

Adresaci Projektu

Nasz Projekt oraz całą ofertę szkoleniowo-doradczą adresujemy do kadry ośrodków kultury, bibliotek publicznych, muzeów, galerii, firm i instytucji prowadzących działalność edukacyjną i artystyczną, a także członków organizacji kulturalnych.

Innowacyjność rozwiązań

Promowanie innowacyjności w myśleniu i działaniu jest stałym elementem naszej szkoleniowej współpracy z instytucjami kultury. Wykorzystujemy ją w obszarze zarządzania, planowania i organizowania działalności placówki oraz projektowania jej oferty. Nowatorskie rozwiązania stosujemy również przy prezentowaniu skutecznych metod komunikowania się i nawiązywania współpracy z otoczeniem lokalnym oraz przy wskazywaniu sposobów pozyskiwania uczestników i partnerów realizowanych przedsięwzięć. Przestrzenią sprzyjającą twórczemu aktywizowaniu Uczestników naszych szkoleń jest również wspólne opracowywanie skutecznych strategii rozwoju oraz kreowania wizerunku i promowania instytucji kultury.

Treść Projektu

Nasz Projekt obejmuje 23 szkolenia dedykowane kadrze instytucji kultury:

SZKOLENIE 1: Koncepcja działalności i strategię rozwojowe instytucji kultury

SZKOLENIE 2: Diagnoza i zaspokajanie potrzeb edukacyjnych i kulturalnych w środowisku lokalnym

SZKOLENIE 3: Jak pozyskiwać uczestników kultury?

SZKOLENIE 4: Projektowanie ścieżek edukacyjnych w instytucji kultury

SZKOLENIE 5: Projekty edukacyjne i artystyczne w instytucji kultury

SZKOLENIE 6: Projektowanie oferty instytucji kultury

SZKOLENIE 7: Kulturoterapia i arteterapia w instytucji kultury

SZKOLENIE 8: Organizowanie eventów w instytucji kultury

SZKOLENIE 9: Sztuka eksponowania w instytucji kultury

SZKOLENIE 10: Projektowanie zajęć wystawienniczych i muzealnych dla dzieci i młodzieży

SZKOLENIE 11: Strefa gier w instytucji kultury

SZKOLENIE 12: Wolontariat w kulturze

SZKOLENIE 13: Alternatywne formy finansowania kultury – fundraising, crowdfunding, sponsoring

SZKOLENIE 14: Organizowanie współpracy instytucji kultury z placówkami oświatowymi

SZKOLENIE 15: Kreowanie wizerunku i promocja instytucji kultury

SZKOLENIE 16: Instytucja kultury w Internecie

SZKOLENIE 17: Pracownik kultury, publikuj!

SZKOLENIE 18: Kreatywne zarządzanie instytucją kultury

SZKOLENIE 19: Tworzenie książek artystycznych

SZKOLENIE 20: Animator Działań Twórczych (warsztaty weekendowe)

SZKOLENIE 21: Projektowanie kultury metodą Design Thinking

SZKOLENIE 22: Design Thinking dla kadry instytucji kultury

SZKOLENIE 23: LEGO Storytelling w instytucjach kultury

Zapraszamy na naszą stronę

www.AkademiaKreatywnejEdukacji.pl zakładka „INNOWACJE W KULTURZE”

SZKOLENIE 1

Koncepcja działalności i strategie rozwojowe instytucji kultury

Obejmuje rozszerzony zakres szkolenia „Projektowanie oferty instytucji kultury” i jest adresowane do instytucji nowopowstałych lub tych, które planują zmienić lub rozwinąć dotychczasową koncepcję, obszary lub profile działalności. Uczestnicy dowiedzą się m.in., jak zaprojektować i wypromować nowe rozwiązania w swoich placówkach.

