



Entrepreneurship, Creativity
and Arts for Future Teaching

Corso di Studio

Sviluppo delle capacità imprenditoriali e di comunicazione digitale

Agreement n. 2021-1-IT02-KA220-SCH-000032480

e-craftproject.eu



Co-funded by
the European Union

Il sostegno della Commissione Europea alla produzione della presente pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti che riflette solo le opinioni degli autori e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute



Entrepreneurship, Creativity and Arts for Future Teaching

e-craftproject.eu



Il sostegno della Commissione Europea alla produzione della presente pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti che riflette solo le opinioni degli autori e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute

PROJECT PARTNERS



INDICE

INTRODUZIONE	4
STRUTTURA DEL CORSO DI STUDI	4
LEARNING STRANDS	5
FOCUS GROUP RESULTS	6
MODULES	
MODULE 1: CREATIVITY AND INNOVATION	7
MODULE 2: SELF-EMPLOYED ENTREPRENEURSHIP	9
MODULE 3: COMMUNICATION AND MARKETING OF FINE CRAFT PRODUCTS	12
MODULE 4: AR AND VR DESIGN	15
DEFINITION OF THE TYPE OF TEACHING MATERIALS TO BE SUPPLIED WITH THE TRAINING PROGRAM	18
PARTICIPANTS AND SELECTION CRITERIA	19

Introduzione

L'obiettivo specifico del Corso di Laurea è principalmente rivolto agli studenti italiani, greci, spagnoli e portoghesi delle organizzazioni e degli enti E-CRAFT, e successivamente ad altri studenti, per sviluppare le loro capacità imprenditoriali e la mentalità digitale.

Il nuovo corso educativo, sviluppato in collaborazione con il progetto E-CRAFT, si concentra sull'imprenditorialità e le capacità di comunicazione digitale e mira a posizionarsi come un quadro educativo internazionale, integrato e permanente che attraverso l'innovazione metodologica permetterà agli studenti di sviluppare le competenze finali, sperimentando forme innovative di insegnamento in un contesto di laboratorio interattivo, giocoso e ispirato da un'arte flessibile e adattabile alle esigenze delle giovani generazioni e delle future società europee.

STRUTTURA DEL CORSO DI STUDI

Il Corso di Studio si articola come apprendimento Misto in una Sequenza di Azioni Didattiche, garantendo l'Integrazione del percorso cognitivo, operativo e di Monitoraggio per sviluppare le seguenti competenze emerse come prioritarie Durante i Focus Groups:

- Creatività e innovazione
- Imprenditoria indipendente
- Comunicazione e commercializzazione di prodotti artigianali di pregio
- Progettazione AR e VR

I partner, attraverso sessioni di e/co-working hanno elaborato la macro-pianificazione del corso di studio coerente con gli obiettivi, con il gruppo target ed è articolato in una sequenza di azioni didattiche, garantire una logica di percorso progressiva ed un equilibrio nell'integrazione del percorso cognitivo, operativo e di verifica/controllo.

Il Corso di Studio crea un modello educativo europeo sulle capacità imprenditoriali e comunicative caratterizzato dai seguenti elementi di innovazione:

- metodologico, con l'introduzione di GAME-BASED LEARNING SOLUTIONS come catalizzatore per l'innovazione didattica e la valutazione dei risultati iniziali, intermedi e finali

dell'apprendimento, consentendo:

- studenti, per fare un'autovalutazione del loro livello di possesso/ adozione delle abilità target in una logica causa/ effetto
- educatori, per valutare oggettivamente l'efficacia dei comportamenti coinvolti dando uniformità alla fase di valutazione a distanza, superando la cultura del giudizio top-down da configurarsi come un continuo ed ex post feedback condiviso con lo studente
- contenuti e didattica, ponendo al centro del programma di apprendimento, corsi di ispirazione artistica e laboratori di creatività digitale e uno spirito di iniziativa e imprenditorialità per concepire e comunicare nuove imprese
- L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELL'INNOVAZIONE METODOLOGICA, frutto della sperimentazione dei LABORATORI CREATIVI DI ISPIRAZIONE ARTISTICA, spazi di ibridazione didattica tra arte, cultura e mentalità imprenditoriale e digitale per elevare e valorizzare, attraverso l'arte e i suoi molteplici linguaggi, nuove capacità imprenditoriali e comunicative 4.0 degli studenti, permettendo loro di andare oltre il perimetro limitato e formale della semplice osservanza delle formalità e dei compiti pratici, di entrare pienamente nel terreno evoluto e sostanziale della creatività d'ispirazione artistica, orientata verso un valore-risultato di generazione.
- L'INTERATTIVITÀ DELLE SOLUZIONI ADOTTATE che con l'uso di OER in forma di pillole di formazione video interattive sviluppate con tecniche di motion graphic, che combinano intrattenimento/apprendimento aumentando l'impegno (educazione immersiva). Grazie alla presenza di Parole Chiave che appaiono sullo schermo, l'utente può interagire con un click per consultare risorse didattiche aggiuntive (PDF, link a video o siti esterni, ecc.).

