



Producto intelectual 1

*Plan de estudios sobre mentalidad
emprendedora, creatividad y uso de las
TIC en el campo de la promoción
cultural, particularmente a la luz de los
impactos de COVID-19*

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Introducción	3
El proyecto Bid To Art	5
Resumen de los resultados de la investigación para el desarrollo de IO2	6
Principales brechas de competencias, barreras y necesidades de formación de GO1 y GO2 en relación con la mentalidad empresarial y el uso de las TIC en el ámbito de la promoción cultural	6
Cursos de formación sobre el terreno : lo que ya existe y lo que aún se necesita	8
Estructura y contenido propuestos del material de aprendizaje y capacitación	9
Módulos de formación	11
Módulo 1	11
Cómo crear un plan de negocio relacionado con la promoción cultural	11
Módulo 2	14
Técnicas de edición digital, rodaje audiovisual y transmisión en directo	14
Módulo 3	18
Cómo utilizar diferentes tipos de medios para la promoción cultural	18

Introducción

El plan de estudios sobre mentalidad emprendedora, creatividad y el uso de las TIC en el campo de la promoción cultural, particularmente a la luz de los impactos de Covid-19, es el primer resultado intelectual del proyecto BidToArt. Este proyecto se centra en promover la mentalidad empresarial, la creatividad y el uso de las TIC en el campo de la promoción cultural, particularmente a la luz de los impactos de COVID-19. El plan de estudios tiene como objetivo determinar las metodologías e itinerarios formativos óptimos que mejor se adapten a las principales necesidades de emprendimiento de los artistas en riesgo de exclusión social aportándoles los conocimientos necesarios y la propuesta de competencias, tecnologías y herramientas digitales.

El plan de estudios de formación está disponible en todos los idiomas de los miembros del proyecto (inglés, español, italiano, rumano, húngaro, serbio y griego) y se publica como libro electrónico descargable desde el [sitio web del proyecto](#).

Los principales objetivos del PI 1 son:

- Presentar colectivamente **el estado del arte de la formación** relacionada con el uso de tecnologías innovadoras en el campo de la promoción cultural en los países participantes centrándose en las características específicas de los artistas y de los ecosistemas culturales locales;
- Presentar colectivamente **las brechas, barreras y necesidades** relacionadas con las tecnologías innovadoras y las mentalidades emprendedoras de los artistas en riesgo de exclusión social y de los educadores, particularmente a la luz de los impactos de COVID-19;
- Proponer la estructura y el contenido del material de aprendizaje y de la formación que se corresponda con las necesidades de los grupos objetivo. Describe los resultados del aprendizaje en términos de conocimientos, habilidades y autonomía y sugiere el uso específico de métodos de aprendizaje en línea con los requisitos del [ECVET](#);
- Proponer **herramientas y metodología** para una formación innovadora.

IO1 es una deducción directa de los hallazgos clave de un **análisis de necesidades** realizado por los siete socios del proyecto mientras escribían la propuesta. Este análisis incluyó los resultados de un **grupo focal** con un mínimo de 5 profesionales que trabajaran con artistas en riesgo de exclusión social y de 10 **cuestionarios** por país enviados a artistas en riesgo de exclusión social. En total, 42 profesionales participaron en los **grupos focales** y 62 artistas completaron el cuestionario online. Además, durante los primeros meses del proyecto se llevó a cabo una **investigación adicional** en cada país socio para analizar la oferta formativa existente relacionadas con la mentalidad emprendedora en el campo de la promoción cultural y para presentar herramientas innovadoras para la impartición de formación. En total, se han recopilado 23 cursos de formación e iniciativas similares a nivel nacional y europeo. Los resultados de la investigación se incluyen en el **Informe Transnacional BidtoAart**, disponible en inglés. Este documento presenta un resumen de ese informe.

El proyecto BidToArt

[BidToArt](#) es un proyecto transnacional financiado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea. Siete socios del proyecto de seis países de la UE (España, Italia, Chipre, Serbia, Rumanía e Irlanda) están trabajando juntos para:

- promover el **valor social y educativo del patrimonio cultural europeo**, su contribución a la creación de empleo, el crecimiento económico y la cohesión social;
- **ampliar las** competencias de los formadores, educadores, trabajadores sociales y otros profesionales de la educación de adultos que trabajan directamente con personas en riesgo de exclusión social, o en el ámbito de la promoción cultural;
- **fomentar la innovación** de músicos, pintores, carpinteros, artistas textiles y otros artistas en riesgo de exclusión social, con el fin de crear nuevas formas de promoción cultural, difusión y nuevos modelos de negocio con potencial de mercado.

