

Marketing4Artists



Resultado del proyecto 3 - Política de adopción de M4A

Escuela secundaria de artes visuales "Romulus Ladea"

PROYECTO: Marketing para Artistas (2021-1-SI01-KA220-VET-000035905)

DISEÑO Y MAQUETACIÓN: Diana Cristina Frateanu y Hermina Csata

CONTENIDO:

Liceul de arte vizuale "Romulus Ladea" Cluj-Napoca, Rumania (Diana Frateanu, Hermina Csata, Denisa Curte, Salanta Roxana, Borz Teodora)
Materahub (Daniele Brancati)
Centro Escolar Srečko Kosovel Sežana (Maja Prešeren, Lilijana Fabris, Maja Cergol Lipnik, Sara Dakaj, Martina Birsa)
En proceso (Karin Callipo, Damiano Vela)
Live 9 (Toni Keski-Likkala)
EFVET (Susana Nogueira)

El apoyo de la Comisión Europea a la producción de esta publicación no constituye una aprobación de los contenidos que reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso

Marketing para artistas (2021-1-SI01-KA220-VET-000035905)

Šolski center
Srečka Kosovela Sežana



LIVE



mh
materahub











e-education
in progress

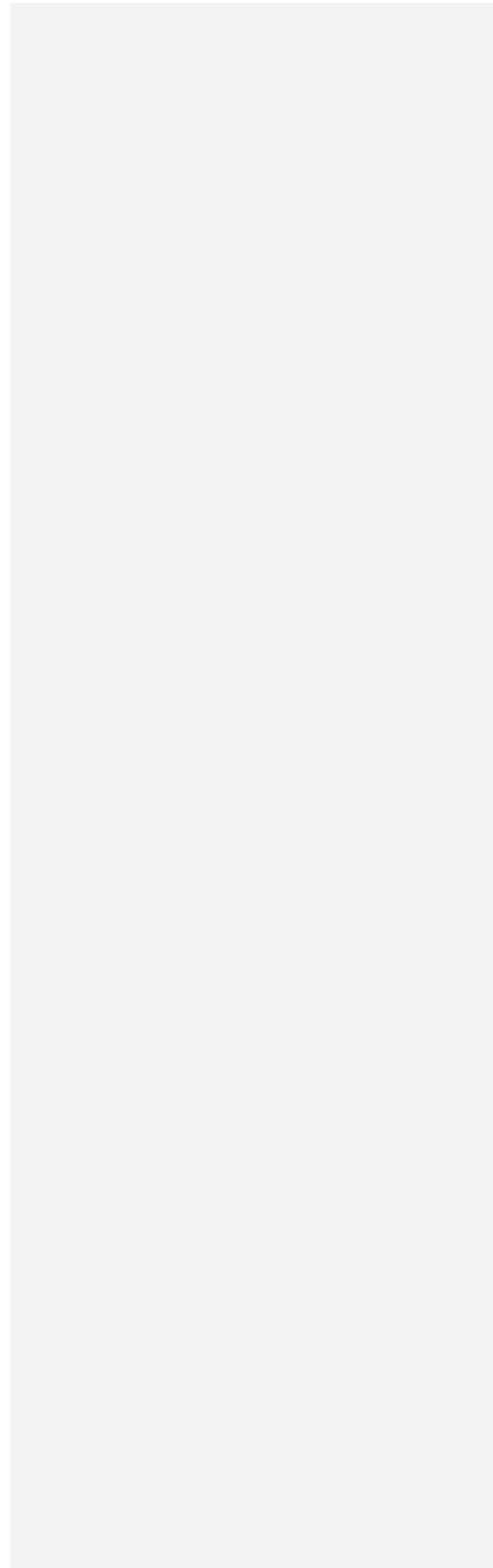


LICEUL
DE ARTE
VIZUALE
ROMULUS
LADEA



Tabla de contenidos

1. Introducción		6
2. Descripción de la Actividad Internacional de Aprendizaje y Formación Docente (LTTA)		11
3. Impacto potencial en las escuelas europeas de FP de arte		18
4. Recomendaciones para mantener la metodología Marketing4Artists como una metodología eficaz para mejorar su aseguramiento de la calidad en las escuelas de FP		22
5. Recomendaciones a los responsables de la formulación de políticas nacionales y regionales en el ámbito de la educación		25
6. Recomendaciones políticas a los responsables políticos europeos en el ámbito de la educación		33
7. Conclusión		38
8. Anexos		39



1. Introducción

Marketing 4 Artists (M4A) propone un cambio en la forma en que se forman los estudiantes de Arte de Educación y Formación Profesional (FP) en las escuelas de formación profesional. Además de la formación artística especializada, se recomienda introducir un plan de estudios que les permita desarrollar un conjunto de competencias en el ámbito del marketing y el emprendimiento.

Esta Recomendación Política tiene por objeto compartir con ustedes la razón por la que las escuelas de FP deberían adoptar el M4A y deberían llamar la atención de los responsables políticos nacionales y europeos en el ámbito de la educación.

M4A diseñó una metodología formativa y contenidos relacionados con las habilidades específicas de marketing que necesitan los estudiantes de arte, con el objetivo de potenciar su futura carrera profesional una vez finalicen sus estudios.

M4A es un innovador proyecto de asociación estratégica financiado por Erasmus+ que combina dos objetivos importantes de la educación y las prioridades europeas.

El primero es la necesidad de desarrollar las habilidades y competencias empresariales y de marketing de los estudiantes como forma de ayudarles a encontrar un lugar de trabajo exitoso en el mercado laboral de la cultura y las industrias creativas.

El segundo objetivo es mejorar las competencias de los profesores de arte asistiendo a la formación M4A con el fin de desarrollar ellos mismos habilidades de marketing y emprendimiento.

Uno de los objetivos del proyecto M4A fue desarrollar un módulo de aprendizaje, que contiene cinco Unidades Didácticas diferentes:

- Unidad 0: "Estrategia y herramientas didácticas" - Formación de profesores en conocimientos y habilidades generales básicas de marketing;
- Unidad 1: "Oferta y Demanda de Servicios Artísticos Culturales" - Análisis y estudio de las necesidades y de la oferta y demanda de servicios culturales.
- Unidad 2: "Relaciones Externas" - Identificación y activación de las relaciones externas con organizaciones, instituciones y diversos grupos de interés;
- Unidad 3: "Promoción del Perfil Artístico" - Diseño de servicios de promoción del patrimonio cultural, definición del plan de marketing, cuidado de los aspectos organizativos de los servicios y actividades promocionales, y elaboración de productos para la comunicación y promoción de bienes y servicios culturales;
- Unidad 4: "Seguimiento y evaluación de la promoción del arte" - Seguimiento y evaluación de las actividades de promoción del patrimonio cultural;
- Unidad 5: "Herramientas de explotación en la práctica" - Herramientas de explotación, centradas en el Aprendizaje Basado en Retos y el uso de ESCO por parte de los estudiantes.

La metodología innovadora M4A fue creada por sus 6 socios, parte de una asociación sólida y profesional que incluye dos escuelas secundarias de formación profesional (Center Srečka Kosovela Sezan, de Eslovenia, y Liceul de Arte Vizuale "Romulus Ladea", de Rumanía), una organización de formación (EiP Education in Progress, de España), una empresa privada experta en emprendimiento (Materahub, de Italia), una organización paraguas que representa a los proveedores de FP de toda Europa (EfVET – Foro Europeo de Formación Técnica y Profesional). Educación y Formación Profesional, de Bélgica) y una escuela de FP (Live Foundation, de Finlandia).

La asociación inició el proyecto en enero de 2021 con una investigación documental para encontrar las mejores prácticas en Europa sobre la educación emprendedora llevada a cabo en el ámbito de la educación y la formación profesionales.

1. Introducción



La metodología de Marketing for Artists (M4A) para lograr su primer resultado de proyecto (PR1) titulado "M4A "Transnational Report" constó de tres partes:

1. **Online Desk Research** - Los socios recopilaron información sobre los planes de estudio de FP artística en diferentes países europeos para encontrar otras mejores prácticas y la legislación que regula su implementación;
2. **Cuestionarios (entrevistas cuantitativas)** - Diseñados para evaluar datos sobre:
 - los conocimientos previos de marketing de los profesores de arte y la mejor manera de impartir el Curso de Formación M4A;
 - Conocimientos previos de los estudiantes de arte sobre conceptos generales de marketing (para desarrollar el contenido de formación de M4A en consecuencia), su compromiso con las lecciones de M4A y su actitud hacia la formación con la metodología de M4A. Las respuestas analizadas de estos cuestionarios sirvieron de base para preparar las preguntas del Grupo Focal;
3. **Grupos focales (entrevistas cualitativas)** - Implementado con 2 grupos diferentes:
 - Primer Grupo Focal – Compuesto por 1 profesor de arte, 1 director de escuela y 1 artista, 1 experto en marketing y otros profesionales de la educación adecuados, que proporcionaron respuestas relevantes para afinar el PR1 y mejorar sus resultados cualitativos.
 - Segundo grupo de discusión: formado por 1 profesor de arte y al menos 4 estudiantes, el objetivo de este grupo de discusión era recopilar datos sobre las actitudes de los profesores hacia la adopción de la metodología M4A como parte de la formación continua del profesorado y su integración en las asignaturas de FP, con el apoyo de los directores de los centros educativos y los responsables políticos.

