrono

- Colocar papel de flipchart e canetas marcadoras à volta da sala de aula. Instruir os participantes a dividirem-se em grupos de três e pedir-lhes que discutam e acordem uma lista de regras básicas que possam ser úteis ao abrir uma loja online.
- Pedir aos participantes para darem o seu feedback ao grupo maior e darem uma justificação para as suas escolhas.
- Comparar as suas regras básicas com os exemplos das regras básicas.

A discussão de comparação deve incluir alguns dos seguintes elementos:

As regras básicas dão-nos uma base a que podemos recorrer, caso surjam quaisquer questões.

As regras básicas proporcionam um ambiente de trabalho seguro e eficaz.

| | |
|----------------------------|---|
| | <p>As regras básicas proporcionam maior clareza no que respeita a limites.</p> <p>As regras de base podem ser implementadas em muitos aspetos diferentes da vida de alguém.</p> <p>Uma alteração para este exercício seria dividir o grupo em grupos mais pequenos e cada grupo pode escrever as suas próprias regras/oriações básicas para o desenvolvimento de uma loja eletrónica. Posteriormente, podem discutir as regras que surgiram, e compará-las.</p> <p>Este exercício desenvolve competências de resolução de problemas, pensamento criativo, tomada de decisões, gestão e controlo.</p> |
| Nota para os facilitadores | <p>Para a atividade de filosofia de trabalho de cem palavras, seria útil para os participantes se tivesse preparado a sua própria filosofia de trabalho. Caso estejam relutantes em partilhar a deles, pode começar com a sua própria filosofia de trabalho. Isto dar-lhes-á a coragem de partilhar as suas crenças e valores.</p> <p>Recomendamos a utilização da filosofia de trabalho de cem palavras antes do módulo. Desta forma, os participantes partilharão a sua filosofia de trabalho e poderá ter em consideração enquanto avança com o módulo. Depois de terminar o módulo, poderá utilizar a atividade Regras básicas que servirá como revisão do que tem de fazer quando tentar abrir uma loja online, mantendo-se ao mesmo tempo fiel à sua filosofia de trabalho.</p> |
| Métodos de Ensino | <p>Todo o curso é baseado no método de e-learning. Duas técnicas podem ser aplicadas de forma distinta ou combinada:</p> <p>C. Síncrona Apresentações de PPT, vídeos, discussão, perguntas e respostas</p> <p>D. Assíncrona Apresentações de PPT, vídeos, estudo autogerido</p> |
| Recursos Necessários | <p>Portátil ou PC, ligação à Internet, livros brancos A4, flipcharts, canetas, canetas coloridas (para a atividade de aprendizagem)</p> <p>É necessário que os formandos tenham experiência prévia na utilização da Internet para navegar, e que estejam familiarizados com a realização de transações online (via web banking, etc.).</p> |

| | |
|-----------------------|--|
| | |
| Avaliação | Quiz de escolha múltipla <ul style="list-style-type: none"> • 8-10 questões |
| Duração | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudo: 4 horas ✓ Quiz e exercícios: 2 horas |
| Dicas para o formador | <p>Este é um módulo prático que orienta os formandos em como construir o seu próprio negócio/loja digital. A unidade 2.3 centra-se principalmente em duas das plataformas mais correntes para lojas online para o sector criativo. Estas não são as únicas escolhas e no final desta unidade em particular, são listadas outras alternativas se alguém quiser ir mais longe. Este módulo dá as bases aos profissionais do sector criativo e cultural que queiram transferir o seu negócio online pela primeira vez. Este não é um nível avançado.</p> |
| Módulo 3 | |
| Título | Presença digital e gestão de conteúdos - Promova o seu negócio online |
| Descrição | <p>O terceiro módulo do curso está centrado na marca digital e no desenvolvimento de conteúdos de media social para ajudar o seu negócio a crescer. As economias hoje em dia são massivamente e continuamente transformadas pelo digital transformação e avanços tecnológicos. É notoriamente reconhecido que as empresas que não surgirem na onda da digitalização estarão numa posição de desvantagem nas economias futuras. O objetivo deste módulo é proporcionar formação prática e personalizada sobre como estabelecer e manter uma presença digital a partir do zero e com fundos mínimos.</p> |