PROGRAM

1. Przygotowanie do opracowywania koncepcji działalności instytucji kultury.
2. Potencjał kadrowy i materialne zasoby wewnętrzne instytucji kultury jako wyznaczniki koncepcji jej pracy.
3. Zewnętrzne determinanty koncepcji działalności placówki.
4. Główne elementy koncepcji i ich projektowanie:
 - struktura organizacyjna,
 - cele i zadania,
 - formy działalności,
 - główne i alternatywne źródła finansowania.
5. Projektowanie oferty instytucji kultury:
 - określanie kategorii i profili dotychczasowych oraz potencjalnych odbiorców oferty instytucji,
 - definiowanie edukacyjnych, wychowawczych i terapeutycznych zadań placówki,
 - wykorzystanie zasobów materialnych i niematerialnych instytucji do budowania jej oferty,
 - wykorzystanie obecnego w otoczeniu placówki potencjału historycznego, społecznego i instytucjonalnego oraz lokalnych walorów środowiska naturalnego,
 - przegląd i wybór form receptywnego, reaktywnego, interaktywnego i kreatywnego kontaktu uczestników z kulturą i sztuką zapewniających różnorodność i atrakcyjność oferty,
 - dostosowanie poszczególnych działań do możliwości odbiorców o specjalnych potrzebach, w tym osób niepełnosprawnych.
6. Tworzenie „Kulturalnej Mapy Zasobów Regionu”.
7. Określenie „Lokalnej Sieci Partnerstw”.
8. Projektowanie „Strategii Rozwojowej Instytucji Kultury”.
9. Prezentacja i omówienie dobrych praktyk.

SZKOLENIE 2

Diagnoza i zaspokajanie potrzeb edukacyjnych i kulturalnych w środowisku lokalnym

PROGRAM

1. Metody i narzędzia rozpoznawania oczekiwań oraz potrzeb edukacyjnych i kulturalnych w środowisku lokalnym.
2. Analiza i interpretacja uzyskanych wyników diagnostycznych.
3. Opracowywanie przez instytucję kultury metod i form zaspokajania oczekiwań i potrzeb poszczególnych grup podmiotów ze środowiska lokalnego:
 - społeczności lokalnej,
 - instytucji (lokalne władze, placówki oświatowe i opiekuńcze itp.),
 - organizacji (fundacje, stowarzyszenia, kluby),
 - firm i potencjalnych partnerów (mediów, fundatorów, sponsorów).
4. Organizowanie i animowane aktywności wolnoczasowej lokalnej społeczności.
5. Dobieranie i uruchamianie skutecznych kanałów komunikacji instytucji kultury z otoczeniem.
6. Budowanie lokalnych partnerstw do spójnego i komplementarnego zaspokajania potrzeb edukacyjnych i kulturalnych uczestników.
7. Prezentacja i omówienie dobrych praktyk.

SZKOLENIE 3

Jak pozyskiwać uczestników kultury?

PROGRAM

1. Współczesne wyzwania dla instytucji kultury w dotarciu do wielopokoleniowej grupy odbiorców.
2. Diagnozowanie oczekiwań i potrzeb poznawczych, edukacyjnych i kulturalnych w środowisku lokalnym.
3. Analiza konkurencji – instytucje, organizacje, placówki aktywności wolnoczasowej itp.
4. Określanie kategorii i profili dotychczasowych oraz potencjalnych stałych i okazjonalnych uczestników.
5. Etapy pozyskiwania odbiorców.
6. Podstawy marketingu kultury.
7. Oferta i zasoby instytucji kultury jako klucz do frekwencyjnego sukcesu.
8. Innowacyjne i alternatywne formy działalności przyciągające nowych uczestników.
9. Strategie cenowe oferty.
10. Kanały docierania z informacjami do poszczególnych grup odbiorców.
11. Pozyskiwanie formalnych i nieformalnych grup zorganizowanych.
12. Formy promocji i e-promocji instytucji kultury, jej oferty oraz osiągnięć.

SZKOLENIE 4

Projektowanie ścieżek edukacyjnych w instytucji kultury

PROGRAM

1. Zalety wykorzystywania ścieżek edukacyjnych w kulturze.
2. Cele i rodzaje ścieżek.
3. Metodyka projektowania ścieżek w instytucji kultury:
 - tematyka i formy realizacyjne,
 - dostosowywanie ścieżek do zasobów instytucji kultury,
 - dostosowywanie form ekspozycyjnych do założonych w ścieżkach celów,
 - przygotowywanie informacji, materiałów i eksponatów do realizacji ścieżek,
 - 3 wymiary ścieżek edukacyjnych – czas, przestrzeń, wyobraźnia,
 - projektowanie zajęć warsztatowych w ramach ścieżek edukacyjnych,
 - wykorzystanie w ścieżkach edukacyjnych wewnętrznych i plenerowych gier i inscenizacji.
4. Dostosowanie ścieżek edukacyjnych do potrzeb i możliwości poszczególnych grup odbiorców, w tym dzieci i młodzieży niepełnosprawnej.
5. Prezentacja i omówienie dobrych praktyk.

