

CULTURAL



FOOTPRINT

**mucf**

Swedish Agency for  
Youth and Civil Society

# ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΝΕΩΝ

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

### ΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ CULTURAL FOOTPRINT



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

Youth Creativity: activities for promotion and support of non-traditional business models  
and techniques in the creative and cultural sector- CULTURAL FOOTPRINT  
(2021-2-SE02-KA220-YOU-000049113)

## Περιεχόμενα

|   |    |
|---|----|
| Εισαγωγή .....  | 7  |
| Ενότητα 1: Γίνε ένας ευτυχισμένος καλλιτέχνης! .....                | 9  |
| Ανάγκες .....   | 9  |
| Στόχοι.....   | 9  |
| Εισαγωγή στη θεματική .....   | 9  |
| Υπο-ενότητα 1. Τι είναι η ευημερία και γιατί είναι σημαντική; ..... | 10 |
| 1.1 Τύποι και βασικές δεξιότητες ευημερίας.....                     | 10 |
| 1.2 Ευημερία στον δημιουργικό και πολιτιστικό τομέα .....           | 12 |
| Υπο-ενότητα 2. Τι είναι η αυτοεκτίμηση και η αυτοπεποίθηση; .....   | 13 |
| 2.1 Η αυτοεκτίμηση του καλλιτέχνη .....                             | 14 |
| 2.2 Πώς να οικοδομήσεις αυτοπεποίθηση .....                         | 14 |
| Υπο-ενότητα 3. Τι είναι η ανθεκτικότητα; .....                      | 15 |
| 3.1 Ανάπτυξη ανθεκτικότητας και ανθεκτικής νοοτροπίας .....         | 16 |
| 3.2 Πώς να είσαι ανθεκτικός καλλιτέχνης .....                       | 16 |
| Ενότητα 2: Γνώρισε τα δυνατά σου σημεία! .....                      | 18 |
| Στόχοι.....   | 18 |
| Εισαγωγή στη θεματική .....   | 18 |
| Υπο-ενότητα 1. Ανάπτυξη αυτογνωσίας .....                           | 19 |
| 1.1 Ποια είναι τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία σου; .....           | 19 |
| 1.2 Μεταβιβάσιμες καλλιτεχνικές δεξιότητες .....                    | 20 |
| Υπο-ενότητα 2. Εξωστρέφεια .....                                    | 20 |
| 2.1 Ποιος έχει τη δύναμη;.....                                      | 21 |
| 2.2 Η ανάλυση SWOT .....  | 22 |
| Υπο-ενότητα 3. Αξιολόγηση μέσω άλλων.....                           | 23 |
| 3.1 Σύστημα αξιών .....   | 24 |
| 3.2 Προσωπικός Χάρτης Αξιών.....                                    | 24 |
| Ενότητα 3: Γίνε βιώσιμος! .....                                     | 26 |
| Στόχοι.....   | 26 |
| Εισαγωγή στη θεματική .....   | 26 |
| Υπο-ενότητα 1. Τι είναι η βιωσιμότητα; .....                        | 27 |
| 1.1 Οι 3 πυλώνες της βιωσιμότητας .....                             | 27 |
| 1.2 Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης .....                                 | 28 |
| 1.3 Τι σημαίνει Βιωσιμότητα στις Επιχειρήσεις; .....                | 30 |
| Υπο-ενότητα 2. Βιώσιμες εικαστικές τέχνες και πρακτικές .....       | 31 |

|  |    |
|--|----|
| 2.1 Είδη βιώσιμης τέχνης .....   | 31 |
| 2.2 Πώς να κάνεις την καλλιτεχνική πρακτική πιο βιώσιμη; .....   | 32 |
| Υπο-ενότητα 3. Βιώσιμες τέχνες του θεάματος και πολιτιστικές εκδηλώσεις  | 33 |
| 3.1 Φιλική προς το περιβάλλον Διαχείριση Εκδηλώσεων .....  | 33 |
| 3.2 Βασικές δράσεις για τη βιωσιμότητα των καλλιτεχνικών ιδρυμάτων...  | 35 |
| Ενότητα 4: Βρες τους συνεργάτες σου! .....   | 37 |
| Εισαγωγή στη θεματική .....  | 37 |
| Υπο-ενότητα 1. Τι είναι συνεργασία; .....  | 37 |
| Υπο-ενότητα 2. Τύποι συνεργασίας.....  | 37 |
| Υπο-ενότητα 3. Πώς μπορείς να χτίσεις τις συνεργασίες σου;.....  | 38 |
| 3.1 Συνεργασία vs Συμμετοχή .....  | 38 |
| 3.2 Διατυπώνοντας το γιατί, το πώς και το τι .....   | 39 |
| 3.3 Θέσε στόχους SMART .....   | 39 |
| 3.4 Χώροι συνεργασίας ως τύποι δημιουργικού κέντρου .....  | 40 |
| 3.5 Πέντε βήματα για επιτυχημένη συνεργασία .....  | 40 |
| 3.6 Θέσε στόχους που σε παρακινούν.....  | 41 |
| Υπο-ενότητα 4. Πώς μπορείς να προσεγγίσεις πιθανούς συνεργάτες; .....  | 41 |
| 4.1 8 Στρατηγικές για να Βρεις τον Τέλειο Επιχειρηματικό Συνεργάτη .....   | 42 |
| 4.2 4 τρόποι οικοδόμησης μιας επιτυχημένης επιχειρηματικής συνεργασίας .....   | 42 |
| Υπο-ενότητα 5. Πώς μπορώ να τους πείσω να συνεργαστούν μαζί μου; .....   | 43 |
| Υπο-ενότητα 6. Χρειάζομαι προσωπικό; Τι είδους προσωπικό; Πώς θα προσεγγίσω το προσωπικό μου και τους βασικούς συνεργάτες μου; ..... | 44 |
| Ενότητα 5: Γνώρισε την αγορά σου! .....  | 45 |
| Στόχοι.....  | 45 |
| Εισαγωγή στη θεματική .....  | 45 |
| Υπο-ενότητα 1. Τι είναι η ανάλυση αγοράς; .....  | 47 |
| 1.1 Γιατί έρευνα αγοράς;.....  | 47 |
| 1.2 Πώς να το κάνεις.....  | 48 |
| 1.3 Χρήσιμα εργαλεία.....  | 48 |
| Υπο-ενότητα 2. Ποιοι είναι οι ανταγωνιστές μου; .....  | 49 |
| Υπο-ενότητα 3. Πώς μπορώ να διευρύνω το κοινό μου; .....   | 49 |
| 3.1 Εγγράψου σε υπηρεσίες καλλιτεχνών.....   | 50 |
| 3.2 Να είσαι παρών/ούσα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....   | 50 |
| Υπο-ενότητα 4. Πώς μπορώ να βρω μια αγορά για την τέχνη μου; .....   | 50 |
| Υπο-ενότητα 5. Διεθνής ή Εγχώρια Αγορά; .....  | 51 |
| Ενότητα 6: Προώθησε την τέχνη σου! .....   | 52 |
| Εισαγωγή στη θεματική .....  | 52 |
| Υπο-ενότητα 1. Branding (επωνυμία) .....   | 53 |
| 1.1 Τι είναι το branding .....   | 53 |

|   |    |
|---|----|
| 1.2 <i>Branding</i> στις τέχνες και τον πολιτισμό .....   | 54 |
| 1.3 Στρατηγική επωνυμίας ( <i>brand</i> ) .....   | 55 |
| 1.3.2 Χάραξε τη στρατηγική της επωνυμίας σου .....  | 56 |
| Υπο-ενότητα 2. Προώθηση .....   | 59 |
| 2.1 Τι είναι προώθηση.....  | 59 |
| 2.2 Προώθηση στις τέχνες και τον πολιτισμό .....  | 59 |
| 2.3 Ευκαιρίες προώθησης.....  | 59 |
| Ενότητα 7: Πώς να τακτοποιήσεις τα οικονομικά σου!.....   | 63 |
| Εισαγωγή στη θεματική .....   | 63 |
| Υπο-ενότητα 1. Οικονομική Διαχείριση.....   | 65 |
| 1.1 Γιατί είναι σημαντική η Οικονομική Διαχείριση; .....  | 65 |
| Υπο-ενότητα 2. Οικονομικό Πλάνο .....   | 65 |
| 2.1 Γιατί είναι σημαντικό το Οικονομικό Πλάνο; .....  | 65 |
| 2.2 Πώς να δημιουργήσεις ένα Οικονομικό Πλάνο; .....  | 66 |
| 2.3 Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης .....  | 67 |
| 2.4 Ισολογισμός.....  | 68 |
| 2.5 Κατάσταση Ταμειακών Ροών .....  | 68 |
| Υπο-ενότητα 3. Τιμολόγηση.....  | 69 |
| 3.1 Κόστος συν τιμολόγηση .....   | 69 |
| 3.2 Σύγκριση τιμών .....  | 70 |
| Υπο-ενότητα 4. Οικονομικοί Στόχοι.....  | 70 |
| 4.1 Πώς να ορίσεις οικονομικούς στόχους .....   | 71 |
| Υπο-ενότητα 5. Φόροι .....  | 72 |
| Υπο-ενότητα 6. Οικονομικές Συμβουλές .....  | 73 |
| Ενότητα 8: Πώς να χρηματοδοτηθείς!.....   | 75 |
| Εισαγωγή στη θεματική .....   | 75 |
| Υπο-ενότητα 1. Από την ιδέα στην πρόταση έργου: Χρηματοδοτήσεις και δυνατότητες για οργανισμούς του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα ..... | 76 |
| 1.1 Ποιες είναι οι χρηματοδοτήσεις και οι πόροι: δυνατότητες χρηματοδότησης για τον οργανισμό σου.....  | 76 |
| 1.2 Βασικές αρχές για τη σύνταξη πρότασης.....  | 80 |
| 1.3 Πώς να προετοιμάσεις μια πρόταση χρηματοδότησης .....   | 82 |
| Υπο-ενότητα 2. Ένας οδηγός για Residencies και Mobilities: Χρηματοδοτήσεις και δυνατότητες για καλλιτέχνες.....                               | 84 |
| 2.1 Τι είναι Residency .....  | 84 |
| 2.2 Προϋποθέσεις για την υποβολή αίτησης για Residency .....  | 85 |
| 2.3 Residencies και Mobilities: Δυνατότητες για καλλιτέχνες.....  | 86 |
| Ενότητα 9: Βρες τον επιχειρηματία μέσα σου!.....  | 90 |
| Στόχοι.....   | 90 |
| Εισαγωγή στη θεματική .....   | 90 |

|   |     |
|---|-----|
| Υπο-ενότητα 1. Επιχειρηματική νοοτροπία .....   | 91  |
| 1.1 Ορολογία .....  | 92  |
| 1.2 Το Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Ικανοτήτων .....   | 93  |
| Υπο-ενότητα 2. Σχεδιασμός Έργου .....   | 93  |
| 2.1 Η μέθοδος των 5 W.....  | 94  |
| 2.2 Δυνατά και αδύνατα σημεία.....  | 94  |
| Υπο-ενότητα 3. Επιχειρηματική Δραστηριότητα .....   | 94  |
| Ενότητα 10: Οραμάτισου την επιχείρησή σου! .....  | 96  |
| Εισαγωγή στη θεματική .....   | 96  |
| Υπο-ενότητα 1. Εισαγωγή: Τι είναι το Επιχειρηματικό Μοντέλο, το<br>Επιχειρηματικό Πλάνο και ο Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου;..... | 97  |
| 1.1 Επιχειρηματικό Μοντέλο .....  | 97  |
| 1.2 Επιχειρηματικό Πλάνο .....  | 97  |
| 1.3 Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου .....   | 99  |
| Υπο-ενότητα 2. Βασικά στοιχεία και δημιουργία του Καμβά Επιχειρηματικού<br>Μοντέλου.....  | 99  |
| Υπο-ενότητα 3. Η σημασία του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου για μια<br>επιχείρηση .....   | 101 |
| Υπο-ενότητα 4. Η σημασία του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου για τον<br>πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα .....                      | 103 |
| Βιβλιογραφία.....   | 106 |
| ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ.....  | 108 |
| Ενότητα 1: Γίνε ένας ευτυχισμένος καλλιτέχνης! Ασκήσεις.....  | 108 |
| Ενότητα 2: Γνώρισε τα δυνατά σου σημεία! Ασκήσεις .....   | 117 |
| Ενότητα 3: Γίνε βιώσιμος! Ασκήσεις.....   | 119 |
| Ενότητα 4: Βρες τους συνεργάτες σου! Ασκήσεις.....  | 126 |
| Ενότητα 5: Γνώρισε την αγορά σου! Ασκήσεις .....  | 127 |
| Ενότητα 6: Προώθησε την τέχνη σου! Ασκήσεις .....   | 130 |
| Ενότητα 7: Πώς να τακτοποιήσεις τα οικονομικά σου! Ασκήσεις .....   | 135 |
| Ενότητα 8: Πώς να χρηματοδοτηθείς! Ασκήσεις.....  | 142 |
| Ενότητα 9: Βρες τον επιχειρηματία μέσα σου! Ασκήσεις.....   | 144 |
| Ενότητα 10: Οραμάτισου την επιχείρησή σου! Ασκήσεις .....   | 149 |

*" Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν."*

## Εισαγωγή

Το παρόν έγγραφο αποτελεί την περίληψη του «Εγχειριδίου Κατάρτισης Νέων» του, συγχρηματοδοτούμενου από το πρόγραμμα Erasmus+, έργου ‘*Youth Creativity: activities for promotion and support of non-traditional business models and techniques in the creative and cultural sector - CULTURAL FOOTPRINT*’ (2021-2-SE02-KA220-YOU-000049113).

Η ιδέα πίσω από το έργο ‘Cultural Footprint’ αφορά τους νέους, προωθώντας την επιχειρηματικότητα, την ατομική διδασκαλία, την αναβάθμιση ψηφιακών δεξιοτήτων και τη δημιουργική σκέψη μεταξύ των εργαζομένων στον πολιτισμό και των αναδυόμενων καλλιτεχνών (στον ρόλο των εκπαιδευόμενων) και των επιχειρηματικών εμπειρογνομώνων (στον ρόλο των εκπαιδευτών), που αντιμετώπισαν τις δυσκολίες της μετά COVID-19 περιόδου, όσον αφορά τη συνεργασία, τον φόρτο εργασίας και τα οικονομικά έσοδα.

Στην πραγματικότητα, η κρίση COVID-19 έχει δημιουργήσει νέες συνθήκες εργασίας, καθώς και έχει απαιτήσει νέα μοντέλα επιχειρηματικής οργάνωσης, εκκλήσεις για ψηφιοποίηση σχεδόν όλων των επιχειρηματικών υπηρεσιών, μέσω πλατφορμών, εργαλείων κ.λπ. Πράγματι, έχει καταστήσει πιο επείγοντα τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι νέοι και οι αναδυόμενοι καλλιτέχνες στην Ε.Ε., λαμβάνοντας υπόψη το καθεστώς αυτοαπασχόλησης και τη στήριξη που τους παρέχεται ή όχι, λόγω των ευρέων περιοριστικών μέτρων που επιβλήθηκαν, τα οποία περιόρισαν τις πρακτικές τους. Επιπλέον, πολλοί μορφωμένοι εργαζόμενοι στον πολιτιστικό τομέα υποαπασχολούνται ή απασχολούνται μόνιμα με μερική απασχόληση, γεγονός που καθιστά ακόμη πιο δύσκολο για αυτούς να αναπτύξουν τις δεξιότητές τους και να ζήσουν από την τέχνη τους.

Κατά συνέπεια, το έργο *Cultural Footprint* σχεδιάστηκε και δημιουργήθηκε ως απάντηση στις αναδυόμενες ανάγκες των νέων καλλιτεχνών και εμπειρογνομώνων στον πολιτιστικό τομέα, προκειμένου να λάβουν υποστήριξη από ειδικούς και να ανοικοδομήσουν ή να ξεκινήσουν τις καλλιτεχνικά προσανατολισμένες επιχειρήσεις τους μετά την πανδημία.

Η μεθοδολογία που αναπτύχθηκε στα πλαίσια του έργου, η οποία θα παρουσιαστεί στο παρόν εκπαιδευτικό εγχειρίδιο, στοχεύει στην υποστήριξη νέων και αναδυόμενων καλλιτεχνών στη διαδικασία οπτικοποίησης των καλλιτεχνικών επιχειρήσεών τους, από τη διαχείριση έργων, τη χρηματοδότηση, την εργασία κοινού, τις τεχνικές προσωποποιημένου μάρκετινγκ και την οικοδόμηση συνεργασιών, έως τις τεχνικές γνώσεις. Η μεθοδολογία που αναπτύχθηκε στοχεύει στην υποστήριξη των καλλιτεχνών κατά τα πρώτα βήματα ίδρυσης μιας μικρής καλλιτεχνικής επιχείρησης με τη διαδικασία, μεταξύ άλλων, της δημιουργικής σκέψης.

Το εκπαιδευτικό υλικό, τα εργαλεία και οι ασκήσεις που θα παρουσιαστούν στις επόμενες σελίδες αποσκοπούν στην ενίσχυση της ικανότητας των νέων εργαζομένων στον πολιτιστικό τομέα να επιβιώσουν στο τρέχον οικονομικό περιβάλλον μετά τον COVID-19.

Συγκεκριμένα, στις επόμενες σελίδες θα παρουσιαστεί η εκπαιδευτική μεθοδολογία και το υλικό του έργου ‘*Cultural Footprint*’, που περιλαμβάνουν τόσο θεωρητικές πληροφορίες όσο και πρακτικές ασκήσεις (ως Παραρτήματα). Οι ενότητες που αποτελούν την εκπαιδευτική μεθοδολογία του έργου είναι οι ακόλουθες:

- 1) Ενότητα 1: Γίνε ένας ευτυχισμένος καλλιτέχνης!
- 2) Ενότητα 2: Γνώρισε τα δυνατά σου σημεία!
- 3) Ενότητα 3: Γίνε βιώσιμος!
- 4) Ενότητα 4: Βρες τους συνεργάτες σου!
- 5) Ενότητα 5: Γνώρισε την αγορά σου!
- 6) Ενότητα 6: Προώθησε την τέχνη σου!
- 7) Ενότητα 7: Πώς να τακτοποιήσεις τα οικονομικά σου!
- 8) Ενότητα 8: Πώς να χρηματοδοτηθείς!
- 9) Ενότητα 9: Βρες τον επιχειρηματία μέσα σου!
- 10) Ενότητα 10: Οραματίσου την επιχείρησή σου!

Συνοψίζοντας, το «Εγχειρίδιο Κατάρτισης Νέων» απευθύνεται σε εκπαιδευτές νέων, εκπαιδευτικούς από διαφορετικά ιδρύματα και νέους εμπειρογνώμονες του πολιτιστικού και δημιουργικού κλάδου, με στόχο να τους βοηθήσει να χρησιμοποιήσουν τα νέα εργαλεία απευθείας στους εκπαιδευόμενους της μεθοδολογίας του έργου ‘Cultural Footprint’, παρέχοντας πληροφορίες σχετικά με κάθε ενότητα, τη μεθοδολογία που χρησιμοποιείται, καθώς και πρακτικές ασκήσεις και άλλο υλικό.