| | | | |
|--|---|--|--|
| <p>Objetivos</p> | <p>Após a conclusão deste módulo, os formandos poderão:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Compreender conceitos-chave, ferramentas e plataformas para promover digitalmente os seus negócios - Conhecer as vantagens e desvantagens de estabelecer e manter uma presença digital (website, redes sociais) - Agarrar o essencial da construção de uma estratégia de marketing digital baseada nas suas necessidades, na sua visão e na sua capacidade - Ter capacidade para estabelecer com confiança contas nos meios de comunicação social e criar conteúdos para manter a sua visibilidade comercial | | |
| <p>Resultados da Aprendizagem</p> | <p>Conhecimento</p> <p>Ter uma compreensão geral da necessidade de ter uma presença digital enquanto empreendedor cultural e criativo</p> | <p>Competências</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ser capaz de criar uma identidade comercial digital - Ser capaz de construir uma estratégia de identidade empresarial digital de acordo com as necessidades da sua empresa - Sinta-se confiante na promoção digital do seu trabalho | <p>Atitudes</p> <p>Mudar perspetivas sobre ter uma identidade digital como um negócio criativo e cultural</p> |
| <p>Competências Esperadas</p> | <p>o competências sociais</p> <p>o confiança</p> <p>o tomada de decisões</p> | | |

| | |
|-----------------------------|---|
| | <p>o resolução de problemas</p> <p>o capacidades de comunicação</p> <p>o pensamento criativo</p> <p>o pensamento crítico</p> <p>o responsabilidade</p> |
| Unidades/conteúdo do módulo | <p>3.1 Introdução de microempresas criativas e culturais ao marketing digital (PPT)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Compreensão de conceitos e ideias-chave - Estratégias de marketing digital para negócios culturais e criativos <p>2. Pensar estrategicamente (PPT)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Os princípios básicos da construção de uma estratégia de marketing digital - Pense estrategicamente: o que considerar para construir a sua própria estratégia <p>3. Estabeleça e melhore a sua presença nas redes sociais (vídeo tutorial)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Um guia passo a passo sobre a criação de contas nos meios de comunicação social com dicas e apoio sobre como criar conteúdos e melhorar a visibilidade dos meios de comunicação social - Identificar os meios de comunicação social relevantes para o seu trabalho <p>4. Mantenha-se seguro on-line (PPT)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evitar o Spam e os bots - Termos e condições - Questões de segurança <p>3.4 Atividade de aprendizagem: Descreva a sua própria estratégia de marketing digital</p> <p>A última atividade deste módulo pede aos formandos para delinearem a sua própria estratégia de marketing digital de acordo com os seus objetivos, recursos e resultados esperados.</p> |

Conexão entre as

Atividades de
aprendizagem &

Competências para a
Vida

1. Análise SWOT pessoal (Pontos Fortes, Pontos Fracos, Oportunidades, Ameaças)

Duração: 40 minutos

Número de participantes: máx. 20

Cara a cara / Online síncrono e assíncrono

Identifique os seus pontos fortes, perguntando-se

- Em que é bom, naturalmente?
- Que capacidades adquiriu?
- Quais são os teus talentos ou dons naturais?

Identificar as tuas fraquezas

- Existe algum aspeto da sua perícia que possa ser melhorado?
- Quais são os seus defeitos detetados por outros (colegas, parceiros, empregados)?
- Quais são as áreas onde poderia melhorar, de acordo com outros?

Para o sector das oportunidades, examine os fatores externos que pode utilizar para elevar o seu negócio através da obtenção de competências digitais. Entre as questões a considerar encontram-se:

- Como é que as novas competências digitais o ajudarão?
- Como está a situação das empresas que trabalham em linha?
- Que novas oportunidades terá?

Examine quaisquer ameaças com que se possa deparar ao entrar em linha. Esta secção considera os elementos externos que podem afectar a sua capacidade de atingir os seus objetivos. Considere as seguintes questões:

- Até que ponto está familiarizado com potenciais ameaças em linha?
- Há muita concorrência em linha?
- Qual é a ameaça externa mais significativa para o seu negócio, se entrar em linha?

Este exercício pode ajudar na resolução de problemas, autoconfiança, pensamento crítico e criativo.

2. **Como é que se descreveria como empresário/profissional?**

Duração: 20 minutos

Número de participantes: sem limite

Cara a cara / Online síncrono e assíncrono

Leve algum tempo e pense antes de responder. Como se descreveria como proprietário de um negócio?

Pense na forma como se descreveria a um completo estranho. Tente ser tão objetivo quanto possível.

Escreva as características essenciais que definem a sua identidade como profissional.

Tente pensar na forma como estas características o ajudaram noutras situações em que se sentiu impotente, ou teve de aprender algo novo relacionado com o seu negócio.

