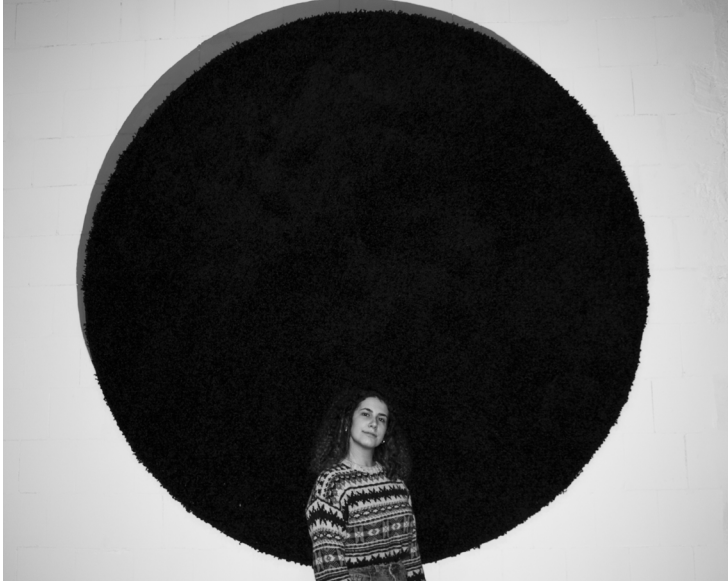


PROJECT DESCRIPTION

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 marketing 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.



#ADVERTISING THESELF AIMS AT

*Developing skills and competences of self-marketing of students to be able to present themselves as competitive participants on the labour market.

*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 marketing 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 outputs.

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

*Supporting entrepreneurship and the acquisition of foreign languages in vocational contexts (CLIL)



TARGET GROUPS

Advertising the self addresses and involves the following target groups:

*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 Craft.

*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.



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European 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.

AGREEMENT NUMBER – 2019-1-AT01-KA229-051183_1

OPIS PROJEKTU



Po ukończeniu szkoły absolwenci muszą odnaleźć swoje miejsce na rynku pracy albo znajdując zatrudnienie, albo pracując jako wolny strzelec. W obu wypadkach nieodzowna okazuje się umiejętność skutecznej promocji własnej pracy twórczej, tak by wyróżnić się spośród ogółu. Szkoły także muszą się zaprezentować w najlepszym świetle i zaznaczać swoją obecność w środowisku lokalnym by przyciągnąć jak najwięcej wartościowych kandydatów. Aby osiągnąć ten cel i dotrzeć do grup docelowych powinny dobrać odpowiednie techniki marketingowe. Zarówno pracownicy szkół, jak i uczniowie zaangażowani w prace projektowe zdają sobie sprawę, jak ważna jest współpraca międzynarodowa, która pomaga spojrzeć szerzej i z nowej perspektywy na efektywną (auto)promocję, ale też stwarza możliwość nauki języka angielskiego w kontekście zawodowym. Ponieważ projekty europejskie wymagają rozpowszechniania działań i rezultatów, oferują wiele możliwości odkrycia i wdrożenia różnorodnych instrumentów marketingowych.

#ADVERTISING THESELF CELE



*Rozwijanie u uczniów umiejętności i kompetencji związanych z autopromocją, tak by stali się konkurencyjni na rynku pracy.

*Rozwijanie własnej świadomości jako artysty poprzez podejście autobiograficzne i auto-portrety w różnych technikach (od fotografii po malarstwo).

*Wymiana wiedzy i doświadczeń w dziedzinie marketingu placówek edukacyjnych w celu pozyskania większej liczby kandydatów.

*Wspieranie rozwoju kompetencji cyfrowych i użycia technologii komunikacyjnej w celu efektywnego promowania siebie w sieci.

*Angażowanie uczniów w działania promocyjne związane z rozpowszechnianiem rezultatów projektu.

*Zachęta do uczestnictwa w wymianach europejskich, poznawania innych kultur i nauki języka.

*Wspieranie przedsiębiorczości i rozwoju kompetencji językowej w aspekcie pracy.

GRUPY DOCELOWE

Projekt Advertisingtheself jest adresowany do poniższych grup docelowych:

- Uczniowie w wieku 16 - 19 lat kształcący się w dziedzinach grafiki, komunikacji wizualnej, fotografii, filmu, projektowania książek, ceramiki i rzemiosła.

- Dyrektorzy i nauczyciele placówek oświatowych kształcących w dziedzinach grafiki, komunikacji wizualnej, fotografii, filmu, projektowania książek, ceramiki i rzemiosła, ze szczególnym uwzględnieniem nauczycieli języka angielskiego i angielskiego zawodowego.

- Pozostali nauczyciele i uczniowie szkół, niezaangażowani bezpośrednio w projekt i różni interesariusze (rodzice, pracownicy administracji na szczeblu lokalnym i krajowym, ministerstwa, firmy branżowe, szkoły wyższe).



Publikacja sfinansowana z funduszy Komisji Europejskiej w ramach programu Erasmus+ . Publikacja została zrealizowana przy wsparciu finansowym Komisji Europejskiej. Publikacja odzwierciedla jedynie stanowisko jej autorów. Komisja Europejska oraz Narodowa Agencja Programu Erasmus+ nie ponoszą odpowiedzialności za jej zawartość merytoryczną. PUBLIKACJA BEZPŁATNA.