

PRO-JEKTBE-SCHREI-BUNG

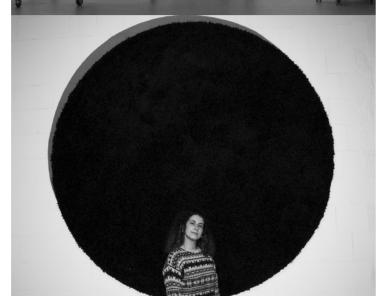
SchülerInnen im Bereich Kunst und Design sind früher oder später mit der Frage konfrontiert, inwieweit ihre im Zuge der Ausbildung entwickelten Fertigkeiten und Kompetenzen ökonomisch sinnvoll verwertbar sind, sei es im Rahmen eines Anstellungsverhältnisses oder selbständiger Tätigkeit, allein oder in Teams. Die Ausarbeitung einer stimmigen und herausragenden künstlerischen Identität sowie die effektive Vermarktung dieser sind Grundvoraussetzung, um sich bemerkbar zu machen und erfolgreich

Desgleichen gilt für Schulen, die Ausbildungen im Bereich Kunst und Design anbieten. Die Frage, welche Strategien entwickelt und davon abgeleitete Maßnahmen umaesetzt werden sollen, um mit einer angepeilten und interessierten Öffentlichkeit erfolgreich in Kommunikation treten zu können, gewinnt an Bedeutung. Zusammenarbeit auf europäischer Ebene verspricht auf beiden Ebenen – der individuellen und institutionellen - nicht nur wertvolle zusätzliche Erkenntnisse sondern auch einen Zugewinn einschlägiger Kompetenzen hinsichtlich effektiver Selbstvermarktung.

#ADVER-TISING **THESELF AUF**







DESCRI-ZIONE PRO-GETTO



Gli studenti degli istituti di arte e di design dovranno prima o poi scoprire in quale misura le loro abilità e competenze, sviluppate nel corso della loro formazione, possano essere utilizzate in modo economicamente significativo, sia in un rapporto di lavoro dipendente o nel lavoro autonomo, da soli o in un team. Lo sviluppo di un'identità artistica coerente ed eccezionale, nonché la sua effettiva promozione sono prerequisiti di base per essere notati e avere successo. Lo stesso vale per le scuole che offrono percorsi di formazione nel campo dell'arte e del design. La guestione delle strategie da sviluppare e quindi le misure da adottare per poter comunicare con successo con un pubblico mirato e interessato sta acquisendo sempre più importanza. La cooperazione a livello europeo promette non solo l'acquisizione di preziose informazioni aggiuntive riquardanti entrambi i livelli – individuale e istituzionale - ma anche un aumento delle competenze pertinenti in materia di efficace autopromozione.

#ADVERTING THESELF MIRA A



*A sostenere lo sviluppo di abilità e competenze riguardanti l'autopromozione degli studenti al fine di proporsi con fiducia e successo sul "mercato del lavoro";

*A sviluppare la fiducia in se stessi come artisti attraverso approcci autobiografici e autoritratti nella rispettiva area di indirizzo;

*Allo scambio tra le scuole coinvolte nel progetto in merito alle strategie e misure di lavoro di pubbliche relazioni al fine di rendere la propria offerta formativa attraente per un numero maggiore di alunni motivati;

*Alla promozione delle competenze digitali e all'uso efficace delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione;

*Al coinvolgimento degli studenti nella diffusione delle attività e

dei risultati del progetto;

*Alla promozione dello scambio europeo, alla comunicazione interculturale e all'acquisizione di competenze linguistiche straniere (comprese le competenze linguistiche specifiche CLIL);

*A alla promozione del pensiero imprenditoriale.

*die Förderung und Entwicklung von Fertigkeiten und Kompetenzen hinsichtlich des Selbstmarketings von SchülerInnen, um am "Arbeitsmarkt" selbstbewusst und erfolgreich auftreten zu können. *die Entwicklung von Selbstbewusstsein als KünstlerIn durch autobiographische Ansätze und Selbstportraits im jeweiligen Ausbildunasbereich.

*den Austausch der am Projekt beteiligten Schulen hinsichtlich Strateaien und Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit, um das eigene Ausbildungsangebot für mehr und schlussendlich "bessere" SchülerInnen interessant zu machen.

*die Förderung digitaler Kompetenzen sowie den effektiven Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien. *die Einbindung von SchülerInnen in die Verbreitung von Projektaktiv-

itäten und – ergebnissen.

*die Förderung Europäischen Austausches, interkultureller Komund den Erwerb von Fremdsprache (einschließlich fachspezifischer Sprachkenntnisse).

*die Förderung unternehmerischen Denkens.





*Studentlnnen im Alter zwischen 16 und 19 Jahren in den Bereichen Graphik und Kommunikationsdesign, Fotografie, Film und Multimedia Art, Produkt Design und Präsentation, Buch Design und Keramische Formgebung.

*AbteilungsleiterInnen und LehrerInnen in Bereichen Graphik und Kommunikationsdesign, Fotografie, Film und Multimedia Art, Produkt Design und Präsentation, Buch Design und Keramische Formgebung. LehrerInnen für fachspezifisches und allgemeines Englisch.

*Andere Studentlnnen und Lehrerlnnen an den beteiligten Schulen und Schulen, die nicht unmittelbar ins Projekt involviert sind; DirektorInnen und unterschiedliche Stakeholder (Eltern, Personal in der Administration auf lokalem und nationalem Level, Ministerien, Firmen, Ausbildungsstätten des tertiären Bereichs)



Advertising the self si rivolge ai seguenti gruppi di destinatari: •Studenti e studentesse d'età tra i 16 e 19 anni in ambiti specifici

multimediale, la presentazione e il design del prodotto, il design e il restauro del libro, la ceramica.

• Responsabili di sezione e insegnanti di grafica e di design della comunicazione, di cinema e arte multimediale, di presentazione e design del prodotto, di design e restauro del libro, di ceramica. •Insegnanti di lingua inglese e CLIL.

• Altri studenti, studentesse e insegnanti delle scuole coinvolte e di scuole indirettamente coinvolte nel progetto, dirigenti scolastici e stakeholder (genitori, personale amministrativo, ministero, aziende e università).





Cofinanziato dal programma Erasmus+ dall'Unione europea

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della commissione Europea. Questa pubblicazione rispecchia il punto di vista dell'autore e pertanto, la commissione non è responsabile di alcun uso che possa essere fatto di informazioni qui contenute.





Gefördert durch das Erasmus+ Programm der Europäischen Union

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Billigung des Inhalts dar, welcher nur die Ansichten der Verfasser wiedergibt, und die Kommission kann nicht für eine etwaige Verwendung der darin enthaltenen Informationen haftbar gemacht werden.