Los **principales grupos destinatarios** del proyecto son:

- **Grupo Objetivo principal (GO1):** Formadores, educadores, trabajadores sociales y otros profesionales de la educación de adultos que trabajan directamente con personas en riesgo de exclusión social o en el ámbito de la promoción cultural;
- **Grupo Objetivo secundario (GO2):** Artistas en riesgo de exclusión social relacionadas con el ámbito de la promoción cultural como parte del patrimonio cultural europeo, en particular músicos, pintores, carpinteros, artistas textiles y otros artistas.

A lo largo del proyecto (abril de 2021 a marzo de 2023), la asociación desarrollará los siguientes tres (3) resultados clave:

O1: PLAN DE ESTUDIOS SOBRE MENTALIDAD EMPRENDEDORA, CREATIVIDAD Y USO DE LAS TIC EN EL ÁMBITO DE LA PROMOCIÓN CULTURAL - el resultado principal es un Plan de estudios publicado como libro electrónico que se centra en cómo evaluar la mentalidad emprendedora, la creatividad y el uso de las TIC en el ámbito de la promoción cultural, en particular a la luz de los impactos de la COVID-19;

O2: CURSO DE FORMACIÓN SEMIPRESENCIAL SOBRE MENTALIDAD EMPRENDEDORA, CREATIVIDAD Y USO DE LAS TIC EN EL ÁMBITO DE LA PROMOCIÓN CULTURAL - el curso seguirá una metodología semipresencial y tendrá una duración aproximada de 30 horas. El curso de capacitación seguirá un enfoque modular, que incluye al menos 3 secciones o módulos.

O3: GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN PARA LA EDUCACIÓN EMPRENDEDORA EN EL CAMPO DE LA PROMOCIÓN CULTURAL - la Guía de Implementación servirá de apoyo para formadores, educadores, trabajadores sociales y otros profesionales de la educación de adultos.

Resumen de los resultados de la investigación para el desarrollo de IO2

De acuerdo con los resultados de las discusiones de los grupos focales, la encuesta de análisis de necesidades y la investigación bibliográfica llevada a cabo en los países socios, se han identificado las necesidades de formación, las barreras y las brechas competenciales tanto de GO1 (formadores, educadores, trabajadores sociales y otros profesionales de la educación de adultos) como de GO2 (artistas relacionados con el ámbito de la promoción cultural en riesgo de exclusión social, en particular músicos, pintores, carpinteros, textiles y otros artistas) tanto en emprendimiento como en competencia digitales y analizamos la oferta formativa ya existente en los países socios relacionada con este tema, así como las herramientas innovadoras para la impartición de formación, centrándonos en las características específicas de los sectores culturales y creativos (también denominados industria o economía creativa) y los ecosistemas culturales locales.

A continuación, se resumen los principales hallazgos de la actividad investigadora llevada a cabo.

Principales brechas de competencias, barreras y necesidades de formación de los GO1 y 2 en relación con la mentalidad emprendedora y el uso de las TIC en el ámbito de la promoción cultural

En la siguiente lista resumimos las principales brechas de competencias, barreras y necesidades de formación de los GO1 y 2 investigadas en el marco de los grupos focales y de la encuesta de análisis de necesidades en los países socios:

GO1 (Formadores, educadores, trabajadores sociales y otros profesionales de la educación de adultos)

En general, todos los participantes de los grupos focales destacaron la necesidad de una actualización continua de sus competencias tanto en el ámbito del emprendimiento como de las competencias digitales, con el fin de transferir con éxito estas habilidades a los artistas con los que trabajan. Los participantes de **Chipre** preferirían un curso de formación en línea, mientras que los participantes de **Rumania** preferirían uno presencial. Los participantes en otros países no expresaron ninguna preferencia en este asunto.