SZKOLENIE 5

Projekty edukacyjne i artystyczne w instytucji kultury

PROGRAM

1. Projekt edukacyjny, artystyczny i organizacyjny jako metoda pracy.
2. Cele i założenia projektu.
3. Formy, skala i charakter projektów.
4. Projekt jako forma innowacji.
5. Etapy realizacji projektu.
6. Sponsoring, fundraising i crowdfunding w działalności projektowej.
7. Promowanie przedsięwzięć projektowych.
8. Projekty edukacyjne i artystyczne jako forma promocji instytucji kultury, jej kadry, uczestników oraz organizacji i instytucji wspierających.
9. Dobre praktyki – przegląd przykładowych inicjatyw projektowych.

SZKOLENIE 6

Projektowanie oferty instytucji kultury

PROGRAM

1. Określanie kategorii i profili dotychczasowych oraz potencjalnych odbiorców oferty instytucji.
2. Definiowanie edukacyjnych, wychowawczych i terapeutycznych zadań placówki.
3. Wykorzystanie zasobów materialnych i niematerialnych instytucji do budowania jej oferty.
4. Wykorzystanie obecnego w otoczeniu placówki potencjału historycznego, społecznego i instytucjonalnego oraz lokalnych walorów środowiska naturalnego.
5. Przegląd i wybór form receptywnego, reaktywnego, interaktywnego i kreatywnego kontaktu uczestników z kulturą i sztuką zapewniających różnorodność i atrakcyjność oferty.
6. Dostosowanie poszczególnych działań do możliwości odbiorców o specjalnych potrzebach, w tym osób niepełnosprawnych.
7. Prezentacja i omówienie dobrych praktyk.

SZKOLENIE 7

Kulturoterapia i arteterapia w instytucji kultury

PROGRAM

1. Edukacyjne, wychowawcze, profilaktyczne i terapeutyczne funkcje obcowania z kulturą i sztuką.
2. Planowanie i realizacja zajęć z elementami kulturoterapii i arteterapii.
3. Metody stymulowania i wzmacniania aktywności poznawczej i twórczej odbiorców.
4. Techniki i narzędzia arteterapeutyczne wykorzystywane w instytucjach kultury.
5. Dostosowywanie oferty instytucji do oczekiwań i możliwości uczestników kultury ze specjalnymi potrzebami.
6. Metoda „Edukacji, wychowania i terapii sukcesem”.
7. Kulturoterapia i arteterapia osób niepełnosprawnych umysłowo, ruchowo oraz niesłyszących i niewidomych w instytucji kultury.
8. Organizowanie i prowadzenie zajęć terapeutycznych w ramach współpracy z instytucjami opiekuńczo-wychowawczymi, rewalidacyjnymi, rehabilitacyjnymi, socjoterapeutycznymi itp.
9. Prezentacja i omówienie dobrych praktyk.

SZKOLENIE 8

Organizowanie eventów w instytucji kultury

PROGRAM

1. Rodzaje eventów kulturalnych i artystycznych, ich charakter i cele.
2. Zasady planowania i realizacji okazjonalnych i cyklicznych wydarzeń kulturalnych.
3. Strategie finansowania i promowania przedsięwzięć.
4. Marketingowy potencjał eventów.
5. Pozyskiwanie patronów, partnerów i sponsorów do planowanych wydarzeń.
6. Wzbogacanie eventów formami towarzyszącymi.
7. Rejestrowanie i relacjonowanie eventów.
8. Prezentacja i omówienie dobrych praktyk.

SZKOLENIE 9

Sztuka eksponowania w instytucji kultury

PROGRAM

1. Funkcje, metody i formy prezentowania i interpretowania dziedzictwa w wystawiennictwie, dydaktyce kulturalnej i przewodnictwie.
2. Organizowanie wystaw, galerii i instalacji.
3. Prelektoria i multimedialne eksponowanie sztuki i kultury.
4. Ekspozycje plenerowe.
5. Eksponowanie pełne tajemnic.
6. Ekspozycje kreatywne (art design, culture design).
7. Zastosowanie multitechnik artystycznych w prezentowaniu kultury i sztuki.
8. Formy aktywnego i statycznego eksponowania wytworów uczestników zajęć i warsztatów organizowanych w placówce.
9. Prezentacja i omówienie dobrych praktyk.

