



Tytuł projektu innowacyjnego testującego:
PI ART-AKTYWATOR

- **Priorytet VI – Rynek pracy otwarty dla wszystkich**
- **Działanie 6.2 – Wsparcie oraz promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia.**

PI ART-AKTYWATOR

Temat innowacyjny

„Poszukiwanie nowych, skutecznych metod aktywizacji zawodowej i społecznej grup docelowych wymagających szczególnego wsparcia”

Realizatorzy projektu:

PI ART-AKTYWATOR

- Fundacja Aktywności Obywatelskiej – Lider
- Fundacja Likejon – Partner 1
- Eurperspektywa Beata Romejko – Partner 2

Nazwa produktu finalnego

***Model Art-Aktywator – innowacyjny
model wsparcia w wejściu na rynek
pracy osób z wyższym wykształceniem
po kierunkach związanych ze sztuką
i kulturą.***

Model Art-Aktywator

to narzędzie, które pomoże publicznym
i niepublicznym instytucjom rynku pracy
skutecznie wspierać osoby po kierunkach
związanych z kulturą i sztuką
pozostającym bez zatrudnienia.

Na produkt finalny składają się 4 produkty pośrednie:

1. Podręcznik dla instytucji rynku pracy „Artysta to także zawód! Podręcznik aktywizacji społeczno-zawodowej osób związanych z kulturą i sztuką”
2. Platforma internetowa www.art-aktywator.pl
3. Instrukcja do platformy internetowej
4. Materiały do prowadzenia specjalistycznych 4-modułowych szkoleń

Produkt pośredni 1 - podręcznik

przeznaczony jest dla przedstawicieli publicznych i niepublicznych instytucji rynku pracy. Został w nim opisany model wsparcia dla osób bezrobotnych po kierunkach związanych z kulturą i sztuką. W poszczególnych rozdziałach chronologicznie scharakteryzowano poszczególne etapy wsparcia.

Etapy wsparcia:

1. Rekrutacja;
2. Warsztat budowania grup kreatywnych;
3. Sieciowanie inicjatyw grup kreatywnych w środowisku lokalnym;
4. Szkolenia specjalistyczne stacjonarne i e-learningowe;
5. Warsztat „Artysta w Internecie”;
6. Warsztat „Artysta biznesmenem”;
7. Kawiarenka artystyczna – „Wirtualna galeria sztuki”.

Etap 1 - rekrutacja

Innowacja:

- unikatowa ankieta motywacji uczestnictwa
- wykorzystywanie kanałów informacji dostosowanych do konkretnej grupy osób

Efekty:

- unikatowe narzędzia rekrutacji
- trafna i skuteczna rekrutacja 20 osób

Etap 2 – warsztat budowania grup kreatywnych

Innowacja:

- konkurs na film nakręcony telefonem komórkowym
- unikatowa ankieta dotycząca autopromocji w sieci

Etap 2 – warsztat budowania grup kreatywnych

Efekty:

- utworzone 4 grupy kreatywne
- integracja grupy, rozwój potencjału grupowego
- identyfikacja predyspozycji uczestników do pełnienia określonych ról w zespołach
- przygotowanie do zakładania portfolio
- wzrost kreatywności odbiorców

Etap 3 – sieciowanie inicjatyw grup kreatywnych w środowisku lokalnym

Innowacja:

- unikatowość całej metody pracy „Okrągłego Stołu”

Etap 3 – sieciowanie inicjatyw grup kreatywnych w środowisku lokalnym

Efekty:

- powstała sieć powiązań pomiędzy odbiorcami, odbiorcami a użytkownikami oraz pomiędzy użytkownikami
- prezentacja odbiorców i grup kreatywnych oraz ich oferty
- konkretne oferty dla odbiorców, np. propozycje wystaw, wernisaży od przedsiębiorców, instytucji kultury
- wymiana informacji nt. konkretnych oczekiwań pomiędzy odbiorcami a instytucjami rynku pracy
- możliwość zweryfikowania swojego podejścia do rynku pracy przez odbiorców

Etap 4

– szkolenia stacjonarne / e-learningowe

Innowacja:

- innowacyjne narzędzia dostosowane do potrzeb odbiorców
- materiały dostosowane do potrzeb odbiorców