Habilidades emprendedoras

- Falta de conocimientos formales sobre emprendimiento, mentalidad emprendedora, formación empresarial, puesta en marcha de empresas
- Falta de conocimiento sobre herramientas y técnicas de gestión empresarial
- Falta de conocimiento sobre oportunidades y/o fuentes de financiación para artistas o personas que trabajan en la promoción cultural
- Falta de información sobre la legislación vigente nacional pertinente en el ámbito del emprendimiento

- Necesidad de que el material formal debe adaptarse a las necesidades y el estilo del GO2
- Falta de conocimiento para concienciar a los artistas
- Falta de materiales y recursos formativos en emprendimiento
- Brecha en el campo de los métodos de enseñanza y los planes de estudio relacionados con el espíritu emprendedor

TIC

- Falta de habilidades digitales avanzadas
- Falta de conocimientos formales relacionados con la enseñanza en línea y el material didáctico en línea
- Brecha en el campo de los métodos de enseñanza y los planes de estudio con respecto a las habilidades TIC

Gestión de redes

- Falta de conocimiento relacionado con herramientas innovadoras de *networking* como *hootsuite*, *artists on the way* y *patreon*
- Falta de recursos prácticos como motores de búsqueda específicos

GO2 (Artistas relacionados con la promoción cultural, en particular músicos, pintores, carpinteros, textiles y otros artistas en riesgo de exclusión social)

Habilidades emprendedoras

Según la encuesta de análisis de necesidades, muchos artistas ya tienen experiencia en la gestión de su propio negocio, sin embargo, tienen serias dificultades para tener un ingreso estable y los cierres por Covid-19 empeoraron la situación. Por lo tanto, expresaron las siguientes necesidades para iniciar o administrar su actividad emprendedora:

- Falta de conciencia de la importancia de contar con una mentalidad emprendedora
- Falta de acceso a la información relativa a la creación y mantenimiento de empresas
- Falta de conocimiento formal sobre el espíritu emprendedor (incluido el marketing en línea, la creación de redes, las cuestiones financieras, las oportunidades de financiación, la creación de empresas, la planificación empresarial, las legislaciones y regulaciones nacionales pertinentes en el campo de los negocios) – en este sentido, el marco ENTRECOMP podría ser un buen punto de partida.
- Falta de conocimiento en el ámbito administrativo-financiero
- Falta de habilidades de gestión empresarial para la promoción personal
- Falta de trabajo en equipo y habilidades de liderazgo
- Falta de conocimientos y competencias en el campo de la construcción de relaciones
- Falta de habilidades de comunicación, resolución de problemas y pensamiento estratégico
- Falta de conocimiento sobre la función y el papel de los diferentes actores implicados en la promoción cultural

TIC

Según la encuesta de análisis de necesidades, casi todos los artistas usan ordenadores y/o portátiles y *smartphones* a diario. Muchos artistas tienen experiencia en transmitir en vivo su trabajo (principalmente a través de *Twitch*, *Youtube*, *Instagram*, *Zoom*, *Directo*, *Facebook*, *Twitter* y *Vimeo*), sin embargo, no todos han tenido experiencias positivas en este sentido. Expresaron las siguientes brechas de habilidades:

- Falta de habilidades digitales avanzadas
- Falta de conocimientos relacionados con la enseñanza online y el material didáctico online
- Falta de conocimientos y habilidades sobre el uso de herramientas digitales en línea, software y redes sociales para la promoción cultural, el marketing digital, las redes, la transmisión en vivo, la edición y/o grabación de audio y softwares de administración
- Falta de habilidades específicas relacionadas con la marca personal

Gestión de redes

Según la encuesta de análisis de necesidades, los artistas cuentan con redes débiles, principalmente locales y no formales. Sin embargo, destaca la importancia de ampliar y fortalecer sus redes para aumentar la posibilidad de encontrar nuevos canales para vender su arte, pero también para estar informados sobre las posibilidades de financiación pública y de formación puntera en su campo de trabajo.

En cuanto a redes sociales para la promoción cultural, los artistas utilizan principalmente *Facebook* e *Instagram* a diario. En comparación, *Pluggy*, *Hootsuite*, *Enloop*, *Blender*, *Tweet for a Track* y *YLMP* son prácticamente desconocidos para casi todos los artistas que han contestado a la encuesta.