La investigación documental realizada permitió comprender el estado del arte de la UE sobre los temas abordados por el PR1, que define la formación adecuada para el profesorado en el ámbito del proyecto M4A.

El informe es innovador porque observa el estado de la técnica de la EFP en la mayoría de los países de la UE y detalla las necesidades concretas de los profesores y estudiantes de arte en cuanto a contenidos específicos de marketing en los planes de estudios de FP dirigidos a potenciar el impacto de los estudiantes en el mercado laboral, preparándolos para futuros retos de empleabilidad. Al potenciar el papel de los docentes, M4A potencia los resultados de aprendizaje de los estudiantes, contribuyendo a cerrar la brecha entre las ofertas educativas de FP y las necesidades del mercado.

La metodología M4A no interfiere con los programas exigidos por los Ministerios de Educación de los Estados, garantizando su transferibilidad a otros países de la UE. El Informe contiene toda esta información con el fin de convertirse en material de inspiración.

El material completo de Desk Research se puede descargar en el sitio web en <https://m4a.erasmus4artists.eu/>

Sobre la base de los datos recopilados, los socios de M4A han creado un módulo de aprendizaje con seis unidades didácticas, con contenidos teóricos y prácticos desarrollados sobre la base de la Recomendación del Consejo, de 22 de mayo de 2018, sobre competencias clave para el aprendizaje permanente (2018/C 189/01), y en los resultados de un informe mencionado anteriormente, centrado en las necesidades de los profesores y estudiantes de FP de arte relacionadas con las habilidades y conocimientos de marketing: el Sistema de Evaluación y Contenidos de Formación de M4A.

1. Introducción



La Unidad Didáctica 0 está dirigida al profesorado, y el resto de Unidades están dirigidas al alumnado:

Títulos de las seis Unidades Didácticas de Formación M4A:



Todos los materiales de formación estarán disponibles en una plataforma de formación en línea, accesible al público como un Recurso Educativo Abierto (REA) a finales de 2028 en <https://m4a.erasmus4artists.eu/training.html>.

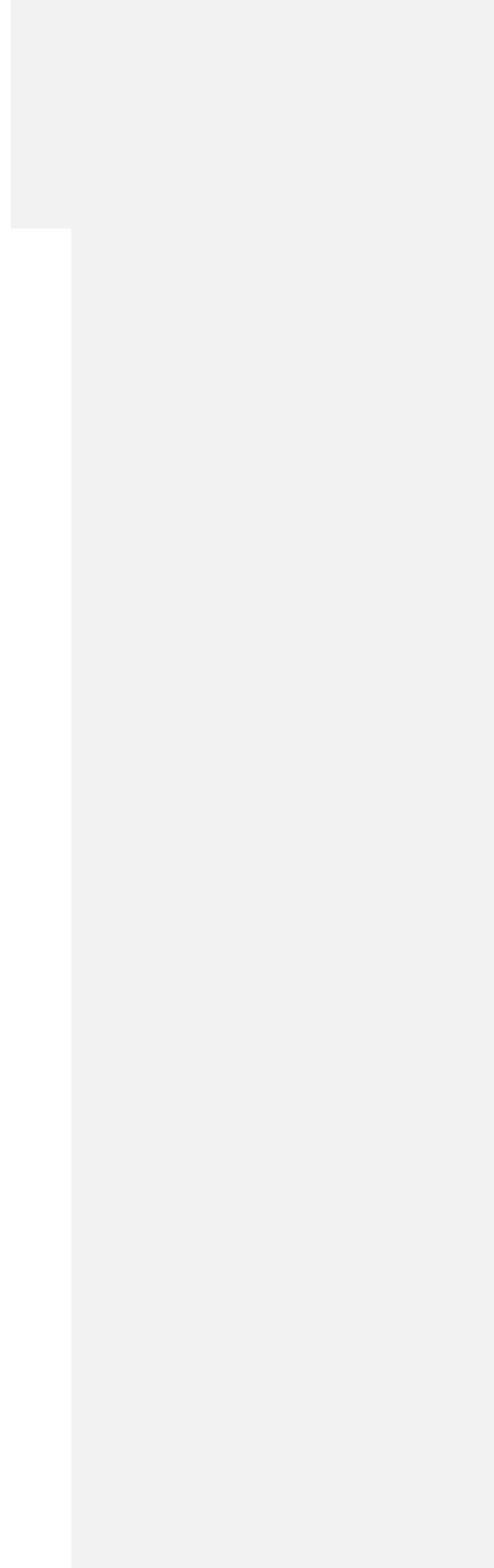
En esta plataforma, los usuarios podrán acceder a una descripción de cada Unidad Didáctica y a los contenidos de sus capítulos, y podrán completar cada Unidad Didáctica a través de un cuestionario de evaluación centrado en los resultados de aprendizaje planteados, con preguntas relacionadas con dichos contenidos. Después de completar el cuestionario de evaluación, la plataforma emitirá un certificado que contiene información sobre el tipo de participante (Profesor o Alumno), el nivel de usuario (de "Principiante" a "Experto"), el título de la Unidad Didáctica realizada y la puntuación total (porcentaje).



Figura 2 Ejemplo de certificado de plataforma de formación online M4A

La eficacia del Sistema de Evaluación y Contenidos de Formación M4A (Resultado del Proyecto 2) se puso a prueba durante una Actividad Internacional de Aprendizaje, Enseñanza y Formación (LTTA) con 18 profesores de 6 países diferentes y 31 estudiantes (22 estudiantes de Artes Visuales de Rumanía y 9 estudiantes de Eslovenia), cuyos comentarios se informarán más adelante en este documento.

Los socios de M4A recomiendan leer este documento para obtener información relevante que pueda ser útil para los lectores, inspirándolos a unirse o promover la metodología M4A en sus actividades diarias



1. Descripción de la Actividad Internacional de Aprendizaje y Enseñanza/Formación (LTTA)

El objetivo clave del paquete de formación desarrollado por todas las organizaciones asociadas sobre la base de la investigación realizada en la primera parte del proyecto es enriquecer el desarrollo profesional de los profesores de FP de Arte, dotándolos de conocimientos y habilidades de marketing en el campo del Arte, permitiéndoles formar a los estudiantes para una carrera profesional exitosa en la industria cultural y creativa (ICC). tanto por cuenta ajena como por cuenta ajena y/o freelance.

La actividad de Aprendizaje Transnacional y Enseñanza/Formación (LTTA) se llevó a cabo durante una semana, con especial atención al Sistema de Evaluación y Contenidos de Formación M4 (PR2).

Su objetivo principal era proporcionar a los profesores y estudiantes de FP de Arte los conocimientos, habilidades y actitudes de marketing necesarios para el sector del Arte, permitiendo a los profesores comprobar la eficacia y el impacto de la metodología de formación, y a los estudiantes evaluar el Material de Formación y el Sistema de Evaluación M4A en términos de contenidos, resultados de aprendizaje y evaluación. mientras se prueba la usabilidad de la plataforma de formación online.

En general, el objetivo del LTTA era evaluar si la metodología M4A satisface las necesidades del grupo destinatario a nivel europeo.

La metodología M4A fue evaluada por los profesores participantes de LTTA, quienes probaron la funcionalidad del Sistema de Evaluación y Contenidos de Capacitación con los estudiantes de Arte a lo largo de la semana.

La prueba simultánea de la metodología M4A por parte de los profesores de Arte y la formación de los estudiantes de Arte tuvo como objetivo permitir:

- Que los profesores enseñen estos importantes contenidos a sus alumnos haciéndoles conscientes también de la importancia que tiene el marketing en sus futuras carreras;
- Que los estudiantes aprendan competencias específicas relacionadas con el marketing aplicado al arte.

La implementación de la semana LTTA brindó a nuestros socios del proyecto la posibilidad de probar la metodología y tener comentarios de primera mano sobre la metodología y el contenido de capacitación de M4A.

A través de las actividades de LTT, se probaron todos los componentes de la metodología M4A (incluidos los contenidos de formación de M4A), destacando la reacción de profesores y alumnos y las necesidades de formación.

Los 18 profesores de artes (procedentes de todas las organizaciones socias del proyecto) participaron en el LTTA trabajando en pequeños grupos para facilitar el proceso de aprendizaje. Más adelante en la semana, estos grupos de trabajo incluyeron también a los 31 estudiantes participantes.

Perfil del lugar y de los participantes

El número total de estudiantes que participaron en el LTTA en Cluj-Napoca, Rumanía, desde el 27 de marzo de 2023 hasta el 31 de marzo de 2023 fue de 31. Del total, 22 estudiantes eran estudiantes rumanos del Liceul de Arte Vizuale 'Romulus Ladea' de Cluj-Napoca, con edades comprendidas entre los 15 y los 18 años (9º, 10º y 11º grado), con diversas especializaciones en artes visuales (pintura, escultura, diseño, arquitectura, diseño de moda) y 9 estudiantes eran estudiantes eslovenos del Centro Solski Srečka Kosovela Sezana, de 16 a 17 años (10º grado) especializados en arte/Visual Merchandisers

El número total de docentes que asistieron al LTTA fue de 18, distribuidos de la siguiente manera: Eslovenia – 3 - Centro Srečka Kosovela Sezana, España – 3 - Educación en Progreso, Bélgica – 1 – EFVET, Finlandia – 3 – En vivo, Italia – 1 – Materhub, Rumanía – 7 – LAVRL

Contenidos de la formación M4A

Como se mencionó anteriormente, el contenido de capacitación que están desarrollando los socios de M4A fue probado por los participantes de LTTA. Cada socio eligió de la unidad que creó, una parte para ser enseñada a los estudiantes, dentro del LTTA, junto con las actividades de aprendizaje correspondientes que se realizaron con los estudiantes.