## Ενότητα 1: Γίνε ένας ευτυχισμένος καλλιτέχνης!

### Ανάγκες

Οι ταυτότητες των καλλιτεχνών είναι στενά συνδεδεμένες με την καλλιτεχνική πειθαρχία και τις επιδιώξεις τους. Ζουν σε έναν κόσμο όπου η σύγκριση, ο ανταγωνισμός και η τελειομανία είναι ευρέως διαδεδομένα. Η λογοτεχνία υποστηρίζει την πεποίθηση ότι οι επαγγελματίες ερμηνευτές και οι δημιουργικοί καλλιτέχνες μοιράζονται μια τάση προς την τελειομανία που συνδέεται με χαμηλή αυτοεκτίμηση, κακή ιδέα για τον εαυτό τους και υψηλότερα επίπεδα άγχους. Μελέτες σε σπουδαστές μουσικής και χορού υποστηρίζουν επίσης την άποψη αυτή. Εκείνοι που θέτουν υψηλά πρότυπα για τον εαυτό τους τείνουν να είναι υπερβολικά επικριτικοί στην αυτοκριτική, να αισθάνονται ότι δεν είναι ποτέ αρκετά καλοί, να αμφιβάλλουν για τον εαυτό τους και να ανησυχούν για τα λάθη τους. Συχνά η υποβολή σε εξωγενείς παράγοντες διόρθωσης, κριτικής, κρίσης και απόρριψης από την οικογένεια, τους εκπαιδευτικούς, το κοινό, τους κριτικούς, του ατζέντηδες, τους επιμελητές, τους παραγωγούς, τους σκηνοθέτες, τους χορογράφους και τους συνομηλικούς είναι μέρος της πραγματικότητας των καλλιτεχνών. Αυτό μπορεί να διαβρώσει την αυτοεκτίμηση και την ευημερία και να συμβάλει στη δημιουργία μιας ισχυρής φωνής στον αρνητικό εσωτερικό διάλογο των καλλιτεχνών. Ο αρνητικός εσωτερικός διάλογος μπορεί να επηρεάσει σοβαρά την απόδοση.

Είναι σαφές ότι υπάρχει μια πιεστική ανάγκη για υγιείς στρατηγικές αντιμετώπισης, ενδυνάμωση εργαλείων αυτό-αξιολόγησης, υποστήριξη της ανθεκτικότητας, εκπαίδευση και παρεμβάσεις που στοχεύουν στην αντιμετώπιση του ζητήματος της αυτοεκτίμησης στον πληθυσμό των καλλιτεχνών. Τα οφέλη της βελτιωμένης αυτοεκτίμησης για τους καλλιτέχνες μπορούν να οδηγήσουν σε καλύτερη ικανότητα διαχείρισης του στρες, βελτιωμένη σωματική και ψυχική υγεία και ενισχυμένη ικανότητα δημιουργίας και εκτέλεσης.

### Στόχοι

Οι στόχοι της ενότητας είναι να εισαγάγει στο κοινό των νέων αναδυόμενων καλλιτεχνών τα θέματα της ευημερίας, της αυτοεκτίμησης και της ανθεκτικότητας και να περιγράψει τη σημασία τους όχι μόνο στην προσωπική ζωή αλλά και στην τέχνη και την πολιτιστική βιομηχανία. Στόχος είναι να καλύψει τις ανάγκες των νέων καλλιτεχνών και να τους βοηθήσει να χτίσουν μια επιτυχημένη προσωπική και επαγγελματική ζωή. Αυτή η ενότητα φέρνει επίσης ιδέες και συμβουλές για το πώς να αναζωογονήσετε τη δημιουργικότητα και να ανακτήσετε την προσοχή του καλλιτέχνη.

### Εισαγωγή στη θεματική

Η ευημερία, όπως και η αυτοεκτίμηση και η ανθεκτικότητα, εγγυώνται ικανοποίηση στην προσωπική και επαγγελματική ζωή. Είναι κλειδιά για την καλλιτεχνική παραγωγικότητα, την αντοχή και την επαγγελματική επιτυχία. Επιπλέον, αυτοί οι παράγοντες συνδέονται στενά με την επιτυχία στις επιχειρήσεις και οδηγούν σε μια γόνιμη επαγγελματική ζωή στον τομέα της τέχνης και του πολιτισμού.

Η ευημερία είναι σημαντική δεδομένου ότι μας επιτρέπει να αισθανόμαστε

συναισθήματα όπως η ευτυχία, η ικανοποίηση, η περιέργεια, η ικανοποίηση - τα οποία μας βοηθούν να λειτουργούμε καλά στον κόσμο και να οδηγούμε τη ζωή μας στο έπακρο. Η ευημερία παίζει επίσης ρόλο στην υποστήριξη της ψυχικής μας υγείας, δίνοντάς μας μεγαλύτερη ικανότητα να διαχειριζόμαστε τις σκέψεις, τα συναισθήματα και τις συμπεριφορές μας. Αυτό μας βοηθά να διατηρούμε καλές σχέσεις και να θέτουμε και να επιτυγχάνουμε στόχους.

Η αυτοεκτίμηση είναι η υποκειμενική αίσθηση της συνολικής προσωπικής αξίας. Παρόμοια με τον αυτοσεβασμό, περιγράφει το επίπεδο εμπιστοσύνης σας στις ικανότητες και τα χαρακτηριστικά σας. Η υγιής αυτοεκτίμηση μπορεί να επηρεάσει τα κίνητρά σας, την ψυχική σας ευεξία και τη συνολική ποιότητα ζωής σας.

Η ανθεκτικότητα, η οποία σχετίζεται άμεσα με την ευημερία, αφορά την ικανότητα αντιμετώπισης και προσαρμογής σε νέες καταστάσεις. Η αίσθηση της ανθεκτικότητας και της θετικής ευημερίας επιτρέπει σε ένα άτομο να προσεγγίσει άλλους ανθρώπους και καταστάσεις με αυτοπεποίθηση και αισιοδοξία, κάτι που είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τους νέους, δεδομένων των τεράστιων αλλαγών που συμβαίνουν με τη μετάβαση στην εφηβεία και την ενηλικίωση.

### Υπο-ενότητα 1. Τι είναι η ευημερία και γιατί είναι σημαντική;

Η ευημερία είναι η εμπειρία της υγείας και της ευτυχίας. Περιλαμβάνει την καλή ψυχική υγεία, την υψηλή ικανοποίηση από τη ζωή, την αίσθηση του νοήματος ή του σκοπού και την ικανότητα διαχείρισης του στρες. Γενικότητα, ευημερία σημαίνει απλώς να αισθάνεσαι καλά. Η ευημερία αναδύεται από τις σκέψεις, τις πράξεις και τις εμπειρίες σας - τις περισσότερες από τις οποίες έχετε τον έλεγχο.

#### 1.1 Τύποι και βασικές δεξιότητες ευημερίας

##### Συναισθηματική ευημερία

Για να αναπτύξουμε συναισθηματική ευημερία, πρέπει να οικοδομήσουμε συναισθηματικές δεξιότητες - δεξιότητες όπως [θετική ενέργεια](#), [ρύθμιση συναισθημάτων](#), και [ενσυνειδητότητα](#), για παράδειγμα. Όταν έχουμε χτίσει αυτές τις δεξιότητες μπορούμε να [αντιμετωπίσουμε το στρες](#) καλύτερα, να διαχειριστούμε τα συναισθήματά μας ενόψει των προκλήσεων και να ανακάμψουμε γρήγορα από απογοητεύσεις. Ως αποτέλεσμα, μπορούμε να απολαύσουμε τη ζωή μας λίγο περισσότερο, να [είμαστε πιο ευτυχισμένοι](#) και να επιδιώκουμε τους [στόχους](#) μας λίγο πιο αποτελεσματικά.

Μπορούμε να ενισχύσουμε τη συναισθηματική ευημερία με:

- Μείωση του στρες
- Δεξιότητες θετικής σκέψης - αισιοδοξία, ενθουσιασμό, πίστη, εμπιστοσύνη, αποφασιστικότητα, υπομονή, ηρεμία, εστίαση.
- Δεξιότητες ενσυνειδητότητας - πλήρης επίγνωση του τι συμβαίνει επί του παρόντος - όλων όσων συμβαίνουν μέσα σας και όλων όσων συμβαίνουν γύρω σας.
- Δεξιότητες ανθεκτικότητας - προσαρμογή σε αλλαγές και δύσκολες στιγμές.

##### Σωματική ευημερία

Για να αναπτύξουμε σωματική ευημερία, πρέπει να γνωρίζουμε πώς είναι μια ρουτίνα υγιεινής [διατροφής](#) και άσκησης, έτσι ώστε να μπορούμε να

εφαρμόσουμε αποτελεσματικές στρατηγικές στην καθημερινότητά μας. Όταν βελτιώνουμε τη σωματική μας ευεξία, όχι μόνο αισθανόμαστε καλύτερα, αλλά η νέα μας υγεία μπορεί επίσης να βοηθήσει στην πρόληψη πολλών ασθενειών, [στη θεραπεία του μέσα μας](#), στην ενίσχυση της συναισθηματικής μας ευημερίας, και στον περιορισμό του αριθμού προκλήσεων υγείας που καλούμαστε να αντιμετωπίσουμε στη ζωή μας.

Μπορούμε να ενισχύσουμε τη σωματική ευημερία με:

- Υγιεινή διατροφή - περιορισμό των σνακ, άφθονο νερό κ.λπ.
- Επιστροφή στον παραδοσιακό και φυσικό τρόπο ζωής
- Σωματικές ασκήσεις και δραστηριότητες, όπως σκάλες, περπάτημα
- Αρκετό ύπνο

### Κοινωνική ευημερία

Για να αναπτύξουμε κοινωνική ευημερία, πρέπει να οικοδομήσουμε τις κοινωνικές μας δεξιότητες, όπως την [ευγνωμοσύνη](#), την καλοσύνη, και την επικοινωνία. Οι κοινωνικές δεξιότητες μάς διευκολύνουν να έχουμε θετικές αλληλεπιδράσεις με τους άλλους, βοηθώντας μας να αισθανόμαστε λιγότερο μόνοι, θυμωμένοι ή αποσυνδεδεμένοι. Όταν αισθανόμαστε κοινωνικά συνδεδεμένοι, τείνουμε επίσης να αισθανόμαστε καλύτερα, να έχουμε πιο θετικά συναισθήματα και να είμαστε σε θέση να αντιμετωπίσουμε καλύτερα τις προκλήσεις. Αν και ο καθένας από εμάς αποτελεί μόνο ένα μικρό κλάσμα μιας κοινωνίας, χρειαζόμαστε όλοι μας για να δημιουργήσουμε κοινωνική ευημερία. Αν ο καθένας από εμάς έκανε μια ευγενική πράξη για κάποιον άλλον στην κοινότητά μας, τότε θα ζούσαμε σε μια πολύ ευγενική κοινότητα. Μια κοινωνία που εφαρμόζει πραγματικά μια προσέγγιση ευημερίας είναι μια κοινωνία χωρίς αποκλεισμούς για όλους τους ανθρώπους, εκτός από εκείνους με διαφορές και αναπηρίες.

Μπορούμε να ενισχύσουμε την κοινωνική ευημερία με:

- Εξάσκηση ευγνωμοσύνης και καλοσύνης
- Δημιουργία ουσιαστικών κοινωνικών συνδέσεων
- Διαχείριση των σχέσεων μας
- Βελτίωση των επικοινωνιακών δεξιοτήτων μας, συμπεριλαμβανομένης της ενεργητικής ακρόασης
- Θετικές επιδράσεις στις ζωές άλλων ανθρώπων
- Εξάσκηση ενσυνειδητότητας - ικανότητα πλήρους παρουσίας
- Καλή ισορροπία μεταξύ των αναγκών μας και εκείνων του κόσμου

### Ευημερία στον χώρο εργασίας

Για να αναπτύξουμε την ευημερία μας στο χώρο εργασίας, πρέπει να αναπτύξουμε δεξιότητες που θα μας βοηθήσουν να επιδιώξουμε αυτό που πραγματικά έχει σημασία για εμάς. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την οικοδόμηση επαγγελματικών δεξιοτήτων που μας βοηθούν να ανταποκριθούμε στους [στόχους ζωής](#) μας και μας βοηθούν να [εκδηλώσουμε πράγματα](#), αλλά περιλαμβάνει επίσης πράγματα όπως το να ζούμε τις αξίες μας και να διατηρούμε ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής.

Ακολουθούν ορισμένες από τις βασικές δεξιότητες που χρειάζεστε για την ευημερία στο χώρο εργασίας:

- Διατήρηση της ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής

- Εύρεση σκοπού
- Καθορισμός στόχων
- Βελτίωση της διαχείρισης του χρόνου μας
- Βελτίωση των επικοινωνιακών δεξιοτήτων, συμπεριλαμβανομένης της ενεργητικής ακρόασης
- Διαχείριση των επαγγελματικών σχέσεων

## 1.2 Ευημερία στον δημιουργικό και πολιτιστικό τομέα

### Προβλήματα ψυχικής υγείας

Οι άνθρωποι στις δημιουργικές βιομηχανίες είναι πιο πιθανό να υποφέρουν από σοβαρότερα προβλήματα ψυχικής υγείας. Γιατί όμως η δημιουργική βιομηχανία υποφέρει από προβλήματα ψυχικής υγείας; Συχνά, οι δημιουργικοί άνθρωποι είναι πιο ενσυναισθητικοί και είναι πιθανό να είναι σε επαφή με τα συναισθήματά τους. Οι καλλιτεχνικοί ρόλοι περιλαμβάνουν την τήρηση δύσκολων προθεσμιών, την εργασία πολλών και συχνά ακοινωνήτων ωρών και -ειδικά σε ελεύθερους επαγγελματίες- την αβεβαιότητα σχετικά με το από πού προέρχεται η επόμενη δουλειά. Είναι μια βιομηχανία υψηλής πίεσης, αλλά οι άνθρωποι εξακολουθούν να ανησυχούν ότι το άνοιγμα και η συζήτηση για τις εμπειρίες τους μπορεί να έχει επιζήμιο αντίκτυπο στην καριέρα τους.

Η πανδημία COVID-19 επηρέασε τη δημιουργική βιομηχανία βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα. Επηρέασε την ψυχική υγεία πολλών καλλιτεχνών. Οι δημιουργικοί άνθρωποι μπορεί να είναι γνωστοί για το ότι είναι εξωστρεφείς και κοινωνικοί, αλλά αυτό δεν σημαίνει πάντα ότι είναι ευτυχείς και πρόθυμοι να ανοιχτούν για τα δικά τους προβλήματα.

### Τεχνικές και μέθοδοι για την ενίσχυση της ευημερίας στον δημιουργικό και πολιτιστικό τομέα:

- Ομιλία και ακρόαση

Η έκφραση ανησυχιών είναι το πρώτο βήμα προς την αναζήτηση βοήθειας για τη βελτίωση της ψυχικής υγείας και της ευημερίας σας. Είναι επίσης χρήσιμο να εξασκηθείτε στην ενεργητική ακρόαση όταν κάποιος άλλος συζητά ένα σημαντικό ή προσωπικό θέμα. Αυτό γίνεται για να διασφαλιστεί ότι οι πληροφορίες δεν χάνονται και το άτομο που μιλάει αισθάνεται σεβαστό. Δώστε πολύ μεγάλη προσοχή σε αυτό που λέει το άλλο άτομο, προσπαθώντας σκληρά να μην αποσπαστεί η προσοχή ή να χάσετε την εστίαση. Επαναλάβετε και συνοψίστε βασικά σημεία πληροφοριών και κάντε ανοιχτές ερωτήσεις για να τραβήξετε περαιτέρω τη συζήτηση. Είναι πολύ σημαντικό να θυμάστε να μην διακόπτετε.

- Καταιγισμός ιδεών

Ο καταιγισμός ιδεών είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να εστιάσετε το μυαλό σας και να αναπτύξετε τις σκέψεις σας. Εάν αισθάνεστε ασυνήθιστα αγχωμένοι ή ανήσυχτοι, δυσκολεύεστε να συγκεντρωθείτε ή αισθάνεστε εξουθενωμένοι, είναι σημαντικό να αναλάβετε δράση. Στην εργασία, πρώτα, προσπαθήστε να βρείτε τρόπους για να μειώσετε το άγχος - η ανάθεση καθηκόντων και ο καθορισμός ρεαλιστικών στόχων είναι μια καλή αρχή. Εάν αγωνίζεστε για δημιουργική έμπνευση, κάντε ένα διάλειμμα ή συζητήστε την πρόκληση με άλλους.

- Εκμάθηση νέων δεξιοτήτων

Ακόμα κι αν αισθάνεστε ότι δεν έχετε αρκετό χρόνο ή μπορεί να μην

χρειάζεται να μάθετε νέα πράγματα, υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τρόποι για να φέρετε τη μάθηση στη ζωή σας.

- Προσοχή στην παρούσα στιγμή (ενσυνειδητότητα)

Δίνοντας περισσότερη προσοχή στην παρούσα στιγμή μπορεί να βελτιωθεί η ψυχική σας ευημερία. Αυτό περιλαμβάνει τις σκέψεις και τα συναισθήματά σας, το σώμα σας και τον κόσμο γύρω σας. Μερικοί άνθρωποι αποκαλούν αυτή την επίγνωση «ενσυνειδητότητα». Η ενσυνειδητότητα μπορεί να σας βοηθήσει να απολαύσετε τη ζωή περισσότερο και να κατανοήσετε καλύτερα τον εαυτό σας. Μπορεί να αλλάξει θετικά τον τρόπο που αισθάνεστε για τη ζωή και τον τρόπο με τον οποίο προσεγγίζετε τις προκλήσεις.

- Σωματική δραστηριότητα

Το να είστε δραστήριοι δεν είναι μόνο εξαιρετικό για τη σωματική σας υγεία και φυσική κατάσταση.

- Προσφορά στους άλλους

Οι πράξεις προσφοράς και καλοσύνης μπορούν να βοηθήσουν στη βελτίωση της ψυχικής σας ευημερίας. Θα μπορούσαν να είναι μικρές πράξεις καλοσύνης προς άλλους ανθρώπους ή μεγαλύτερες όπως ο εθελοντισμός στην τοπική σας κοινότητα.

- Χρήση της τέχνης και της δημιουργικότητας για την ενίσχυση της ευημερίας σας

Πολλοί από εμάς επιδιώκουμε καλλιτεχνικές ή δημιουργικές δραστηριότητες επειδή τις απολαμβάνουμε, διαισθητικά νιώθοντας ότι είναι ωφέλιμο για εμάς. Αυτή η διαίσθηση είναι σωστή, καθώς η τέχνη και η δημιουργικότητα μπορούν να έχουν σημαντικά οφέλη για την ψυχική μας υγεία. Αυτό περιλαμβάνει γραφή, χορό, υποκριτική, σχέδιο, ζωγραφική ή άλλες μορφές δημιουργικής έκφρασης. Η τέχνη μάς βοηθά να εκφράσουμε εμπειρίες που είναι πολύ δύσκολο να εκφραστούν με λέξεις.

- Εικαστικές τέχνες

Τα οφέλη της δημιουργικότητας για την ψυχική υγεία έχουν οδηγήσει στην ιδέα της εικαστικής θεραπείας. Δεν χρειάζεται απαραίτητα να δείτε έναν θεραπευτή για να επωφεληθείτε από τη θεραπευτική καλλιτεχνική έκφραση, αρκεί να βρίσκετε ανακούφιση στη δημιουργική έκφραση της επιλογής σας.

- Δημιουργική γραφή

Η εκφραστική γραφή μπορεί επίσης να βοηθήσει τους ανθρώπους να ξεπεράσουν το τραύμα και να διαχειριστούν τα αρνητικά συναισθήματα. Ζητώντας από τους ανθρώπους να γράψουν για θετικές εμπειρίες και για τον «καλύτερο εαυτό τους» μπορεί επίσης να συσχετιστεί με μια αυξημένη αίσθηση ψυχολογικής ευημερίας.