Não há respostas certas ou erradas.

Tente não repensar isto.

Escreva as primeiras e mais seguras respostas que lhe vêm à cabeça, aquelas que o fazem dizer: "Isto sou eu".

Sem qualquer autoedição, limitações e inibição, escreva uma resposta à seguinte afirmação "Pense na sua vida profissional no futuro quando tiver 109 anos de idade. Imagine que tudo correu tão bem como poderia ter corrido profissionalmente. Trabalhou arduamente e conseguiu realizar todos os seus objetivos profissionais. Pense nisto como a realização de todos os seus sonhos. Agora, escreva sobre o que imaginou". Imagine que o seu eu, com 109 anos de idade, tinha acesso a uma máquina do tempo. Saltaram para dentro dessa máquina do tempo e chegaram neste preciso momento. Eles saem, sentam-se ao seu lado e dão-lhe conselhos. O que é que eles diriam?

Pode escrever as respostas numa forma de carta para si próprio, que pode ler sempre que se sentir desesperado ou sobrecarregado. Isto pode ajudá-lo a lembrar-se de tudo o que conseguiu, das dificuldades que superou e tentar lembrar-se que, como neste momento menciona algumas dificuldades que lhe parecem insuportáveis, já enfrentou obstáculos semelhantes.

| | |
|-----------------------|---|
| | Esta atividade pode ajudar na resolução de problemas, na autoconfiança, no pensamento crítico e criativo. |
| Métodos de Ensino | <p>Todo o curso é baseado no método de e-learning. Duas técnicas podem ser aplicadas de forma distinta ou combinada:</p> <p>E. Síncrona Apresentações de PPT, vídeos, discussão, perguntas e respostas</p> <p>F. Assíncrona Apresentações de PPT, vídeos, estudo autogerido</p> |
| Recursos Necessários | Portátil ou PC, ligação à Internet, folhas brancas A4, canetas (para a atividade de aprendizagem) |
| Avaliação | Atividade de aprendizagem: Delinear a sua própria estratégia de marketing digital |
| Duração | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudo: 3 horas ✓ Atividade de aprendizagem: 3 horas |
| Dicas para o formador | <p>Este é um módulo prático para orientar os profissionais do sector criativo e cultural na construção da sua identidade empresarial digital. O formador deve sublinhar a importância do aspeto digital de fazer negócios nesses sectores e motivar os formandos a compreender o hype da época. Os formadores devem também ter em consideração que os artistas, museus, sítios arqueológicos, etc., podem ter uma visão quase fixa de que os sectores criativos e culturais não podem ter uma presença digital. Assim, os formadores poderão enfrentar resistência à mudança de mentalidade por parte dos aprendentes adultos. A atividade final é realmente útil uma vez que dá aos formandos a oportunidade de delinear a sua própria estratégia de marketing digital e aplicar tudo o que aprenderam neste módulo.</p> |
| Módulo 4 | |

| | | | |
|-----------------------------|---|---|---|
| Título | Colaboração e Networking | | |
| Descrição | <p>Um fator crucial para a viabilidade e crescimento das microempresas está a ser inovador e extrovertido. Desta forma, as microempresas podem encontrar novos mercados para os seus bens e serviços, aguçar o seu capital inovador, encontrar colaboradores e construir sinergias. Mas como podem eles construir uma abordagem de colaboração e de rede que se adapte às suas necessidades e perfil e continuar a segui-la? É isto que este módulo irá ensinar aos microempresários no sector cultural e criativo.</p> | | |
| Objetivos | <p>Após a conclusão deste Módulo, os formandos serão capazes de:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Benefícios do networking e colaboração para microempresas culturais e criativas 2. Melhorar as suas competências de network e adaptá-las às necessidades e características do seu setor 3. Ter confiança para iniciar a sua estratégia de networking | | |
| Resultados da Aprendizagem | Conhecimento Compreender o valor da construção de um network forte | Competências Ser capaz de desenvolver network | Atitudes Desenvolver atitude colaborativa em vez de competitiva |
| Competências Esperadas | <ul style="list-style-type: none"> o competências sociais o tomada de decisão o competências de comunicação o pensamento criativo o pensamento crítico | | |
| Unidades/conteúdo do módulo | <p>4.1 Abordagens de colaboração e de trabalho network para microempresas culturais e criativas (PPT)</p> <p>- Uma introdução sobre o essencial do trabalho network para as microempresas e uma visão geral das melhores práticas no sector</p> <p>4.2 Reforçar as suas capacidades de trabalho network</p> <p>- Como construir uma rede eficaz</p> | | |