Aquí hay una breve descripción de las 6 unidades a las que puede acceder en el sitio web del proyecto:

Unidad 0: Estrategias y herramientas didácticas

Esta es la primera unidad del módulo de formación desarrollado por Marketing 4 Artists, que se centra en proporcionar a los profesores de arte los conocimientos básicos generales de marketing, las habilidades y la actitud. Esta unidad inicial es fundamental para contextualizar y desarrollar el resto de las Unidades Didácticas.

La unidad 0 se divide en diferentes capítulos, de la siguiente manera:

Capítulo 1 - Conocimientos y habilidades de marketing para profesores de arte

Ofrece una visión general de los conocimientos y habilidades que los profesores de arte necesitarían para enseñar a los estudiantes a adquirir habilidades empresariales y de marketing.

Capítulo 2 - Estrategias y recursos generales para profesores de arte sobre marketing general básico

Describe algunos recursos y herramientas generales que los maestros podrían usar para enseñar a los estudiantes de arte.

Algunos ejemplos de la vida real sobre el tema que deben tenerse en cuenta para el logro de objetivos del proyecto Marketing 4 Artists.

Por último, a continuación se presenta un breve cuestionario de autoevaluación para garantizar la comprensión de algunos aspectos clave de la unidad.

Unidad 1: Análisis y estudio de las necesidades, oferta y demanda de servicios culturales y artísticos

Esta unidad tiene como objetivo enseñar a los estudiantes a definir y analizar el mercado de referencia (target, cluster, competidores, etc.) a nivel internacional. Consta de dos capítulos:

Capítulo 1 – Conocer y definir el mercado de referencia

Proporciona ejemplos de investigación de mercado, establecimiento de metas, objetivos y metas y definición y

Diseñar el público objetivo y analizar la competencia.

Capítulo 2 – Autoconciencia, esfuerzo y constancia

El análisis del microentorno de un artista (análisis introspectivo de sí mismo)

Su objetivo es capacitar a los docentes para que motiven a los artistas a creer en sí mismos y a seguir adelante con esfuerzo y constancia, conociendo el papel clave en el entorno mediático

Unidad 2: Identificación y activación de las relaciones externas con organizaciones, instituciones y diversos grupos de interés

Esta Unidad tiene como objetivo enseñar a los estudiantes a identificar y activar las relaciones externas con organizaciones, instituciones y diversos grupos de interés. Se compone de los siguientes capítulos:

Capítulo 1 – Definición de perfil personal

Describe cómo un artista o un artista emergente puede crear y definir un perfil personal utilizando instrumentos como el Currículum (CV), el Portafolio, la Declaración del Artista o la Carta de Presentación.

Capítulo 2 – Elementos básicos de las relaciones públicas, incluidos los aspectos interculturales

Comprender los puntos clave de las relaciones públicas.

Capítulo 3 – Estrategia de comunicación

Elaborar una estrategia de comunicación, utilizar herramientas y comunicaciones para diferentes colectivos.

Capítulo 4 – Creación de una red de apoyo

Los pasos clave de la creación de redes

Capítulo 5 – Metodología de recaudación de fondos y de fuentes alternativas de financiación

Financiación de fuentes de financiación

Unidad 3: La creación del perfil artístico y su promoción

Esta Unidad está estructurada en 4 capítulos principales destinados a enseñar a "*Diseño de servicios promocionales, plan de marketing y estrategias de comunicación de bienes y servicios artísticos y culturales*".

La convocatoria ofrece recursos económicos para los artistas y escribir una propuesta artística adecuada es una habilidad esencial que los artistas deben adquirir para obtener esta oportunidad. Estos son los capítulos de la Unidad 4:

Capítulo 1 - Creación de una propuesta artística

Se basa en el análisis de una Convocatoria y una Propuesta de Arte, con el objetivo final de enseñar a los alumnos a leer una convocatoria y a preparar una propuesta artística acorde a ella. El principal deseo de cada artista es vender sus obras de arte al margen de convocatorias puntuales, pero directamente a potenciales compradores, y por lo tanto encontrar en sus capacidades artísticas una forma de conseguir los recursos económicos suficientes para la vida.

Capítulo 2 - Lienzo del proyecto creativo

Está enfocado, a conocer las 4P del Marketing y a ser capaz de utilizar el Creative Project Canvas como herramienta para definir un Plan de Marketing exitoso. La parte práctica está relacionada con un ejercicio real de venta en Etsy.com que permita alcanzar resultados de aprendizaje de alto nivel para los estudiantes. Además, la promoción es algo muy importante, y al mismo tiempo, es una de las 4P del Marketing. Dado que el comunicado de prensa se explicó en la Unidad 2, Capítulo 2 - En la Práctica 2.2.

Capítulo 3 - Uso de los medios tradicionales en el campo del arte

Se centra en otro medio tradicional útil, que es "cómo configurar un flyer", también importante para promocionar eventos, por ejemplo.

Capítulo 4 - Uso de los Nuevos Medios 2.0 en el campo del arte

Especial atención a los medios de comunicación 2.0 y a las plataformas de marketing online, dirigidas específicamente a los artistas.

Capítulo 5 - Espacios alternativos para exposiciones y performances

Está en los Espacios Alternativos de Exposición como una forma potencial de obtener visibilidad sin depender solo de los espacios de arte tradicionales a los que es muy complicado acceder. El objetivo principal es explicar las ventajas y dar algunos consejos para elegir y gestionar un buen espacio. Este capítulo puede verse como el paso complementario a los Capítulos Tres y Cuatro, donde se enumeran algunos medios de comunicación y la información se puede utilizar para promocionar el Espacio de Exposición Alternativo elegido.

Unidad 4: Seguimiento y evaluación de las actividades de promoción artística y cultural

La profesión artística significa trabajo individual. Cada persona tiene diferentes competencias y habilidades. Estos son los medios por los que los artistas construyen su propia marca e identidad en la vida laboral. Estos son los bajos para conseguir visibilidad y audiencia. La visibilidad ayuda a los estudiantes a tener una mejor posición, a conseguir trabajo o a vender productos y servicios culturales.

Capítulo 1 – Contenidos del marketing

Las preguntas de este capítulo son: cómo evaluar el marketing teniendo en cuenta cualitativamente la propia descripción del trabajo, la identidad del trabajo, pero también el producto en sí. Los artistas necesitan pensar en estas preguntas y relaciones en el marketing todo el tiempo.

Capítulo 2 – Nuevos medios

En este capítulo pensaremos en los resultados de la campaña de marketing y cómo utilizar los datos

Capítulo 3 – Público objetivo

En este capítulo evaluaremos y monitorizaremos si los nuevos visitantes de la web y los que regresan son un buen indicador de si has intentado aumentar la visibilidad de tu trabajo.

Capítulo 4 – Estrategias de marketing

Conocer y gestionar la EM

Unidad 5: Herramientas de explotación centradas en el Trabajo Práctico basadas en el modelo de Aprendizaje Basado en Retos

Esta unidad se centra en herramientas, estrategias y métodos prácticos para explorar, mapear, evaluar y validar las competencias profesionales (incluidas las habilidades de marketing) con el fin de aprender a planificar y explotar un proyecto promocional eficaz de productos/servicios culturales y creativos.

Incluye tres capítulos principales:

Capítulo 1 – Mapeo de habilidades y competencias

Qué son **las capacidades y competencias**, por qué y en qué se diferencian, y cómo mapearlas y autoevaluarlas dentro de una dimensión empresarial a partir de uno de los marcos de competencias de la UE, es decir, el **EntreComp (Marco Europeo de Competencias Empresariales)**

Capítulo 2 – La herramienta de clasificación ESCO

El **sistema europeo ESCO**, la Clasificación Europea de Habilidades/Competencias, Cualificaciones y Ocupaciones multilingüe, que proporciona apoyo práctico para evaluar y validar el aprendizaje informal

y no formal, mapear las competencias y habilidades conectadas de manera realista con el mercado laboral actual y la adecuación al empleo en todos los países europeos.

Capítulo 3 – La metodología basada en desafíos

Orientación práctica, ejemplo de la vida real (desafío) y **herramienta de lienzo de proyecto basada en desafíos** relevante para practicar habilidades de resolución de problemas a través del modelo de aprendizaje basado en desafíos

LTTA: Comentarios y resultados de los participantes

A fin de garantizar una evaluación exhaustiva de los efectos del LTTA, se pidió a los participantes que rellenaran un formulario de evaluación de la satisfacción al final de cada sesión. Estos formularios sirvieron de base para el análisis del impacto del programa de formación.