- Σωματική δημιουργικότητα

Η δημιουργικότητα μπορεί επίσης να είναι μια σωματική προσπάθεια, όπως στην περίπτωση του χορού. Αυτή η κινητικότητα προσφέρει πρόσθετα οφέλη. Μπορεί να απελευθερώσει ενδορφίνες, σεροτονίνη και άλλες φυσικές χημικές ουσίες του εγκεφάλου που μπορούν να σας βοηθήσουν να αισθανθείτε καλά.

## Υπο-ενότητα 2. Τι είναι η αυτοεκτίμηση και η αυτοπεποίθηση;

## 2.1 Η αυτοεκτίμηση του καλλιτέχνη

Η αυτοεκτίμηση είναι η υποκειμενική αξιολόγηση της δικής σας αξίας. Αυτοπεποίθηση σημαίνει να νιώθεις σίγουρος για τον εαυτό σου και τις ικανότητές σου. Οι άνθρωποι με αυτοεκτίμηση τείνουν να αισθάνονται θετικά για τον εαυτό τους και είναι πιο ικανοί να αποδεχθούν τον εαυτό τους. Οι άνθρωποι με αυτοπεποίθηση είναι πιο έτοιμοι για τις καθημερινές προκλήσεις.

Οι καλλιτέχνες έχουν μοναδικά εργασιακά και σχετικά με τον τρόπο ζωής τους άγχη και προκλήσεις που μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά την αυτοεκτίμησή τους. Εκτός από την αντιμετώπιση των απαιτήσεων της καθημερινής ζωής (διαπροσωπικές σχέσεις, οικονομικά, διαχείριση χρόνου), βρίσκονται υπό πίεση να εκπαιδεύσουν, να εξασκηθούν, να εκτελέσουν, να παράγουν, να δημιουργήσουν και να αντεπεξέλθουν. Η χαμηλή αυτοεκτίμηση είναι ένας παράγοντας του άγχους απόδοσης. Αυτό το ακραίο άγχος που βιώνουν οι μουσικοί, οι χορευτές και οι ηθοποιοί μπορεί να είναι εξουθενωτικό και να συντομεύσει την καριέρα τους, αν όχι να τελειώσει την καριέρα τους. Πολλοί καλλιτέχνες πρέπει να προωθήσουν και να παράγουν το δικό τους έργο. Πολλοί υποασχολούνται ή/και δεν αποζημιώνονται επαρκώς για το καλλιτεχνικό τους έργο. Η κακή οικονομική κατάσταση μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την αυτοεκτίμηση. Οι απαιτήσεις για το σώμα, το μυαλό και τα συναισθήματα των καλλιτεχνών ενέχουν κινδύνους για την υγεία και μπορούν να οδηγήσουν σε τραυματισμούς. Η αντιμετώπιση της συμβιβασμένης υγείας και των τραυματισμών οδηγεί σε περαιτέρω πιέσεις. Η έλλειψη κοινωνικής υποστήριξης από συνομηλικούς, οικογένειες, φίλους, εκπαιδευτικούς και παρόχους υγειονομικής περίθαλψης, είναι ένας άλλος παράγοντας άγχους που συμβάλλει στη χαμηλή αυτοεκτίμηση.

Δεν γεννιούνται όλοι με μια έμφυτη αίσθηση αυτοπεποίθησης. Μερικές φορές μπορεί να είναι δύσκολο να αναπτύξετε αυτοπεποίθηση, είτε επειδή οι προσωπικές εμπειρίες σας έχουν κάνει να τη χάσετε είτε επειδή υποφέρετε από χαμηλή αυτοεκτίμηση.

Ένα άτομο με αυτοπεποίθηση:

- Κάνει αυτό που πιστεύει ότι είναι σωστό, ακόμα κι αν δεν είναι δημοφιλές
- Είναι πρόθυμο να ρισκάρει
- Παραδέχεται τα λάθη του και μαθαίνει από αυτά
- Είναι σε θέση να δεχθεί κομπλιμέντα
- Είναι αισιόδοξο

## 2.2 Πώς να οικοδομήσεις αυτοπεποίθηση

Η έλλειψη αυτοπεποίθησης έρχεται σε πολλά σχήματα και μορφές, και η εκμάθηση πώς να οικοδομήσουμε εμπιστοσύνη είναι ένα συνεχιζόμενο έργο για τους περισσότερους από εμάς - είμαστε όλοι ένα έργο σε εξέλιξη! Υπάρχουν πολλά πράγματα που μπορείτε να κάνετε για να χτίσετε την αυτοπεποίθησή σας. Μερικά από αυτές είναι μόνο μικρές αλλαγές στο πλαίσιο του μυαλού σας. Άλλοι θα πρέπει να εργαστείτε για λίγο περισσότερο για να τις κάνετε οικείες συνήθειες.

**Ακολουθούν μερικές συμβουλές που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε για να μάθετε πώς να χτίσετε αυτοπεποίθηση.**

### 1. Κοιτάξτε τι έχετε ήδη επιτύχει

Είναι εύκολο να χάσετε την αυτοπεποίθησή σας αν πιστεύετε ότι δεν έχετε

επιτύχει τίποτα. Κάντε μια λίστα με όλα τα πράγματα για τα οποία είστε περήφανοι στη ζωή σας, είτε πρόκειται για καλό βαθμό σε εξετάσεις είτε για εκμάθηση surfing. Κρατήστε τη λίστα κοντά σας και προσθέστε την κάθε φορά που κάνετε κάτι για το οποίο είστε περήφανοι. Όταν έχετε χαμηλή αυτοπεποίθηση, βγάλτε τη λίστα και χρησιμοποιήστε την για να υπενθυμίσετε στον εαυτό σας όλα τα φοβερά πράγματα που έχετε κάνει.

#### 2. Σκεφτείτε πράγματα στα οποία είστε καλοί

Όλοι έχουν δυνάμεις και ταλέντα. Ποια είναι τα δικά σας; Αναγνωρίζοντας σε τι είστε καλοί και προσπαθώντας να χτίσετε πάνω σε αυτά τα πράγματα, θα σας βοηθήσει να οικοδομήσετε εμπιστοσύνη στις ικανότητές σας.

#### 3. Θέστε κάποιους στόχους

Θέστε κάποιους στόχους και καθορίστε τα βήματα που πρέπει να ακολουθήσετε για να τους επιτύχετε. Δεν χρειάζεται να είναι μεγάλοι στόχοι. Μπορεί ακόμη και να είναι πράγματα όπως το ψήσιμο ενός κέικ ή ο προγραμματισμός μιας βραδινής εξόδου με φίλους. Απλά στοχεύστε σε μερικά μικρά επιτεύγματα που μπορείτε να σημειώσετε από μια λίστα για να σας βοηθήσουν να αποκτήσετε εμπιστοσύνη στην ικανότητά σας να κάνετε πράγματα.

#### 4. Μιλήστε ενθαρρυντικά στον εαυτό σας

Δεν πρόκειται ποτέ να αισθανθείτε σίγουροι αν έχετε αρνητικά σχόλια που τρέχουν στο μυαλό σας και σας λένε ότι δεν είστε καλοί. Σκεφτείτε πώς «μιλάτε στον εαυτό σας» και πώς αυτό μπορεί να επηρεάζει την αυτοπεποίθησή σας. Φερθείτε στον εαυτό σας όπως θα κάνατε με τον καλύτερό σας φίλο και ενθαρρύνετε τον εαυτό σας.

#### 5. Υιοθετήστε ένα χόμπι, γίνετε παθιασμένοι

Προσπαθήστε να βρείτε κάτι για το οποίο είστε πραγματικά παθιασμένοι. Θα μπορούσε να είναι φωτογραφία, αθλητισμός, πλέξιμο ή οτιδήποτε άλλο! Όταν έχετε επεξεργαστεί το πάθος σας, δεσμευτείτε να το δοκιμάσετε. Βάσει πιθανοτήτων, εάν ενδιαφέρεστε ή παθιάζετε με μια συγκεκριμένη δραστηριότητα, είναι πιο πιθανό να παρακινηθείτε και θα αναπτύξετε δεξιότητες γρηγορότερα.

### Υπο-ενότητα 3. Τι είναι η ανθεκτικότητα;

Η ανθεκτικότητα είναι η ικανότητά μας να προσαρμοζόμαστε και να ανακάμπτουμε όταν αντιμετωπίζουμε αντιξοότητες και τα πράγματα δεν πάνε όπως τα έχουμε προγραμματίσει, έτσι ώστε να ανθίζουμε στην καθημερινή ζωή και να αντεπεξερχόμαστε όταν τα πράγματα γίνονται δύσκολα. Δεν σημαίνει να είναι κανείς ευτυχισμένος όλη την ώρα, καθώς η πραγματική ζωή δεν είναι έτσι. Στην καθημερινή μας ζωή όλοι αντιμετωπίζουμε αποτυχίες, κακουχίες, τραύματα, τραγωδίες, προβλήματα υγείας και πηγές άγχους, όπως σχολικές και εργασιακές συγκρούσεις ή προβλήματα σχέσεων. Η ανθεκτικότητά μας είναι αυτό που μας επιτρέπει να αντιμετωπίσουμε τη δύσκολη κατάσταση και να μάθουμε από αυτήν, να αναπηδήσουμε μπροστά και να ευδοκιμήσουμε, νιώθοντας πιο δυνατοί και πιο ικανοί να αντεπεξέλθουμε από ποτέ και είναι ένα από τα βασικά συστατικά της επιτυχίας. Σημαίνει επίσης ότι όταν προκύπτει μια ευκαιρία, την δράττουμε και την αξιοποιούμε στο έπακρο.

Βασικά χαρακτηριστικά των ανθεκτικών ανθρώπων:

- Αυτοπεποίθηση
- Εμπιστοσύνη

- Σταθεροί στόχοι και δέσμευση
- Προκλήσεις και ευκαιρίες
- Προσωπικός έλεγχος
- Ισχυρές υγιείς σχέσεις
- Έλεγχος συναισθημάτων
- Μεγάλη ευελιξία
- Υψηλή ενέργεια
- Ευελιξία απόδοσης στο υψηλότερο επίπεδο

### 3.1 Ανάπτυξη ανθεκτικότητας και ανθεκτικής νοοτροπίας

Ακόμα κι αν δεν είστε από τη φύση σας ανθεκτικό άτομο, μπορείτε να μάθετε να αναπτύσσετε μια ανθεκτική νοοτροπία και στάση με διάφορους τρόπους, ενσωματώνοντας τα ακόλουθα στην καθημερινή σας ζωή:

- Ύπνος και άσκηση: φροντίστε να ασκείστε τακτικά και να κοιμάστε αρκετά, ώστε να μπορείτε να ελέγχετε το άγχος πιο εύκολα. Όσο πιο δυνατοί αισθάνεστε σωματικά και συναισθηματικά, τόσο πιο εύκολο είναι να αντιμετωπίσετε αποτελεσματικά τις προκλήσεις στη ζωή σας.
- Επικεντρωθείτε στη θετική σκέψη: μην αφήνετε τις αρνητικές σκέψεις να εκτροχιάσουν τις προσπάθειές σας.
- Αποφύγετε να βλέπετε τις κρίσεις ως ανυπέβλητα προβλήματα - είναι ευκαιρίες.
- Προσπαθήστε να μάθετε από τα λάθη που κάνετε - κάθε λάθος έχει τη δύναμη να σας διδάξει κάτι σημαντικό.
- Δημιουργήστε ισχυρές σχέσεις με συναδέλφους και φίλους - οι ισχυρές συνδέσεις και οι φίλοι στην εργασία και το σπίτι σας κάνουν πιο ανθεκτικούς στο άγχος και πιο ευτυχισμένους και χτίζουν ένα ισχυρό δίκτυο υποστήριξης για να επιστρέψετε.
- Αυτοπεποίθηση - εργαστείτε για την ανάπτυξη εμπιστοσύνης στην ικανότητά σας να λύσετε προβλήματα και ότι θα πετύχετε τελικά, παρά τις αποτυχίες και τα άγχη.
- Στόχοι - ορίστε συγκεκριμένους και εφικτούς προσωπικούς στόχους που ταιριάζουν με τις αξίες σας.
- Ευελιξία και αλλαγή - αποδεχτείτε ότι η αλλαγή είναι μέρος της ζωής και κατανοήστε ότι ορισμένοι στόχοι μπορεί να μην είναι πλέον εφικτοί λόγω δυσμενών καταστάσεων, οπότε επικεντρωθείτε σε περιστάσεις που μπορείτε να αλλάξετε.

### 3.2 Πώς να είσαι ανθεκτικός καλλιτέχνης

Η ζωή είναι γεμάτη δύσκολες ανατροπές: ύφεση, διαζύγιο, θάνατος, ασθένεια, αποτυχημένες επιχειρήσεις και φυσικά, η απρόβλεπτη πανδημία. Όλες αυτές οι καταστάσεις είναι δύσκολες για όποιον εργάζεται στη βιομηχανία. Ωστόσο, η απρόβλεπτη φύση των δημιουργικών βιομηχανιών μπορεί να το κάνει πολύ πιο δύσκολο. Η επιβίωση κατά μήκος της διαδρομής του καλλιτέχνη είναι, για τους περισσότερους, περίπλοκη και για κάποιους εντελώς βασανισμένη (σκεφτείτε το φτωχό αφτί του van Gogh).

Ο καλλιτέχνης πρέπει να ξέρει πώς να χειριστεί μια απόρριψη. Η απόρριψη μπορεί να αισθάνεται άσχημα στην αρχή, αλλά δεν είναι το τέλος του κόσμου και υπάρχουν τρόποι να χειριστείς την απόρριψη ως καλλιτέχνης και να είσαι ανθεκτικός στις επιχειρήσεις τέχνης ή να εξελιχθείς στην καριέρα σου ως



καλλιτέχνης. Υπάρχουν φορές που αναρωτιέστε γιατί μια γκαλερί ή μια έκθεση απέρριψε το έργο τέχνης σας. Αναρωτιέστε αν δεν τους άρεσε το στυλ σας ή ίσως έχουν ήδη κάποιον που κάνει παρόμοια δουλειά. Ίσως είναι γεμάτες ή ίσως δεν είχαν ακόμα την ευκαιρία να δουν το έργο τέχνης σας. Όποιος κι αν είναι ο πραγματικός λόγος, μην αισθάνεστε ηττημένοι. Αντ' αυτού, χρησιμοποιήστε το ως ευκαιρία να μάθετε περισσότερα για τον εαυτό σας και τη δουλειά σας, να δημιουργήσετε περισσότερη τέχνη και να αναπτύξετε περισσότερη ανθεκτικότητα!

Εδώ έρχονται μερικές τεχνικές πρόληψης που μπορούν να σας βοηθήσουν να παραμείνετε ανθεκτικοί στην τέχνη και τη δημιουργική σας διαδικασία. Η ανθεκτικότητα μπορεί να εξασκηθεί, μέσω συμπεριφορών, συνηθειών και ενεργειών.

1. Αναρωτηθείτε τι μπορείτε να μάθετε από την εμπειρία;
2. Αναλύστε την ευκαιρία. Όντας πιστοί στο όραμά σας, το μανιφέστο σας είναι απολύτως κεντρικό για την επιτυχία σας.
3. Κάντε κάποιο θετικό ημερολόγιο. Πάρτε το ημερολόγιό σας και γράψτε μια σελίδα.
4. Ζητήστε βοήθεια. Βοηθά να έχετε μια οικογενειακή μονάδα -ανεξάρτητα από το αν θεωρείτε την οικογένειά σας, τους συγγενείς εξ αίματος ή την επιλεγμένη οικογένεια- βοηθά να αφαιρέσετε το βάρος.
5. Να είστε ευγενικοί/στοργικοί με τον εαυτό σας. Όταν η αυτοπεποίθηση χτυπάει, η αυτοφροντίδα αποτελεί κορυφαία προτεραιότητα. Η γιόγκα, το περπάτημα, ο ύπνος από νωρίς και το υγιεινό φαγητό βοηθούν. Πάρτε αυτό το χρόνο για να ξεκουραστείτε, να προβληματιστείτε και να αναθεωρήσετε, πριν προχωρήσετε.
6. Κάντε ερωτήσεις. Αναρωτηθείτε τι θα μπορούσε ενδεχομένως να επηρεάσει τις πωλήσεις ή την επιτυχία.
7. Θυμηθείτε τους στόχους σας. Το «γιατί» πίσω από αυτό που κάνεις δεν έχει αλλάξει.
8. Τι λειτουργεί; Ενισχύστε την αυτοπεποίθησή σας γράφοντας ημερολόγιο γύρω από τα δυνατά σας σημεία, απαριθμώντας προηγούμενα επιτεύγματα, διαβάζοντας τα θετικά μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και τα μηνύματα που έχουν σταλεί σχετικά με τη δουλειά σας.
9. Μείνετε υπό έλεγχο. Μην αναγνωρίζετε τον εαυτό σας ως θύμα. Να είστε ενδυναμωμένοι.
10. Θυμηθείτε ότι η δουλειά σας ως καλλιτέχνης είναι να κάνετε δουλειά που είναι πραγματική και αυθεντική, που αντιπροσωπεύει τις αξίες και το όραμά σας και σας επιτρέπει να εκφράζεστε. Δεν θα τους ευχαριστεί πάντοτε όλους. Μείνετε ήρεμοι και συνεχίστε.

## Ενότητα 2: Γνώρισε τα δυνατά σου σημεία!

### Στόχοι

Στόχος της ενότητας «*Γνώρισε τα δυνατά σου σημεία!*» είναι να βοηθήσει τους συμμετέχοντες να προσδιορίσουν τις βασικές δεξιότητες και τα σημεία του χαρακτήρα τους, να τα βελτιώσουν και να τα εφαρμόσουν στον επιθυμητό τομέα σταδιοδρομίας τους. Η ενότητα στοχεύει να καθοδηγήσει τους συμμετέχοντες στην αναγνώριση των έμφυτων ταλέντων τους και στην αξιοποίησή τους για επαγγελματική επιτυχία. Επικεντρώνεται στην αυτογνωσία, την ενδοσκόπηση και την αξιολόγηση των δυνατοτήτων κάποιου μέσω άλλων. Η ενότητα χωρίζεται σε τρεις υπο-ενότητες, καθεμία με συγκεκριμένους μαθησιακούς στόχους και αποτελέσματα.

Στην πρώτη υπο-ενότητα, «*Ανάπτυξη αυτογνωσίας*», οι συμμετέχοντες εξερευνούν την ταυτότητά τους ως καλλιτέχνες και εντοπίζουν τα βασικά χαρακτηριστικά του που μπορεί να είναι τα μοναδικά σημεία πώλησής του. Το μαθησιακό αποτέλεσμα είναι να ενισχυθεί η αυτογνωσία και να κατανοηθεί ο πιθανός αντίκτυπος των προσωπικών δυνάμεων.

Η δεύτερη υπο-ενότητα, «*Εξωστρέφεια*», δίνει έμφαση στην κατανόηση του πλαισίου δράσης και στην προσαρμογή σε αυτό. Οι συμμετέχοντες μαθαίνουν για τις δεξιότητες αυτογνωσίας και τη σημασία της πρόβλεψης των δυνατοτήτων του περιβάλλοντος στο οποίο λειτουργούν. Το μαθησιακό αποτέλεσμα είναι να αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με το πλαίσιο δράσης και τις επιπτώσεις της.