SZKOLENIE 10

Projektowanie zajęć muzealnych i wystawienniczych dla dzieci i młodzieży

PROGRAM

1. Określanie celów zajęć dostosowanych do poszczególnych grup odbiorców.
2. Struktura scenariusza zajęć – elementy kluczowe (uniwersalne, elastyczne) i rozwiązania alternatywne.
3. Tematyka, treść i formy realizacyjne zajęć a stymulowanie poszczególnych sfer rozwoju uczestników.
4. Metody rozbudzania, zaspokajania i kompensacji potrzeb poznawczych, kulturalnych i psychospołecznych uczestników.
5. Formy receptywne, reaktywne, interaktywne i kreatywne proponowanych zadań.
6. Dobór, formy prezentacji i sposoby wykorzystania zasobów instytucji kultury na zajęciach.
7. Indywidualizacja zadań podczas zajęć.
8. Dostosowanie zajęć do potrzeb i możliwości dzieci i młodzieży niepełnosprawnej.
9. Prezentacja i omówienie dobrych praktyk.

SZKOLENIE 11

Strefa gier w instytucji kultury

PROGRAM

1. Miejsce i rola gier w instytucji kultury.
2. Sposoby wykorzystywania gier w działalności placówki.
3. Przegląd gier według ich typu, formy i tematyki:
 - gry zeszytowe,
 - gry karciane,
 - gry planszowe,
 - gry przestrzenne i dioramowe,
 - gry i logiczne,
 - gry zręcznościowe,
 - gry dydaktyczne,
 - gry fabularne,
 - gry eksperymentalne,
 - gry artystyczne,
 - gry terenowe,
 - gry indywidualne, zespołowe i rodzinne.
4. Łamigłówki i zadania szaradziarskie związane z kulturą i sztuką.
5. Cele i formy grywalizacji kulturalnej.
6. Gra jako własny „produkt”, „gadżet” lub pamiątka z instytucji kultury.
7. Przegląd materiałów, narzędzi i akcesoriów do opracowywania gier.
8. Projektowanie i tworzenie własnych gier.

SZKOLENIE 12

Wolontariat w kulturze

ADRESACI SZKOLENIA ZAMKNIĘTEGO

Wariant I: w szkoleniu uczestniczy cała Kadra instytucji kultury.

Wariant II: w szkoleniu uczestniczy koordynator wolontariatu wraz z grupą wolontariuszy.

PROGRAM

1. Wolontariat w aspekcie formalnoprawnym.
2. Cele organizowania wolontariatu w kulturze.
3. Rekrutowanie i przygotowanie wolontariuszy do realizacji powierzonych zadań.
4. Zakres zadań i odpowiedzialności wolontariusza.
5. Rola i zadania koordynatora wolontariatu.
6. Kontrakt lub umowa wolontarystyczna.
7. Zasady i formy motywowania i nagradzania wolontariuszy.
8. Dokumentowanie pracy wolontariuszy.
9. Eksponowanie osiągnięć wolontariuszy.
10. Stażyści i praktykanci w instytucji kultury.

SZKOLENIE 13

Alternatywne formy finansowania kultury

PROGRAM

1. Charakterystyka fundraisingu, crowdfundingu, sponsoringu i donatoringu.
2. Przygotowanie strategii pozyskiwania z alternatywnych źródeł funduszy na działalność kulturalną.
3. Sposoby pozyskiwania partnerów finansujących.
4. Opracowywanie i promowanie projektów crowdfundingowych.
5. Oferta promocyjno-sponsorska – zasady tworzenia i prezentacji.
6. Wykorzystanie zasobów materialnych i niematerialnych instytucji do budowania partnerstw.
7. Uzyskiwanie wsparcia finansowego i rzeczowego od własnych lub zewnętrznych organizacji.
8. Nagradzanie sponsorów, fundatorów i donatorów kultury.
9. Zdobywanie funduszy poprzez sprzedaż własnych wytworów, usług lub publikacji.
10. Prezentacja i omówienie dobrych praktyk.