Así, los participantes cumplieron un Formulario de Evaluación de la Sesión al final de cada una de las sesiones de formación, así como al final de la semana de formación, como evaluación general de toda la semana de formación, incluyendo sus expectativas, lo que han aprendido, lo que les ha parecido más útil de la sesión y cómo mejorarla en el futuro.

Conclusiones

La semana de M4A LTTA fue una semana exitosa en la opinión de los socios y, teniendo en cuenta los comentarios de los estudiantes. Las actividades formativas y las herramientas presentadas respondieron a las necesidades de los alumnos, ya que aprendieron sobre comunicación, autopromoción, autoconocimiento, así como sobre la realización de tareas prácticas y el trabajo en grupo, todo lo cual disfrutaron mucho.

La colaboración entre los diferentes socios fue buena y el enfoque diferente que cada socio aportó a la hora de impartir su Unidad fue en sí mismo una buena experiencia para los alumnos, ya que recibieron

Una formación muy diversa.

Los contenidos aportados por cada Unidad se consideraron pertinentes y adecuados a los perfiles generales de los estudiantes.

Por otra parte, el tiempo limitado para llevar a cabo este proyecto había sido una desventaja, ya que el contenido completo de las unidades necesitaba más de una semana para ser enseñado. Si el tiempo disponible para cada unidad se adaptara a los contenidos (como si el curso se impartiera en su totalidad, y no solo como una vista previa o una muestra), el éxito de cada unidad habría sido aún mejor, ya que los estudiantes podrían haber entendido más y mejor de qué se trata el marketing para artistas.

Con esto en mente, las actividades y herramientas proporcionadas para esta semana fueron seleccionadas muy cuidadosamente por cada socio, por lo que los estudiantes tuvieron una breve comprensión de los contenidos.

Como comentaron algunos profesores en los formularios de retroalimentación, una cosa a mejorar podría ser insertar en el curso una sección donde se explicaría el precio del arte, y tal vez también el funcionamiento de las galerías de arte y las funciones del mercado artístico.

El producto final logrado al final de la semana fue un portafolio creado por cada estudiante, basado en lo que los estudiantes aprendieron en el LTTA, mediante la prueba de los contenidos de capacitación de M4A. Cada portafolio está disponible en

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1VGmc9pICz9O1eg0148Hmdc_9ynJdsnx6R_6z5U3KD1U/edit?usp=sharing



3. Impacto potencial en las escuelas europeas de FP

La misión básica de cualquier escuela es ofrecer servicios educativos de calidad y contribuir al desarrollo profesional de sus estudiantes. El objetivo principal de las escuelas es preparar a los estudiantes para que encuentren un lugar en el mercado laboral, tengan la oportunidad de una vida plena y de alta calidad y se conviertan en agentes activos que contribuyan al crecimiento y la prosperidad de la comunidad en la que viven.

Al mismo tiempo, observamos que la realidad cada vez más extendida en los países de la UE y fuera de ella es que la educación ya no responde realmente a las necesidades reales del mercado, que cambian constantemente para hacer frente a los retos que plantean los contextos, las políticas y las estrategias socioeconómicas (por ejemplo, la crisis de los migrantes y refugiados, las transiciones ecológica y digital, etc.), ni a las necesidades reales de los egresados, que deben integrarse en la sociedad (profesional y socialmente) y disponer de los recursos necesarios para una vida próspera.

Es obvio que necesitamos encontrar soluciones para reducir la brecha entre la educación formal y las necesidades del mercado laboral, también en el campo del arte.

Como se ha mencionado anteriormente, Marketing 4 Artists (M4A) es un contenido formativo dirigido a profesores y estudiantes de FP de Arte. El objetivo es enriquecer a los profesores con conocimientos y habilidades de marketing en el campo del Arte, con el objetivo final de formar a los estudiantes para una carrera profesional exitosa en el sector Cultural y Creativo, tanto como empleados como autónomos.

M4A proporciona una solución eficaz para las escuelas de FP en el campo del arte, ya que aumenta el atractivo del sistema de FP en este ámbito, al tiempo que equipa a profesores y estudiantes con las habilidades y conocimientos de marketing necesarios para abordar los retos del mercado laboral. Viene a responder a la necesidad de integrar las asignaturas de marketing en los planes de estudio de FP de Arte

La metodología M4A viene a reducir estas disfunciones y a ofrecer a los centros de FP que opten por implantarla las soluciones necesarias para ayudarles, de forma real y objetiva, a cumplir su misión, aportando de vuelta los beneficios necesarios que deben derivarse de ella para las 5 categorías de actores implicados en este proceso de aprendizaje:

Yo. **Estudiantes y egresados** de la escuela de FP.

II. El microambiente social formado por **sus propias familias**.

III. El macroentorno social representado por la **comunidad** en la que viven (y a mayor escala, representado por el conjunto de la sociedad y el patrimonio cultural al que deben contribuir).

IV. **Profesores de FP**, cuya misión básica es garantizar a los estudiantes y egresados el cumplimiento del objetivo primario (en línea con la misión básica de la escuela antes mencionada).

V. La **propia escuela de FP**, como principal institución de la sociedad moderna, cuyo objetivo principal es ofrecer a sus estudiantes y egresados oportunidades reales y objetivas para un futuro sostenible, con un mayor nivel de calidad de vida, obtenido a través de la manifestación creativa de los propios conocimientos y habilidades adquiridos dentro de los programas educativos.

La implementación de la metodología M4A por parte de las escuelas de FP contribuirá al éxito de la carrera artística de sus estudiantes y egresados, generando beneficios para todos los elementos que forman parte de las 5 categorías anteriormente descritas, que definen la identidad de la misión básica de las escuelas.

A continuación se describen los valores añadidos de la implementación de la metodología M4A para cada categoría:

Para estudiantes y graduados escolares

1. Proporciona realización profesional: los estudiantes y graduados pueden trabajar con éxito en el campo para el que han sido capacitados.
2. Permite a los estudiantes y egresados ejercer en la profesión en la que se han formado para poder mantenerse económicamente.
3. Ofrece la posibilidad de valorar el propio potencial creativo y valorarse a sí mismo como persona, ser reconocido, respetado, valorado por lo que es y por lo que crea.
4. Da confianza y autoestima - posteriormente, realza al joven graduado la dignidad de un ciudadano pleno de este mundo.

Para su propia familia

1. Ayuda directamente al deseo y la capacidad de tener y mantener a la propia familia.
2. Trae sentido de orgullo: cuando un miembro de una familia es valorado, estimado, respetado y altamente estimado por la sociedad por su utilidad, capacidad y potencial, toda su familia se beneficia de estos honores.
3. Su bucle de retroalimentación tiene el potencial de proporcionar satisfacción y plenitud al joven creador de arte, pero también ofrece apoyo en momentos de dificultad relacionados con cualquier proceso creativo.
4. Contribuye a la creación de un entorno estimulante e inspirador para los procesos creativos: una persona creativa necesita un ecosistema propio; La familia es el oasis básico para este empeño.

Para la comunidad en la que vive el estudiante y egresado en particular, para la sociedad en general y para el patrimonio cultural

1. Devuelve el impulso vital a la comunidad donde viven los estudiantes y graduados de FP. Una sociedad sin Arte es como un cuerpo sin alma; Los pueblos del mundo han construido grandes civilizaciones con altos niveles de bienestar y prosperidad, cuando valoran mucho la cultura en general y la valorización del mundo artístico en particular. El arte y el artista en comunidad son el verdadero combustible necesario para el motor del progreso.
2. Revitalizar las comunidades, que han caído en el consumismo y el materialismo: las personas necesitan aspirar a ideales más elevados, y el arte siempre ha sido el principal faro guía de las almas para sacarlas de la noche del olvido de sí mismas, tanto a nivel individual como colectivo.
3. El arte devuelve la alegría de vivir en la vida de los miembros de la comunidad.
4. Contribuye a la salud psicológica, mental y biológica de la comunidad.

Para profesores

1. Ayuda a cumplir la misión de cualquier educador: ver que el estudiante tenga éxito en la vida poniendo en práctica lo que le ha enseñado.
2. Da una sensación de mayor autoestima: los profesores perciben el éxito de sus alumnos como éxitos personales.
3. Aumenta el rendimiento y el dominio del profesor.

Para la propia escuela de FP

1. Asegura el cumplimiento de la finalidad básica de la escuela, es decir, preparar a los estudiantes para su máximo potencial e integrarlos con éxito en el mercado laboral, en el campo para el que han sido formados.

2. Aumenta el valor de la escuela, su marca y prestigio en la comunidad y en el sistema educativo.
3. Hace que la FP sea atractiva para las nuevas generaciones de jóvenes talentosos que migrarán a esa escuela independientemente de la distancia, el costo u otros impedimentos.
4. El prestigio y los logros de la escuela atraen indirectamente un flujo de recursos materiales y financieros necesarios para su progreso como institución.
5. Contribuye a aumentar el valor, tanto cuantitativa como cualitativamente, del patrimonio cultural de la humanidad: las buenas escuelas de formación de creadores de valores artísticos culturales son los principales agentes de generación del patrimonio cultural de la humanidad, cuando sus egresados tienen éxito en la vida como artistas creativos (por ejemplo, para ser considerados o valorados adecuadamente) y sus creaciones asimiladas por la comunidad.
6. Apoya la evolución profesional y el desarrollo/mejora continua del personal docente: los graduados felices y exitosos proporcionan la principal motivación y energía necesarias para que un maestro ascienda siempre más alto como persona y como proveedor de servicios educativos.