En consecuencia, resumimos las siguientes necesidades de formación y brechas competenciales:

- Falta de conocimiento relacionado con herramientas innovadoras de networking y plataformas de promoción cultural como *hootsuite*, *artists on the way* y *patreon*
- Falta de conocimiento de herramientas para la promoción cultural
- Falta de conocimiento sobre cómo establecer una red eficientemente
- Necesidad de identificar y planificar una estrategia sobre cómo utilizar las redes sociales y/u otras actividades promocionales

Cursos de formación sobre el terreno: lo que ya existe y lo que aún se necesita

Teniendo en cuenta los resultados de la investigación bibliográfica llevada a cabo en los países participantes, podemos afirmar que en muchos países socios **hay cursos de formación, talleres, eventos, podcasts y oportunidades de coaching o de mentoring** en el campo de la **creación de empresas y la gestión empresarial**, aunque, **en la mayoría de los casos no se centran en el sector cultural y artístico**. Generalmente están dirigidas a todos aquellos que quieran adquirir habilidades emprendedoras, aunque en algunos casos estas están dirigidas a artistas. En algunos países estas oportunidades se ofrecen de forma gratuita, en algunos

otros países tienen un coste, sin embargo, incluso si son financiadas por fuentes públicas o privadas no necesariamente se ofrecen de manera continua sino dependiendo de la disponibilidad de fondos.

En cuanto al **ámbito digital**, solo hay unos pocos cursos de formación centrados en herramientas y estrategias de marketing para organizaciones culturales, por lo que podemos afirmar que hay una **falta de apoyo a los artistas con respecto a herramientas innovadoras para la promoción cultural**.

Estructura y contenido propuestos del material de aprendizaje y capacitación

De acuerdo con los hallazgos de los grupos focales, la encuesta y la investigación bibliográfica llevada a cabo en los países participantes, proponemos la siguiente estructura para el curso de aprendizaje híbrido de BidToArt:

Módulo 1. Cómo crear un plan de negocio relacionado con la promoción cultural

- herramientas y técnicas de gestión empresarial
- oportunidades/fuentes de financiación
- habilidades administrativo-financieras
- legislación nacional en el ámbito del emprendimiento
- agencias locales/nacionales que brindan apoyo en la puesta en marcha de empresas
- diferentes partes interesadas implicadas en la promoción cultural
- Cómo crear un plan de empresa

Herramientas innovadoras que podrían presentarse a los participantes: *Enloop, StratPad, Poindexter*.

Nota: el [marco EntreComp](#) podría ser una buena base para desarrollar este módulo.

Módulo 2. Técnicas de edición digital, rodaje audiovisual y transmisión en directo

- preparación para la producción
- producción (rodaje audiovisual)
- postproducción (edición digital/audio, transmisión en vivo)
- programas prácticos para *streaming* en directo (utilizados principalmente para promover actividades presenciales)

Herramientas innovadoras que podrían ser presentadas a los participantes: *Blender, Lightworks, Gimp*.

Módulo 3. Cómo utilizar diferentes tipos de medios para la promoción cultural

- nuevas metodologías de Networking
- Introducción a las redes europeas que apoyan a las empresas de la industria creativa en Europa
- identificación y planificación de una estrategia sobre cómo utilizar las redes sociales y otras actividades promocionales

- conocimientos prácticos relacionados con las herramientas TIC en el ámbito de la promoción cultural, incluidas aquellas para supervisar las diversas actividades de promoción cultural.

Herramientas innovadoras que podrían presentarse a los participantes: *Pluggy, Hootsuite, Tweet for a Track, YMLP, Canva, Artists on the way, Patreon.*

El curso de formación BidtoArt se basará en una **metodología híbrida, también llamada *blended learning***, por lo que prevé una combinación de partes presenciales y online, que no solo contribuyan a desarrollar las habilidades digitales de los participantes, sino que incluso ayuden a llegar a personas que viven en diferentes áreas geográficas. Se recomienda utilizar el **enfoque de *aula invertida o flipped classroom***, por lo que los participantes pueden familiarizarse primero con los contenidos de cada módulo en casa (parte en línea) y luego centrarse en actividades prácticas de resolución de problemas en la clase (parte presencial).