FILONI DI APPRENDIMENTO

- Il palinsesto didattico è stato suddiviso in 3 filoni di apprendimento integrato:
- cognitivo, per sviluppare conoscenze e consapevolezza utilizzando le Open Education Resources e un Manuale per sviluppare la conoscenza digitale e la mentalità combinata con la consapevolezza del comportamento imprenditoriale. (Risultato del progetto 2, Risultato del progetto 3)
- operativo, con attività di laboratorio, dove i partecipanti, assistiti da docenti, dovranno formulare idee e soluzioni creative con attività di laboratorio,
 - il comportamento, attraverso la partecipazione a CREATIVITY LABS, per stimolare, attraverso le arti, le loro nuove capacità imprenditoriali e di comunicazione 4.0, rendendole capaci di andare oltre il perimetro circoscritto e formale della mera osservanza dei compiti pratici, per entrare nel terreno evoluto e sostanziale della creatività d'ispirazione artistica, dove gli studenti saranno in grado di:
 - attingere all'arte nei modi in cui si esprime per plasmare la loro mentalità imprenditoriale e digitale
 - imparare dall'arte, in un virtuoso ciclo causa-effetto, un insieme di soft skills che qualificano i comportamenti imprenditoriali e le competenze digitali per una comunicazione coinvolgente e "creativa" basata sul web, trasformando un'attività di laboratorio da semplice luogo di sperimentazione didattica e "laboratorio professionalizzante" per la generazione di idee e performance.

RISULTATI DEL FOCUS GROUP

I focus group moderati da ricercatori/moderatori, svolti nel periodo aprile - maggio 2022 dai partner del progetto E-CR.A.F.T. hanno coinvolto un totale di 94 studenti selezionati principalmente in base al loro interesse per questo progetto. Dalle discussioni e dai questionari durante i focus group è emerso che la maggior parte degli studenti ritiene che le competenze cruciali necessarie per il loro sviluppo professionale siano riassunte in tre parole chiave: creatività, innovazione e imprenditorialità.

Gli studenti ritengono inoltre che le competenze trasversali in materia di comunicazione, lavoro di squadra e adattabilità sono essenziali per la loro futura vita professionale. Ovviamente, l'acquisizione di competenze digitali è una priorità, ma la maggior parte degli studenti si lamenta che il tempo dedicato all'insegnamento delle nuove tecnologie è insufficiente, lasciato alla buona volontà degli insegnanti e spesso con strumenti e programmi obsoleti.

Agli studenti è stato anche chiesto di completare un questionario di autovalutazione delle competenze/abilità imprenditoriali e digitali che è stato completato da 79 studenti. Dal sommario delle capacità/abilità imprenditoriali con riferimento ai descrittori sintetici indicati (valutare opportunità e idee; capacità di sviluppare idee creative e significative; pensiero etico e sostenibile; consapevolezza di sé e auto-efficacia; motivazione e perseveranza; prendere l'iniziativa; lavorare con altri; imparando dall'esperienza - capacità di apprendere facendo) **emerge che il livello espresso dalla maggior parte degli studenti, ritenuto necessario per svolgere efficacemente l'attività imprenditoriale, è elevato rispetto all'individuazione delle opportunità, ma basso per quanto riguarda l'interazione attraverso le tecnologie digitali (livello 4). Il livello di creatività per la maggior parte degli studenti è mediamente basso, così come il problem solving, che affronta incertezze e ambiguità e rischi, una capacità ritenuta necessaria per un imprenditore per supervisionarla efficacemente, ha ricevuto una risposta da 1 a 5 dagli studenti.**

MODULI

Il corso di studio è stato suddiviso nei seguenti moduli correlati alle competenze target individuate:

1. CREATIVITÀ E INNOVAZIONE
2. IMPRENDITORIA INDIPENDENTE
3. COMUNICAZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DI PRODOTTI ARTIGIANALI
4. PROGETTAZIONE DI REALTÀ AUMENTATA E REALTÀ VIRTUALE

Di seguito i moduli articolati contenenti:

- oggetti e standard di processo/prodotto che si prevede di valutare
- Strumenti di valutazione e misurazione dei risultati
- strumenti di raccolta di informazioni in relazione alle conoscenze acquisite; competenze sviluppate; prodotti realizzati; comportamenti adottati
- tempi di somministrazione, compilazione e ritorno

La durata totale del corso di studio è di circa 60 ore.

MODULO 1

Creatività e Innovazione

OBIETTIVI EDUCATIVI GENERALI

Gli obiettivi formativi del modulo saranno i seguenti:

- Applicare diversi punti di vista e prospettive a un problema
- Riconoscere dove è richiesto e appropriato il pensiero creativo e innovativo
- Sviluppa le tue capacità di pensiero creativo
- Incoraggiare il pensiero creativo e innovativo negli altri
- Applicare l'apprendimento per migliorare la creatività di gruppo

METODI E STRUMENTI EDUCATIVI

Metodi: attività di gruppo con capacità miste; discussione e dibattiti; apprendimento facendo e dall'esperienza personale; condivisione di diversi background e punti di vista, adattarli e implementarli a una situazione/ contesto specifico; pensiero critico e recupero di informazioni (competenze del XXI secolo); risoluzione di problemi divergenti all'interno dei contesti digitali; organizzazione di vari layout in classe per alimentare la creatività (es. spazi, tecniche creative)

Strumenti: dispositivi digitali, attività di gioco, esperienze ludiche, dibattiti su argomenti (non)familiari, realtà virtuale/ aumentata, social media, enciclopedia (online e offline), piattaforme online per l'interazione (es. Google, Discord)

DESCRIZIONE E ARTICOLAZIONE DEI CONTENUTI

Il modulo include i seguenti contenuti di apprendimento:

UNITÀ 1: Il processo creativo

Argomento 1: I creativi nascono creativi o lo diventano?