35905)

4. Recomendación para mantener la metodología Marketing4Artists como una metodología eficaz para mejorar el aseguramiento de la calidad en las escuelas de FP

Dependiendo de las especificidades de las escuelas de FP de Arte, existen varias formas de presentar a los estudiantes el Sistema de Evaluación y Contenidos Formativos propuesto por la metodología M4A.

1. Integrarlo en el currículo de FP Arte

Teniendo en cuenta su éxito entre los principales grupos destinatarios del proyecto (profesores y estudiantes de FP de Arte) y su pertinencia para responder al desajuste entre la educación formal y las necesidades del mercado laboral, los socios de M4A proponen que el Sistema de Evaluación y Contenidos de Formación de M4A sea una asignatura optativa de las clases de FP de FP de Arte mediante su integración en el plan de estudios de FP de Arte.

El Contenido y Evaluación de la Formación M4A ofrece a los profesores la oportunidad de completar el curso en línea en la plataforma de formación online del proyecto, mejorar sus propias habilidades de marketing artístico y tener una nueva perspectiva sobre los métodos de formación innovadores disponibles que pueden utilizar en el aula. El currículo desarrollado en el proyecto M4A proporciona a los profesores apoyo al curso, actividades de aprendizaje, evaluación y actividades prácticas creativas, planes didácticos y escenarios, que también pueden utilizar con sus propios alumnos.

Las actividades de aprendizaje tienen como objetivo aplicar los conocimientos mediante el aprendizaje basado en la práctica y el aprendizaje basado en proyectos que promoverán y apoyarán el aprendizaje efectivo del marketing y el emprendimiento.

Algunas unidades podrían integrarse en el plan de estudios de las clases de arte.

Por ejemplo, la Unidad 2 puede integrarse en la asignatura Comunicación visual – **Definición de perfil personal – Describe cómo un artista o un artista emergente puede crear y definir un perfil personal utilizando instrumentos como el Currículum Vitae (CV), el Portafolio, la Declaración del Artista o la Carta de Presentación.**

Para una enseñanza integrada, algunos de los temas abordados por el Contenido y Evaluación de la Formación M4A pueden desarrollarse de forma interdisciplinaria en asignaturas del tronco común, como la educación cívica y ética, la educación emprendedora, la educación financiera, las TIC y las clases de orientación profesional. Los socios de M4A consideran que debe existir una buena colaboración entre los profesores de Arte y los que imparten las asignaturas mencionadas anteriormente para que el currículo de estas asignaturas pueda adaptarse al perfil/especialización de los alumnos.

2. Integrar los contenidos formativos de M4A en las actividades extraescolares.

Cursos impartidos a los estudiantes por profesores visitantes o invitados, talleres, experiencias de aprendizaje, etc., que imparten conocimientos "especializados" en el contexto de la asignatura y los proyectos escolares.

Las actividades extracurriculares con estudiantes coordinadas por un profesor de arte pueden completar el contenido de conocimientos de marketing artístico a través de actividades como reuniones con artistas establecidos, discusiones y debates sobre sus experiencias personales, visitas a estudios de artistas. Además, visitar galerías de arte y debatir con su personal sobre el proceso de selección de los artistas de su portafolio, los métodos de promoción y los mecanismos de valorización de las obras de los artistas puede ser una forma diferente de aprendizaje no formal.

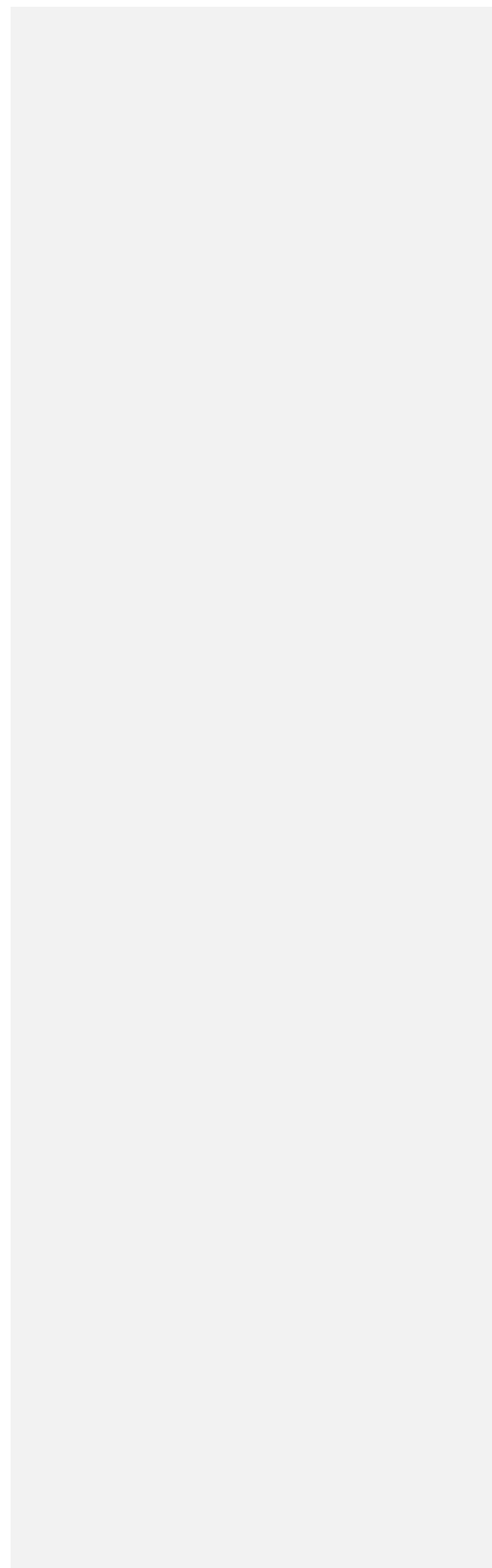
3. Aprendizaje basado en la práctica y aprendizaje basado en proyectos

Cada escuela de FP de Arte que implemente la metodología M4A puede elegir cómo incorporar el currículo propuesto de acuerdo con su programa y especificidades. El currículo también puede adaptarse y mejorarse en función de las necesidades de profesores y alumnos.

Como se mencionó anteriormente, las actividades de aprendizaje incluidas en el contenido de capacitación de M4A utilizan enfoques de aprendizaje basado en la práctica y en proyectos. En este sentido, los estudiantes pueden participar en concursos estudiantiles, aprendizaje autodirigido basado en el trabajo y simulaciones de creación de empresas para asegurarse de que están desarrollando habilidades blandas relevantes, como la creación de redes, la creación de equipos y el trabajo en equipo, y las habilidades de presentación verbal y oral.

También se pueden organizar exposiciones y otros eventos artísticos en formato físico u online como ejercicios prácticos de simulación desarrollados por los alumnos, en grupo. Estos ejercicios pueden centrarse en todo el proceso de organización de eventos artísticos, desde el concepto hasta la inauguración de la exposición (vernissage), pasando por todas las etapas (desde la convocatoria del evento, la selección de los artistas, las obras, los pasos técnicos necesarios para el transporte, la recepción, el etiquetado y la instalación de las obras, la organización del evento, la promoción, la edición de los materiales y documentos de la exposición hasta la inauguración).

Establecer contacto con empresas de perfil (estudios de arquitectura, diseño de interiores, diseño gráfico, diseño de moda o empresas de producción en el ámbito de la moda, o industrias creativas, etc...) para observar el desarrollo del proceso creativo en la práctica y discusiones con especialistas en la materia, arquitectos, diseñadores, promotores, comercializadores de medios, también pueden ser los temas abordados por el aprendizaje basado en la práctica o en proyectos.



Recomendaciones de política a los responsables de la formulación de políticas nacionales y regionales en el campo de la educación



5. Recomendaciones políticas a los responsables políticos nacionales y regionales en el ámbito de la educación

Contexto

En nuestro primer proyecto, el Informe Transnacional, los socios de M4A observaron el estado de la técnica en la mayoría de los países de la UE en el ámbito de Marketing 4 Artists (M4A). La primera parte de este informe fue la investigación de escritorio, donde encontramos las mejores prácticas en 22 países, por ejemplo, diferentes ejemplos de proyectos, programas y artículos nacionales e internacionales. La mayoría de ellas están vinculadas a habilidades emprendedoras y, entre ellas, también podemos encontrar algunas habilidades orientadas al marketing. El hallazgo clave es que **el marketing para artistas es un campo de educación en crecimiento**. Muchas instituciones lo ofrecen como **cursos privados** o incluso programas educativos nacionales e internacionales, pero no están dirigidos a profesores de Arte.

Con cuestionarios y grupos focales, los socios de M4A detallaron las necesidades concretas de los profesores y estudiantes de Arte en cuanto a contenidos de marketing específicos en los planes de estudio de FP dirigidos a potenciar el impacto de los estudiantes en el mercado laboral, preparándolos para futuros retos de empleabilidad. Al potenciar el papel de los docentes, M4A potencia los resultados de aprendizaje de los estudiantes, contribuyendo a cerrar la brecha entre las ofertas educativas de FP y las necesidades del mercado laboral.

