

PRO-JECT DE-

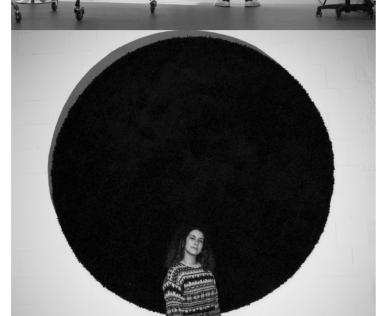
After graduation, students need to find their place on the job market, either being employed or working free-lance. In any case, marketing and advertising the self is essential in Arts and Design to make oneself seen and heard and to stick out from the rest. Relevant skills and competences need to be improved. Schools, on the other hand, need to present themselves in the best of lights and reach out to the general public in order to attract more and eventually "better" students. Communicating with the outside world by choosing the right markting instruments for different target groups is essential.

Both staff and students involved in projects are aware of the fact that collaborating with colleagues and students from other European countries does not only bring in new perspectives on effective (self-) marketing, but also offers the chance to practice English in the context of one's field of education. And since European projects require dissemination of activities and results, they offer plenty of opportunities to explore and implement diverse marketing instruments.









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 questione 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.

*Developing skills and competences of self-markting of students to be able to present themselves as competitive participants on the *Developing awareness of the self as an artist through autobiographical approaches and self-portraits in respective fields of arts

and design (from photography to paintings). *Exchanging know-how and experiences concerning the market-

labour market.

ing of schools and educational pathways to attract more and better students.

*Fostering digital competences and the use of ICT to be able to communicate and present oneself effectively online.

*Engaging students in disseminating processes and project out-

*Fostering European exchange, intercultural communication and foreign language acquisition.

guages in vocational contexts (CLIL)

#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.





Advertising the self addresses and involves the following target

*Students aged 16 to 19 in the fields of Graphics and Communication Design, Photography, Film and Multimedia Art, Product Design and Presentation, Book Design, Ceramics Art

*Head of departments and teachers in the fields of Graphics and Communication Design, Photography, Film and Multimedia Art, Product Design and Presentation, Book Design, Ceramics Art Craft. Teachers in the field of CLIL and foreign language acquisition (English).

*Other students and teachers of the participating schools and of schools not directly involved in the project; headmasters and diverse stakeholders (parents, school administration staff on local and national level, ministries, companies; tertiary level education.

GRUPPI DESTI-NATARI

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

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.

Questo progetto è stato finanziato





Erasmus+ Programme of the Europen Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.