Η τρίτη υπο-ενότητα, «*Αξιολόγηση μέσω άλλων*», επικεντρώνεται στον εντοπισμό των δυνατών σημείων και των αξιών του χαρακτήρα. Οι συμμετέχοντες μαθαίνουν να αξιολογούν τα δικά τους χαρακτηριστικά και να βελτιώνουν την επαγγελματική τους ζωή με βάση το σύστημα αξιών τους. Το μαθησιακό αποτέλεσμα είναι να καθοριστεί ένας χάρτης αξιών και να χρησιμοποιηθούν διαδικτυακοί πόροι για προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη.

Συνολικά, η ενότητα στοχεύει να ενδυναμώσει τους εκπαιδευόμενους να αναγνωρίσουν τα δυνατά τους σημεία, να προσαρμοστούν στο περιβάλλον τους και να μεγιστοποιήσουν τις δυνατότητές τους για επιτυχία στην επιλεγμένη σταδιοδρομία τους.

### Εισαγωγή στη θεματική

Η ενότητα «*Γνώρισε τα δυνατά σου σημεία!*» διερευνά τη σχέση μεταξύ επιχειρηματικότητας, ενδυνάμωσης και αυτογνωσίας. Τονίζει τη σημασία της κατανόησης των δυνάμεων και των κινήτρων κάποιου για την ανάπτυξη ιδεών, την αξιοποίηση ευκαιριών και τον έλεγχο του πεπρωμένου του. Ενδυνάμωση είναι η ικανότητα άσκησης εξουσίας, επίτευξης στόχων και μεγιστοποίησης της ποιότητας ζωής. Είναι σημαντικό να τονίσουμε τον ρόλο της αυτογνωσίας στην ενδυνάμωση, κάνοντας διάκριση μεταξύ εσωτερικής επίγνωσης (γνωρίζοντας τις αξίες, τα πάθη, τα δυνατά σημεία, τις αδυναμίες και τον αντίκτυπο στους άλλους) και εξωτερικής επίγνωσης (κατανοώντας πώς μας αντιλαμβάνονται οι άλλοι).

Οι έρευνες δείχνουν ότι οι άνθρωποι με αυτογνωσία είναι πιο σίγουροι, δημιουργικοί και αποτελεσματικοί στην προσωπική και επαγγελματική τους

ζωή. Μια άλλη σημαντική πτυχή είναι τα εργαλεία αξιολόγησης. Στην πραγματικότητα, κατανοώντας τον εαυτό του και αναζητώντας ανατροφοδότηση, μπορεί κανείς να οικοδομήσει καλύτερες σχέσεις, να λάβει σωστές αποφάσεις και να δημιουργήσει πιο επιτυχημένες επιχειρήσεις. Η ενότητα στοχεύει να καθοδηγήσει τους συμμετέχοντες μέσα από πρακτικές δραστηριότητες και ασκήσεις για τη βελτίωση της αυτογνωσίας και την αξιοποίηση των δυνάμεών τους για επαγγελματική και προσωπική ολοκλήρωση.

## Υπο-ενότητα 1. Ανάπτυξη αυτογνωσίας

Η πρώτη υπο-ενότητα επικεντρώνεται στην ανάπτυξη της αυτογνωσίας, η οποία είναι η συνειδητή γνώση και κατανόηση της προσωπικότητας, των συναισθημάτων, των κινήτρων και των επιθυμιών του ατόμου. Περιλαμβάνει επίσης την αναγνώριση του τρόπου με τον οποίο μας αντιλαμβάνονται οι άλλοι. Η αυτογνωσία διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στην κοινωνική νοημοσύνη, επιτρέποντας στα άτομα να πλοηγηθούν σε διαφορετικές κοινωνικές καταστάσεις και να οικοδομήσουν καλύτερες σχέσεις.

Ενισχύοντας την αυτογνωσία, οι εκπαιδευόμενοι αποκτούν την ικανότητα να παρακολουθούν τον εσωτερικό και εξωτερικό τους κόσμο, οδηγώντας σε διάφορα οφέλη. Αυτά τα οφέλη περιλαμβάνουν τη δύναμη να επηρεάζουν τα αποτελέσματα, βελτιωμένες δεξιότητες λήψης αποφάσεων, αυξημένη αυτοπεποίθηση, σαφέστερη και πιο σκόπιμη επικοινωνία, κατανόηση πολλαπλών προοπτικών, υπέρβαση υποθέσεων και προκαταλήψεων, οικοδόμηση ισχυρότερων σχέσεων, καλύτερη συναισθηματική ρύθμιση, μειωμένα επίπεδα άγχους και αυξημένη ευτυχία.

Οι εκπαιδευόμενοι θα κατανοήσουν τη σημασία της αυτογνωσίας στην προσωπική και επαγγελματική ζωή, ιδιαίτερα στην ανάπτυξη επιχειρηματικών δεξιοτήτων. Θα μάθουν επίσης να προσαρμόζονται και να ενεργούν σε διαφορετικές κοινωνικές καταστάσεις, αναγνωρίζοντας τη σημασία της αυτογνωσίας σε ένα σύστημα εξωτερικών σχέσεων. Η αυτογνωσία είναι ένα ταξίδι ζωής που απαιτεί συνεχή προσπάθεια και πρακτική.

Τελικά, η υπο-ενότητα στοχεύει να εξοπλίσει τους εκπαιδευόμενους με τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις στάσεις που απαιτούνται για να επιτύχουν επαγγελματική επιτυχία και να έχουν ουσιαστικό αντίκτυπο στην εργασία τους. Δίνει έμφαση στην ταξινόμηση των δυνατών σημείων, όπως περιγράφεται στο βιβλίο *Character Strengths and Virtues: A Handbook and Classification* των Christopher Peterson και Martin Seligman, το οποίο παρέχει ένα πλαίσιο για τη συζήτηση και τη μέτρηση των δυνάμεων του χαρακτήρα καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής κάποιου.

### 1.1 Ποια είναι τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία σου;

Όταν αξιολογείτε τα δυνατά σας σημεία ως μουσικός, είναι σημαντικό να επισημάνετε τα μοναδικά σημεία πώλησης. Αυτά μπορεί να περιλαμβάνουν το εκτεταμένο ρεπερτόριο τραγουδιών που καλύπτουν διάφορα είδη και καλλιτέχνες ή την ικανότητά σας να παίζετε πολλά όργανα. Όταν παρουσιάζετε τον εαυτό σας σε ιδιοκτήτες χώρων ή πιθανούς συμπαίκτες, είναι σημαντικό να επιδείξετε τα δυνατά σας σημεία και να ελαχιστοποιήσετε την αμφιβολία για τον εαυτό σας, παρόμοια με μια συνέντευξη εργασίας όπου εστιάζετε στις θετικές σας ιδιότητες και όχι στις αδυναμίες σας.

Από την άλλη, η αξιολόγηση των αδυναμιών σας ως μουσικός μπορεί να μην είναι η πιο άνετη άσκηση, αλλά είναι εξίσου σημαντική για την αυτοανάλυση και την ανάπτυξη. Η αναγνώριση και η αντιμετώπιση τυχόντων τομέων βελτίωσης μπορεί να σας βοηθήσει να ξεπεράσετε τα εμπόδια και να αξιοποιήσετε πλήρως τις δυνατότητές σας. Ενώ είναι φυσικό να αισθάνεστε άβολα για τη συζήτηση των αδυναμιών, η αναγνώρισή τους δείχνει μια προθυμία να μεγαλώσετε και να εξελιχθείτε ως μουσικός. Θυμηθείτε ότι ακόμη και μικρές ελλείψεις μπορούν να επεξεργαστούν για να ενισχύσουν το συνολικό σύνολο δεξιοτήτων σας.

### 1.2 Μεταβιβάσιμες καλλιτεχνικές δεξιότητες

Οι «μαλακές δεξιότητες» έρχονται σε αντίθεση με τις «σκληρές δεξιότητες», οι οποίες είναι γενικά εύκολα μετρήσιμες, αλλά δεν είναι λιγότερο σημαντικές από αυτές. Πολλές μελέτες και έρευνες έχουν αποδείξει πώς οι «μαλακές δεξιότητες» συνδέονται άμεσα με την επιτυχία.

Οι διαπροσωπικές δεξιότητες κατηγοριοποιούνται ως «μαλακές δεξιότητες» και χρησιμοποιούνται κατά την εμπλοκή και την επικοινωνία με άλλους, βοηθώντας στην έναρξη, ανάπτυξη και συντήρηση σχέσεων.

Αναφερόμενες ως «ανθρώπινες δεξιότητες», αυτές οι ικανότητες είναι τόσο έμφυτες όσο και επίκτητες και βρίσκουν εφαρμογή σε διάφορα κοινωνικά πλαίσια, όπως επαγγελματικές προσπάθειες, εκπαίδευση και προσωπικές αλληλεπιδράσεις. Η Σύμπραξη για τις Δεξιότητες του 21<sup>ου</sup> Αιώνα περιγράφει αυτές τις δεξιότητες ως περιλαμβάνουσες τη συνεργατική εργασία, την αποτελεσματική επικοινωνία, την προσαρμοστικότητα, την ευελιξία, τη δέσμευση με διαφορετικές ομάδες, την καθοδήγηση και την ηγεσία και το αίσθημα ευθύνης.

## Υπο-ενότητα 2. Εξωστρέφεια

Στην υπο-ενότητα αυτή, οι εκπαιδευόμενοι θα διερευνήσουν την έννοια της εξωστρέφειας, η οποία επικεντρώνεται στην κατανόηση του εξωτερικού πλαισίου στο οποίο δημιουργείται και λαμβάνεται το έργο τέχνης. Το μάθημα αναδεικνύει τη σημασία του πλαισίου στη διαμόρφωση του νοήματος, της ερμηνείας και της πρόσληψης της τέχνης.

Οι καλλιτέχνες δεν δημιουργούν πλαίσια, αλλά εργάζονται μέσα σε αυτά. Το πλαίσιο περιλαμβάνει διάφορους παράγοντες όπως το φυσικό περιβάλλον, τις ιστορικές τάσεις, τα κοινωνικά κινήματα, τις πολιτιστικές αξίες και τις προσωπικές δεσμεύσεις. Αυτά τα στοιχεία επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τη διαδικασία παραγωγής και τη ζωή του καλλιτέχνη.

Η υπο-ενότητα ενθαρρύνει του εκπαιδευόμενους να εξετάσουν πώς το οικονομικό, φιλοσοφικό, κοινωνικό και πολιτιστικό πλαίσιο επηρεάζει την εργασία τους. Εγείρει σημαντικά ερωτήματα σχετικά με τις πηγές χρηματοδότησης, τους εκθεσιακούς χώρους, την πρόσβαση στην καλλιτεχνική εκπαίδευση, την πολιτική επιρροή και τις τρέχουσες καλλιτεχνικές τάσεις. Με την κατανόηση και την πλοήγηση στο πλαίσιο, οι συμμετέχοντες μπορούν να φέρουν αποτελεσματικά τα ταλέντα και τα δυνατά τους σημεία στην αγορά.

Συνολικά, η υπο-ενότητα εξωστρέφειας αναδεικνύει τη σημασία της επίγνωσης του εξωτερικού πλαισίου και των επιπτώσεών του στην καλλιτεχνική πρακτική. Εξερευνώντας και κατανοώντας το πλαίσιο, οι εκπαιδευόμενοι μπορούν να λάβουν τεκμηριωμένες αποφάσεις, να προσαρμοστούν σε διαφορετικές

καταστάσεις και να ενισχύσουν την προσωπική και επαγγελματική τους ανάπτυξη ως καλλιτέχνες.

### 2.1 Ποιος έχει τη δύναμη;

Σε αυτήν την υπο-ενότητα ο εκπαιδευόμενος μπορεί να διερευνήσει τη σχέση μεταξύ τέχνης και εξουσίας. Σε όλη την ιστορία, η τέχνη και οι καλλιτέχνες έχουν συνδεθεί με ειδικές δυνάμεις και ικανότητες. Τα έργα τέχνης έχουν θεωρηθεί ως μέσο επικοινωνίας με τον άορατο κόσμο και ένας τρόπος άσκησης επιρροής στην ευημερία και τις ενέργειες των ανθρώπων. Οι καλλιτέχνες και οι δημιουργίες τους θεωρούνταν εξαιρετικοί και κατείχαν ένα ορισμένο επίπεδο μαγικών ή υπερφυσικών ιδιοτήτων.

Σε περιόδους διαμαρτυρίας, η τέχνη υπήρξε ένα ισχυρό εργαλείο για την αμφισβήτηση των κατεστημένων δυνάμεων. Οι καλλιτέχνες έχουν χρησιμοποιήσει την οπτική επικοινωνία για να μεταφέρουν μηνύματα διαφωνίας, να τεκμηριώσουν ιστορικά γεγονότα και να παρέχουν εναλλακτικές προοπτικές. Η τέχνη λειτούργησε ως μέσο αντίστασης και συνέβαλε στη διαμόρφωση της ιστορικής μας καταγραφής.

Ωστόσο, είναι σημαντικό να αναγνωρίσουμε ότι το πλαίσιο στο οποίο λειτουργεί ένας καλλιτέχνης καθορίζει τη δυναμική της εξουσίας στο παιχνίδι. Τα προνόμια ή οι μηχανισμοί περιθωριοποίησης εντός του πλαισίου μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά την εμπειρία ενός καλλιτέχνη. Αυτό περιλαμβάνει παράγοντες όπως ο ρατσισμός, η ξενοφοβία, η ομοφοβία, η τρανσφοβία, ο σεξισμός, ο ρατσισμός προς τα άτομα με ειδικές ανάγκες, ο ηλικιακός ρατσισμός και οι διακρίσεις με βάση την τάξη, τη θρησκεία ή την κατάσταση των γονέων. Η κατανόηση των συνθηκών που έχουν διαμορφώσει τα προσωπικά χαρακτηριστικά γίνεται απαραίτητη για την αποτελεσματική επικοινωνία και αλληλεπίδραση με εκείνους που κατέχουν εξουσία.

Αναγνωρίζοντας τη σύνθετη σχέση μεταξύ τέχνης και εξουσίας, οι εκπαιδευόμενοι μπορούν να αναπτύξουν μια βαθύτερη κατανόηση της δυναμικής που παίζεται στην καλλιτεχνική τους πρακτική. Αυτή η συνειδητοποίηση τους επιτρέπει να πλοηγηθούν και να εμπλακούν με δομές εξουσίας, να υποστηρίξουν την αλλαγή και να εκφράσουν αποτελεσματικά το καλλιτεχνικό όραμα και τη φωνή τους.

## 2.2 Η ανάλυση SWOT



Η **ανάλυση SWOT** είναι ένα πολύτιμο εργαλείο στη διαδικασία σχεδιασμού προσωπικής ανάπτυξης. Περιλαμβάνει τον εντοπισμό και την αξιολόγηση εσωτερικών και εξωτερικών παραγόντων για τη δημιουργία μιας πιο αποτελεσματικής στρατηγικής επιτυχίας. Συγκεκριμένα, μια προσωπική ανάλυση SWOT βοηθά τους καλλιτέχνες να κατανοήσουν τα δυνατά τους σημεία και να τα συνδέσουν με τις ευκαιρίες και τις απειλές που υπάρχουν στο εργασιακό τους πλαίσιο.

Η ανάλυση επικεντρώνεται σε τέσσερις βασικούς παράγοντες:

**Δυνάμεις:** Οι καλλιτέχνες προσδιορίζουν τις δυνάμεις τους έναντι άλλων, όπως δεξιότητες, πιστοποιήσεις, εκπαίδευση ή συνδέσεις. Σκέφτονται σε τι υπερέχουν και τους προσωπικούς πόρους στους οποίους μπορούν να έχουν πρόσβαση. Εξετάζουν επίσης τα δυνατά σημεία που αναγνωρίζονται από άλλους, συμπεριλαμβανομένου του εργοδότη τους, και τα πιο περήφανα επιτεύγματά τους. Επιπλέον, οι καλλιτέχνες εξετάζουν τις αξίες τους και τυχόν μοναδικά δίκτυα ή συνδέσεις που διαθέτουν.

**Αδυναμίες:** Οι καλλιτέχνες αξιολογούν εργασίες που τείνουν να αποφεύγουν λόγω έλλειψης αυτοπεποίθησης. Αναζητούν πληροφορίες από τους γύρω τους για να κατανοήσουν τις αντιληπτές αδυναμίες. Εξετάζουν την εκπαίδευση και την κατάρτιση των δεξιοτήτων τους για να εντοπίσουν τομείς αδυναμίας. Οι καλλιτέχνες αξιολογούν επίσης αρνητικές εργασιακές συνήθειες, χαρακτηριστικά προσωπικότητας ή άλλους παράγοντες που μπορεί να εμποδίσουν την πρόοδό τους στον τομέα τους.

**Ευκαιρίες:** Οι καλλιτέχνες διερευνούν πώς οι νέες ευκαιρίες ή η βοήθεια από άλλους, συμπεριλαμβανομένων των διαδικτυακών κοινοτήτων, μπορούν να τους ωφελήσουν. Εξετάζουν την ανάπτυξη του κλάδου τους και πώς να αξιοποιήσουν την τρέχουσα αγορά. Οι καλλιτέχνες αξιολογούν το δίκτυο επαφών τους και αναζητούν στρατηγικές συμβουλές. Αναλύουν τις τάσεις εντός της εταιρείας τους και εντοπίζουν τρόπους αξιοποίησής τους. Αξιολογούν επίσης τις αδυναμίες των ανταγωνιστών και εντοπίζουν τις ευκαιρίες που προκύπτουν από αυτές τις ελλείψεις. Επιπλέον, οι καλλιτέχνες αναζητούν ανεκπλήρωτες ανάγκες εντός της εταιρείας ή του κλάδου τους, που μπορούν να αντιμετωπίσουν.

**Απειλές:** Οι καλλιτέχνες αναγνωρίζουν τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν στο

εργασιακό τους περιβάλλον. Θεωρούν συναδέλφους που μπορεί να ανταγωνίζονται για έργα ή ρόλους. Αξιολογούν τη μεταβαλλόμενη φύση της εργασίας ή τους κλάδους τους και τον δυνητικό αντίκτυπο των εξελισσόμενων τεχνολογιών. Οι καλλιτέχνες σκέφτονται επίσης πώς οι αδυναμίες τους μπορεί να τους εκθέσουν σε απειλές.

Με τη διεξαγωγή μιας διεξοδικής ανάλυσης SWOT, οι καλλιτέχνες μπορούν να αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με τα προσωπικά και επαγγελματικά χαρακτηριστικά τους, επιτρέποντάς τους να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις και να αναπτύσσουν στρατηγικές για τη μεγιστοποίηση των πλεονεκτημάτων τους, την αντιμετώπιση των αδυναμιών, την αξιοποίηση ευκαιριών και τον μετριασμό των απειλών.

Συνοψίζοντας, η ανάλυση SWOT είναι μια αναστοχαστική άσκηση για τον εαυτό, που μπορεί να βοηθήσει τους καλλιτέχνες να αξιολογήσουν τα πλεονεκτήματα, τις αδυναμίες, τις ευκαιρίες και τις απειλές τους. Παρέχει μια ολοκληρωμένη κατανόηση των μοναδικών ιδιοτήτων του και τους επιτρέπει να ευθυγραμμίσουν τους στόχους και τις ενέργειές τους με την πραγματικότητα του εργασιακού τους πλαισίου.