Argomento 2: Tecniche di pensiero creativo

Argomento 3: Diverse interpretazioni e originalità del pensiero creativo

UNITÀ 2: Creatività e innovazione

Argomento 1: Introduzione

Argomento 2: Definizione di creatività e innovazione

Argomento 3: Ostacoli alla creatività

Argomento 4: Promuovere un ambiente creativo

VALUTAZIONE E ESAME

Il modulo include attività volte a verificare la comprensione da parte dei partecipanti dei contenuti presentati:

- auto - valutazione del livello di possesso/ adozione delle abilità target in una logica causa/effetto grazie all'applicazione di tecniche di apprendimento basate sul gioco
- valutazione formativa della comprensione del contenuto presentato nel modulo (es. Quiz/ Test)

RISULTATI ATTESI

- Maggiore consapevolezza delle proprie qualità di pensiero creativo
- Maggiore capacità di esprimere la creatività con autonomia, continuità e performance per generare innovazione

LUNGHEZZA DEL MODULO

8 ore e 20 minuti

- Lezioni frontali: 4 ore
- microapprendimento: 4 ore
- Gioco di creatività: 20 minuti

MODULO 2

Self-Employed Entrepreneurship

OBIETTIVI EDUCATIVI GENERALI

Gli obiettivi formativi del modulo saranno i seguenti:

- identificare le opportunità presenti per le attività personali, professionali e/o economiche, comprese le questioni più ampie che forniscono un contesto al modo in cui le persone vivono e lavorano, come una comprensione generale del funzionamento dell'economia, le opportunità e le sfide che un imprenditore deve affrontare
- trasferire gli elementi cognitivi, utili per elaborare un'idea di business
- sviluppare il mix integrato di elementi tecnici cognitivi, comportamentali e operativi per realizzare la pianificazione strategica di un'azienda
- analizzare, definire e valutare i diversi aspetti della creazione dell'idea di business
- redigere il modello di business Canvas

METODI E STRUMENTI EDUCATIVI

Sarà creato un modello metodologico volto a favorire l'apprendimento come processo di partecipazione, come pratica sociale attraverso la quale la crescita professionale degli individui si baserà soprattutto sulla condivisione di esperienze, sull'individuazione delle migliori pratiche e sull'aiuto reciproco nell'affrontare i problemi legati alla ricerca di dati e informazioni e allo sviluppo di prospetti e modelli di analisi, grazie ai quali è possibile identificare in modo chiaro e coerente la propria area di business, definendo così:

- l'idea imprenditoriale
- le esigenze e le aspettative dei potenziali clienti di riferimento da soddisfare
- le ragioni del vero successo dell'iniziativa
- la coerenza relativa con gli obiettivi perseguiti e la composizione del team con cui creare e avviare l'attività fornendo servizi per promuovere e valorizzare il design caratteristico e/o la moda/l'artigianato.

Il modello di apprendimento preferito sarà quello di "imparare facendo", dove la sperimentazione individuale e la riflessione di gruppo saranno stimolate.

Il corso, infatti, rappresenterà il momento di integrazione dell'apprendimento (integrazione

di conoscenze - metodi/tecniche/strumenti rispetto ai problemi da affrontare) e della loro applicazione diretta, per generare e misurare il cambiamento indotto dal processo di apprendimento.

Le attività didattiche saranno ricche di sessioni in grado di legittimare la proposta e la richiesta di impegno a coinvolgere, responsabilizzare e ottenere la partecipazione attiva dei partecipanti al processo di apprendimento.

Pertanto, saranno create frequenti opportunità di scambio, confronto di idee e soluzioni tra studenti e insegnanti, che opereranno nella funzione strategica di facilitatori dell'apprendimento, al fine di promuovere processi di analisi, diagnosi e ricerca di soluzioni su problemi comuni, condivisi dal gruppo in formazione (problem setting, solving e sharing). In questa prospettiva, le attività educative assumono le caratteristiche di formazione-intervento e ricerca-azione, in cui i partecipanti collocati in situazioni problematiche, cercheranno, con il supporto degli insegnanti, soluzioni concrete ed efficaci utili per raggiungere l'obiettivo finale.

Particolare attenzione sarà, quindi, rivolta alla ricerca e attitudine all'innovazione, al fine di stimolare il partecipante all'apprendimento diretto e alla costruzione personale delle sue/delle sue capacità operative e del suo repertorio comportamentale, incoraggiare i processi di creatività e innovazione.

DESCRIZIONE E ARTICOLAZIONE CONTENUTI

UNITÀ 1: Imprenditorialità

Argomento 1: Concetti di base relativi all'imprenditorialità

Argomento 2: Cosa incoraggia e cosa scoraggia gli imprenditori?

Argomento 3: Le competenze dell'imprenditore

Argomento 4: Imprenditorialità e creatività

Unità 2: Pianificazione aziendale strategica

Argomento 1: Idea imprenditoriale e intenzioni strategiche

Argomento 2: Modello di business creativo

Argomento 1: Obiettivi e vantaggi del piano strategico aziendale

Unità 3: Lavoro autonomo e start-up

Argomento 1: Dall'idea al business

Argomento 2: Il finanziamento dell'idea imprenditoriale: finanza agevolata e finanza tradizionale

Argomento 3: Modelli di finanza alternativa: crowdfunding (Basato su donazioni e ricompense) e social lending

ESAME E VALUTAZIONE

Il modulo include attività volte a verificare la comprensione da parte dei partecipanti dei contenuti presentati:

- auto - valutazione del livello di possesso/ adozione delle abilità target in una logica causa/effetto grazie all'applicazione di tecniche di apprendimento basate sul gioco
- valutazione formativa della comprensione del contenuto presentato nel modulo (es. Quiz/Test)

- lavori di progetto che consisteranno nell'elaborazione:

- 1) Elaborazione del piano d'azione personale;
- 2) una breve presentazione della propria idea imprenditoriale;

3) L'idea imprenditoriale attraverso il modello di business Canvas.