| | |
|---|--|
| | <p>- Como comunicar e colaborar eficazmente com os pares e parceiros comerciais</p> <p>4.3 Ferramentas e outros recursos</p> <p>- Ferramentas e recursos online e offline para o ajudar a melhorar as suas capacidades de rede</p> <p>4.3 Atividade de aprendizagem: Como construir network</p> <p>Os participantes serão convidados a pensar e elaborar uma estratégia básica para expandir a sua rede de negócios e aplicar as suas competências colaborativas e de networking.</p> |
| <p>Conexão entre as Atividades de aprendizagem & Competências para a Vida</p> | <p>1. <u>Teia de Aranha</u></p> <p>Duração: 30 minutos</p> <p>Número de participantes: máximo 16</p> <p>Cara a cara</p> <p>- Pedir aos participantes para se sentarem em círculo, o mais próximo possível um do outro. Pegue numa bola de corda e dê-a a um participante para iniciar o exercício.</p> <p>- Diga que o objetivo do exercício é dar um feedback positivo uns aos outros.</p> <p>- A pessoa que inicia o exercício, coloca o fim do fio da corda à volta do seu dedo.</p> <p>- Depois atira a bola de corda a outro membro do grupo, dando-lhe um feedback pessoal; por exemplo, Anna, gostei muito da forma como pôde apresentar ideias para trabalhar sob pressão.</p> <p>- Este participante apanha a bola de corda e coloca o fio à volta do seu dedo, escolhendo outro participante e atirando-lhes a bola, enquanto dá novamente o seu feedback.</p> <p>- Desta forma, haverá uma linha de ligação entre os participantes - e depois de algum tempo, muitas linhas de cruzamento, formando uma rede semelhante a uma teia de aranha.</p> <p>- Peça aos participantes para darem feedback àqueles que ainda não foram incluídos.</p> <p>- Depois de todos (incluindo o participante inicial) terem recebido feedback, poderá então continuar com declarações de "livre escolha" até ao final da atividade. Por exemplo: Peça aos participantes para</p> |

falarem pessoalmente com a outra pessoa, não em geral; por isso, não gostei de trabalhar em conjunto com Júlia, mas "Júlia, gostei de trabalhar em conjunto consigo.

- Quando o exercício tiver terminado, peça aos participantes para se levantarem, e tente mover a web movendo as suas mãos ligadas.

- Pode refletir sobre o número e a força das ligações e interligação dentro do grupo. Pode também discutir de que forma o trabalho network é benéfico e pensar como pode beneficiar das ligações que fez através deste curso.

Este exercício pode ajudar a desenvolver competências sociais, refletir sobre o que aprendeu, dar e receber feedback, pensamento criativo e crítico.

2. Discussão de Casos

Duração: 60-75 minutos

Número de participantes: máximo 16

Cara a cara

Síncrono online

- O facilitador divide o grupo em grupos menores de quatro.
- Deixe 45 minutos.
- Cada membro do grupo tem 15 minutos para partilhar com os outros do seu grupo um caso/uma história da sua vida profissional / do seu trabalho durante a pandemia.
- O facilitador deve monitorizar a hora e informar os grupos quando tiverem decorrido 15 minutos para permitir a cada membro do grupo a possibilidade de falar.
- Os participantes devem escolher um caso que lhes fosse difícil, não tinham a certeza de como reagir, sentiam-se incertos, etc.
- Os outros podem refletir e partilhar a sua própria opinião sobre esta história, partilhar como teriam reagido nessa situação, o que fariam, etc. Discuta e concorde com uma solução.
- Após 60 minutos, o grupo deve escolher uma das histórias e apresentá-la como um pequeno drama/peça. Dê tempo para que os participantes concordem em como apresentá-lo.