### Υπο-ενότητα 3. Αξιολόγηση μέσω άλλων

Στην υπο-ενότητα «Αξιολόγηση μέσω άλλων», οι εκπαιδευόμενοι μαθαίνουν τη σημασία της κατανόησης του τρόπου με τον οποίο γίνονται αντιληπτοί από τους άλλους. Αυτή η ικανότητα υπερβαίνει την αυτογνωσία και περιλαμβάνει την ικανότητα να εξηγούμε προσωπικές στάσεις, να υπερασπιζόμαστε απόψεις και να σεβόμαστε τις απόψεις των άλλων. Στον κόσμο των τεχνών, η αξιολόγηση μέσω άλλων είναι ζωτικής σημασίας, καθώς το κοινό διαδραματίζει κεντρικό ρόλο στην ύπαρξη της τέχνης. Είτε οι καλλιτέχνες το γνωρίζουν είτε όχι, η καλλιτεχνική τους παραγωγή απευθύνεται πάντα σε ένα δυνητικό κοινό. Ως εκ τούτου, αυτή η υπο-ενότητα τονίζει τη σημασία της λήψης ανατροφοδότησης και της ανάπτυξης νέας ευαισθητοποίησης για την ενίσχυση της εργασίας κάποιου.

This unit highlights that the value of evaluations lies in the feedback received, rather than solely relying on self-perception. Research has shown that multiple perspectives provide a more accurate understanding of behaviour and personality compared to self-assessment alone. By learning how to interpret and utilize subjective reactions from others, participants can gain valuable insights that can positively impact their artistic practice.

Η έννοια της αξιολόγησης του εαυτού μας μέσω άλλων ευθυγραμμίζεται με το πλαίσιο LifeComp, το οποίο είναι ένα σύνολο βασικών ικανοτήτων που προσδιορίζονται από το Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το πλαίσιο έχει ως στόχο να εξοπλίσει τα άτομα με τις βασικές δεξιότητες που απαιτούνται για την προσωπική ανάπτυξη, την κοινωνική ένταξη, την ενεργό συμμετοχή στα κοινά και την απασχόληση στον 21<sup>ο</sup> αιώνα. Η ικανότητα συνεργασίας και ταύτισης με άλλους, συμπεριλαμβανομένης της ικανότητας αξιολόγησης του εαυτού μας μέσω άλλων, θεωρείται θεμελιώδης σε αυτό το πλαίσιο. Αναγνωρίζει τη σημασία των διαπροσωπικών δεξιοτήτων, συμπεριλαμβανομένης της πολιτιστικής ευαισθητοποίησης και έκφρασης, σε διάφορες πτυχές της ζωής.

Το **πλαίσιο LifeComp** παρέχει μια δομημένη προσέγγιση για την ανάπτυξη προσωπικών, κοινωνικών και μαθησιακών ικανοτήτων στην εκπαίδευση και τη δια βίου μάθηση. Επικεντρώνεται στη βασική ικανότητα της «Συνεργασίας

με άλλους» στον κοινωνικό τομέα, δίνοντας έμφαση στην αποτελεσματική αλληλεπίδραση, τη συνεργασία και τη διαχείριση συγκρούσεων. Στο σημερινό αβέβαιο πλαίσιο, η συνεργασία είναι ζωτικής σημασίας για την επίτευξη κοινών στόχων και την αξιοποίηση των ανθρώπινων δυνατοτήτων. Το πλαίσιο στοχεύει στην προώθηση της προσωπικής ολοκλήρωσης, των ισχυρών σχέσεων και της ικανότητας συνεχούς μάθησης και διατήρησης της απασχόλησης. Υιοθετώντας μια κουλτούρα συνεργασίας, τα άτομα μπορούν να αντιμετωπίσουν περίπλοκες προκλήσεις και να συμβάλουν στη συλλογική επιτυχία.



### 3.1 Σύστημα αξιών

Αυτό το μέρος τονίζει τη σημασία των αξιών τόσο σε προσωπικό όσο και σε επαγγελματικό πλαίσιο. Οι αξίες χρησιμεύουν ως κατευθυντήριες αρχές που επηρεάζουν τις πράξεις, τις συμπεριφορές, τις αποφάσεις και τις επιλογές μας. Σε ένα επαγγελματικό περιβάλλον, οι βασικές αξίες αποτελούν το θεμέλιο μιας επιχείρησης και τη διαφοροποιούν από τους ανταγωνιστές. Η κατανόηση και η ιεράρχηση των αξιών είναι ζωτικής σημασίας για να καθορίσουμε τι πραγματικά έχει σημασία στην προσωπική και επαγγελματική μας ζωή. Κατά τον καθορισμό των αξιών για μια εταιρεία, είναι σημαντικό να λαμβάνονται υπόψη οι προσωπικές αξίες, καθώς συνδέονται στενά. Η διαδικασία περιλαμβάνει πρώτα τον καθορισμό ατομικών και προσωπικών αξιών αντανακλώντας εμπνεύσεις, προσωπικούς κανόνες, κορυφαίες στιγμές και ιδιότητες που ενοχλούν ή εμπνέουν. Δεύτερον, είναι σημαντικό να προσδιοριστούν οι επαγγελματικές/επιχειρηματικές αξίες, λαμβάνοντας υπόψη όχι μόνο τον εαυτό του, αλλά και τους πελάτες, τις προοπτικές, το προσωπικό και τους πωλητές. Αυτή η διάκριση είναι σημαντική καθώς οι επιχειρηματικές αξίες εμπλέκουν πολλούς ενδιαφερόμενους και υπερβαίνουν μόνο τις προσωπικές αξίες.

### 3.2 Προσωπικός Χάρτης Αξιών

Στο μέρος αυτό, ο εκπαιδευόμενος καλείται να κατανοήσει τη σημασία της



δημιουργίας ενός *Προσωπικού Χάρτη Αξιών* ως εργαλείου προσωπικής ανάπτυξης και επιτυχίας. Ο Χάρτης Αξιών αντιπροσωπεύει οπτικά τις αξίες, τα πάθη, τις δεξιότητες και τις φιλοδοξίες ενός ατόμου. Ξεκινά με αυτο-προβληματισμό και αυτοανάλυση, αξιολογώντας εμπειρίες, ικανότητες και επιτεύγματα. Διαφορετικά τμήματα του χάρτη επικεντρώνονται στις προσωπικές δυνάμεις, τις αξίες, τα πάθη και τις φιλοδοξίες. Εξερευνώντας αυτούς τους τομείς, τα άτομα μπορούν να εντοπίσουν συνδέσεις μεταξύ των δυνατών σημείων, των αξιών και των παθών τους, παρέχοντας μια ολιστική άποψη του εαυτού τους. Ο Προσωπικός Χάρτης Αξιών χρησιμεύει ως οδηγός για τον καθορισμό στόχων, τον προγραμματισμό σταδιοδρομίας και τη λήψη αποφάσεων ευθυγραμμισμένων με τις αξίες και τα πάθη κάποιου. Προωθεί την αυτογνωσία, τη συνεχή βελτίωση και την ανακάλυψη νέων ευκαιριών. Η τακτική αυτό-αξιολόγηση και ο αναστοχασμός διασφαλίζουν ότι ο χάρτης αντικατοπτρίζει με ακρίβεια τις εξελισσόμενες δυνάμεις και φιλοδοξίες. Ο Προσωπικός Χάρτης Αξιών βοηθά στην κατανόηση του αληθινού εαυτού, στον εντοπισμό μοναδικών ικανοτήτων και στη λήψη αποφάσεων ευθυγραμμισμένων με τον αυθεντικό εαυτό του.

## Ενότητα 3: Γίνε Βιώσιμος!

### Στόχοι

Οι στόχοι της ενότητας είναι να εισαγάγει του εκπαιδευόμενους στο κοινό των νέων αναδυόμενων καλλιτεχνών τα θέματα της βιωσιμότητας, της βιώσιμης ανάπτυξης, των βιώσιμων εικαστικών τεχνών και των βιώσιμων παραστατικών τεχνών και πολιτιστικών εκδηλώσεων. Να περιγράψουν τη σημασία και τη σύνδεσή τους με την τέχνη και την πολιτιστική βιομηχανία. Στόχος είναι να καλύψει τις ανάγκες των νέων καλλιτεχνών και να τους βοηθήσει να χτίσουν μια επιτυχημένη επαγγελματική ζωή ακολουθώντας τις βιώσιμες αρχές και τάσεις της εποχής μας. Αυτή η ενότητα φέρνει επίσης ιδέες και συμβουλές για το πώς να κάνετε την πρακτική τέχνης πιο βιώσιμη.

### Εισαγωγή στη θεματική

Ζούμε σε μια εποχή που ο πολιτισμός μας γίνεται πιο κοινωνικά υπεύθυνος και ενεργός. Δημιουργικοί τομείς, συμπεριλαμβανομένης της μόδας, της αρχιτεκτονικής και των εικαστικών τεχνών, οδηγούν τον δρόμο στις συζητήσεις γύρω από τη βιωσιμότητα, το περιβάλλον και την κοινωνική συνείδηση. Στην τέχνη, η βιωσιμότητα έχει οδηγήσει στην ανάπτυξη πρωτοποριακών έργων που χρησιμοποιούν καινοτόμα υλικά και μέσα για να μεταφέρουν ισχυρά μηνύματα σχετικά με την κλιματική αλλαγή, την πολιτική και την κοινωνική αδικία.

### Δημιουργικές βιομηχανίες και βιώσιμη ανάπτυξη

Η δημιουργική οικονομία δεν είναι μόνο ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας, αλλά και ένας ιδιαίτερα μετασχηματιστικός τομέας όσον αφορά τη δημιουργία εισοδήματος, τη δημιουργία θέσεων εργασίας και τα έσοδα από εξαγωγές.

Εκτός από τα οικονομικά οφέλη, οι κλάδοι του πολιτισμού και της δημιουργικότητας δημιουργούν επίσης αξία με επίκεντρο τον άνθρωπο, τη βιώσιμη αστική ανάπτυξη, την ανάπτυξη της δημιουργικότητας και του πολιτισμού και συμβάλλουν στην επίτευξη της Ατζέντας 2030 του ΟΗΕ.

Ταυτόχρονα, η δημιουργικότητα και ο πολιτισμός έχουν επίσης σημαντική μη χρηματική αξία που συμβάλλει στην ενταξιακή κοινωνική ανάπτυξη, στον διάλογο και στην κατανόηση μεταξύ των λαών. Ο πολιτισμός αποτελεί ταυτόχρονα κινητήρια δύναμη και παράγοντα διευκόλυνσης της ανθρώπινης και βιώσιμης ανάπτυξης. Δίνει τη δυνατότητα στους ανθρώπους να αναλάβουν την ευθύνη της ανάπτυξής τους και τονώνει την καινοτομία και τη δημιουργικότητα που μπορούν να οδηγήσουν σε βιώσιμη και συμπεριληπτική ανάπτυξη.

### Γιατί να οικοδομήσουμε μια βιώσιμη μάρκα τέχνης;

Η βιώσιμη τάση είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να προσελκύσετε περισσότερους πελάτες να ευθυγραμμιστούν με τις καλλιτεχνικές και πολιτιστικές επωνυμίες σας. Εξάλλου, οι καταναλωτές είναι πολύ πιο πιθανό να ευθυγραμμιστούν με εταιρείες και οργανισμούς που μοιράζονται τις αξίες τους. Οι επωνυμίες γίνονται αντιληπτές για τη βιωσιμότητα, τόσο στο πλαίσιο της περιβαλλοντικής όσο και της κοινωνικής ευθύνης.

Η επιτυχία μας στις επιχειρήσεις συνδέεται με τα ηθικά και πρακτικά ζητήματα της ευθύνης και της βιωσιμότητας. Είναι μια αυξανόμενη τάση των τελευταίων ετών να ζούμε σε αρμονία με τις αρχές της βιωσιμότητας, οι οποίες περιλαμβάνουν την οικολογία, την κοινωνική δικαιοσύνη, την ένταξη και τη μη βία. Αν ακολουθήσουμε αυτές τις αρχές στην επαγγελματική μας εργασία ως καλλιτέχνες, τεχνίτες ή πολιτιστικοί εργαζόμενοι, μπορούμε να επωφεληθούμε από αυτές. Σημαντικά είναι τα ηθικά οφέλη, αλλά πρακτικά αυξάνουμε επίσης τις πιθανότητες επιτυχίας μας και προσεγγίζουμε νέο κοινό και δυνητικούς πελάτες με το να είμαστε πράσινοι και υπεύθυνοι απέναντι στη φύση. Αν νοιαζόμαστε για τη φύση και την κοινωνία μας, μετράει, και οι άνθρωποι το εκτιμούν κάθε μέρα όλο και περισσότερο. Οι πελάτες είναι πρόθυμοι να πληρώσουν για να υποστηρίξουν πράσινα προϊόντα και ιδέες και οι περισσότεροι νέοι τα απαιτούν ακόμη και από τις βιομηχανίες.

### Υπο-ενότητα 1. Τι είναι η βιωσιμότητα;

Η βιωσιμότητα βασίζεται σε μια απλή αρχή: Όλα όσα χρειαζόμαστε για την επιβίωση και την ευημερία μας εξαρτώνται, είτε άμεσα είτε έμμεσα, από το φυσικό μας περιβάλλον. Η επιδίωξη της βιωσιμότητας είναι η δημιουργία και η διατήρηση των συνθηκών υπό τις οποίες οι άνθρωποι και η φύση μπορούν να συνυπάρξουν σε παραγωγική αρμονία για να υποστηρίξουν τις σημερινές και τις μελλοντικές γενιές.

#### 1.1 Οι 3 πυλώνες της βιωσιμότητας

Μια δημοφιλής μέθοδος εξέτασης της κατάστασης βιώσιμης νοοτροπίας είναι η προσέγγιση τριπλής κατώτατης γραμμής. Οι τρεις κατώτατες γραμμές, ή πυλώνες, είναι:

##### 1) Περιβαλλοντική βιωσιμότητα

Οι πιο βασικές απαιτήσεις μας: αμόλυντος αέρας, καθαρό νερό και φρέσκα τρόφιμα, όλα προερχόμενα από το περιβάλλον μας, όπως και η ενέργεια και οι πρώτες ύλες που χρειαζόμαστε για τις κατασκευές και τη μεταφορά. Η περιβαλλοντική βιωσιμότητα είναι απαραίτητη εάν επιθυμούμε να έχουμε και να συνεχίσουμε να έχουμε τους πόρους για να καλύψουμε τις ανάγκες μας. Με την ευρύτερη έννοια του ορισμού, η περιβαλλοντική βιωσιμότητα περιλαμβάνει ολόκληρο το παγκόσμιο οικοσύστημα (ωκεανοί, συστήματα γλυκού νερού, γη και ατμόσφαιρα).

##### 2) Κοινωνική βιωσιμότητα

Μια κοινωνικά βιώσιμη κοινωνία είναι εκείνη στην οποία όλα τα μέλη έχουν ίσα δικαιώματα, όλα μοιράζονται ισότιμα τα κοινωνικά οφέλη και όλα συμμετέχουν ισότιμα στη διαδικασία λήψης αποφάσεων. Επιπλέον, μια κοινωνία δεν είναι βιώσιμη εάν καταναλώνει πόρους ταχύτερα από ό, τι μπορούν να ανανεωθούν φυσικά, απορρίπτει περισσότερα απόβλητα από όσα τα φυσικά συστήματα μπορούν να αφομοιώσουν χωρίς να υποβαθμιστούν ή εξαρτάται από μακρινές πηγές για τις πιο βασικές απαιτήσεις της.

##### 3) Οικονομική βιωσιμότητα

Η οικονομική βιωσιμότητα είναι κάτι πολύ περισσότερο από τη βιώσιμη αύξηση των πόρων και των περιθωρίων κέρδους. Η οικονομική

βιωσιμότητα λαμβάνει υπόψη τις κοινωνικές και οικολογικές συνέπειες της οικονομικής δραστηριότητας. Πρέπει να εξετάσουμε προσεκτικά τον πλήρη κύκλο ζωής των προϊόντων μας, από την εξόρυξη πρώτων υλών, μέσω της επεξεργασίας, της κατασκευής, της διανομής, της χρήσης, της συντήρησης, της επισκευής και της ενδεχόμενης ανακύκλωσης ή διάθεσης.

### 1.2 Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης

Τον Σεπτέμβριο του 2015, η Γενική Συνέλευση των Ηνωμένων Εθνών ενέκρινε την «Ατζέντα 2030 για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη», με 17 φιλόδοξους, καθολικούς στόχους για τη μεταμόρφωση του κόσμου μας.

Ενώ περιλαμβάνεται σε περιορισμένο αριθμό στόχων ορισμένων από τους στόχους βιώσιμης ανάπτυξης (ΣΒΑ), ο πλήρης ρόλος του πολιτισμού δεν ορίζεται ρητά στο κείμενο του ΟΗΕ. Ωστόσο, το 2019 στην 74<sup>η</sup> σύνοδο της Γενικής Συνέλευσης των Ηνωμένων Εθνών, το 2021 ανακηρύχθηκε Διεθνές Έτος Δημιουργικής Οικονομίας για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη, καθιστώντας σαφές ότι ο πολιτισμός αποτελεί τόσο καταλύτη όσο και κινητήρια δύναμη των οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών διαστάσεων της βιώσιμης ανάπτυξης. Ακολουθεί μια σύντομη περιγραφή της τρέχουσας εκπλήρωσης των ΣΒΑ με βάση την έκθεση του 2021:

1. **Εξάλειψη της φτώχειας.** Ο στόχος αυτός έχει επηρεαστεί από την πανδημία COVID-19, καθώς έχει υπολογιστεί ότι το 2020, περίπου 119 - 124 εκατομμύρια άνθρωποι έπεσαν σε ακραία φτώχεια.
2. **Εξάλειψη της πείνας.** Η πανδημία επηρέασε επίσης αυτόν τον στόχο, δεδομένου ότι 70-161 εκατομμύρια άνθρωποι σε όλο τον κόσμο πεινούσαν ως αποτέλεσμα της υγειονομικής κρίσης.
3. **Διασφάλιση καλής υγείας και προώθηση της ευημερίας όλων των ηλικιακών ομάδων.** Μετά από μια δεκαετία προόδου σε αυτόν τον τομέα, η πανδημία είχε ως αποτέλεσμα τη μείωση του προσδόκιμου ζωής. Επιπλέον, είναι δύσκολο να μετρηθεί ο πραγματικός αντίκτυπος της πανδημίας λόγω έλλειψης δεδομένων.
4. **Διασφάλιση ισότιμης και συμπεριληπτικής ποιοτικής εκπαίδευσης.** Αν και τα ποσοστά ολοκλήρωσης της πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης έχουν αυξηθεί, σε πολλές χώρες υπάρχει έλλειψη βασικών σχολικών υποδομών όσον αφορά το πόσιμο νερό και την ηλεκτρική ενέργεια.
5. **Επίτευξη ισότητας των φύλων και ενδυνάμωση όλων των γυναικών και των παιδιών.** Σε αυτόν τον τομέα, πρέπει να γίνουν περισσότερα, δεδομένου ότι οι γυναίκες αποτελούν μόλις το 25,6% των εθνικών κοινοβουλίων, το 36,3% των τοπικών κυβερνήσεων και το 28,2% των διευθυντικών θέσεων.
6. **Διασφάλιση της διαθεσιμότητας και της βιώσιμης διαχείρισης του νερού και της αποχέτευσης για όλους.** Σύμφωνα με στοιχεία του ΟΗΕ, 129 χώρες δεν βρίσκονται σε καλό δρόμο για την επίτευξη βιώσιμων υδάτινων πόρων έως το 2030.