Metodi di valutazione dei risultati delle prove:

1) Elaborazione del piano d'azione personale: il possesso di una mentalità imprenditoriale, il senso di iniziativa e la visione imprenditoriale

2) Breve presentazione della propria idea imprenditoriale: verrà valutata la capacità di presentare la propria idea, la conoscenza del settore di riferimento e la praticità dell'idea;

3) Elaborazione dell'idea attraverso il Business Model Canvas: la capacità di tradurre l'idea iniziale nel modello presentato sarà valutata e allo stesso tempo, eventuali questioni critiche dell'idea saranno corrette e il potenziale sarà valorizzato.

RISULTATI ATTESI

- Definizione e formalizzazione di un'idea imprenditoriale
- Preparazione della tela del modello di business

LUNGHEZZA DEL MODULO

20 ore e 30 minuti (lezioni, sessioni di laboratorio, e-learning)

- Lezioni frontali: 4 ore
- microapprendimento: 6 ore
- Sessione di laboratorio: 10 ore
- Gioco di creatività: 30 minuti

MODULO 3

Comunicazione e commercializzazione di prodotti artigianali

OBIETTIVI EDUCATIVI GENERALI

Il modulo consentirà agli studenti di sviluppare una visione completa e aggiornata dei processi di comunicazione e marketing e delle dimensioni competitive rilevanti nei mercati di oggi.

L'obiettivo è offrire uno studio approfondito sull'evoluzione della comunicazione e del marketing in chiave digitale per fornire gli strumenti necessari per affrontare e superare le nuove sfide del mercato nel settore dell'artigianato artistico.

Al termine del modulo, i partecipanti saranno in grado di:

- Identificare strategie di comunicazione per la promozione di prodotti artigianali di pregio
- Analizzare e selezionare le opportunità offerte da diversi canali promozionali in relazione alle diverse tipologie di prodotti
- Utilizzare le nuove TIC per sostenere la promozione e la comunicazione di prodotti artigianali di qualità
- Sviluppare piani di promozione e comunicazione
- Attuare strategie di comunicazione integrate
- Gestire gli aspetti operativi, tecnici e di attuazione relativi alla definizione di una strategia di promozione, monitorare l'attuazione delle campagne promozionali e l'efficacia della comunicazione
- Integrare le azioni di marketing online con le strategie di marketing
- Sfruttare al meglio gli strumenti di marketing digitali e social media: SEO, SEM, e-mail marketing, social media e mobile
- Monitorare e controllare le campagne di marketing digitali e social media per ottimizzare le loro prestazioni
- Utilizzare tecniche di narrazione per il web content marketing

METODI E STRUMENTI INNOVATIVI

L'approccio metodologico che verrà adottato garantisce lo sviluppo delle dimensioni dell'apprendimento cognitivo, operativo e comportamentale.

Il sistema didattico e pedagogico utilizzerà una serie di strumenti per garantire un'adeguata trasferibilità dell'apprendimento dalla classe al target professionale di riferimento dei beneficiari del Progetto.

Per facilitare l'apprendimento, la struttura didattica, nell'ambito delle sessioni formative formali previste dal progetto, sarà caratterizzata dalla realizzazione di adeguate sessioni di attività pratiche, funzionali a sostenere e motivare il percorso dell'intera comunità di apprendimento.

I metodi didattici utilizzati saranno ispirati al ciclo Kolb e all'apprendimento basato sull'esperienza, seguendo i seguenti passaggi:

- **esperienza concreta**, con il coinvolgimento dei partecipanti in nuove esperienze
- **osservazione riflessiva**, con azioni volte ad incoraggiare i partecipanti a riflettere su queste esperienze
- **concettualizzazione astratta**, integrazione delle osservazioni in teorie di riferimento logicamente valide
- **coinvolgimento**: l'esperienza in aula mira a raggiungere un forte coinvolgimento emotivo e un alto livello di partecipazione, anche nella logica dell'empowerment e della motivazione
- **sperimentazione attiva**, secondo cui le alternative sono state testate attraverso l'azione, al fine di massimizzare l'efficacia dell'apprendimento.

DESCRIZIONE E ARTICOLAZIONE DEI CONTENUTI

UNITÀ 1: Fondamenti di Marketing e Strategie nella comunicazione per prodotti artigianali

Argomento 1: Scenario dell'economia dell'artigianato artistico e del mercato della moda

Argomento 2: Marketing e pianificazione strategica: il piano di marketing

Argomento 3: Elementi di comunicazione, promozione, pubblicità e pubbliche relazioni: il piano di comunicazione

UNITÀ 2: Marketing digitale della moda e dei prodotti artigianali

Argomento 1: Mass Media: dalle origini ai giorni nostri

Argomento 2: La comunicazione multicanale

Argomento 3: Marketing Digitale

UNITÀ 3: Social Media Marketing dei prodotti di moda e artigianato e content marketing

Argomento 1: Strategie base sui Social Media dei prodotti di moda e artigianato

Argomento 2: Piattaforme utili e applicazioni digitali per SMM per prodotti di moda e artigianato

Argomento 3: Consigli di base su SMM di prodotti di moda e artigianato raffinato

UNITÀ 4: Content Marketing

Argomento 1: Comprendere l'importanza della struttura narrativa, la funzione di base della narrazione e della scr

Argomento 2: Creazione, cura e promozione dei contenuti

Argomento 3: Generazione di lead attraverso il content marketing

ESAME E VALUTAZIONE

La valutazione finale degli studenti è finalizzata alla verifica del grado di raggiungimento degli obiettivi formativi.