Etap 4

– szkolenia stacjonarne / e-learningowe

Efekty:

- konkretne narzędzia pracy, np. kalkulator biznesu
- narzędzia e-learningowe do samodzielnego wykorzystania
- wzrost wiedzy i umiejętności
- pozytywny wpływ szkoleń na aktywność zawodową

Etap 5 – Artysta w Internecie

Innowacja:

- platforma współpracy ww.art-aktywator.pl
- możliwość korzystania z narzędzi, np. szkolenia e-learningowe, kalkulator planowania wyniku finansowego, matryca SWOT

Efekty:

- portal www.art-aktywator.pl
- założone profile na portalu
- współpraca, dialog grup kreatywnych

Etap 6 – „Artysta biznesmenem”

Innowacja:

- narzędzia dostosowane do konkretnych odbiorców: kalkulator planowania wyniku finansowego, matryca SWOT, narzędzia do zarządzania projektem/zadaniem, scenariusz warsztatu zarządzania firmą kreatywną

Efekty:

- określenie własnego potencjału biznesowego
- planowanie wyniku finansowego działalności artystycznej

Etap 7 – kawiarenka artystyczna

Innowacja:

- unikatowe narzędzie „wirtualna galeria sztuki” pozwalające przetestować się w roli przedsiębiorcy bez ryzyka poniesienia strat oraz przetestować rozwiązania konkretnych biznesowych problemów

Etap 7 – kawiarenka artystyczna

Efekty:

- rozwijanie konkretnych umiejętności funkcjonowania w przestrzeni rynkowej:
np. sprzedaży, współpracy z innymi podmiotami
- wystawa dorobku artystycznego
- nabycie wiedzy o swoim potencjale biznesowym
- wykorzystanie wiedzy i umiejętności nabytych na wcześniejszych etapach

Poszczególne etapy i narzędzia są ze sobą komplementarnie powiązane, dopełniają się i wzmacniają swoje oddziaływanie. Ich zastosowanie w postaci całościowej ścieżki wsparcia – jak potwierdziło testowanie - sprzyja kumulowaniu efektów edukacyjnych, psychologicznych i społecznych.

Produkt pośredni 2 - platforma internetowa www.art-aktywator.pl

to innowacyjne narzędzie internetowe, którego celem jest promocja osób po kierunkach związanych z kulturą i sztuką oraz wsparcie ich w celu wejścia na rynek pracy w ramach przemysłów kreatywnych.

Narzędzie adresowane jest zarówno do osób po kierunkach artystycznych i związanych z kulturą, jak i IRP, instytucji kultury, przedsiębiorców.

Produkt pośredni 3 - instrukcja do platformy internetowej

- to narzędzie, którego celem jest pomoc użytkownikom w korzystaniu z platformy internetowej.
- objaśnia m.in.: proces rejestracji nowego konta na portalu www.art-aktywator.pl, logowanie, edycję danych profilowych, dodawanie referencji, dodawanie pracy w portfolio, komentowanie prac, dodawanie plików do prac, przeszukiwanie bazy użytkowników, przeglądanie mapy instytucji, teczka, wizytówki, forum, ogłoszenia.

Produkt pośredni 4 – specjalnie dedykowane grupie odbiorców materiały do prowadzenia specjalistycznych 4 -modułowych szkoleń

- „Jak zarządzać sobą i współpracownikami w ramach przemysłów kreatywnych? Zarządzanie zasobami ludzkimi, organizacja pracy”,
- „Jak wypromować wytwory kultury? Marketing, promocja, reklama i PR”,
- „Jak sprzedawać wytwory kultury? Techniki sprzedaży, rynki zbytu, pozyskiwanie zleceń”,
- „Jak chronić własność intelektualną? Prawo autorskie, prawo własności przemysłowej”.

Specjalnie dedykowane grupie odbiorców materiały do prowadzenia specjalistycznych 4 -modułowych szkoleń zawierają:

- skrypty dla uczestników i trenerów,
- prezentacje Power Point do wykorzystania na zajęciach stacjonarnych oraz w e-learningu,
- wytyczne dla trenerów,
- scenariusze zajęć,
- materiały ćwiczeniowe,
- testy wiedzy na zakończenie zajęć poszczególnych modułów.