Las conclusiones finales del cuestionario para estudiantes de FP **respecto** a las habilidades más importantes de un artista **son el uso de los medios de comunicación y el desarrollo del marketing, ser capaz de** diseñar una obra de arte siguiendo las reglas del branding, **ser capaz de ser constante** y disciplinado, **mejorando su capacidad para emplear diferentes tipos de artes**.

Las conclusiones finales del cuestionario para **profesores de FP** sobre las **habilidades más importantes de un artista es la** capacidad de contactar con compradores potenciales a través del conocimiento de los puntos de venta de arte / música, **ser constante y disciplinado**, crear un perfil en línea que **afecte la trayectoria y la** motivación del artista y que la habilidad de marketing más importante es la automotivación.

Las conclusiones de los grupos focales son muy diferentes, pero la mayoría de los participantes coinciden en que las **habilidades más importantes que** necesita un artista son la autopromoción, la perseverancia, la organización y la comunicación. Otra conclusión es que, para los artistas, es muy importante estar **presente en múltiples plataformas online** porque significa visibilidad, networking y nuevas oportunidades para el artista. También destacaron la importancia de comprender las necesidades de los clientes, **el papel de un plan de marketing, la importancia de** una buena marca, **la coherencia y la necesidad** de educación financiera.

La metodología M4A no interfiere con los programas exigidos por los Ministerios de Educación de las

Recomendaciones de política a los responsables de la formulación de políticas nacionales y regionales en el campo de la educación

Naciones, garantizando su transferibilidad a otros países de la UE. Es un contenido de formación bien estructurado y un sistema de evaluación desarrollado.

Se trata de un curso online listo para usar que proporciona a los profesores de FP de las Escuelas de Arte competencias de marketing dirigidas a enriquecer sus metodologías de enseñanza que pueden beneficiar a los estudiantes de Arte. El Material Formativo proporciona teorías relevantes adaptadas a los itinerarios de aprendizaje artístico, pero también y sobre todo herramientas prácticas. Los contenidos se han creado a partir del resultado de la Recomendación del Consejo sobre las Competencias Clave, de 22 de mayo de 2018 (2018/C 189/01) sobre el **Marco Europeo de Cualificaciones (MEC)**.

Se puede implementar de diferentes maneras en los diferentes países de la asociación M4A.

ESLOVENIA:

En Eslovenia, todas las escuelas de FP tienen un plan de estudios abierto del 20%, donde cada escuela puede decidir libremente qué elegir. La educación general (Gymnasium artístico) tiene la posibilidad de incluir el contenido de formación de Marketing 4 Artists en los módulos temáticos interdisciplinarios. También se puede introducir en los centros de formación profesional superior (educación superior) como asignatura optativa de hasta 5 ECTS. También se puede integrar en algunos cursos de la facultad de diseño. Para las instituciones educativas no artísticas, se puede ofrecer como una actividad extracurricular de casi todos los tipos de escuelas. También puede ser interesante para la educación de adultos. Es muy recomendable presentarlo a las siguientes instituciones:

- [Instituto de Educación](#) (Zavod RS za šolstvo)
- [CPI - Instituto de la República Srpska para la Educación y Formación Profesional](#) (CPI)
- [Asociación de Escuelas Profesionales Superiores de Eslovenia, asociación de interés económico \(Comunidad de Escuelas Profesionales Superiores de la República de Eslovenia\)](#) (Skupnost Višjih šol)
- [Facultad de Diseño](#) (Fakulteta za dizajn)
- [Centro andragógico de Eslovenia](#) (Andragoški centre Slovenije)
- Academias de puesta en marcha para industrias creativas
-

ITALIA:

Además de lo mencionado anteriormente, es importante destacar que la metodología M4A y la plataforma de formación en línea pueden ser especialmente interesantes para los responsables políticos que deseen adoptar el método a nivel italiano como una forma de promover políticas europeas destinadas a mantener el emprendimiento y la educación para los ciudadanos europeos que están claramente definidas en el Marco ENTRECOMP (ver también *Recomendaciones a los responsables políticos europeos*). Este es también el caso de Bélgica.

Recomendaciones de política a los responsables de la formulación de políticas nacionales y regionales en el campo de la educación



A continuación, se presentan algunas recomendaciones para los responsables políticos y de la toma de decisiones en la aplicación de la metodología M4A a nivel italiano. Estas recomendaciones tienen como objetivo unificar el reconocimiento y la validación de las competencias para facilitar el ingreso o el progreso en el aprendizaje formal en las escuelas, instituciones y centros de FP italianos.

Algunas recomendaciones:

- Definir claramente el problema que la política pretende abordar, basándose en la investigación y los datos que respaldan el cambio de política, como los disponibles en el Resultado del Proyecto número 1(PR1) del proyecto M4A.
- Establecer una estructura clara al implementar toda la metodología M4A o partes de ella y utilizar los recursos y recomendaciones de capacitación que constituyen aspectos sólidos de la metodología, como las hojas de trabajo y las pruebas de evaluación.
- Apoyar iniciativas que respondan a las necesidades y retos actuales en un contexto post-COVID 19 centrado en el desarrollo de habilidades emprendedoras y digitales que potencien la resiliencia.
- Apoyar métodos de aprendizaje semipresencial que faciliten la digitalización y la inclusión, tal y como se utiliza en la plataforma de formación en línea M4A, disponible de forma gratuita para estudiantes y profesores.
- Ser inclusivos y adaptables a diferentes entornos y sectores de aprendizaje, desde la FP hasta los no formales y formales, con el fin de integrar la mentalidad emprendedora entre los profesores y estudiantes de Arte.

Se recomienda presentar la metodología M4A a las siguientes instituciones italianas:

- MIUR, [Ministero dell'istruzione e del merito](#)
- MUR, [Ministero dell'università e della ricerca](#)
- Red de [la Accademia delle belle arti italiana](#)
- Academias italianas de startups para ICC

RUMANIA:

En Rumanía, en los institutos, las asignaturas optativas tienen un peso del 30% del plan de estudios, y cada asignatura tiene el 20% de las horas a disposición del profesor.

Por lo tanto, el contenido de la formación M4A puede introducirse por decisión del Consejo de Administración de la escuela.

El curso también se puede ofrecer a estudiantes de facultades de arte y como módulos de educación de adultos para creadores en el campo artístico.

Se recomienda presentar la metodología M4A a las siguientes instituciones:

- Facultades de artes visuales: <https://www.uad.ro/>
- Ministerio de Educación: <https://www.edu.ro/>
- Inspección Escolar del Condado: <https://www.iscjr.ro/>
- Comisión metódica de profesores de arte del condado de Cluj
- Casa del Cuerpo Didáctico (que organiza cursos para profesores): <http://www.ccdcluj.ro/>
- Facultades en el ámbito pedagógico: <https://psiedu.ubbcluj.ro/>
- Unión de Artistas Visuales: <https://uap.ro/>
- ONG que se ocupa de apoyar a los artistas visuales

FINLANDIA

Los contratos de trabajo son cortos en el campo del arte. Por lo tanto, los artistas deben buscar constantemente nuevos trabajos. Al mismo tiempo, la política laboral exige más responsabilidad a los solicitantes de empleo, sin tener en cuenta a los grupos profesionales que tienen muchas temporadas de desempleo. La responsabilidad es uno de los principales puntos del nuevo gobierno de Finlandia (2023) para los ciudadanos desempleados. Son decisiones difíciles para los artistas.

Una actitud emprendedora ayuda al empleo en los campos culturales finlandeses. En general, ya es muy apreciado en la sociedad y la educación finlandesas. Aun así, "marketing" y algunos términos relacionados suenan como opuestos al arte. Las razones están tal vez en fuertes convenciones artísticas. Las palabras tienen imágenes demasiado fuertes en Finlandia, que se considera que está relacionada principalmente con el arte comercial. Esto significa que el marketing a menudo se entiende en un contexto equivocado o estrecho. Esto debería interpretarse de manera mucho más práctica en la educación artística finlandesa. Los asuntos deben entenderse principalmente a través del empleo, no de la comercialización del arte.

Con estas (y adicionales) razones en mente, se recomienda presentar Marketing 4 Artists a las siguientes instituciones:

- Centro de Promoción de las Artes de Finlandia: <https://www.taike.fi/en>
- Ministerio de Educación y Cultura: <https://okm.fi/en/frontpage>
- Ministerio de Economía y Empleo de Finlandia: <https://tem.fi/en/frontpage>
- Agencia Nacional de Educación de Finlandia: <https://www.oph.fi/en>
- La Asociación Finlandesa para el Desarrollo de la Educación y Formación Profesional AMKE: <https://www.amke.fi/en/about-us.html>
- La Asociación de Conservatorios de Finlandia: <https://konservatorioliitto.fi/>

Se puede implementar de diferentes maneras en diferentes países.