Gli strumenti di valutazione che saranno utilizzati sono:

Il modulo include attività volte a verificare la comprensione da parte dei partecipanti dei contenuti presentati:

- auto - valutazione del livello di possesso/ adozione delle abilità target in una logica causa/ effetto grazie all'applicazione di tecniche di apprendimento basate sul gioco
- valutazione formativa della comprensione del contenuto presentato nel modulo (es.

Quiz/Test)

- lavori di progetto che consisteranno nell'elaborazione di un piano di comunicazione

Metodi di valutazione dei risultati delle prove:

- 1) Elaborazione di un Piano di Comunicazione: il possesso di competenze comunicative e digitali, il senso di iniziativa e la visione imprenditoriale
- 2) Breve presentazione del proprio piano di comunicazione: la capacità di presentare il proprio piano attraverso strumenti digitali e di comunicazione

RISULTATI ATTESI

Sviluppo di piani di marketing digitale che evidenziano i seguenti aspetti chiave:

- Obiettivi chiari e raggiungibili
- Canali digitali e soluzioni previste
- Strategia precisa per raggiungere gli obiettivi prefissati
- Attività necessarie per tradurre la strategia in azione

LUNGHEZZA DEL MODULO

17 ore e 20 minuti (lezioni, sessioni di laboratorio, e-learning)

- Lezioni frontali: 2 ore
- microapprendimento: 5 ore
- Sessioni di laboratorio: 10 ore
- Gioco di creatività: 20 minuti

MODULO 4

Progettazione di realtà aumentata e realtà virtuale

OBIETTIVI EDUCATIVI GENERALI

Il MODULO sviluppa le competenze necessarie per governare le varie fasi di sviluppo di progetti audiovisivi e/o applicazioni che includono lo sviluppo di moderne tecniche di realtà aumentata e virtuale, gestire le implicazioni che AR e VR hanno nel contesto di Human Computer Interaction.

In particolare, il modulo svilupperà le seguenti competenze:

- Progettare e sviluppare soluzioni di realtà virtuale e aumentata (AR/ VR)
- Prendersi cura del design della User Experience
- Applica e integra i principi di accessibilità e usabilità delle interfacce ottimizzate per l'esperienza AR/VR.
- Gestire le fasi di lavoro (pre-produzione, produzione, post-produzione) per creare soluzioni di realtà virtuale e aumentata.

METODI E STRUMENTI EDUCATIVI

Saranno implementate le seguenti metodologie per realizzare gli obiettivi formativi:

a) discussione di gruppo. Verrà allestito uno spazio specifico per l'analisi e il dibattito collegiale, con l'obiettivo di: facilitare la comprensione dei concetti, dei modelli e degli strumenti proposti; confrontare i vari punti di vista per trovare la soluzione migliore. L'uso di questa metodologia favorisce un tipo di apprendimento per la risoluzione dei problemi e il dibattito (apprendimento dal pensiero), essenziale per motivare la partecipazione degli studenti, sollecitando risposte agli stimoli, fornendo sostegno e sostegno al percorso di apprendimento.

b) esercizio di applicazione. Questa metodologia consentirà ai partecipanti di sperimentare le tecniche e i modelli appresi durante la formazione in aula e trasferirli alle loro reali situazioni di lavoro. Verranno utilizzate metodologie basate sul "saper fare" e sul "saper essere". In particolare, è previsto l'uso di simulazioni e giochi di ruolo relativi a specifici problemi organizzativi. Il modello di apprendimento preferito sarà quello di "imparare facendo", dove la sperimentazione individuale e la riflessione di gruppo sono privilegiate

DESCRIZIONE E ARTICOLAZIONE DEI CONTENUTI

Il modulo comprenderà i seguenti contenuti didattici:

Unità 1: Realtà Virtuale e Realtà Aumentata

Argomento 1: Somiglianze e differenze

Argomento 2: Le implicazioni che AR e VR hanno nel contesto dell'interazione uomo-macchina

Argomento 3: Tassonomia delle tecnologie immersive, aspetti peculiari e caratteristiche chiave

Argomento 4: Casi di studio AR e VR nei settori dell'artigianato, della moda e del marketing digitale!

Unità 2: Flussi di lavoro tipici nella progettazione e nello sviluppo di app di AR

Argomento 1: Sviluppo di un'applicazione AR con strumenti di creazione

Argomento 2: Implicazioni cognitive dell'AR e fondamenti dello user experience design

Argomento 3: Strumenti professionali per lo sviluppo di applicazioni AR

Argomento 4: Diversi tipi di contenuti AR e diverse tecnologie abilitanti

Argomento 5: Analisi di alcune delle migliori applicazioni AR

Unità 3: Flussi di lavoro tipici nella progettazione e nello sviluppo di applicazioni di VR

Argomento 1: Film a 360°: riprese sferiche, stitching, stereoscopia ecc.

Argomento 2: Computer grafica (CG)

Argomento 3: Implicazioni cognitive della realtà virtuale e fondamenti della progettazione dell'esperienza utente

Argomento 4: Sviluppo di tour virtuali a 360°

ESAME E VALUTAZIONE

La valutazione finale degli studenti è finalizzata alla verifica del grado di raggiungimento degli obiettivi formativi.