Se sugiere aplicar un enfoque inclusivo en el curso híbrido de BidToArt mediante el uso de **software de código abierto** (como *Gimp, Canva, Padlet*, etc.). El curso debe centrarse en la **resolución de problemas**: los miembros de GO2 deben estar acompañados en el proceso de aprendizaje para poner en valor su producción artística e identificar/ampliar sus clientes y los mejores canales y herramientas de comunicación para llegar a ellos. Se recomienda que el curso incluya una **introducción general a los diversos softwares o herramientas** disponibles para la promoción cultural **centrándose en sus características principales** para que GO2 pueda elegir el que mejor se adapte a su actividad, y después puedan aprender, ya por su cuenta, a usarlos. En general, debemos dotar al GO2 de herramientas y competencias en el ámbito digital que puedan utilizar **tanto durante la pandemia como después**. Durante la elaboración del plan de estudio, los socios deben **proponer herramientas y metodologías para desarrollar un curso de formación innovador** en el marco de los tres módulos propuestos.

Módulos de formación

Módulo 1	Cómo crear un plan de empresa relacionado con la promoción cultural
Objetivos	<i>El objetivo de este módulo es construir y fortalecer el conocimiento de los estudiantes sobre el espíritu emprendedor y proporcionarles habilidades básicas, conocimientos y herramientas que son esenciales en el desarrollo de un plan de empresa relacionado con la promoción cultural.</i>
Contenido	<i>Este módulo explorará diferentes herramientas y técnicas de emprendimiento que ofrecerán a los estudiantes la oportunidad de desarrollar sus habilidades administrativas y financieras. Esto los dotará de las competencias necesarias para desarrollar su propio plan de empresa, aprender información valiosa sobre la promoción cultural y conseguir apoyo en este proceso.</i>
Unidades	<p>Unidad 1. Hoja de ruta emprendedora para jóvenes artistas (concepto Ikigai en los negocios, Visión y objetivos, Marca, Público objetivo)</p> <p>Unidad 2. Establecimiento y mantenimiento de un negocio (Business Model Canvas, análisis FODA, EntreComp - Emprendimiento*)</p> <p>Unidad 3. Flujos de ingresos (Oportunidades de financiación y apoyo para la creación de empresas, fuentes de ingresos)</p> <p>Unidad 4. Estrategias Financieras (Desarrollo de una estrategia de financiación)</p> <p>Unidad 5. Marketing para la Promoción Cultural (técnicas efectivas en línea vs. presenciales)</p> <p>Unidad 6. Creación de un plan de empresa (Crear un CANVA de modelo de negocio)</p>
Duración	<p>3 horas de aprendizaje en línea</p> <p>7 horas presenciales</p>
Resultados del aprendizaje	<p>Tras la formación, los participantes podrán:</p> <p><u>Conocimientos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Definir su visión y objetivos con respecto a la creación de una empresa ● Identificar el modelo de negocio que les ayude a alcanzar sus objetivos ● Identificar, encontrar y conectar con el público objetivo

- *Comprender la importancia de crear una empresa sostenible*
- *Analizar diferentes metodologías para establecer y mantener una empresa*
- *Identificar diferentes fuentes de ingresos*
- *Describir los pasos necesarios para la creación de una empresa*
- *Reconocer cómo crear planes de empresa sostenibles*
- *Convocatorias relacionadas con la promoción cultural (online/offline)*
- *Definir el papel de las estrategias financieras y los flujos de ingresos dentro de una empresa*
- *Reconocer la necesidad de un plan de empresa en el campo de la promoción cultural*

Habilidades

- *Identificar y revisar los objetivos de empresa*
- *Construir una marca*
- *Interactuar eficazmente con el público objetivo*
- *Seleccionar el modelo de negocio adecuado según la visión del emprendedor*
- *Utilizar plantillas de gestión estratégica de manera adecuada*
- *Fuentes de financiación nacional y de apoyo para las empresas*
- *Garantizar flujos de ingresos sostenibles*
- *Aplicar una estrategia de precios adecuada*
- *Desarrollar un plan de negocios básico*
- *Utilizar herramientas y técnicas para desarrollar un plan de empresa*

Autonomía

- *Guiar a los artistas en la creación de una empresa*
- *Animar a los jóvenes artistas a desarrollar sus habilidades emprendedoras*
- *Incitar a los jóvenes artistas a mejorar sus habilidades en el campo de la promoción cultural*
- *Motivar a los jóvenes artistas a crear planes de empresa sostenibles*
- *Apoyar a los jóvenes artistas para que promuevan culturalmente su marca*
- *Equipar a los jóvenes artistas para que persigan su mentalidad emprendedora*