SZKOLENIE 14

Organizowanie współpracy instytucji kultury z placówkami oświatowymi

PROGRAM

1. Planowanie zasad i form współpracy w ramach „Roku Otwartej Szkoły 2016” ogłoszonego przez Ministerstwo Edukacji Narodowej i Sportu.
2. Organizowanie „Wizyt Kulturalnych” w placówkach oświatowych.
3. Opracowywanie projektów i konkursów o zasięgu lokalnym, regionalnym lub ogólnopolskim dla uczestników z placówek oświatowych.
4. Organizowanie przedsięwzięć edukacyjnych i kulturalnych dla kadry nauczycieli i wychowawców (szkolenia, warsztaty, seminaria, prelekcje, konferencje itp.).
5. Pozyskiwanie partnerów wspierających inicjatywy dedykowane placówkom oświatowym.
6. Prezentacja i omówienie dobrych praktyk.

SZKOLENIE 15

Kreowanie wizerunku i promocja instytucji kultury

PROGRAM

1. Cele działań promocyjnych instytucji kultury.
2. Wewnętrzne i zewnętrzne public relations w placówce.
3. Rola kadry i uczestników w kreowaniu wizerunku ośrodka.
4. Wykorzystanie potencjału zewnętrznych podmiotów opiniotwórczych.
5. Adresaci komunikatów promocyjnych.
6. Promocyjne aspekty kontaktów i współpracy z lokalnymi mediami, instytucjami i organizacjami.
7. Skala i zasięg działań marketingowych.
8. Zasady tworzenia i doboru treści promocyjnych (m.in. copywriting, webwriting).
9. Przegląd tradycyjnych i nowoczesnych narzędzi marketingowych i e-marketingowych (m.in. inbound marketing, social media marketing).
10. Publikacje i e-publikacje jako skuteczna forma krótko- i długofalowej promocji.
11. Opracowywanie harmonogramu działań marketingowych.
12. Zasady budowania i utrzymywania trwałego zaplecza promocyjnego.

SZKOLENIE 16

Instytucja kultury w Internecie

PROGRAM

1. Założenia i cele obecności instytucji kultury w sieci.
2. Tworzenie wirtualnych „siedzib” placówki.
3. Opracowywanie materiałów do Internetu.
4. Zasady copywritingu i webwritingu w tworzeniu treści.
5. Formy publikowania w Internecie.
6. Prowadzenie strony WWW placówki oraz jej bloga i profili w portalach społecznościowych.
7. Techniki promowania placówki w sieci (social media marketing, inbound marketing).
8. Budowanie, utrzymywanie i rozwój wirtualnego zaplecza pozycjonującego i promocyjnego.
9. Wykorzystanie zasobów sieciowych placówki do pozyskiwania sponsorów i reklamodawców.
10. Prezentacja i omówienie dobrych praktyk.

SZKOLENIE 17

Pracownika kultury, publikuj!

Podczas szkolenia Uczestnicy poznają 25 form drukowanych i elektronicznych publikacji wraz z zasadami ich tworzenia, promowania, rozpowszechniania i wykorzystywania jako skutecznych narzędzi kreowania wizerunku oraz promowania instytucji, nośników informacji adresowanych do już posiadanych oraz potencjalnych uczestników, metody dzielenia się wiedzą i doświadczeniem oraz zawodowej autopromocji pracowników kultury, formy dokumentowania realizowanych zadań i eksponowania osiągnięć placówki, jej kadry oraz uczestników.

PROGRAM

1. Pomysł, czyli co chcę publikować?
2. Zasady gromadzenia i opracowywania materiałów oraz formy tworzenia własnych publikacji.
3. Publikacje drukowane:
 - wewnętrzna gazetka, czasopisma kulturalne i oświatowe, lokalna prasa,
 - twórczość literacka: proza (opowiadania, legendy, bajki itp.), poezja,
 - własne czasopismo, biuletyn.
4. Publikacje internetowe:
 - specjalistyczne serwisy,
 - strona WWW instytucji,
 - własna strona WWW pracownika kultury, blog, wirtualne portfolio (autopromocja),
 - portale społecznościowe i fora dyskusyjne,

- dziennikarstwo obywatelskie,
 - e-booki, audiobooki,
 - newslettery i e-ziny,
 - podcasty (pliki dźwiękowe, zdjęcia, grafika, filmy),
 - presell pages, listy sprzedażowe, artykuły sponsorowane, recenzje itp.,
 - kursy online (e-kursy, e-learning).
5. Zasady wydawania, promowania i sprzedaży własnych publikacji.
 6. Autopromocja oraz budowanie wizerunku i promowanie instytucji kultury poprzez różne formy publikacji.