Gli strumenti di valutazione che saranno utilizzati sono:

Il modulo include attività volte a verificare la comprensione da parte dei partecipanti dei contenuti presentati:

- auto - valutazione del livello di possesso/ adozione delle abilità target in una logica causa/effetto grazie all'applicazione di tecniche di apprendimento basate sul gioco

- valutazione formativa della comprensione del contenuto presentato nel modulo (es. Quiz/ Test)

- lavoro progettuale che consisterà nell'elaborazione di un tour virtuale e/o di soluzioni AR per la rappresentazione dei processi lavorativi e per la promozione-comunicazione di preziosi manufatti

Metodi di valutazione dei risultati delle prove:

1) Elaborazione di un tour virtuale e/o di soluzioni AR per la rappresentazione dei processi lavorativi e per la promozione-comunicazione di preziosi manufatti: possesso di competenze tecniche digitali, capacità comunicative, creatività e innovazione

2) Breve presentazione delle proprie soluzioni sviluppate: la capacità di presentare il proprio piano attraverso strumenti digitali e di comunicazione

RISULTATI ATTESI

Progettazione di soluzioni di realtà aumentata e realtà virtuale applicate all'artigianato

LUNGHEZZA DEL MODULO

14 ore e 20 minuti (lezioni, sessioni di laboratorio, e-learning)

- Lezioni frontali: 2 ore
- microapprendimento: 4 ore
- Sessioni di laboratorio: 8 ore
- Gioco di creatività: 20 minuti

Definizione del tipo di materiale didattico da fornire con il programma di formazione

Sulla base dell'articolazione dei moduli, i partner hanno definito le modalità per realizzare i contenuti formati per supportare l'apprendimento.

In particolare, si opta per un modello misto che integri sessioni didattiche faccia a faccia, e-learning e sessioni di workshop per far acquisire agli alunni le competenze target.

Per quanto riguarda **la formazione**, la scelta metodologica ricadrà sulle **SOLUZIONI DI MICROLEARNING**, ovvero sullo sviluppo di materiali didattici facilmente consultabili dal cellulare, i mezzi più utilizzati dal target del progetto, e multicanale negli stimoli formativi proposti, caratterizzati da un equilibrato mix di input didattici di tipo filmico, fotografico, grafico, audiovisivo, testuale, ludico, ecc. fortemente focalizzati e limitati alle specifiche esigenze degli studenti, fortemente focalizzato e circoscritto a specifiche aree tematiche in modo da garantire una forte granularità del processo di assimilazione della conoscenza, combinando così caratteristiche anaglittiche e organiche del programma di insegnamento in linea con il discendente forte-orientamento centrato che ha ispirato l'iniziativa del progetto.

Per quanto riguarda il **processo di valutazione**, invece, si è optato per il modello metodologico dell'apprendimento basato sul gioco, con la realizzazione del **CREATIVITY GAME**, un gioco di valutazione che stimolerà un processo ricorsivo di attivazione, verifica e feedback per formare le competenze target e valutare il raggiungimento degli Obiettivi di Apprendimento del Corso di Studio ad interim ed ex-post, in un contesto di apprendimento gamified con soluzioni ad alto impatto educativo e motivazionale, quali:

- a) Punti/Crediti: o ricompense immediate per le azioni
- b) Livelli/status: obiettivi progressivi che, se raggiunti, consentono l'accesso a nuovi contenuti
- c) Badge/Successi: stabilire un obiettivo stimolando la raccolta del giocatore
- d) Posizionamento delle prestazioni degli utenti a favore della concorrenza
- e) Sfide/Missioni/Obiettivi che innalzano il livello di coinvolgimento come indicatori di abilità ed esperienza.

A questo proposito si segnala il valore formativo della classifica intesa come obiettivo formativo da raggiungere attraverso il miglioramento continuo per raggiungere il miglior risultato.

Ogni fase del gioco sarà supportata da OER legate ad una specifica competenza del Corso

di Studio in corso di valutazione, consentendo:

- a) studenti di effettuare un auto-valutazione del livello di possesso/adozione delle competenze target identificando in tempo reale gli errori da evitare e le aree di miglioramento anche attraverso la meccanica della pena che si innesca quando gli studenti ricorrono alla consultazione dei contenuti di apprendimento (help)
- b) agli educatori, per valutare in modo obiettivo, selettivo e dettagliato l'efficacia dei comportamenti coinvolti, dando uniformità alla fase di valutazione.

L'uso del Prodotto sarà supportato dagli insegnanti nel ruolo di facilitatori dell'apprendimento a distanza.

Infine, per quanto riguarda le **sessioni di laboratorio**, con la progettazione e lo sviluppo dei **LABORATORI DI CREATIVITÀ D'ISPIRAZIONE ARTISTICA** per l'imprenditorialità e la comunicazione digitale 4.0, che saranno configurati come veri e propri spazi di ibridazione didattica tra le arti, imprenditorialità, creatività e comunicazione digitale, per entusiasmare, stimolare e valorizzare, attraverso la leva creativa, le capacità comunicative imprenditoriali e digitali degli studenti, rendendoli capaci di attraversare il perimetro circoscritto e formale della mera educazione teorica (conoscenza), per entrare pienamente nel terreno evoluto e sostanziale della competenza (know how).

Nell'ambito delle attività di testing saranno inoltre organizzati incontri con imprenditori, artisti e rappresentanti del mondo della comunicazione digitale che fanno della creatività il loro fattore critico di successo.