Metodología de formación	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>enfoque de aula invertida</i> ● <i>tutoriales de video*</i>, para dar una visión general del contenido ● <i>actividades y ejercicios para usar las plantillas de herramientas</i> ● <i>trabajo en grupo</i> ● <i>Ideación</i> ● <i>juego de roles</i> ● <i>lectura</i> ● <i>aprendizaje basado en juegos</i> ● <i>estudios de caso</i> <p><i>*Video tutoriales: 1 video por unidad que da una visión general del contenido.</i></p>
Herramientas de formación	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Mentimeter</i> ● <i>Padlet</i> ● <i>Miro</i> ● <i>Trello</i> ● <i>Kickstarter, Indiegogo.com (crowdfunding)</i> ● <i>Herramientas de encuestas en línea (por ejemplo, formularios de Google)</i> ● <i>Canva</i>
Materiales de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Folleto, plantillas de herramientas (concepto Ikigai, Business Model Canvas, análisis FODA, plantilla de plan de negocios, folleto de EntreComp)</i> ● <i>Herramientas digitales (portátil, proyector)</i> ● <i>Materiales adicionales (rotafolio, rotulador, bolígrafo, hojas A4)</i> ● <i>Presentaciones PPT</i> ● <i>Enlaces útiles sobre la legislación nacional, regional y/o local en el ámbito de la creación de empresas, agencias locales, regionales y nacionales que brindan apoyo en la creación de empresas, las oportunidades de financiación para las nuevas empresas</i>
Metodología de evaluación	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>trabajo por proyectos</i> ● <i>autoevaluación</i> ● <i>comentarios sobre los proyectos de otros participantes</i> ● <i>cuestionario de evaluación al final del piloto</i> ● <i>cuestionarios (métodos no formales de evaluación)</i>



Módulo 2

Técnicas de edición digital, rodaje audiovisual y transmisión en directo

<p>Objetivos</p>	<p><i>El módulo tiene como objetivo proporcionar a los estudiantes los conocimientos esenciales sobre la producción y publicación de contenido audiovisual digital en el entorno de los nuevos medios y transmitir dichos conocimientos a los artistas. En particular, los objetivos de este módulo son:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Desarrollar y fortalecer el conocimiento de los estudiantes sobre la producción de audio y video y proporcionarles habilidades básicas, conocimientos y herramientas con un enfoque en las habilidades prácticas.</i> ● <i>Presentar y explicar las características básicas de las señales de audio y vídeo desde el punto de preproducción, grabación hasta la producción final.</i> ● <i>Analizar las diferentes especificaciones técnicas de los distintos tipos de contenido derivados del uso de diversos equipos junto con la necesidad de presentación multiplataforma.</i> ● <i>Analizar, comprender y explotar nuevos modelos de producción de contenidos digitales.</i>
<p>Contenido</p>	<p><i>Este módulo cubre aspectos de la producción de audio y video digital para el desarrollo multimedia. Cubriendo software libre y de código abierto como GIMP, Canva, Lightworks, Audacity, etc., proporciona una comprensión profunda de la teoría, así como un enfoque práctico para la producción de audio y video en el entorno digital, incluida la operación de la cámara, la edición de video, la mezcla de audio, el podcasting, el vlogging, la transmisión en vivo, la presentación, los gráficos en movimiento, la narración de historias, la ética y la ley de medios.</i></p> <p><i>Los alumnos recibirán una formación general sobre el mundo del audio y el vídeo y sobre las principales técnicas de producción audiovisual, tanto en lo que respecta al proceso de producción de contenidos para Internet como a las diversas formas posibles que puede adoptar el producto. Los participantes aprenden a usar la vista, el sonido o una combinación de los dos en diferentes formatos, incluidos videos, diapositivas o grabaciones.</i></p> <p><i>Junto con una introducción teórica, los alumnos serán guiados hacia la etapa práctica:</i></p>

a) Aprenderán los fundamentos de sonido e imagen, cómo usar el equipo de filmación, como cámaras, herramientas de audio y de edición.

b) Se presentarán los elementos esenciales de composición y la teoría y técnicas de edición tanto para audio como para video.

c) Se presentarán equipos de captura y aplicaciones de software relacionadas con el contenido de audio y video con el fin de mostrar las diferentes formas en que pueden ser utilizados para llegar al resultado final.

d) Se les pedirá que produzcan algunos productos audiovisuales ellos mismos, que analizarán con el profesor.