SZKOLENIE 18

Kreatywne zarządzanie instytucją kultury (dla Dyrektorów)

ZAŁOŻENIA

Celem szkolenia jest zaprezentowanie innowacyjnej metody planowania i realizacji pracy instytucji kultury, polegającej na wzmocnieniu i rozwoju kilku najważniejszych i ściśle ze sobą powiązanych elementów i obszarów („5R” = 5 rezultatów): kadry, organizacji, zasobów/oferty, wizerunku i promocji. W przyjętej koncepcji wdrażanie każdego nowego elementu (wymogu, przepisu, standardu, procedury) przebiega w taki sposób, by wpływał on korzystnie na każdy z 5 „rezultatów”, tym samym integrując społeczność instytucji, zwiększając kompetencje jej kadry oraz wzmocniając pozycję placówki na lokalnym rynku poprzez podnoszenie jakości jej pracy i zdobywanie prestiżu. Osiągnięte w ten sposób cele wpłyną korzystnie na uzyskiwane wyniki oceny jakości pracy placówki.

ADRESACI

Metoda Zarządzania Kreującego „5R” jest dedykowana kadrze zarządzającej placówek świadczących usługi kulturalne i edukacyjne. Powstała specjalnie z myślą o niej i nie jest próbą – jak to często bywa – przeniesienia strategii tradycyjnego biznesu czy systemu korporacyjnego w obszary działalności społecznej lub działalności na rzecz społeczeństwa. Metoda uwzględnia bowiem charakter tego typu placówek, właściwą dla nich kulturę organizacyjną i klimat społeczny oraz relacje wewnętrzne i zewnętrzne. Odnosi się także do specyfiki etyki zawodowej kadry ww. placówek.

PROGRAM

1. Główne założenia Metody Zarządzania Kreującego „5R”.
2. Charakterystyka elementów i obszarów „5R”:
 - Kadra,
 - Organizacja,
 - Zasoby/Oferta,
 - Wizerunek,
 - Promocja.
3. Planowanie zadań i osiągnięć w poszczególnych „rezultatach”.
4. Podział i delegowanie zadań.
5. Komplementarność i synergia pomiędzy poszczególnymi „rezultatami”.
6. Diagnoza i ocena poziomu osiągnięcia wyników.
7. Dokumentowanie i eksponowanie osiągnięć.
8. Krótko- i długoterminowe korzyści wynikające z zastosowania Metody Zarządzania Kreującego w instytucji kultury.

SZKOLENIE 19

Tworzenie książek artystycznych

PROGRAM

1. Treść i forma książki artystycznej oraz ich funkcje i znaczenie.
2. Rola ilustracji w książkach.
3. Jak powstaje artbook?
 - proces twórczy poprzedzający powstanie książki artystycznej,
 - aktywność twórcza podczas opracowywania książki,
 - tworze myślenie i działanie towarzyszące korzystaniu z artbooków.
4. Formy książek artystycznych:
 - artbooki – lapbooki, picturebooki, texturebooki, textilebooki, facturebooki,
 - formbooki – książki przestrzenne, scen ebooki, tunel booki, książki mobilne, naturebooki, linebooki, rollbooki,
 - książki aktywne – playbooki, soundbooki,
 - artspaper – gazety artystyczne,
 - posterbooki – książki plakatowe,
 - artbooki multimedialne – ebooki, prezentacje, wizualizacje, animacje.
5. Walory edukacyjne, wychowawcze i terapeutyczne książek artystycznych.
6. Zastosowanie artbooków w biblioterapii.
7. Mail art i książki artystyczne.
8. Sztuka eksponowania książek artystycznych.
9. Książka artystyczna podana na scenie.