Szkolenia mogą być realizowane w formie:

- stacjonarnej
- e-learningowej za pomocą platformy www.art-aktywator.pl (materiały + testy wiedzy)
- Na każde z czterech szkoleń stacjonarnych przewidziano 12 godzin lekcyjnych. Ogółem liczba godzin szkoleniowych potrzebnych do nabycia wiedzy i rozwoju umiejętności wynosi 48.

Problemy, na które odpowiada Model ART-AKTYWATOR:

- Nieadekwatność i niska skuteczność metod aktywizacji zawodowej osób z wyższym wykształceniem po kierunkach związanych z kulturą i sztuką;
- Brak dialogu i współpracy pomiędzy osobami pozostającymi bez pracy po kierunkach związanych z kulturą i sztuką a przedsiębiorcami i instytucjami kultury w regionie;
- Brak spójnego systemu wsparcia instytucjonalnego umożliwiającego wejście na rynek pracy osobom o kierunkach artystycznych i związanych z kulturą

Przyczyny problemów:

- Brak w IRP dostosowanych do potrzeb wskazanej grupy docelowej narzędzi aktywizacji zawodowej i społecznej;
- Brak platformy do komunikowania się pomiędzy osobami i instytucjami zainteresowanymi wykorzystaniem potencjału absolwentów kierunków studiów artystycznych i związanych z kulturą a instytucjami rynku pracy;
- Brak wizji i wiedzy na temat możliwości kompleksowego i efektywnego wsparcia ww. grup docelowych przez instytucje typu Powiatowe Urzędy Pracy, Biura Karier itp.

Skutki problemów:

- stosunkowo wysoki poziom bezrobocia wśród absolwentów kierunków studiów artystycznych i związanych z kulturą i związane z tym ryzyko trwałego ich wykluczenia;
- niewykorzystany potencjał dużej grupy absolwentów kierunków studiów artystycznych i związanych z kulturą, który jest szczególnie ważny w kontekście strategicznych kierunków rozwoju regionu (kultura, sektory kreatywne).

Aktualność potrzeby wprowadzania produktu

- Powyższe problemy, zdiagnozowane i poparte rzetelną diagnozą oraz zaakceptowane w strategii wdrażania są nadal aktualne a wprowadzenie Modelu Art-Aktywator jest **niezbędne**.
- Ponadto nikt inny do tej pory nie wprowadził żadnego innego rozwiązania dla odbiorców.

Adresaci Produktu Finalnego:

- Użytkownicy w wymiarze docelowym – publiczne i niepubliczne instytucje rynku pracy: publiczne służby zatrudnienia, biura karier, NGO, itp.
- Odbiorcy w wymiarze docelowym –bezrobotni absolwenci kierunków związanych z kulturą i sztuką

Specyfika grupy docelowej na rynku pracy:

- są indywidualistami,
- charakteryzują się kreatywnością, wrażliwością, bogatą wyobraźnią, „artystyczną duszą”, otwartością,
- osoby wysoce emocjonalne
- niezależne
- trudniej jest się im odnaleźć na rynku pracy niż pozostałym absolwentom.
- **Dla artystów niezbędne jest specjalne wsparcie „dedykowane” dla tej grupy, specjalny rodzaj pomocy, gdyż standardowe metody aktywizacji zawodowej i społecznej oferowane przez instytucje rynku pracy nie sprawdzają się w ich przypadku.**

Innowacyjność Modelu Art- Aktywator występuje w wymiarze:

- grupy docelowej,
- problemu,
- formy wsparcia.

Testowanie odbyło się w okresie od maja do października 2013 r.

- Użytkownicy na etapie testowania –
Biuro Karier UMCS;
- Odbiorcy na etapie testowania –
grupa 20 (16 kobiet i 4 mężczyzn)
bezrobotnych absolwentów kierunków
związanych z kulturą i sztuką pozostających
bez pracy co najmniej 12 miesięcy
z województwa lubelskiego;

Wyniki testowania zostały
potwierdzone badaniami
i przedstawione zostały w raporcie
z ewaluacji zewnętrznej oraz
raporcie z testowania.

Zgodność ze strategią wdrażania

- Przedstawiony produkt spełnia wszystkie założenia przedstawione w strategii.
- Jest również zgodny ze strategią w zakresie celu i grupy docelowej.