El módulo se propone concienciar a los participantes respecto a la importancia de las metodologías de producción de bajo presupuesto, incluida la producción de "estudio" en casa, y las muchas herramientas y plataformas de software de código abierto que pueden facilitar el emprendimiento.

Unidades

Unidad 1 Producción de medios y narración efectiva

Unidad 2 PRE-PRODUCCIÓN

- Investigación y planificación
- Presupuestación y permisos
- Logística

Unidad 3 PRODUCCIÓN

- Marco y composición
- Tipos de tomas y ángulos de cámara
- Movimiento de la cámara
- Elementos esenciales de la luz
- Elementos esenciales del sonido
- Técnicas de presentación y entrevista

Unidad 4 POST-PRODUCCIÓN

- Edición de fotos
- Edición de vídeo
- Diseño de sonido
- Grafismo

	<p>Unidad 5: Publicación de medios y transmisión en vivo</p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Medios de comunicación</i> ● <i>Transmisión en vivo</i> ● <i>Vlogging</i> ● <i>Podcasts</i>
<p>Duración</p>	<p><i>3 horas de aprendizaje en línea que incluyen video tutorial y presentación de contenidos</i></p> <p><i>7 horas cara a cara incluyendo autoestudio, tareas prácticas, retroalimentación</i></p>
<p>Resultados del aprendizaje</p>	<p><i>Tras la formación, los participantes podrán:</i></p> <p><u>Conocimientos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Utilizar los elementos básicos del lenguaje audiovisual con un enfoque en las necesidades específicas de comunicación. Comprender las diversas características de las producciones audiovisuales en línea con los nuevos medios.</i> ● <i>Analizar las principales cuestiones relacionadas con el mercado audiovisual (horarios de publicación, métodos de investigación y edición del metraje, gestión de derechos de imagen y marketing, etc.)</i> <p><u>Habilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Utilizar herramientas básicas para la producción audiovisual, incluidas las habilidades de preproducción, producción y postproducción para video en línea, desarrollo de contenido y scripting para video en línea, y marketing y emprendimiento para creadores de contenido en línea. Los participantes también adquirirán habilidades en audio, realización de gráficos, presentaciones, transmisiones en vivo.</i> ● <i>Demostrar comunicación profesional y prácticas éticas en el lugar de trabajo.</i> <p><u>Autonomía</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Demostrar competencias técnicas en múltiples disciplinas de producción de audio y video.</i> ● <i>Demostrar capacidad para presentar, analizar, criticar y defender una variedad de entregables multimedia.</i> ● <i>Demostrar capacidad para comunicar mensajes e historias de manera efectiva y creativa a audiencias diversas.</i>

	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Mejorar el pensamiento creativo y la práctica en la producción audiovisual.</i> ● <i>Guiar a los artistas en la preparación de su propio material audiovisual.</i>
Metodología de formación	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>enfoque de aula invertida</i> ● <i>tutoriales en vídeo</i> ● <i>conferencias</i> ● <i>ejercicios de práctica</i> ● <i>proyecciones de vídeo</i> ● <i>análisis de productos audiovisuales y actividades de laboratorio relacionadas con la producción audiovisual (escritura, rodaje, edición y circulación de los productos)</i>
Herramientas de formación	<p><i>Es muy recomendable que los alumnos estén equipados con:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>ordenadores portátiles</i> ● <i>equipos disponibles (cualquiera de los siguientes: teléfonos inteligentes, cámaras DSLR, cámaras de acción, herramientas de soporte como trípodes, micrófonos inalámbricos, etc.)</i> ● <i>software de edición, por ejemplo: GIMP, Canva, Lightworks, Audacity.</i>
Materiales de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Videotutoriales con conocimientos básicos</i> ● <i>Presentaciones PPT con puntos clave y enlaces para un mayor aprendizaje</i> ● <i>Hojas de tareas</i>
Metodología de evaluación	<p><i>Se pedirá a los alumnos que produzcan productos audiovisuales y la evaluación se basará en:</i></p> <p><i>a) Nivel de asistencia y participación en cursos online y sesiones presenciales;</i></p> <p><i>b) Cuestionario de autoevaluación;</i></p> <p><i>c) Pruebas de referencia/sumativas.</i></p>