7. **Εξασφάλιση πρόσβασης σε οικονομικά προσιτή, αξιόπιστη, καθαρή και σύγχρονη ενέργεια για όλους.** Στον κόσμο εξακολουθούν να υπάρχουν περίπου 759 εκατομμύρια άνθρωποι χωρίς πρόσβαση στην ηλεκτρική ενέργεια.
8. **Προώθηση της βιώσιμης, συμπεριληπτικής οικονομικής ανάπτυξης.** Αν και η οικονομική ανάκαμψη βρίσκεται σε εξέλιξη, η πανδημία σήμανε απώλεια ισοδύναμη με 255 εκατομμύρια θέσεις εργασίας πλήρους απασχόλησης.
9. **Δημιουργία ανθεκτικών υποδομών, προώθηση της βιώσιμης εκβιομηχάνισης χωρίς αποκλεισμούς και προώθηση της καινοτομίας.** Η παγκόσμια μεταποιητική παραγωγή μειώθηκε το 2020, αλλά, στο τέλος του ίδιου έτους, η παραγωγή αγαθών μέσης και υψηλής τεχνολογίας ενίσχυσε την οικονομική ανάκαμψη.
10. **Μείωση των ανισοτήτων εντός και μεταξύ των χωρών.** Για την επίτευξη αυτού του στόχου έως το 2030 απαιτείται περαιτέρω ανάπτυξη, διότι η πανδημία αναμένεται να επηρεάσει την πρόοδο που έχει επιτευχθεί μέχρι στιγμής όσον αφορά τη μείωση των ανισοτήτων.
11. **Καθιστώντας τις πόλεις και τις κατοικίες συμπεριληπτικές, ασφαλείς, ανθεκτικές και βιώσιμες.** Τα στοιχεία του ΟΗΕ αποκαλύπτουν ότι 156 χώρες έχουν ήδη αναπτύξει εθνικές αστικές πολιτικές, αλλά μόνο οι μισές έχουν εφαρμοστεί.
12. **Διασφάλιση βιώσιμων προτύπων κατανάλωσης και παραγωγής.** Ακριβώς όπως σημειώσαμε στην αρχή, εξακολουθεί να υπάρχει ευρεία κατανάλωση πλαστικού. Ωστόσο, το 2020 καταγράφηκαν συνολικά 700 πολιτικές και δραστηριότητες εφαρμογής στα πλαίσια προγραμμάτων για τη βιώσιμη κατανάλωση και παραγωγή.
13. **Ανάληψη επείγουσας δράσης για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής και των επιπτώσεών της.** Πολλές χώρες και εταιρείες καταβάλλουν σημαντικές προσπάθειες για τη μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, αλλά πρέπει να ληφθούν περισσότερα μέτρα για τον περιορισμό της κλιματικής αλλαγής.
14. **Διατήρηση και βιώσιμη χρήση των ωκεανών, των θαλασσών και των θαλάσσιων πόρων για βιώσιμη ανάπτυξη.** Αναμφίβολα, όπως φαίνεται από τα δεδομένα που αναφέρονται στην εισαγωγή, η βιωσιμότητα των ωκεανών μας απειλείται κυρίως από την πλαστική ρύπανση.
15. **Προστασία, αποκατάσταση και προώθηση της βιώσιμης χρήσης των χερσαίων οικοσυστημάτων.** Η πρόοδος για την προστασία βασικών τομέων βιοποικιλότητας έχει σταματήσει τα τελευταία 5 χρόνια και υπάρχουν όλο και περισσότερα απειλούμενα είδη.

16. **Πρωώθηση ειρηνικών και συμπεριληπτικών κοινωνιών για βιώσιμη ανάπτυξη.** Η πανδημία έχει εντείνει τον κίνδυνο εκμετάλλευσης των παιδιών για παιδική εργασία και μόνο 82 χώρες διαθέτουν ανεξάρτητους εθνικούς θεσμούς ανθρωπίνων δικαιωμάτων που πληρούν τα διεθνή πρότυπα.

17. **Ενίσχυση των μέσων εφαρμογής και αναζωογόνηση της παγκόσμιας εταιρικής σχέσης για την αειφόρο ανάπτυξη.** Περίπου το 63% των χωρών χαμηλού και χαμηλότερου μεσαίου εισοδήματος χρειάζονται πρόσθετη χρηματοδότηση για να αντιμετωπίσουν την πανδημία.

### 1.3 Τι σημαίνει Βιωσιμότητα στις Επιχειρήσεις;

Σήμερα, οι καλλιτέχνες και οι άλλοι εργαζόμενοι στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα αρχίζουν να συνειδητοποιούν ότι φέρνοντας βιωσιμότητα στο έργο τους, θα μπορούσαν να αποκομίσουν καλύτερα κέρδη, να αποκτήσουν νέο κοινό ή θαυμαστές και να ευχαριστήσουν καλύτερα τους πελάτες τους. Στις επιχειρήσεις, η βιωσιμότητα αναφέρεται στην επιχειρηματική δραστηριότητα χωρίς να επηρεάζει αρνητικά το περιβάλλον, την κοινότητα ή την κοινωνία στο σύνολό της.

Η βιωσιμότητα στις επιχειρήσεις απευθύνεται γενικά σε δύο κύριες κατηγορίες:

- Στην επίδραση που έχουν οι επιχειρήσεις στο περιβάλλον
- Στην επίδραση που έχουν οι επιχειρήσεις στην κοινωνία

Ο στόχος μιας βιώσιμης επιχειρηματικής στρατηγικής είναι να έχει θετικό αντίκτυπο σε τουλάχιστον έναν από αυτούς τους τομείς. Όταν οι εταιρείες αποτυγχάνουν να αναλάβουν την ευθύνη, μπορεί να συμβεί το αντίθετο, οδηγώντας σε ζητήματα όπως η υποβάθμιση του περιβάλλοντος, η ανισότητα και η κοινωνική αδικία.

Οι βιώσιμες επιχειρήσεις λαμβάνουν υπόψη ένα ευρύ φάσμα περιβαλλοντικών, οικονομικών και κοινωνικών παραγόντων κατά τη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων. Αυτοί οι οργανισμοί παρακολουθούν τον αντίκτυπο των δραστηριοτήτων τους για να διασφαλίσουν ότι τα βραχυπρόθεσμα κέρδη δεν μετατρέπονται σε μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις.

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι με τους οποίους μπορείτε να μετατρέψετε τον σκοπό του οργανισμού σας σε απόδοση. Για να καθοδηγήσεις αυτή τη διαδικασία, εξέτασε το ενδεχόμενο να κάνεις ερωτήσεις, όπως:

- Πόσα απόβλητα δημιουργεί ο οργανισμός;
- Η κουλτούρα της εταιρείας μας δυσκολεύεται;
- Οι πρακτικές προσλήψεων που εφαρμόζουμε προσελκύουν διαφορετικούς υποψηφίους για θέσεις εργασίας;
- Το προϊόν μας στοχεύει να βοηθήσει ένα συγκεκριμένο κοινό;
- Τι αντίκτυπο έχει η εταιρεία μας στην τοπική κοινωνία;

Η απάντηση σε τέτοιου είδους ερωτήσεις θα σε βοηθήσει να καθορίσεις τους στόχους βιωσιμότητας της εταιρείας σου.

**Συμβουλή:** Χρειάζεσαι βοήθεια για τον καθορισμό των στόχων βιωσιμότητας; Ακολούθησε την προσέγγιση στόχων SMART καθώς προχωράς σε αυτά τα βήματα. Το να βεβαιωθείς ότι οι στόχοι σου είναι “SMART” -συγκεκριμένοι, μετρήσιμοι, εφικτοί, σχετικοί και χρονικά προσδιορισμένοι- σε αυτό το πρώιμο στάδιο μπορεί να σας εξοικονομήσει χρόνο στο μέλλον.

## Υπο-ενότητα 2. Βιώσιμες εικαστικές τέχνες και πρακτικές

Η βιώσιμη τέχνη είναι τέχνη σε αρμονία με τις βασικές αρχές της βιωσιμότητας, οι οποίες περιλαμβάνουν την οικολογία, την κοινωνική δικαιοσύνη, τη μη βία και τη δημοκρατία ως κίνημα βάσης. Η βιώσιμη τέχνη μπορεί επίσης να γίνει κατανοητή ως τέχνη που παράγεται λαμβάνοντας υπόψη τον ευρύτερο αντίκτυπο του έργου και πρόσληψή του σε σχέση με το περιβάλλον του (κοινωνικό, οικονομικό, βιοφυσικό, ιστορικό και πολιτιστικό). Οι σύγχρονοι βιώσιμοι καλλιτέχνες περιλαμβάνουν καλλιτέχνες που χρησιμοποιούν μη τοξικά, βιώσιμα υλικά στις καλλιτεχνικές πρακτικές τους, καθώς και ενσωματώνουν εννοιολογικές ιδέες βιωσιμότητας στο έργο τους. Κάθε μικρό κομμάτι βοηθά! Ενώ μπορεί να φαίνεται σε μερικούς ότι η ιδέα της βιώσιμης τέχνης είναι ένας σχετικά νέος όρος, η αλήθεια είναι ότι οι καλλιτέχνες εργάζονται σε αυτόν τον τομέα εδώ και αρκετό καιρό. Ωστόσο, συχνά χαρακτηρίζονταν ως εννοιολογικοί καλλιτέχνες ή Eco Artists επειδή χρησιμοποιούσαν το περιβάλλον και τη βιωσιμότητα ως οικολογικό εφαλτήριο για τις ιδέες τους.

### 2.1 Είδη βιώσιμης τέχνης

#### Εννοιολογική Τέχνη

Αν και όρος ομπρέλα, η εννοιολογική τέχνη στο πλαίσιο της βιωσιμότητας αναδεικνύει τα κίνητρα για τη δημιουργία ενός συγκεκριμένου έργου τέχνης. Οι καλλιτέχνες αναδεικνύουν βασικά περιβαλλοντικά ή κοινωνικά ζητήματα μέσω έργων τέχνης που προκαλούν σκέψη σε οποιοδήποτε μέσο μπορούν να σκεφτούν, από τη γλυπτική και την εγκατάσταση έως τη μόδα και τη φωτογραφία. Αυτές οι οθόνες μπορεί να φαίνονται παράξενα όμορφες στην επιφάνεια, αλλά δημιουργούνται για να μας κάνουν να αμφισβητήσουμε τις ενέργειές μας και τον αντίκτυπό μας στον πλανήτη.

#### Οικολογική Τέχνη

Μερικοί καλλιτέχνες δεν σταματούν στην εννοιολογική πτυχή του έργου τέχνης, αλλά επιλέγουν να ενισχύσουν το μήνυμά τους με ακτιβισμό και αποκατάσταση. Η οικολογική τέχνη φέρνει ένα στοιχείο λειτουργικότητας στο έργο τέχνης προσφέροντας λύσεις σε ένα πρόβλημα μέσα από το ίδιο το έργο τέχνης. Με αυτόν τον τρόπο, ο καλλιτέχνης θίγει πιο άμεσα την αστική ευθύνη, τις κοινωνικές αδικίες και την παγκόσμια ηθική.

#### Τέχνη γης

Η τέχνη της γης περιγράφεται καλύτερα ως εργασία σε αρμονία με τον φυσικό κόσμο για την παραγωγή ενός έργου τέχνης ενσωματωμένου στο τοπίο. Οι καλλιτέχνες θα εργαστούν με το περιβάλλον και τους πόρους που έχει ήδη παράσχει για να δημιουργήσουν ένα έργο τέχνης που αντικατοπτρίζει αυτόν τον χώρο, συχνά χωρίς να φέρνουν εξωτερικά υλικά για να παρέμβουν στον χώρο.

#### Τέχνη Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας

Η κοινωνική δράση είναι το κλειδί για την Τέχνη των Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας. Μέσα από τη δημιουργία γλυπτών που αξιοποιούν την αιολική,

ηλιακή και άλλες βιώσιμες πηγές ενέργειας, ο καλλιτέχνης μπορεί να φέρει ανανεώσιμες πηγές ενέργειας στις κοινότητες και να τονίσει τον θετικό αντίκτυπο στους τοπικούς χώρους. Η τέχνη και η επιστήμη ενώνονται για να δημιουργήσουν μια ματιά στο μέλλον του λειτουργικού σχεδιασμού.

### **Ανακυκλωμένη Τέχνη**

Όπως υποδηλώνει το όνομα, αυτός ο κλάδος της βιώσιμης τέχνης βλέπει έργα τέχνης να ενώνονται χρησιμοποιώντας υλικά που προηγουμένως θεωρούνταν άχρηστα, ανεπιθύμητα ή σπασμένα. Η ανακυκλωμένη τέχνη θέτει τις πράσινες μεθόδους ακριβώς στο επίκεντρο της πρακτικής της, αναδεικνύοντας ζητήματα γύρω από τα απόβλητα, ενώ παράλληλα αναδεικνύει τη μακροζωία των αντικειμένων πέρα από την αρχική τους λειτουργία.

### **2.2 Πώς να κάνεις την καλλιτεχνική πρακτική πιο βιώσιμη;**

Οι καλλιτέχνες θα πρέπει να εξετάσουν τη χρήση ανακυκλωμένων υλικών, την αγορά φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων, τη σωστή απομάκρυνση των αποβλήτων και την εκτέλεση χωματοουργικών έργων με συνειδητό τρόπο. Χρησιμοποιώντας τέτοια υλικά, οι καλλιτέχνες μπορούν να μειώσουν τα απόβλητα που δημιουργούν και να περιορίσουν την εξάντληση των φυσικών πόρων.

Καθώς τα περιβαλλοντικά ζητήματα συνεχίζονται, οι καλλιτέχνες έχουν την ευκαιρία να ενθαρρύνουν τον θετικό καταναλωτισμό, δίνοντας στο κοινό τη δυνατότητα να αγοράσει φιλικά προς το περιβάλλον έργα τέχνης. Πέραν αυτού, καθώς αυξάνεται η ζήτηση για φιλική προς το περιβάλλον τέχνη, αυξάνονται και τα οικονομικά πλεονεκτήματα. Έτσι, η φιλική προς το περιβάλλον εργασία όχι μόνο αναιρεί τις επιπτώσεις που έχουν οι άνθρωποι στον πλανήτη, αλλά ωφελεί τον καλλιτέχνη.

Ακολουθούν πέντε τρόποι με τους οποίους μπορείς να ξεκινήσεις στο στούντιό σου για να κάνεις τη διαδικασία τέχνης σου πιο οικολογική:

1. Χρήση φιλικών προς το περιβάλλον/φυσικών χρωμάτων και διαλυτών
2. Υιοθέτηση της πρακτικής ανακύκλωσης και ανακύκλωσης υλικών
3. Χρήση πινέλων ηθικής προέλευσης
4. Υιοθέτηση βιώσιμων υλικών συσκευασίας
5. Σωστή απομάκρυνση αποβλήτων υλικού τέχνης



### Υπο-ενότητα 3. Βιώσιμες τέχνες του θεάματος και πολιτιστικές εκδηλώσεις

Οι τέχνες του θεάματος έχουν μια πλούσια ιστορία προβληματισμού και επιρροής στην κοινωνική αλλαγή. Οι δυνατότητες των παραστατικών τεχνών στον εικοστό πρώτο αιώνα για βιώσιμη ανάπτυξη, στην οποία ο καλλιτέχνης μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο μέσω της «πολιτιστικής βιωσιμότητας» είναι υψηλές.

Με τη δημιουργία μιας περιβαλλοντικά υπεύθυνης εκδήλωσης, οι καλλιτέχνες και οι πολιτιστικοί οργανισμοί στέλνουν ένα ισχυρό μήνυμα στους βασικούς ενδιαφερόμενους φορείς, αναδεικνύοντας ότι ο οργανισμός τους είναι ένας καλός εταιρικός πολίτης. Με τη διοργάνωση περιβαλλοντικά βιώσιμων εκδηλώσεων, μπορείτε να αφήσετε μια θετική εικόνα και να επηρεάσετε και τους εμπλεκόμενους! Εξοικονομώντας ενέργεια, σταματώντας τη χρήση χαρτιού και μειώνοντας τους περιττούς πόρους, όπως η χρήση φυλλαδίων. Τέτοια εργαλεία προώθησης μπορούν να αντικατασταθούν από κωδικό QR που βοηθά στην εξοικονόμηση πόρων επιτυγχάνοντας παράλληλα παρόμοιο αποτέλεσμα. Υπάρχουν διάφορα οφέλη που αποκτώνται από τη διοργάνωση μιας βιώσιμης εκδήλωσης. Καθώς η βιωσιμότητα είναι ένα θετικό και δημοφιλές ζήτημα που πρέπει να ληφθεί υπόψη, θα βελτιώσει την εικόνα της εταιρείας. Επιπλέον, θα προσελκύσει συμμετέχοντες που ενδιαφέρονται για αυτό το θέμα. Καθώς μια εκδήλωση έχει αποτελέσματα μάρκετινγκ, θα περιλαμβάνει μεγάλες ομάδες κοινού και θα έχει μεγάλη επιρροή.

#### 3.1 Φιλική προς το περιβάλλον Διαχείριση Εκδηλώσεων

Η μείωση των αρνητικών επιπτώσεων του εργαστηρίου, της συναυλίας, της έκθεσης, του φεστιβάλ, του συνεδρίου, της θεατρικής ή χορευτικής παράστασης ή εκδήλωσης θα γίνει σύντομα προτεραιότητα σε όλο το πολιτιστικό και δημιουργικό επιχειρηματικό και κοινωνικό τοπίο παγκοσμίως. Κάνοντας μικρά, ευσυνείδητα βήματα, η εκδήλωσή σας μπορεί να είναι καλή για τον πλανήτη και καλή για την εκδήλωσή σας, τους καλεσμένους και το κοινό της.

#### Συγκεκριμένα βήματα για να κάνεις την εκδήλωσή σου πιο βιώσιμη:

- **Εκδηλώσεις εξ αποστάσεως**

Η πλήρης εικονική/εξ αποστάσεως μετάβαση είναι το #1 καλύτερο πράγμα που μπορούν να κάνουν οι διοργανωτές εκδηλώσεων εάν είναι αφοσιωμένοι στην τάση βιώσιμων εκδηλώσεων.

- **Υβριδικές εκδηλώσεις**

Η δεύτερη καλύτερη λύση που υποστηρίζει την τάση εκδηλώσεων βιωσιμότητας είναι η διοργάνωση μιας υβριδικής εκδήλωσης. Χάρη στις υβριδικές εκδηλώσεις, ένα σημαντικό μέρος του προσωπικού κοινού σας μπορεί να μεταναστεύσει στο διαδίκτυο ή σε έναν χώρο που απαιτεί λιγότερα ταξίδια.

- **Περιφερειακά κέντρα**

Μία από τις πιο προβληματικές πτυχές της βιομηχανίας εκδηλώσεων είναι τα αεροπορικά ταξίδια που απαιτούν οι διαζώσης εκδηλώσεις. Αντί να φιλοξενείς το τμήμα διαζώσης συμμετεχόντων της υβριδικής σου εκδήλωσης σε έναν χώρο, εξέτασε το ενδεχόμενο να προγραμματίσεις αρκετές μικρότερες προσωπικές συγκεντρώσεις σε περιοχές όπου ζουν οι περισσότεροι από τους συμμετέχοντες.