ESLOVENIA: En Eslovenia, todas las escuelas de FP tienen un plan de estudios abierto del 20%, donde cada escuela puede decidir libremente qué elegir. La educación general (Gymnasium artístico) tiene la posibilidad de incluir Marketing 4 Artists en los módulos temáticos interdisciplinarios. También se puede

introducir en los centros de formación profesional superior (educación superior) como asignatura optativa de hasta 5 ECTS. También se puede integrar en algunos cursos de la facultad de diseño. Para las instituciones educativas no artísticas, se puede ofrecer como una actividad extracurricular de casi todos los tipos de escuelas. También puede ser interesante para la educación de adultos. Es muy recomendable presentarlo a las siguientes instituciones:

- [Instituto de Educación](#) (Zavod RS za šolstvo)
- [CPI - Instituto de la República Srpska para la Educación y Formación Profesional](#) (CPI)
- [Asociación de Escuelas Profesionales Superiores de Eslovenia, asociación de interés económico \(Comunidad de Escuelas Profesionales Superiores de la República de Eslovenia\)](#) (Skupnost Višjih šol)
- [Facultad de Diseño](#) (Fakulteta za dizajn)
- [Centro andragógico de Eslovenia](#) (Andragoški centre Slovenije)
- Academias de puesta en marcha para industrias creativas

ITALIA:

Además de lo mencionado anteriormente, es importante destacar que la metodología M4A y la plataforma de formación pueden ser especialmente interesantes para los responsables políticos que deseen adoptar el método a nivel italiano como una forma de promover las políticas europeas destinadas a mantener el emprendimiento y la educación de los ciudadanos europeos que están claramente definidas en el Marco ENTRECOMP (véase también *las Recomendaciones a los responsables políticos europeos*).

A continuación se presentan algunas recomendaciones para los responsables políticos y de la toma de decisiones en la aplicación de la metodología M4a a nivel italiano. Estas recomendaciones tienen como objetivo unificar el reconocimiento y la validación de las competencias para facilitar el ingreso o el progreso en el aprendizaje formal en las escuelas, instituciones y centros de FP italianos.



Algunas recomendaciones:

- Definir claramente el tema que la política pretende abordar, basándose en la investigación y los datos que respaldan el cambio de política, como los disponibles en el producto intelectual número 1 (IO1) del proyecto M4A.
- Establecer una estructura clara al implementar toda la metodología M4A o partes de ella y utilizar los recursos y recomendaciones de capacitación que constituyen aspectos sólidos de la metodología, como las hojas de trabajo y las pruebas de evaluación.
- Apoyar iniciativas que respondan a las necesidades y retos actuales en un contexto post-covid 19 centrado en el desarrollo de habilidades emprendedoras y digitales que potencien la resiliencia.
- Apoyar métodos de aprendizaje semipresencial que faciliten la digitalización y la inclusión, tal y como se utiliza en la plataforma M4A, disponible de forma gratuita tanto para estudiantes como para profesores de EF.

- Ser inclusivos y adaptables a diferentes entornos y sectores de aprendizaje, desde la FP hasta los no formales y formales, con el fin de integrar la mentalidad emprendedora entre los profesores y estudiantes de Arte.

Se recomienda presentar la metodología M4A a las siguientes instituciones italianas:

- MIUR, [Ministero dell'istruzione e del merito](#)
- MUR, [Ministero dell'università e della ricerca](#)
- Red de [la Accademia delle belle arti italiana](#)
- Academias de startups italianas para CCI

RUMANIA:

En Rumanía, en las escuelas secundarias, las asignaturas optativas tienen un peso del 30% del plan de estudios, y cada asignatura tiene el 20% de las horas a disposición del profesor.

Por lo tanto, el curso M4A puede introducirse por decisión del Consejo de Administración de la escuela.

El curso también se puede ofrecer a estudiantes de facultades de arte y como módulos de educación de adultos para creadores en el campo artístico.

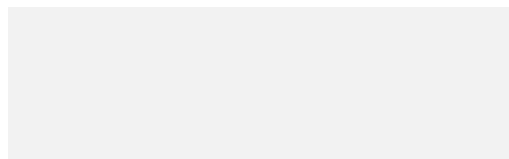
Se recomienda presentar la metodología M4a a las siguientes instituciones:

- Facultades de artes visuales: <https://www.uad.ro/>
- Ministerio de Educación: <https://www.edu.ro/>
- Inspección Escolar del Condado: <https://www.isjci.ro/>
- Comisión metódica de profesores de arte del condado de Cluj
- Casa del Cuerpo Didáctico (que organiza cursos para profesores): <http://www.ccdcluj.ro/>
- Facultades en el ámbito pedagógico: <https://psiedu.ubbcluj.ro/>
- Unión de Artistas Visuales: <https://uap.ro/>
- ONG que se ocupa de apoyar a los artistas visuales

FINLANDIA

- Los contratos de trabajo son cortos en el campo del arte. Por lo tanto, los artistas deben buscar constantemente nuevos trabajos. Al mismo tiempo, la política laboral exige más responsabilidad a los solicitantes de empleo, sin tener en cuenta a los grupos profesionales que tienen muchas temporadas de desempleo. La responsabilidad es uno de los principales puntos del nuevo gobierno de Finlandia (2023) para los ciudadanos desempleados. Son decisiones difíciles para los artistas.
- Una actitud emprendedora ayuda al empleo en los campos culturales finlandeses. En general, ya es muy apreciado en la sociedad y la educación finlandesas. Aun así, "marketing" y algunos términos relacionados suenan como opuestos al arte. Las razones están tal vez en fuertes convenciones artísticas. Las palabras tienen imágenes demasiado fuertes en Finlandia, que se considera que está relacionada principalmente con el arte comercial. Esto significa que el marketing a menudo se entiende en un contexto equivocado o estrecho. Esto debería interpretarse de manera mucho más práctica en la educación artística finlandesa. Los asuntos deben entenderse principalmente a través del empleo, no de la comercialización del arte.

- Con estas (y adicionales) razones se recomienda a Marketing 4 Artists presentar ante las siguientes instituciones:
- -Centro de Promoción de las Artes de Finlandia: <https://www.taike.fi/en>
- -Ministerio de Educación y Cultura https://okm.fi/en/frontpage_
- -Ministerio de Economía y Empleo de Finlandia: <https://tem.fi/en/frontpage>
- -Agencia Nacional de Educación de Finlandia: <https://www.oph.fi/en>
- -La Asociación Finlandesa para el Desarrollo de la Educación y Formación Profesional AMKE: <https://www.amke.fi/en/about-us.html>
- -La Asociación de Conservatorios de Finlandia: <https://konservatorioliitto.fi/>



6. Recomendaciones políticas a los responsables políticos europeos en el campo de la educación



6. Recomendaciones políticas a los responsables políticos europeos en el ámbito de la educación

Introducción: La importancia de la creatividad y las ICC

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2018) afirma que la creatividad y el pensamiento creativo son habilidades clave para los estudiantes de 2030.

Podemos afirmar que la creatividad tiene una importancia internacional en la educación para los gobiernos europeos. Sin embargo, las condiciones para favorecer la creatividad en los diferentes niveles no siempre están disponibles en las escuelas europeas. Los enfoques de las políticas nacionales a menudo difieren, pero lo que es común es el entusiasmo de los docentes por adoptar nuevos enfoques para construir procesos de aprendizaje creativos y el camino profesional al que pueden conducir.

En esta perspectiva, el proyecto M4A también pretende salvar la brecha entre la situación real y las necesidades generales expresadas tanto por profesores como por estudiantes.

Las Industrias Culturales y Creativas (ICC) están consideradas como uno de los principales sectores de la economía. Se argumenta que los sectores subyacentes no solo impulsan la creatividad y la innovación, sino que también se consideran una fuente de efectos indirectos positivos para la economía en su globalidad (Power, 2011). Según el informe *Perspectivas de la Economía Creativa 2022*, la economía creativa es uno de los sectores de más rápido crecimiento en todo el mundo y los servicios creativos han mostrado más resiliencia que otros sectores de servicios durante la pandemia de COVID-19.

Organizaciones nacionales e internacionales muestran un gran interés en las ICC, como la Unión Europea (UE), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), el Departamento de Cultura Digital del Reino Unido, entre otras.

La contribución de las ICC a la sociedad puede adoptar dos formas diferentes: económica, en términos de creación de empleo y valor añadido en la economía; y no económica, en términos de desarrollo social, inclusión social y cohesión social, desarrollo de la identidad nacional, diversidad cultural, fomento de la innovación y la creatividad y efectos indirectos positivos a otros sectores de la economía. Además, el potencial del sector está lejos de ser aprovechado, ya que la demanda crece con la necesidad de una creciente clase media "hambrienta de cultura".

Las ICC poseen características distintivas que las hacen particularmente dignas de mención para los responsables de la formulación de políticas. Una característica importante es su potencial para promover la inclusión, dado que la tasa de empleo juvenil dentro de las industrias creativas también es más alta en comparación con otros sectores de la economía.

Podemos afirmar que tanto los jóvenes estudiantes de Arte, como los aspirantes a CCI, deben mantenerse al día con los tiempos y las nuevas necesidades culturales; en este sentido, se recomienda especialmente la metodología específica de M4A.