Per la loro conduzione, si prevede che un **CLAIM: CREATIVITY LABS ART-INSPIRED MANUAL METODOLOGICO**, un manuale che guiderà gli insegnanti nella tenuta, come facilitatori di apprendimento, laboratori di creatività, spazi di ibridazione educativa tra arte, cultura e spirito imprenditoriale e digitale, impostare per stimolare, attraverso le arti, nuove capacità imprenditoriali e di comunicazione 4.0 degli studenti, rendendoli in grado di andare oltre il perimetro circoscritto e formale della mera osservanza dei compiti pratici, per entrare nel terreno evoluto e sostanziale dell'arte-creatività ispirata, dove gli studenti saranno in grado di:

attingere all'arte nei modi in cui viene espressa (intuizione, astrazione, simbolismo, concettualizzazione e costruzione/comunicazione di significato) per plasmare il loro spirito imprenditoriale e digitale

- imparare dall'arte, in un virtuoso ciclo causa-effetto, un insieme di soft skills che qualificano i comportamenti imprenditoriali e le competenze digitali per una comunicazione coinvolgente e "creativa" basata sul web, trasformando un'attività di laboratorio da semplice luogo di sperimentazione didattica e "laboratorio professionalizzante" per la generazione di idee e performance.

Il manuale sarà integrato con CAMERA DI COMMERCIO e istruzioni operative per il coinvolgimento degli artisti, anche a distanza, per stimolare la creatività degli studenti.

PARTECIPANTI E CRITERI DI SELEZIONE

I partecipanti al pilotaggio del corso di studio saranno sia studenti che insegnanti.

Gli insegnanti della scuola partner saranno coinvolti in un allineamento metodologico attraverso **DUE MOBILITÀ TRANSNAZIONALI** da svolgere rispettivamente presso Escola das Virtudes (PT) per la gestione dei Creativity Labs nel ruolo di facilitatori dell'apprendimento e presso CONFORM (IT) per acquisire la logica ludico-didattica di GAME-BASED LEARNING per adottare soluzioni gamified come strumenti di valutazione delle propensioni imprenditoriali e creative degli studenti che sono fondamentali nell'economia culturale e creativa.

Infatti, 16 docenti selezionati dai partner sulla base di criteri personali (privilegiando i under 35 e over 50 come principio di intergenerazionalità e arricchimento reciproco), genere (privilegiando il segmento femminile), competenza (privilegiando i campi disciplinari dell'estrazione umanistica, che soffrono di maggiori lacune didattiche per quanto riguarda l'imprenditorialità e la comunicazione digitale), della padronanza linguistica (privilegiando la conoscenza del livello di lingua inglese B1) che, dopo un colloquio motivazionale, saranno coinvolti nella realizzazione delle singole azioni del progetto secondo i seguenti criteri dell'approccio partecipato:

- Supporto per l'interazione professionale e il networking
- Scambio e condivisione di idee, esperienze, competenze e informazioni
- Upskilling metodologico e didattico sull'insegnamento di laboratorio nel ruolo senza precedenti di facilitatori dell'apprendimento e sull'apprendimento basato sui giochi come catalizzatore dell'innovazione didattica in contesti educativi mirati che innova sostanzialmente le tecniche, metodi e pratiche di valutazione dei risultati iniziali, intermedi e finali. Coinvolgimento attivo come facilitatori dell'apprendimento nella gestione dei laboratori ART-INSPIRED CREATIVITY che saranno configurati come veri e propri spazi di ibridazione didattica tra arte, imprenditorialità, creatività e comunicazione digitale, per entusiasmare, stimolare e valorizzare, attraverso la leva creativa, le capacità di comunicazione imprenditoriale e digitale degli studenti, rendendoli in grado di attraversare il perimetro circoscritto e formale della mera educazione nozionale (conoscenza), per entrare pienamente nel terreno evoluto e sostanziale della competenza (know how).

Il corso di studio sarà testato da almeno **90 studenti (30IT, 20ES, 20EL, 20PT)** delle classi IV e V delle scuole secondarie superiori (17-19 anni), attraverso un processo di coinvolgimento, sviluppo motivazionale, ascolto attivo e nonapprendimento formale, che consentirà ai beneficiari di acquisire e "implementare" coscienza, conoscenza e capacità di assumere comportamenti imprenditoriali, sperimentando e producendo, allo stesso tempo, nuove idee creative e inventive di comunicazione digitale per la valorizzazione 4.0 di prodotti di valore.

Il coinvolgimento dei beneficiari, che saranno selezionati, attraverso specifiche procedure formalizzate congiuntamente dai partner, secondo criteri di natura personale, curriculare, sociale e meritocratica, sarà il fattore centrale che guiderà il partenariato nella costruzione delle singole azioni. In particolare, la selezione sarà basata sulla motivazione e le caratteristiche personali degli studenti in materia di pari opportunità. Per effettuare questa analisi, saranno utilizzati questionari di autovalutazione e interviste motivazionali. La conoscenza della lingua inglese (livello B1) sarà considerata un fattore gratificante.

Consentire ai beneficiari diretti di assumere il ruolo di protagonisti del progetto, che li vedrà:

- **Attivato** nel test:

- Delle **RISORSE DIDATTICHE APERTE** sotto forma di VIDEO INTERATTIVO PILLOLE DI FORMAZIONE utilizzando le tecniche Chroma Key combinate con la motion graphics per sviluppare una mentalità imprenditoriale e maturità digitale utili per valorizzare intraprendenza, creatività e artigianalità
- del **GIOCO CREATIVITÀ** per formare le abilità target e valutare il raggiungimento dei risultati di apprendimento corrispondenti agli obiettivi di formazione in un contesto di apprendimento didattico basato sul gioco.
- Protagonisti dei **LABORATORI DI CREATIVITÀ D'ISPIRAZIONE ARTISTICA**, per sviluppare creatività, inventiva e imprenditorialità per concepire e comunicare nuove imprese
- Partecipa a seminari di sensibilizzazione e divulgazione dei risultati, come testimonial del modello didattico per valorizzarne la portata innovativa e l'efficacia formativa.