○ **Ζητήματα χώρου**

Εάν η μετάβαση σε υβριδική ή πλήρως εξ αποστάσεως διοργάνωση δεν είναι διαθέσιμη, εξακολουθούν να υπάρχουν πολλοί τρόποι για να κάνεις τις δια ζώσης εκδηλώσεις πιο βιώσιμες. Επίλεξε χώρους που:

1. Είναι εύκολα προσβάσιμοι με τη δημόσια συγκοινωνία,
2. Έχουν πιστοποίηση ISO 20121,
3. Διαθέτουν ηλιακά πάνελ,
4. Έχουν τοπικά εστιατόρια σε κοντινή απόσταση,
5. Προσφέρουν καταλύματα φιλικά προς το περιβάλλον,
6. Χρησιμοποιούν ανανεώσιμες πηγές, φώτα LED και άλλα συστήματα χαμηλότερης απόδοσης για τις ανάγκες παραγωγής.

○ **Περίορισε τη σπατάλη τροφίμων!**

Η σπατάλη τροφίμων στη βιομηχανία εκδηλώσεων είναι τεράστια, αλλά ευτυχώς, υπάρχουν μικρά βήματα που μπορούν να κάνουν οι διοργανωτές για να μειώσουν τις επιπτώσεις στο περιβάλλον. Πρόσφερε vegan και χορτοφαγικές επιλογές, καθώς έχουν χαμηλότερο αποτύπωμα άνθρακα. Εάν εξακολουθείτε να έχετε υπολείμματα τροφίμων, συνεργαστείτε με τοπικά προγράμματα και δωρίστε τα σε όσους έχουν ανάγκη.

○ **Επίλεξε πιο πράσινα τρόφιμα και ποτά**

1. Χρησιμοποίησε τοπικά συστατικά,
2. Χρησιμοποίησε οργανικά υλικά,
3. Επίλεξε εποχιακά υλικά. Το τοπικό, εποχιακό φαγητό έχει καλύτερη γεύση!
4. Σκέψου με βάση τα φυτά. Η καλλιέργεια λαχανικών είναι λιγότερο επιβλαβής για το περιβάλλον από την κτηνοτροφία.

○ **Σταμάτα τη χρήση χαρτιού με τεχνολογίες εκδηλώσεων!**

Οι πλατφόρμες εκδηλώσεων και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν φέρει επανάσταση στον τρόπο με τον οποίο επικοινωνούμε και αλληλεπιδρούμε μεταξύ μας σε εκδηλώσεις. Είναι πράσινα και φιλικά προς τον προϋπολογισμό: μια πραγματική νίκη βιωσιμότητας!

○ **Σταμάτα τη χρήση πλαστικού**

Πλαστικό: Φράζει τις χωματερές και τους ωκεανούς μας καθώς μιλάμε και η δημιουργία του φέρει τεράστιο αποτύπωμα άνθρακα. Για να διακόψεις τη χρήση πλαστικού στις εκδηλώσεις σου, σκέψου:

1. Τη χρήση επιμεταλλωμένων και μαχαιροπίρουνων μιας χρήσης.
2. Την εξάλειψη της χρήσης πλαστικών κυπέλων για νερό ή άλλα ποτά.
3. Ενθάρρυνση των επισκεπτών να φέρουν δικά τους μπουκάλια νερού ή φλιτζάνια.
4. Να μην χρησιμοποιούνται καλαμάκια ή να χρησιμοποιούνται ατσάλινα ή γυάλινα καλαμάκια.

○ **Προβολή αντί για εκτύπωση**

Ο σχεδιασμός σκηνικών και σκηνών μπορεί να απαιτεί αρκετά υλικά, αλλά η προβολή μπορεί να εξαλείψει το κόστος παραγωγής σχεδίων μετατρέποντας σχεδόν οποιαδήποτε επιφάνεια σε οθόνη με προβολή βίντεο.

○ **Βγες έξω**

Ένα άλλο πλεονέκτημα της ψηφιακής τεχνολογίας είναι η ευκαιρία να κάνεις παραστάσεις σχεδόν οπουδήποτε. Η προβολή μπορεί να είναι εξίσου αποτελεσματική στην ύπαιθρο και μια υπαίθρια συγκέντρωση μπορεί να είναι ένας νέος τρόπος μείωσης του κλιματισμού και της κατανάλωσης

ηλεκτρικής ενέργειας.

○ **Εξέτασε τις επιλογές μεταφοράς**

1. Ενθάρρυνση του carpooling, μεταξύ άλλων μέσω προγραμμάτων κοινής χρήσης διαδρομών όπως το UberPool, το Lyft Shared και άλλα. Μπορείτε ακόμη και να δημιουργήσετε μια επιλογή κοινής χρήσης αυτοκινήτου.
2. Εξασφάλισε την πρόσβαση στα μέσα μαζικής μεταφοράς επιλέγοντας έναν χώρο κοντά σε γραμμές λεωφορείων και τρένων.

○ **Μείωσε τα απόβλητα**

Επωφελήσου από τρόπους για:

1. Επαναχρησιμοποίηση, όπως επιλογή επαναχρησιμοποιήσιμων πινακίδων, βραχιολιών, ετικετών ονομάτων κ.λπ., για να μην αναφέρουμε επαναχρησιμοποιήσιμα μπουκάλια νερού (όχι πλαστικό, παρακαλώ!) και πιάτα/μαχαιροπίρουνα.
2. Ανακύκλωση, και όχι μόνο μέσω κάδων ανακύκλωσης. Σχεδόν κάθε φυσικό στοιχείο της εκδήλωσής σας μπορεί να αντικατασταθεί με μια έκδοση ανακυκλωμένων υλικών.
3. Κομποστοποίηση, ξεκινώντας με την επιλογή ενός χώρου που διαθέτει πρόγραμμα κομποστοποίησης.

○ **Επίλεξε δίκαιο εμπόριο**

Τα πιστοποιημένα προϊόντα δίκαιου εμπορίου παράγονται σύμφωνα με τα πρότυπα δίκαιου εμπορίου, τα οποία προωθούν τη βιωσιμότητα του εισοδήματος, την ευημερία της κοινότητας και του ατόμου.

### 3.2 Βασικές δράσεις για τη βιωσιμότητα των καλλιτεχνικών ιδρυμάτων

1. Παρακολούθηση ότι ο οικολογικός σχεδιασμός και οι στόχοι βιώσιμης ανάπτυξης της έκθεσης/εκδήλωσης βρίσκονται σε καλό δρόμο.
2. Εύνοια τοπικών καλλιτεχνών, προμηθευτών και συνεργατών.
3. «Έξυπνη» σκέψη στις επιλογές σχεδιασμού. Χρήση των υλικών με φειδώ για ισοδύναμα ποιοτικά αποτελέσματα.
4. Μείωση της κατανάλωσης υλικών και ενέργειας με λιγότερη προσφυγή σε νέα και αναλώσιμα υλικά.
5. Γνώση φιλικών προς το περιβάλλον υλικών, ετικετών και προτύπων, προκειμένου να καταστεί δυνατή η χρήση καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής της έκθεσης.
6. Προώθηση μιας ευχάριστης και υγιούς επίσκεψης στους επισκέπτες.
7. Διατήρηση της κατανάλωσης ενέργειας όσο το δυνατόν χαμηλότερα.
8. Μείωση της ρύπανσης στα εργοτάξια εγκατάστασης και απεγκατάστασης και διασφάλιση της βέλτιστης απομάκρυνσης των αποβλήτων.

#### Βελτίωση επίπτωσης του μοντέλου περιοδείας

Το μοντέλο περιοδείας, είτε πρόκειται για περιοδεύουσες εταιρείες είτε για περιοδεύουσες εκθέσεις, παραμένει δαπανηρό για το περιβάλλον. Είναι πολύ ακριβό, χρονοβόρο και απαιτεί μεγάλο προσωπικό. Επιπλέον, το αποτύπωμα άνθρακα τέτοιων δραστηριοτήτων είναι εξαιρετικά υψηλό λόγω της ανάγκης μεταφοράς τεράστιων συνόλων, μεγάλου αριθμού ανθρώπων ή πολύ εύθραυστων έργων τέχνης.

Ο στόχος εδώ δεν είναι απαραίτητα να σταματήσουμε να κάνουμε περιοδείες,

αλλά να μειώσουμε τις επιπτώσεις τους στο περιβάλλον. Έχουν προκύψει ορισμένα παραδείγματα συγκεκριμένων δράσεων που έχουν αναληφθεί στον τομέα των παραστατικών τεχνών: μείωση του αριθμού των πόλεων στις οποίες πραγματοποιείται περιοδεία, επιλογή μικρότερων παραγωγών, πρόσληψη τοπικών συνεργείων και πρόσληψη ενός μικρού βασικού συνεργείου γύρω από τις παραστάσεις, χρήση προηχογραφημένης ορχήστρας σε ορισμένες περιπτώσεις, κοινή χρήση ή επαναχρησιμοποίηση κοστούμιών, σχεδιασμός εποχών με κοινό σκηνικό, χρήση προβολών αντί για σκηνικά. Μεταξύ των μουσείων, γίνονται πολλές προσπάθειες για να επανεξεταστεί το μοντέλο των περιοδεύοντων εκθέσεων: μείωση του αριθμού των πόλεων, προτίμηση κοντινότερων πόλεων, αποϋλοποίηση παρά μετεγκατάσταση του εκθεσιακού συνόλου, δωρεά σκηνογραφικών στοιχείων.

## Ενότητα 4: Βρες τους συνεργάτες σου!

### Εισαγωγή στη θεματική

Στόχος αυτής της Ενότητας είναι:

1. Η παροχή θεωρητικής κατανόησης του τι είναι συνεργασία
  - Ποιος είναι ο ορισμός της συνεργασίας;
  - Προϋποθέσεις καλής συνεργασίας
  - Κοινές προκλήσεις και ευκαιρίες που συνδέονται με συνεργασίες
2. Η παροχή βαθύτερης κατανόησης διαφορετικών τύπων συνεργασίας
3. Η παροχή συγκεκριμένων εργαλείων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία συνεργασιών

### Υπο-ενότητα 1. Τι είναι συνεργασία;

Συνεργασία σημαίνει άνθρωποι που εργάζονται μαζί, με έναν κοινό σκοπό, για να δημιουργήσουν ή να επιτύχουν κάτι. Η συνεργασία μπορεί να προσφέρει πολλά οφέλη, συμπεριλαμβανομένης της αυξημένης δημιουργικότητας και καινοτομίας, της καλύτερης επίλυσης προβλημάτων, της βελτιωμένης αποτελεσματικότητας και παραγωγικότητας και της ικανότητας αξιοποίησης διαφορετικών προοπτικών και εμπειρογνομosύνης. Είναι μια βασική δεξιότητα σχεδόν σε κάθε τομέα και βιομηχανία.

Η δημιουργική οικονομία αποτελείται κυρίως από ελεύθερους επαγγελματίες και μικρές επιχειρήσεις και τα επιστημονικά στοιχεία δείχνουν ότι οι δημιουργικοί παράγοντες επωφελούνται ιδιαίτερα από τη δημιουργία ισχυρών δεσμών συνεργασίας. Ωστόσο, η καλλιέργεια τέτοιων δεσμών δεν είναι πάντα εύκολη και υπάρχουν σημαντικά εμπόδια στη συνεργασία. Η υπέρβαση αυτών των εμποδίων εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις σχέσεις μεταξύ των παραγόντων.

Εάν δύο παράγοντες έχουν διαιρεμένες αντιλήψεις για έναν τρίτο παράγοντα ή μια κατάσταση, εμφανίζεται ανισορροπία στη σχέση. Οι εντάσεις που προκύπτουν μπορούν να οδηγήσουν στο τέλος της σχέσης ή να μετατραπούν σε κατάσταση αντιπάθειας ή εχθρότητας.

Έτσι, η επιτυχημένη συνεργασία καταλήγει στην προσεκτική οικοδόμηση συνεργατικών σχέσεων που χαρακτηρίζονται από ανοιχτότητα, ανταλλαγή γνώσεων και λογοδοσία. Πρόκειται για την οικοδόμηση εμπιστοσύνης, τη σχέση μεταξύ τους με την πάροδο του χρόνου και σε διαφορετικές καταστάσεις, την ανταλλαγή ιστοριών, αξιών και ιδεών. Από αυτό το θεμέλιο μπορούμε να συνεργαστούμε για να συνδημιουργήσουμε, να αναπτύξουμε, να χτίσουμε, να κλιμακώσουμε κ.λπ.

Η επιτυχής συνεργασία απαιτεί αποτελεσματική επικοινωνία, αμοιβαίο σεβασμό, κοινό όραμα και στόχους και προθυμία συμβιβασμού και εξεύρεσης κοινού εδάφους.

### Υπο-ενότητα 2. Τύποι συνεργασίας

Η συνεργασία μπορεί να λάβει πολλές διαφορετικές μορφές, από την εργασία σε ένα έργο με έναν συνάδελφο έως τη συμμετοχή σε μια διατμηματική ομάδα ή τη συνεργασία με άλλους σε μια κοινοπραξία.

Υπάρχουν δύο κύριοι τύποι συνεργασίας που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε, ανάλογα με το τι ελπίζετε να επιτύχετε.

Αυτοί είναι:

1. **Ανοικτή συνεργασία.** Προσκαλείτε άτομα εντός ή εκτός της επιχείρησής να δημιουργήσουν ιδέες ή να λύσουν ένα πρόβλημα. [Οι ανοικτές συνεργασίες](#) λειτουργούν καλύτερα για μεγάλες, ευρείες προκλήσεις, καθώς επιτρέπουν σε οποιονδήποτε να ανταποκριθεί. Αυτό δίνει τη δυνατότητα πρόσβασης σε ένα ευρύ φάσμα απόψεων και εμπειρογνώμοσύνης.
2. **Κλειστή συνεργασία.** Οι κλειστές συνεργασίες λειτουργούν καλύτερα όταν υπάρχει ένα συγκεκριμένο πρόβλημα προς επίλυση, το οποίο απαιτεί εξειδικευμένες δεξιότητες ή γνώσεις. Ως αποτέλεσμα, οι κλειστές συνεργατικές ομάδες τείνουν να είναι πολύ μικρότερες από τις ανοικτές.

Άλλες μορφές συνεργασίας:

- **Διατμηματική συνεργασία.** Αυτό περιλαμβάνει τη συνεργασία με άτομα που έχουν [διαφορετικές λειτουργίες εργασίας](#) (μάρκετινγκ, τεχνολογία ή εξυπηρέτηση πελατών, για παράδειγμα) για την επίτευξη ενός κοινού στόχου.
- **Διαπολιτισμική συνεργασία.** Εδώ, εργάζεσαι με [ανθρώπους από άλλες χώρες ή πολιτισμούς](#) για να μάθεις περισσότερα για τις διάφορες αγορές και να ενθαρρυνθεί η καινοτομία.
- **Εξ αποστάσεως συνεργασία.** Στον απόηχο της πανδημίας COVID-19, η εργασία από το σπίτι έχει γίνει ο κανόνας για πολλούς οργανισμούς. Εφαρμογές όπως το [Skype™](#), το [Slack™](#), το [Asana™](#), το [Miro™](#), and [Google Docs™](#) έχουν καταστήσει ευκολότερη από ποτέ τη συνάντηση και τη συνεργασία των ανθρώπων, ακόμη και αν εργάζονται σε διαφορετικά γραφεία ή χώρες.
- **Σύγχρονη,** όπου όλοι αλληλεπιδρούν σε πραγματικό χρόνο, όπως σε ηλεκτρονικές συσκευές, μέσω άμεσων μηνυμάτων ή μέσω Skype και
- **Ασύγχρονη,** όπου η αλληλεπίδραση μπορεί να μετατοπιστεί χρονικά, όπως κατά τη μεταφόρτωση εγγράφων ή σχολιασμών σε κοινόχρηστους χώρους εργασίας ή την πραγματοποίηση συνεισφορών σε ένα wiki.

### Υπο-ενότητα 3. Πώς μπορείς να χτίσεις τις συνεργασίες σου;

#### 3.1 Συνεργασία vs Συμμετοχή

Ρώτησε τον εαυτό σου μια ειλικρινή ερώτηση: Θέλεις βοήθεια από άλλους για να επιτύχεις τους δικούς σου στόχους ή είσαι ανοιχτός/ή σε πραγματική συνεργασία; Να παράγουμε πραγματικά κάτι μαζί και να επιτύχουμε κοινούς στόχους;

«Με απλά λόγια, η συμμετοχή αφορά τη συνεισφορά άλλων για την επίτευξη των δικών σου στόχων. Η συνεργασία, από την άλλη πλευρά, αφορά την από κοινού εργασία με άλλους για να παράγουμε κάτι μαζί και να επιτύχουμε κοινούς στόχους».

Εάν είσαι μουσικός καλλιτέχνης, για παράδειγμα, ποιος είναι ο στόχος; Θέλεις βοήθεια για τη διάδοση των δικών σου τραγουδιών; θέλεις να συμμετάσχεις σε μια ομάδα/δίκτυο/σκηνή άλλων καλλιτεχνών; Θέλεις να γράψεις τα τραγούδια σου μόνος/η σου και στη συνέχεια να συνεργαστείς με ζωντανούς μουσικούς, επισκέπτες περιοδείας, δισκογραφικές εταιρείες/διανομείς κ.λπ.; 'Η

θέλεις να ασχοληθείς με τη δημιουργία μουσικής όπου από κοινού δημιουργείτε τραγούδια μαζί; Αν είσαι συγκρότημα, έχεις μιλήσει για αυτά τα θέματα;

### 3.2 Διατυπώνοντας το γιατί, το πώς και το τι

Όταν δημιουργούμε, ανανεώνουμε ή εμβαθύνουμε τις σχέσεις συνεργασίας με εταίρους διαφόρων ειδών, μπορεί να είναι καλή ιδέα να συμφωνήσουμε σχετικά με το γιατί συνεργαζόμαστε, πώς θέλουμε να προχωρήσουμε και τι πρέπει να αφορά η συνεργασία.

#### **Γιατί;**

Ξεκινώντας από το *γιατί* δεν θέτουμε όρια στο τι ακριβώς πρέπει να κάνουμε και πώς πρέπει να το κάνουμε, πρόκειται μάλλον για τον σκοπό. Γιατί αυτή η συνεργασία; Ποιος είναι ο σκοπός; Για τι αγωνιζόμαστε μαζί;

#### **Πώς;**

Με βάση στον σκοπό, το ερώτημα γίνεται - *πώς* προχωράμε; Προς ποια κατεύθυνση και προς ποιους τομείς κινούμαστε; Από τι πρέπει να χαρακτηρίζεται η διαδικασία για να υποστηριχθεί η συνεργατική σχέση, ώστε να εμβαθύνει και να οδηγήσει στην επιχείρηση;

#### **Τι;**

Τέλος, πρόκειται για το *τι* κάνουμε μαζί με τη μορφή δραστηριοτήτων και μάθησης που οδηγούν στην ανάπτυξη της συνεργασίας προς όφελος των φιλοδοξιών μας.

### 3.3 Θέσε στόχους SMART

**Συγκεκριμένοι:** Θέσε Συγκεκριμένους Στόχους

Ο στόχος σου πρέπει να είναι σαφής και καλά καθορισμένος. Οι ασαφείς ή γενικευμένοι στόχοι δεν βοηθούν επειδή δεν παρέχουν επαρκή κατεύθυνση.

**Μετρήσιμοι:** Θέσε Μετρήσιμους Στόχους

Συμπερίλαβε ακριβή ποσά, ημερομηνίες και ούτω καθεξής στους στόχους σου, ώστε να μπορείς να μετρήσεις τον βαθμό επιτυχίας σου.