La metodología M4A

La metodología M4A puede sin duda mejorar la creatividad y la profesionalidad tanto de los aspirantes a trabajadores de las ICC como de los profesores de arte; más que esto, también puede fortalecer el vínculo entre la creatividad y la vida laboral de los estudiantes y también de los profesores. Además,

Pripombe dodal [1]: Necesitamos proporcionar la referencia bibliográfica cada vez que citamos. ¿Puedes escribirlos al final de la sección (Estructura - Por favor, confirma, pero creo que es Autor (fecha). (Título del artículo/ponencia), Recuperado de (enlace al documento en línea, si está disponible) el (fecha de consulta) / Publicación)

6. Recomendaciones políticas a los responsables políticos europeos en el campo de la educación



puede ser beneficioso en muchos contextos educativos y aspirar a ser adaptable en contextos más amplios.

La metodología M4A puede ser especialmente interesante para los responsables políticos que deseen adoptar el método a nivel europeo como una forma de promover políticas que apoyen la creatividad, la innovación, el emprendimiento y la educación de los ciudadanos europeos, siguiendo los objetivos y prioridades de la Comisión Europea (por ejemplo, el [Espacio Europeo de Educación](#)¹), es decir, proporcionar formación y procesos innovadores que mejoren la mentalidad empresarial y diversas habilidades blandas. y fomentar la inclusión y la diversidad.

Como se detalla en el siguiente párrafo, como forma de lograrlo, la metodología M4A se basa también en el Marco ENTRECOMP, reconocido a nivel europeo. Los responsables de la formulación de políticas también pueden remitirse a sus leyes nacionales en materia de educación que se centran en las competencias empresariales.

La metodología M4A basada en el Marco Europeo de Competencias Empresariales (EntreComp) - Empleo, Asuntos Sociales e Inclusión

Existe un fuerte vínculo entre el marco EntreComp (propuesto por la Comisión Europea como línea de base para un entendimiento común de lo que son los conocimientos, habilidades y actitudes de emprendimiento) y el proyecto M4A.

Existen varias habilidades M4A extraídas de las tres áreas de competencia establecidas por el marco EntreComp, a saber: *Ideas y Oportunidades*, *Recursos* y *En Acción*.

A partir de *Ideas y oportunidades*, podemos identificar:

- Creatividad;
- Identificación de oportunidades;
- Utilizar la imaginación y las habilidades para identificar oportunidades que creen valor;
- Desarrollar ideas creativas y proactivas y encontrar soluciones a los problemas;
- Evaluar críticamente las ideas y oportunidades basadas en hechos;
- Evaluar las consecuencias y el impacto de las ideas, oportunidades y acciones.

Luego, desde el framework EntreComp *Resources*, en M4A podemos identificar:

- Autoconciencia y autoeficacia;
- Conocerse a sí mismo y a las propias emociones;
- Reflexionar sobre las propias necesidades y aspiraciones;
- Creer en uno mismo y seguir desarrollándose;
- Motivación y perseverancia;
- Mantenerse enfocado y no darse por vencido;

¹ <https://education.ec.europa.eu/focus-topics/improving-quality>

6. Recomendaciones políticas a los responsables políticos europeos en el campo de la educación



- Ser resiliente;
- Trabajar con otros y movilizarlos.

Luego, desde el marco de EntreComp *In Action*, en M4A podemos identificar:

- Planificación y gestión;
- Priorizar, organizar y dar seguimiento en función de los objetivos a corto, medio y largo plazo y de los planes de acción definidos;
- Aprender a través de las experiencias;
- Aprender haciendo y reflexionando sobre las experiencias.

La metodología M4A en el [DigiComp](#) (Marco) El Marco Europeo de Competencias en Emprendimiento (EntreComp) - Empleo, Asuntos Sociales e Inclusión

Las escuelas en general necesitan un mayor enfoque en las artes y la creatividad. Los Ministerios de Educación deben apoyar y alentar la importancia de las asignaturas creativas en los planes de estudio nacionales; Tienen que dar a los profesores el coraje de probar nuevas pedagogías sin tener que temer que las otras asignaturas no se traten de la manera correcta. Las escuelas necesitan tiempo, espacio y docentes bien preparados y educados que estén dispuestos y felices de llenar la falta de tiempo creativo en las escuelas también de una nueva manera digital.

[DigComp](#), el marco de referencia europeo para la competencia digital, implica el uso seguro, crítico y responsable de las tecnologías digitales para el aprendizaje, el trabajo y la participación en la sociedad, e incluye competencias específicas para conocer las tecnologías digitales para el bienestar social y la inclusión social, y para ser consciente del impacto medioambiental de las tecnologías digitales y su uso.

Así, la adopción de la metodología M4A y su Sistema de Evaluación y Contenidos Formativos podría recoger concretamente las necesidades de creatividad en los centros educativos, el fortalecimiento del vínculo entre las carreras artísticas, personales y profesionales, y el uso consciente de las nuevas tecnologías para conseguir nuevos resultados de una forma más innovadora y sostenible.

Algunas recomendaciones

A continuación se presenta una lista con algunas recomendaciones para los responsables de la formulación de políticas y la toma de decisiones sobre la aplicación de la metodología M4A. Estas recomendaciones tienen por objeto unificar el reconocimiento y la validación de las competencias para facilitar el acceso o el progreso en el aprendizaje formal y no formal, así como en la vida laboral:

- La promoción y el reconocimiento del desarrollo de la Educación Emprendedora a través del aprendizaje no formal debe potenciarse con la validación de las competencias adquiridas, tal y como se hace con los certificados M4A, emitidos automáticamente por la plataforma de formación en línea del proyecto al finalizar la formación en línea M4A.

Pripombe dodal [2]: Debido a que usted proporcionó el enlace para EntreComp en el título, deberíamos proporcionar el enlace para DigiComp aquí también, para armonizar la estructura.

Pripombe dodal [3]: Sugerencia para eliminar el enlace para el marco desde aquí y proporcionarlo en el título

6. Recomendaciones políticas a los responsables políticos europeos en el campo de la educación



- Poniendo énfasis en las habilidades, conocimientos y actitudes, la metodología pretende desarrollar y poner en valor la autorreflexión, el autoconocimiento y la autoevaluación como competencias clave.
- Apoyar métodos de aprendizaje semipresencial que faciliten la digitalización y la inclusión, tal y como se utiliza en el proyecto M4A a través de la plataforma de formación en línea M4A, que está disponible de forma gratuita para estudiantes y profesores de FP de Arte.



035905)

7. Conclusiones

En el vibrante ámbito del mundo del arte, donde la creatividad no conoce fronteras, el papel del marketing artístico emerge como una fuerza poderosa que puede dar forma al viaje de un artista hacia el reconocimiento y la prosperidad.

Sobre la base de la Recomendación del Consejo, de 22 de mayo de 2018, sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente (2018/C 189/01), y de los ²resultados de la investigación realizada en el proyecto centrada en las necesidades de los profesores y estudiantes de FP de Arte relacionadas con las habilidades y conocimientos de marketing, los socios de Marketing 4 Artists desarrollaron un módulo de aprendizaje con seis Unidades Didácticas con contenidos teóricos y prácticos que permiten el desarrollo de habilidades de marketing aplicadas al Arte.

Como tal, el Sistema de Evaluación y Contenidos de Formación M4A tiene dos grupos objetivo:

- **Profesores de arte**, pilares fundamentales en la integración de la metodología M4A en el aula;
- **Estudiantes de Arte**, que adquirirán conocimientos y habilidades de marketing, cruciales para su futura carrera profesional como Artistas.

Hoy en día, nos enfrentamos a tiempos complejos en los que el desarrollo de habilidades para responder adecuadamente a las necesidades del mercado laboral es cada vez más importante. La vida cotidiana nos está demostrando que las competencias emprendedoras transversales son elementos clave para que los jóvenes tengan más éxito en cualquier carrera, incluidas las relacionadas con el arte. Este hecho es cada vez más evidente y tanto las escuelas de FP como las instituciones educativas están integrando gradualmente las aportaciones y haciendo todo lo posible para encontrar la forma adecuada de dirigir la educación hacia este campo.

Por este motivo, la metodología M4A es una herramienta completa e intuitiva y no requiere ningún tipo de recurso, tiempo o cualificación extra para integrarse en el currículo de FP Arte.

De hecho, el sitio web del proyecto³ contiene materiales útiles para el estudio, la plataforma completa de formación en línea y también una serie de recursos interesantes que pueden ser utilizados por los profesores de FP de Arte como materiales complementarios en la formación de sus alumnos para que se conviertan en artistas aún más exitosos.

Se recomienda encarecidamente que M4A se implemente en el plan de estudios de las escuelas de artes de FP porque los estudiantes y profesores que participan en LTTA, en la fase piloto, apreciaron que el programa es beneficioso para todos los actores involucrados: estudiantes, profesores, escuela, comunidad. El programa M4A es fundamental tanto en la formación profesional actual de un estudiante de una escuela de FP artística, como en el desarrollo de la futura carrera como artista.

Al final, la asociación M4A cree que los resultados de estos proyectos serán útiles tanto para los estudiantes de arte como para los profesores/formadores de arte, y que serán útiles para el arte y su promoción.

² https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?toc=OJ%3AC%3A2018%3A189%3ATOC&uri=uriserv%3AOJ.C_2018.189.01.0001.01.ENG

³ <https://m4a.erasmus4artists.eu/>