| | |
|-----------------------|---|
| | <p>•O drama/jogo deve representar as dificuldades encontradas na sua situação escolhida e também disponibilizar uma solução.</p> <p>Este exercício pode ajudar a desenvolver competências sociais, resolução de problemas, pensamento criativo e crítico.</p> |
| Métodos de Ensino | <p>Todo o curso é baseado no método de e-learning. Duas técnicas podem ser aplicadas de forma distinta ou combinada:</p> <p>G. Síncrona Apresentações de PPT, discussão, perguntas e respostas</p> <p>H. Assíncrona Apresentações de PPT, estudo autogerido</p> |
| Recursos Necessários | Portátil ou PC, ligação à Internet, bola de corda (para a atividade de aprendizagem) |
| Avaliação | Atividade de aprendizagem: Como construir network |
| Duração | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudo: 3 horas ✓ Atividade de aprendizagem: 2 horas |
| Dicas para o formador | <p>Este módulo é sobre a importância do networking. Os formadores devem concentrar-se na construção de um sentido de colaboração. Os profissionais do sector criativo e cultural são cruciais para desenvolver uma rede com outros profissionais, mesmo que façam o mesmo ou semelhante trabalho. A competição dentro desses sectores deve ser substituída pela colaboração. A atividade final é útil uma vez que dá aos formandos a oportunidade de construir uma rede e aplicar tudo o que aprenderam neste módulo.</p> |

3 Avaliação

A etapa final visa disponibilizar aos formadores/educadores ferramentas de avaliação, não só para se envolverem nas avaliações formais dos formandos, ou seja, a avaliação dos conhecimentos e competências adquiridos no final de cada módulo e no final do curso, mas também informação qualitativa sobre os resultados da aprendizagem. Assim, são propostos três métodos de avaliação: questionário de satisfação, uma avaliação de Conhecimentos e Competências (ex-ante e ex-post), e questionários - presentes na plataforma Moodle para o curso online GRACE que os formandos têm de preencher durante as sessões online. O objetivo da avaliação é identificar o impacto da formação e disponibilizar um feedback valioso e tangível para melhorias adicionais.

5.1 Questionário de Satisfação

O questionário de satisfação pode ser fornecido em diferentes formatos, por exemplo, formulários google, folha física de papel, Mentimeter. Dadas estas particularidades e diferentes recursos de cada formador e educador, apresenta-se o conteúdo do questionário dividido em quatro (4) grupos principais: organização, conteúdo de aprendizagem, formadores, e avaliação global. Os formandos devem preencher o questionário após ou durante a sessão final.

Cada pergunta será classificada de uma escala de 1 a 5, representando o seguinte:

1 - Mau; 2 - Médio; 3 - Bom; 4 - Muito Bom; 5 - Excelente

Organização - Como avalia (formando) a organização da formação em termos de:

Organization – How do you (trainee) evaluate the organization of the training in terms of:

- Facilidade de contacto com a equipa de formação
- Disponibilidade da equipa de formação
- Esclarecimento adequado de questões e resolução de problemas
- Resposta atempada a problemas/questões
- Acesso à plataforma de aprendizagem
- Informação inicial sobre a utilização da plataforma Moodle

- Qualidade da mediação em sessões síncronas

Conteúdo de Aprendizagem - Como é que você (formando) avalia o conteúdo da formação em termos de:

- Adequação aos objetivos estabelecidos
- Adequação às necessidades/aprendizagem dos formandos
- Utilidade do conteúdo para o trabalho do formando e para as suas atividades diárias
Aplicação do conteúdo ao trabalho e atividades diárias do formando
- Adequação da documentação de apoio e da bibliografia disponibilizada

Formadores - Como é que (formando) avalia os formadores em termos de:

- Maestria e clareza na apresentação dos conteúdos
- Utilização de linguagem clara e acessível; capacidade de estimular a participação dos formandos
- Capacidade de responder a dúvidas e/ou perguntas
- Relação com os formandos
- Gestão do tempo de sessão

Avaliação global - Em geral, como é que você (formando) avalia a formação considerando os seguintes aspetos?

- Adequação dos temas abordados ao seu nível de conhecimentos
- Aquisição de novos conhecimentos e competências
- Satisfação geral

5.2 Avaliação de conhecimentos e competências (ex-ante e ex-post)

O objetivo da avaliação dos conhecimentos e competências é avaliar o impacto do curso sobre os formandos. Respondendo à avaliação antes e depois do curso pode ser feita uma comparação viável. Cada parâmetro será classificado de uma escala de 1 a 5. Os formandos avaliarão as suas competências e conhecimentos no início e no final do curso.

| | |
|--------------------------------|--------------|
| Designação da formação: | GRACE |
| Lugar: | |
| Nome do Formando: | |

Diretrizes para a conclusão: O quadro seguinte pretende identificar o nível de desenvolvimento das competências a adquirir a partir da ação de formação. Por favor, coloque uma cruz (X) no quadrado que, na sua opinião, melhor corresponde ao seu nível de desenvolvimento. Obrigado pela vossa cooperação.

COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR

ANTES DA FORMAÇÃO

DEPOIS DA FORMAÇÃO

| Avaliação | | | | | |
|--|----------------------------|------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|----------------------------|
| Data: | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Conhecimento | <i>Discordo totalmente</i> | <i>Discordo parcialmente</i> | <i>Não concordo nem discordo</i> | <i>Parcialmente de acordo</i> | <i>Concordo totalmente</i> |
| Compreendo o papel de um empreendedor digital | | | | | |
| Posso identificar as diferenças entre um empresário típico e um empresário digital | | | | | |
| Conheço as tendências atuais da transformação digital e os seus efeitos na indústria cultural | | | | | |
| Posso identificar e compreender os desafios e limitações operacionais do empreendedorismo digital | | | | | |
| Posso identificar e compreender as novas perspetivas e soluções trazidas ao empreendedorismo digital devido à pandemia | | | | | |
| Reconheço os requisitos para a criação e manutenção de uma loja online | | | | | |

| Avaliação | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| Data: | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Compreendo as vantagens e desvantagens relacionadas com o comércio eletrónico | | | | | |
| Conheço os diferentes tipos de Propriedade Intelectual e o seu papel e importância no comércio eletrónico | | | | | |
| Compreendo a evolução e a importância do Marketing Digital | | | | | |
| Competências | | | | | |
| Posso analisar e selecionar a melhor plataforma online para vender o meu produto/serviço | | | | | |
| Posso realizar transações seguras online | | | | | |
| Compreendo os vários recursos para o marketing digital e posso tomar uma decisão informada sobre quais os métodos a utilizar | | | | | |
| Posso definir a missão e visão do meu negócio/empresa e o público alvo | | | | | |
| Posso utilizar o Modelo de Marketing dos 4 Ps | | | | | |
| Compreendo e posso utilizar estratégias básicas relativas à Otimização de Motores de Busca | | | | | |
| Posso identificar spam e bots e compreender a sua respetiva ameaça | | | | | |
| Posso utilizar métodos para manter o meu negócio seguro | | | | | |
| Compreendo a importância do trabalho de network e posso criar e fomentar colaborações B2B | | | | | |

Referências Bibliográficas

Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 11

Lee, J. W., & Lee, S. H. (2019). User participation and valuation in digital art platforms: The case of Saatchi Art. *European Journal of Marketing*, 53(6), 1125–1151.

Kapoor, P. (2019). How to boost employee creativity with technology, and why you should. <https://thriveglobal.com/stories/boosting-employee-creativity-with-technology/>.

Kuratko, D. F., & Morris, M. H. (2018). Corporate entrepreneurship: A critical challenge for educators and researchers. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(1), 42–60.

Landry, L. (2017). The importance of creativity in business. <https://www.northeastern.edu/graduate/blog/creativity-importance-in-business/>.

Cusumano, M. A., Gawer, A., & Yoffie, D. B. (2019). *The business of platforms: Strategy in the age of digital competition, innovation, and power*. Harperbusiness.

Filardi, F., Barros, F. D., & Fischmann, A. A. (2014). From the homo entrepreneur to the contemporary entrepreneur: the evolution of the entrepreneurial characteristics from 1848 to 2014. *Revista Ibero-Americana de Estrategia*, 13(3), 123-141. <https://doi.org/10.5585/riae.v13i3.2130>

Guthrie, C. (2014). The digital factory: A hands-on learning project in digital entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(1), 115.

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

The Strategic Digital Media Entrepreneur, First Edition. Penelope Muse Abernathy and JoAnn Sciarrino. © 2019 John Wiley & Sons, Inc. Published 2019 by John Wiley & Sons, Inc. Companion website: www.wiley.com/go/abernathy/StrategicDigitalMediaEntrepreneur

Culture Shock: COVID-19 and the Cultural and Creative Sectors / Organisation for Economic Co-operation and Development. Paris: OECD, 2020. OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19). Web.

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

Newman, B. (2010). Inventing the future of the arts: seven digital trends that present challenges and opportunities for success in the cultural sector. *20under40: Re-Inventing the Arts and Arts Education for the 21st Century*, 15(2), 3–19

Samdanis, M. (2016). Art and information technologies. In J. Hackforth-Jones & I. Robertson (Eds.), *Art business today: 20 key topics* (pp. 164–172). London: Lund Humphries.

Velthuis, O. (2014). The impact of globalisation on the contemporary art market. In A. M. Dempster (Ed.), Risk and uncertainty in the art world (pp. 87–108). London: Bloomsbur



Parceiros do Projeto