PIANO D'AZIONE PER LA SPERIMENTAZIONE

Il pilotaggio è costituito da sessioni integrate in aula, e-learning e workshop e sarà articolato come segue ma, tuttavia, consente ai partner di personalizzare sia i tempi degli interventi che la loro alternanza.

Si prega di notare che i tempi indicati sono progettati in modo tale da intraprendere il pilotaggio in un periodo di tempo ragionevolmente breve dati i vincoli del programma Erasmus+; una condizione che potrebbe e dovrebbe essere intrapresa nell'arco di un anno per consentire agli studenti di acquisire pienamente ed efficacemente i nuclei tematici da apprendere.



SESSIONI IN AULA	
BENEFICIARI	studenti
RUOLO DEI DOCENTI	Facilitatori dell'apprendimento
OBIETTIVI	arricchire le sessioni di e-learning e workshop con momenti plenari volti a innescare, testare, rafforzare l'apprendimento e fornire feedback
DURATA	6 o 12 ORE
N. DELLE SESSIONI	minime
ARTICOLAZIONE	<ul style="list-style-type: none">✓ All'inizio della fase di test per presentare il corso di studio, i materiali formativi da utilizzare e fornire istruzioni su come accedere alla piattaforma di formazione✓ In una fase intermedia, per fare una valutazione iniziale della corrispondenza dei risultati di apprendimento agli obiettivi di formazione, per sostenere la motivazione del discente e rafforzare il processo di apprendimento con rinnovata aderenza al offrendo loro ulteriori approfondimenti, spiegazioni e chiarimenti.✓ Al termine della sperimentazione per raccogliere i risultati raggiunti e i livelli di soddisfazione del cliente generati proponendo un'opportunità di riflessione e sedimentazione dell'apprendimento.
STRUMENTI	Presentazione del progetto, programma di studio e guida alla registrazione sulla piattaforma e-learning, questionario di valutazione



SESSIONE DI FORMAZIONE	
BENEFICIARI	studenti
RUOLO DEI DOCENTI	Tutor on line
OBIETTIVI	Acquisire le competenze chiave del corso di studio sviluppato con l'utilizzo dei LEARNING MATERIALS, ovvero i 4 moduli di Micro-learning, e verificarne l'adeguatezza in termini di livelli di adozione e possesso attraverso i giochi Creativity
DURATA	25 ore
N. DELLE SESSIONI	illimitate
ARTICOLAZIONI	<p>Gli studenti saranno divisi in uno o più gruppi, ognuno dei quali si concentrerà su un particolare modulo e saranno in grado di utilizzare i materiali in classe durante le specifiche sessioni in aula organizzate o in remoto (apprendimento mobile, autoapprendimento), superando i vincoli spazio-temporali dell'apprendimento.</p> <p>Questa scelta permetterà agli studenti di sfruttare al massimo le proprie propensioni personali e di conciliare le modalità e i tempi dell'apprendimento pilota sperimentale con quelli del curriculum scolastico.</p> <p>Una volta terminata la fase di pilotaggio, gli studenti potranno accedere ai moduli rimanenti per acquisire il know-how previsto.</p>
STRUMENTI	4 moduli di microapprendimento; gioco di creatività



SESSIONE DI LABORATORIO	
BENEFICIARI	studenti
RUOLO DEI DOCENTI	facilitatori dell'apprendimento
OBIETTIVI	<ul style="list-style-type: none"> ✓ per gli studenti, mettere in pratica le competenze acquisite impegnandosi in attività empiriche per imparare facendo, recitando e operando. ✓ per gli insegnanti, attivare le competenze acquisite sul campo utilizzando il manuale CLAIM e implementando metodi, tecniche e strumenti didattici per affinare la loro padronanza del modello
DURATA	Da 12 alle 24 ore
N. DELLE SESSIONI	almeno 4
ARTICOLAZIONI	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Organizzazione di almeno 1 incontro con imprenditori, artisti e rappresentanti del mondo della comunicazione digitale che fanno della creatività il loro fattore critico di successo. <i>Per il coinvolgimento di imprenditori, artisti e creativi le scuole saranno supportate dai fornitori di VET.</i> ✓ Sessione di laboratorio - attività di laboratorio finalizzate alla realizzazione di almeno 1 nuova idea di business nel settore dell'economia culturale e creativa accompagnata da 1 soluzione di comunicazione digitale utilizzando i formati forniti. Gli studenti, lavorando in gruppo, avranno anche l'opportunità di partecipare a un processo di empowerment personale sviluppando qualità comportamentali di natura relazionale, di ascolto, di flessibilità, disponibilità e orientamento ai risultati.
STRUMENTI	Manuale CLAIM, modello di generazione di idee aziendali



CONCORSO	
BENEFICIARI	studenti
RUOLO DEI DOCENTI	membri della giuria
OBIETTIVI	fornire un terreno di formazione educativa per abituare gli studenti a competere in team in una sfida, ambiente multiculturale dove è importante lottare per l'eccellenza, prestare attenzione ai dettagli, dimostrare precisione, qualità, persuasione e gestione del tempo.
DURATA	Da 2 a 4 ore
N. DELLE SESSIONI	almeno 2
ARTICOLAZIONI	I partner organizzeranno un evento online su eTwinning al quale parteciperanno le classi coinvolte. Ogni scuola sceglierà un team di persone di contatto per presentare la propria idea di business e il relativo output in inglese al comitato di progetto degli insegnanti, avendo cura di evidenziare l'innovazione e i fattori di originalità. Dopo aver esaminato le presentazioni, il comitato deciderà quale scuola è il vincitore sulla base di criteri condivisi
STRUMENTI	formato di valutazione dell'idea di business, strumento di presentazione digitale