Skuteczność Modelu – korzyści dla grup docelowych

- Wzbogacenie oferty szkoleniowej instytucji rynku pracy o nowe metody i narzędzia „dedykowane” konkretnej kategorii bezrobotnych;
- Nabycie aktualnej i specjalistycznej wiedzy w zakresie praw autorskich oraz wiedzy i umiejętności w zakresie technik sprzedaży wytworów kultury, marketingu i promocji oraz zarządzania zasobami ludzkimi;
- Przećwiczenie funkcjonowania w ramach „grup kreatywnych” łączących artystów z animatorami/menedżerami kultury;

Skuteczność Modelu – korzyści dla grup docelowych

- Nawiązanie kontaktów z przedstawicielami przedsiębiorców i placówkami kultury;
- Uzyskanie prostego dostępu do informacji o potencjalnych pracodawcach i podmiotach kooperacji dzięki funkcjom platformy internetowej;
- Możliwość bezpłatnej promocji własnych wytworów, zdolności i umiejętności w sieci internetowej za pomocą platformy internetowej;

Skuteczność Modelu – korzyści dla grup docelowych

Wzrost aktywności zawodowej i społecznej osób bezrobotnych po kierunkach związanych z kulturą i sztuką.

Dzięki osiągnięciu powyższych korzyści problemy grupy docelowej uległy zmniejszeniu, gdyż:

- nastąpił wzrost adaptacyjności i aktywności zawodowej i społecznej 16 kobiet i 4 mężczyzn z wyższym wykształceniem po kierunkach związanych z kulturą i sztuką, pozostających bez zatrudnienia w okresie 12 miesięcy z województwa lubelskiego,
- wzrosła wiedza i umiejętności w zakresie biznesowego wykorzystywania potencjału kreatywnego ww. osób,
- zwiększyły się możliwości współpracy i dialogu pomiędzy osobami pozostającymi bez zatrudnienia a przedsiębiorcami, instytucjami rynku pracy i kultury w regionie,
- zastosowanie Modelu pozwoli na wzrost możliwości skutecznego aktywizowania na regionalnym rynku pracy osób z wyższym wykształceniem po kierunkach związanych z kulturą i sztuką pozostających bez zatrudnienia.

Skuteczność Modelu – korzyści dla użytkowników

- Poprawa skuteczności działań na rzecz osób bezrobotnych
- Poszerzenie oferty szkoleniowej i warsztatowej;
- Wzrost kompetencji pracowników urzędów pracy zyskujących nową wiedzę i umiejętności na temat metod pracy z określoną grupą
- Nawiązanie współpracy z innymi instytucjami lokalnymi w celu wspólnej realizacji przedsięwzięć mających na celu aktywizację zawodową i społeczną absolwentów po kierunkach związanych z kulturą i sztuką.

Testowanie innowacji dowiodło, że cele projektu zostały osiągnięte i opracowana metodologia w istocie przyczynia się do wzrostu adaptacyjności i aktywności zawodowej i społecznej grupy docelowej. Jednocześnie wyniki te świadczą o skuteczności i dużych korzyściach form wsparcia proponowanych w ramach metodologii, a tym samym o wysokiej skuteczności produktu finalnego.

Produkt finalny złożony z czterech elementów oraz 7-etapową ścieżkę wsparcia można stosować całościowo, co jest przez nas rekomendowane, lub zastosować wybrane elementy – stąd użytkownikami części modelu - portalu www.art-aktywator.pl mogą być też instytucje kultury lub przedstawiciele biznesu, przedsiębiorcy, którzy mogą wykorzystywać portal jako platformę kontaktu pomiędzy absolwentami kierunków artystycznych i związanych z kulturą a potencjalnymi klientami ich usług/ prac/ produktów. Platforma komunikacji będzie w takim wypadku służyła również jako narzędzie do pobudzenia popytu na wytwory branż kreatywnych, także w skali ponadregionalnej.

Wdrożenie modelu Art-Aktywator nie wymaga znaczących kosztów finansowych, zmian organizacyjnych ani legislacyjnych, nie jest też wymagana inwestycja w infrastrukturę techniczną.

Wystarczy **dobra wola i zaangażowanie** na rzecz grup, dla których nie istnieje żadne inne wsparcie w trudnej sytuacji na rynku pracy.