SZKOLENIE 20

Animator Działań Twórczych

ZAŁOŻENIA

Celem szkolenia jest przekazanie Uczestnikom wiedzy i umiejętności z zakresu metod i narzędzi stosowanych w różnych formach działań twórczych prowadzonych z dziećmi i młodzieżą zarówno w ramach zajęć w instytucji kultury, jak i podczas plenerów, eventów lub wyjazdów letnich i zimowych.

METODY PRACY

Miniwykład, prezentacja, pokaz, warsztaty, praca indywidualna i w grupach, metoda projektów, działania twórcze.

PROGRAM

1. Istota kreatywności oraz twórczego myślenia i działania.
2. Edukacyjne, wychowawcze i terapeutyczne funkcje aktywności twórczej.
3. Zasady projektowania i prowadzenia działań twórczych oraz treningów kreatywności.
4. Metody i formy rozwijania postaw twórczych u dzieci i młodzieży:
 - doświadczanie, odkrywanie i wynalazczość,
 - twórcze rozwiązywanie problemów,
 - projektowanie,

- wykonywanie prototypów, modeli i makiet,
 - twórczość artystyczna z wykorzystaniem muzyki i technik plastycznych,
 - twórcze pisanie, opowiadanie i tworzenie książek artystycznych,
 - kreatywny ruch i inscenizacja – taniec, ruchowe improwizacje, opowieści pantomimiczne, performance, happening, choreokreacje, małe formy teatralne,
 - twórczość w kadrach i klatkach – zajęcia z fotografią i filmem,
 - landart – tworzenie z natury i w naturze,
 - wykorzystywanie multitechnik artystycznych w działaniach twórczych.
5. Przegląd narzędzi i materiałów do prowadzenia działań twórczych.
 6. Metody i formy doskonalenia i samodoskonalenia warsztatu pracy animatora.
 7. Prezentacja i omówienie dobrych praktyk.

SZKOLENIE 21

Projektowanie kultury metodą Design Thinking

Szczegółowe informacje:

<https://akademiakreatywnejedukacji.wordpress.com/2017/10/22/szkolenia-i-warsztaty-desing-thinking/>

SZKOLENIE 22

Design Thinking dla kadry instytucji kultury

Szczegółowe informacje:

<https://akademiakreatywnejedukacji.wordpress.com/2017/10/22/szkolenia-i-warsztaty-desing-thinking/>

SZKOLENIE 23

LEGO Storytelling w instytucjach kultury

Szczegółowe informacje:

<https://akademiakreatywnejedukacji.wordpress.com/2018/01/03/lego-storytelling-oraz-klocki-w-edukacji-wychowaniu-i-terapii/>



AKADEMIA KREATYWNEJ EDUKACJI

tel.: +48 535 633 636, e-mail: AkademiaKreatywnejEdukacji@gmail.com

www. AkademiaKreatywnejEdukacji.pl

SZKOLENIA, WARSZTATY I SEMINARIA NA ZAMÓWIENIE

Akademia Kreatywnej Edukacji specjalizuje się również w opracowywaniu form edukacyjnych dostosowanych do potrzeb i oczekiwań Zamawiających. Każde z zamieszczonych w naszej ofercie szkoleń może zostać zmodyfikowane pod kątem zakresu tematycznego, proporcji treści oraz czasu trwania. Organizujemy także prelekcje, zajęcia oraz warsztaty kulturalne i artystyczne dla dzieci i młodzieży z zakresu szeroko pojętej edukacji, wychowania i terapii.

Jesteśmy otwarci na wszelkie sugestie dotyczące Państwa potrzeb szkoleniowych. Swoje oczekiwania możecie Państwo określić według zamieszczonych poniżej przykładowych wytycznych.

Cele, jakie chcemy osiągnąć:

.....

.....

.....

Tematyka i treści, jakie chcemy poznać:

.....

.....

.....

Umiejętności, jakie chcemy zdobyć:

.....

.....

.....

Metody pracy, jakie chcemy przyswoić i wdrożyć:

.....

.....

.....

Problemy, jakie chcemy rozwiązać:

.....

.....

.....

Swoje propozycje możecie Państwo przysłać lub z nami konsultować korzystając z poniższych danych kontaktowych.

OSOBA DO KONTAKTU:

Sławomir Waśniewski

tel.: +48 535 633 636

e-mail: AkademiaKreatywnejEdukacji@gmail.com

Zapraszamy do owocnej współpracy!

Zespół Akademii Kreatywnej Edukacji