Módulo 3	Cómo utilizar diferentes tipos de medios para la promoción cultural
Objetivos	<p><i>El objetivo de Module 3 es introducir al GO1 (formadores, etc.) a las nuevas metodologías de creación de redes para artistas adultos y jóvenes y a la presentación de redes europeas que apoyen a la industria creativa europea. Además, el módulo incluirá introducciones a herramientas tecnológicas innovadoras que podrían ser utilizadas por los beneficiarios finales para la creación de redes y actividades de promoción.</i></p>
Contenido	<p><i>De acuerdo con las conclusiones del Informe Transnacional, este módulo cubrirá los siguientes temas:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>nuevas metodologías de networking</i> ● <i>Introducción a las redes europeas que apoyen a la industria creativa europea</i> ● <i>identificación y planificación de una estrategia sobre cómo utilizar las redes sociales y/u otras actividades promocionales</i> ● <i>conocimientos prácticos relacionados con las herramientas de TIC en el ámbito de la promoción cultural, incluidos los instrumentos para supervisar las diversas actividades de promoción cultural llevadas a cabo</i> ● Herramientas innovadoras que se presentarán a los participantes: <i>Pluggy, Hootsuite, Tweet for a Track, YMLP, Canva, Artists on the way, Patreon</i>
Unidades	<p>Unidad 1. <i>Metodologías de creación de redes e introducción a las redes europeas</i></p> <p>Unidad 2. <i>Herramientas TIC en el ámbito de la promoción cultural</i></p> <p>Unidad 3. <i>Planifica tu estrategia para utilizar las redes sociales y otras actividades promocionales</i></p>
Duración	<p><i>2 horas de autoestudio</i></p> <p><i>3 horas en línea</i></p> <p><i>5 horas presenciales</i></p>
Resultados del aprendizaje	<p><i>Tras la formación, los participantes podrán:</i></p> <p><u>Conocimientos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Identificar las redes europeas y reconocer el potencial de las diferentes metodologías de creación de redes</i>

	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Describir las diferentes herramientas TIC que se pueden utilizar en el campo de la promoción cultural.</i> ● <i>Secuenciar los pasos para utilizar las redes sociales para promover el propio trabajo</i> <p><u>Habilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Guiar a los artistas para que elijan herramientas tecnológicas que sean más adecuadas para su trabajo</i> ● <i>Comparar las diferentes opciones y guiar a los artistas para seleccionar la estrategia más adecuada utilizando las redes sociales para promocionar su trabajo.</i> <p><u>Autonomía</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Crear conciencia entre los artistas sobre la importancia de las metodologías innovadoras de networking.</i> ● <i>Apoyar a los artistas para que utilicen diferentes tipos de medios para la promoción cultural.</i> ● <i>Guiar a los artistas a implementar estrategias de networking para promover su trabajo</i>
<p>Metodología de formación</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>enfoque de aula invertida</i> ● <i>tutoriales en vídeo</i> ● <i>trabajo en grupo</i> <p><i>Al comienzo de cada unidad, el tema se introducirá con la ayuda de un video tutorial (20 minutos aprox.). Cuando sea necesario, el módulo proporcionará lectura adicional para preparar al GO1 para la parte en línea y presencial de la capacitación.</i></p>
<p>Herramientas de formación</p>	<p><i>El GO1 será capacitado con respecto a las siguientes herramientas:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Pluggy</i> ● <i>Hootsuite</i> ● <i>Tweet for a Track</i> ● <i>YMLP</i> ● <i>Canva</i> ● <i>Artists on the way</i> ● <i>Patreon</i> <p><i>Para la parte online: Padlet, Kahoot...</i></p>
<p>Materiales de aprendizaje</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Presentación PPT</i> ● <i>tutoriales en vídeo</i>

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Enlaces</i>
Metodología de evaluación	<p><i>Cuestionario con respuestas de opción múltiple, 2 preguntas abiertas basadas en contenidos colocados en PPT, quiz</i></p> <p><i>O</i></p> <p><i>"Actividad de demostración": una presentación práctica sobre cómo han utilizado las redes sociales para promover su trabajo (utilizando las herramientas TIC de su preferencia)</i></p>