**Πραγματοποιήσιμοι:** Θέσε Πραγματοποιήσιμους Στόχους

Βεβαιώσου ότι είναι δυνατό να επιτύχεις τους στόχους που έχεις θέσει.

**Σχετικοί:** Θέσε Σχετικούς Στόχους

Οι στόχοι πρέπει να είναι σχετικοί με την κατεύθυνση που θέλεις να πάρει η ζωή και η καριέρα σου. Διατηρώντας τους στόχους ευθυγραμμισμένους με αυτό, θα αναπτύξεις την εστίαση που χρειάζεσαι για να προχωρήσεις και να κάνεις ό,τι θέλεις.

**Χρονικά Προσδιορισμένοι:** Θέσε Χρονικά Προσδιορισμένους Στόχους

Οι στόχοι σου πρέπει να έχουν προθεσμία. Και πάλι, αυτό σημαίνει ότι ξέρεις πότε μπορείς να γιορτάσεις την επιτυχία.

### 3.4 Χώροι συνεργασίας ως τύποι δημιουργικού κέντρου

«Η συμμετοχή σε ένα κέντρο κάνει τους ελεύθερους επαγγελματίες και τις πολύ μικρές επιχειρήσεις να αισθάνονται μέρος μιας ευρύτερης εικόνας, χωρίς αυτό να σημαίνει απαραίτητα ότι πρέπει να είναι μέρος ενός οργανισμού. Οι ελεύθεροι επαγγελματίες και οι πολύ μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες κανονικά θα εργάζονταν από το σπίτι, είναι σε θέση να συνδεθούν, να συνεργαστούν και να μοιραστούν με άλλους ομοϊδεάτες. Η συμμετοχή σε μια κοινότητα αυξάνει την εμπιστοσύνη, τον πειραματισμό, τη συνεργασία και την ανάπτυξη των ελεύθερων επαγγελματιών. Μαζί μπορούν να προωθήσουν την εργασία, να έχουν πρόσβαση σε πόρους και εργαλεία, να εμπνεύσουν ο ένας τον άλλον και να προσελκύσουν επενδύσεις ως συλλογικότητα επιστημονικών κλάδων».

### 3.5 Πέντε Βήματα για επιτυχημένη συνεργασία

Χρησιμοποίησε αυτήν την προσέγγιση πέντε βημάτων για να βεβαιωθείς ότι οι συνεργασίες σου είναι επιτυχείς:

#### 1. Καθορισμός σκοπού

Πρώτα απ' όλα, πρέπει να έχετε έναν ισχυρό κοινό σκοπό. Μόνο όταν γνωρίζετε προς τι εργάζεστε μπορεί να ξεκινήσει η παραγωγική συνεργασία. Έτσι, πριν δημιουργήσετε ένα συνεργατικό έργο, αφιερώστε λίγο χρόνο για να προσδιορίσετε και να διευκρινίσετε τι θέλετε να επιτύχει η ομάδα (ορίστε τους στόχους σας).

#### 2. Επιλογή Ανοιχτής ή Κλειστής συνεργασίας

Η επιλογή σας θα εξαρτηθεί από το πρόβλημα που πρέπει να λύσετε.

- Εάν θέλετε να λάβετε ιδέες για ένα νέο προϊόν, για παράδειγμα, ίσως θελήσετε να προσκαλέσετε απαντήσεις από άτομα σε ολόκληρη την επιχείρηση, καθώς και από τους πελάτες σας. Εάν συμβαίνει αυτό, η ανοιχτή συνεργασία θα είναι πιθανότατα η πιο κατάλληλη.

#### 3. Εμπλοκή σωστών ανθρώπων

- Μόλις ορίσετε τους στόχους σας, πρέπει να προσδιορίσετε τους ανθρώπους που είναι οι πιο ικανοί για να τους επιτύχετε. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό όταν χρησιμοποιείτε κλειστή συνεργασία.
- Σκεφτείτε ανθρώπους που έχουν σχετική εξειδίκευση, εμπειρία και δεξιότητες ή που είναι καλοί στο να αμφισβητούν υποθέσεις και μπορούν να συνεισφέρουν διαφορετικές προοπτικές.
- Αν και η συνεργασία αφορά την ισότιμη συμμετοχή, μπορεί να είναι χρήσιμο να εκλέξετε κάποιον για να οργανώσει και να ηγηθεί του έργου, ώστε να παραμείνει σε καλό δρόμο. Ανάθεση ρόλων εντός της ομάδας.

#### 4. Επίτευξη προθυμίας

- Ενώ μερικοί άνθρωποι θα αρπάξουν την ευκαιρία να συνεργαστούν, άλλοι μπορεί να μην είναι τόσο πρόθυμοι. Μπορεί να το δουν ως περιορισμό του χρόνου τους και να ανησυχούν για την επιπλέον δουλειά ή το άγχος που θα μπορούσε να φέρει.
- Έτσι, πριν ζητήσετε από κάποιον να συνεργαστεί, σκεφτείτε πώς μπορεί να τον ωφελήσει. Ο προσδιορισμός του ευρύτερου



στρατηγικού στόχου, όπως η τελειοποίηση μιας διαδικασίας για την αύξηση του εισοδήματος, μπορεί να είναι πειστικός.

### 5. Ενθάρρυνση συνεργατικής συμπεριφοράς

Η συνεργασία μπορεί να απαιτήσει πολλά από τους ανθρώπους. Σημαίνει να είσαι ανοιχτόμυαλος, να ακούς τις απόψεις των άλλων ανθρώπων και να βάζεις τις προσωπικές ατζέντες στην άκρη.

Ενθάρρυνε τη συνεργασία σε ολόκληρο τον οργανισμό σου. Μπορείτε να το κάνετε αυτό:

- **Δίνοντας το παράδειγμα.** Οι άνθρωποι παρακολουθούν [πώς ενεργείς](#). Εάν δεν φοβάσαι να ακούς νέες ιδέες και να προσφέρεις λύσεις -ακόμα και όταν σε κάνει ευάλωτο/η- θα ενθαρρύνεις και άλλους να κάνουν το ίδιο.
- **Οικοδομώντας εμπιστοσύνη.** Η συνεργασία μπορεί να σταματήσει όταν οι άνθρωποι δεν αισθάνονται ικανοί να ανοιχτούν. Καταπολεμήστε αυτό δημιουργώντας δραστηριότητες ανάπτυξης ομαδικού πνεύματος και ενθαρρύνοντας τους ανθρώπους να δώσουν ειλικρινή και εποικοδομητική ανατροφοδότηση.

### 3.6 Θέσε στόχους που σε παρακινούν

Όταν θέτεις στόχους για τον εαυτό σου, είναι σημαντικό να σε παρακινούν: αυτό σημαίνει να βεβαιωθείς ότι είναι σημαντικοί για εσένα και ότι υπάρχει αξία στην επίτευξή τους.

#### Συμβουλή:

*Για να βεβαιωθείς ότι ο στόχος σου σου δίνει κίνητρο, γράψε γιατί είναι πολύτιμος και σημαντικός για εσένα. Ρώτα τον εαυτό σου: «Αν μοιραζόμουν τον στόχο μου με άλλους, τι θα τους έλεγα για να τους πείσω ότι ήταν ένας αξιόλογος στόχος;»*

*Μπορείς να χρησιμοποιήσεις αυτή τη δήλωση αξίας για να σε βοηθήσει εάν αρχίσεις να αμφιβάλεις για τον εαυτό σου ή να χάνεις την εμπιστοσύνη στην ικανότητά σου να πραγματοποιήσεις όντως τον στόχο.*

#### Πώς να προβληματιστείς σχετικά με τους στόχους σου

- Προβληματίσου με τον εαυτό σου.
- Γράψε τον στόχο σου για τον εαυτό σου και γιατί είναι πολύτιμος και σημαντικός για εσένα. Ρώτα τον εαυτό σου: «Αν μοιραζόμουν τον στόχο μου με άλλους, τι θα τους έλεγα για να τους πείσω ότι ήταν ένας αξιόλογος στόχος;»
- Από αυτό, γράψε τη δήλωση αξίας σου για να σε βοηθήσει εάν αρχίσεις να αμφιβάλεις για τον εαυτό σου ή να χάνεις την εμπιστοσύνη στην ικανότητά σου να πραγματοποιήσεις πραγματικά τον στόχο:
  - Χρησιμοποίησε σαφή και συνοπτική γλώσσα
  - Βεβαιώσου ότι η δήλωση είναι εύκολα κατανοητή
  - Φαντάσου τι θέλεις να είσαι σε πέντε έως δέκα χρόνια

## Υπο-ενότητα 4. Πώς μπορείς να προσεγγίσεις πιθανούς συνεργάτες;

#### 4.1 8 Στρατηγικές για να Βρεις τον Τέλειο Επιχειρηματικό Συνεργάτη

1. Βρες κάποιον που πραγματικά απολαμβάνεις, συμπαθείς και εμπιστεύεσαι.
2. Βρες κάποιον που μοιράζεται τις αξίες σου.
3. Βρες κάποιον με ένα συμπληρωματικό σύνολο δεξιοτήτων και χαρακτηριστικών.
4. Βρες κάποιον που δίνει και παίρνει.
5. Βρες κάποιον που θέλει να αναπτυχθεί και θα υποστηρίξει την ανάπτυξή σου.
6. Βρες κάποιον πρόθυμο να συμμετάσχει στην προληπτική διαχείριση συγκρούσεων.
7. Βρες κάποιον που μπορεί να μοιραστεί το όραμά σου.
8. Βρες κάποιον που είναι προετοιμασμένος για το τέλος.

#### Πρακτική άσκηση:

1. **Πρώτον:** Γράψε τον στόχο σου, τον χώρο εργασίας ή το άτομο, τη σύμβαση που θέλεις να υπογράψεις. Σκέψου τα πάντα και σκέψου μεγαλεπήβολα.
2. **Δεύτερον:** Γράψε τις επαφές που έχεις που μπορούν να σε μεταφέρουν εκεί.
3. **Τρίτον:** Ποια βήματα πρέπει να ακολουθήσεις για να φτάσεις εκεί. Και ποια βασικά άτομα βρίσκονται στο δίκτυό σου;

Ξεκίνα να δικτυώνεσαι μαζί του και ξεκίνα από εκεί. Όρισε του ΈΞΥΠΝΟΥΣ ΣΤΟΧΟΥΣ, το σχέδιο δράσης σου.

#### Η αντίθετη μέθοδος

Ξεκινήστε υποθέτοντας: Τι θα μπορούσαμε να κάνουμε για να κάνουμε μια σχέση όσο το δυνατόν πιο κακή;  
Μόλις συλλέξετε έναν αριθμό από πράξεις που μπορούν να δημιουργήσουν μια κακή σχέση, αντιστρέψτε αυτές τις δηλώσεις.  
Τι βρίσκετε τώρα που μπορεί να θεωρηθεί ότι εάν γίνει οδηγεί στη δημιουργία μιας καλής σχέσης;

#### 4.2 4 τρόποι οικοδόμησης μιας επιτυχημένης επιχειρηματικής συνεργασίας

##### Σαφείς προσδοκίες.

Θα πρέπει να έχετε μια ισχυρή σύνδεση με την επιχείρηση με την οποία συνεργάζεστε, αλλά η σφυρηλάτηση των λεπτομερειών αυτής της συνεργασίας πρέπει να είναι περισσότερο τεχνική παρά συναισθηματική.

##### Θεώρηση του συνεργάτη ως μέρους της ομάδας.

Οι σαφείς και καλά καθορισμένοι ρόλοι διασφαλίζουν ότι δεν θα υπάρξει επικάλυψη στις προσφορές που θα μπορούσαν να δημιουργήσουν ανταγωνισμό μεταξύ εσάς και του συνεργάτη σας.

**Δώστε χώρο στη συνεργασία για να αναπτυχθεί.**

Θυμηθείτε, δεν συγκεντρώνετε απλώς πόρους. Συνδυάζετε επίσης τις ικανότητές σας για κλιμάκωση όσο το δυνατόν γρηγορότερα.

**Κάντε την ειλικρίνεια και τη διαφάνεια τα συνθήματά σας.**

Η δημιουργία μιας επιτυχημένης εταιρικής σχέσης και η διασφάλιση της ικανότητάς της να αναπτυχθεί είναι ουσιαστικής σημασίας.

Η μακροπρόθεσμη επιτυχία απαιτεί επίσης ειλικρίνεια και διαφάνεια και από τους δύο εταίρους.

### **Υπο-ενότητα 5. Πώς μπορώ να τους πείσω να συνεργαστούν μαζί μου;**

Προκειμένου να εξετάσει κάποιος το ενδεχόμενο συνεργασίας μαζί σου, είναι σημαντικό να αξιολογήσεις τη συνεργασία σου και τις δικές σου ενέργειες. Όταν ηγείσαι μιας συνεργασίας, είναι πολύ σημαντικό να ενεργείς ως πρότυπο για την εταιρεία, τα άτομα κ.λπ., με τα οποία συνεργάζεσαι

**Πρακτική άσκηση στον ατομικό προβληματισμό:**

«Πιστεύεις ότι είσαι καλό πρότυπο για τους ανθρώπους γύρω σου, που δουλεύουν για σένα;»

Κάνοντας τον εαυτό σου αυτές τις ερωτήσεις μπορείς να συνειδητοποιήσεις ότι οι ενέργειες, οι στάσεις, οι προοπτικές και η ηθική σου είναι πιο πιθανό να επηρεάσουν τους συνεργάτες και τις συνεργασίες σου και να αντικατοπτρίζονται σε αυτούς.

Η συνεργασία και η ομαδική εργασία βασίζονται στην ισορροπία μεταξύ εμού και της ομάδας. Η διαφορά σε μια ομάδα είναι που την κάνει ισχυρή, και όσο λιγότερο ετερογενής είναι η δυναμική της ομάδας, τόσο μεγαλύτερες είναι οι πιθανότητες να πετύχει. Σε αυτές τις ομάδες όλα τα άτομα συνεισφέρουν με τις ιδιαίτερες ικανότητες, εμπειρίες και δεξιότητές τους.

Παρακάτω, παρατίθενται οι 8 διαφορετικές ικανότητες που ορίζει ο *Siv Their, Mermerus*, καθηγητής εκπαίδευσης ενηλίκων και παιδαγωγικής στο Πανεπιστήμιο Helsingfors:

- **Γνωστική ικανότητα:** Η ικανότητα ανάλυσης και επίλυσης προβλημάτων.
- **Θεωρητικές και πρακτικές γνώσεις.**
- **Συναισθηματική ικανότητα:** Προθυμία και επιμονή, δεκτικότητα στην αλλαγή και τον κίνδυνο, ανοχή στο στρες και αντιμετώπιση των αποτυχιών.
- **Κοινωνική ικανότητα:** Η ικανότητα κάποιου να συνεργάζεται και να αλληλεπιδρά με άλλους ανθρώπους, να μαθαίνει τον εαυτό του και να διδάσκει άλλους.
- **Δημιουργική ικανότητα:** Η ικανότητα κάποιου να βλέπει αυτό που δεν είναι ορατό, να φαντάζεται, να απεικονίζει και να οραματίζεται εναλλακτικές λύσεις και δυνατότητες, να δημιουργεί εικόνες και οράματα.
- **Παιδαγωγική/επικοινωνιακή ικανότητα:** Η ικανότητα κάποιου να διαμορφώνει, να μεταφέρει και να λαμβάνει μηνύματα, να επικοινωνεί.

- **Διοικητική ικανότητα:** Η ικανότητα κάποιου να διαχειρίζεται, να σχεδιάζει, να αναπτύσσει, να δομεί και να οργανώνει τη δική του εργασία και την εργασία των άλλων.
- **Στρατηγική ικανότητα:** Η ικανότητα επιλογής και εφαρμογής των σωστών ενεργειών. Να είναι κάποιος σε θέση να εξετάσεις και να προβλέψει τον αντίκτυπο διαφόρων παραγόντων στη λειτουργία.

### Υπο-ενότητα 6. Χρειάζομαι προσωπικό; Τι είδους προσωπικό; Πώς θα προσεγγίσω το προσωπικό μου και τους βασικούς συνεργάτες μου;

Μια εταιρική σχέση μπορεί να σημαίνει ασφάλεια εργασίας, καλύτερες παροχές για τους εργαζόμενους και υψηλότερη αμοιβή γι' αυτούς. Μια εταιρική σχέση να σημαίνει την ελάφρυνση ενός φορτίου από τους ώμους σου ως ιδιοκτήτη μιας επιχείρησης, επιτρέποντάς σου να την αναπτύξεις ακόμη περισσότερο.

Πριν ξεκινήσεις μια συνεργασία, προφανώς υπάρχουν μερικά πράγματα που πρέπει να ληφθούν υπόψη.

Ακολουθούν ορισμένες ερωτήσεις που πρέπει να λάβεις υπόψη πριν λάβεις την απόφαση διαμόρφωσης εταιρικής σχέσης για την επιχείρησή σου.

- Είναι ο εργαζόμενος έτοιμος να γίνει συνεργάτης;
- Ποιο είναι το κόστος και τα οφέλη της μετατροπής του υπαλλήλου σε συνεργάτη;
- Καταλαβαίνει ο εργαζόμενος ποιες νέες ευθύνες θα αναμένονται από αυτόν ως συνεργάτη;
- Τι είδους εταιρεία διαθέτεις;

Εξέτασε τα αποτελέσματα, τις απαντήσεις από τις ερωτήσεις προβληματισμού σε ολόκληρη την ενότητα και έλεγξε ξανά τον στόχο SMART που έκανες στην υπο-ενότητα 3. Έχει αλλάξει κάποια από τις πληροφορίες που έγραψες στην αρχή τώρα, στο τέλος της ενότητας;

**Πρακτική άσκηση: Γράψε ένα γράμμα στον εαυτό σου.**

Γράψε ένα γράμμα στον εαυτό σου - κανείς άλλος δεν θα το διαβάσει. Διάβασέ το ξανά μέσα σε 2-3 μήνες.

- Προτάσεις για το τι μπορεί να αφορά η επιστολή.
- Τρεις ιδέες ή διδάγματα που αντλήθηκαν στο πλαίσιο αυτής της ενότητας.
- Σε 2-3 μήνες, θα κάνω... Έχω αρχίσει να δουλεύω σε...
- Αυτό που με άγγιξε περισσότερο ήταν...
- Ως αποτέλεσμα αυτής της ενότητας και του μαθήματος θα...

Όταν τα γράμματα εμφανίζονται λίγους μήνες αργότερα, οι εκπαιδευόμενοι θυμούνται τη δραστηριότητα στην οποία συμμετείχαν.

## Ενότητα 5: Γνώρισε την αγορά σου!

### Στόχοι

Στόχος της ενότητας είναι να παρασχεθεί μια ιδέα για τα ακόλουθα:

1. Τι είναι η ανάλυση αγοράς;
2. Ποιοι είναι οι ανταγωνιστές μου;
3. Πώς μπορώ να διευρύνω το κοινό μου;
4. Πώς μπορώ να βρω μια αγορά για την τέχνη μου;
5. Διεθνής ή Εγχώρια Αγορά;

### Εισαγωγή στη θεματική

Για να έχεις ένα σημείο εκκίνησης ώστε να γνωρίσεις την αγορά σου, πρέπει πρώτα να ξέρεις τι πουλάς. Σε τι είναι παρόμοιο ή διαφορετικό με άλλα έργα και ποιοι είναι οι πιο σημαντικοί στόχοι σου με αυτό; Για να απαντήσεις σε αυτές τις ερωτήσεις, θα πρέπει πρώτα να το εντοπίσεις στη ρίζα του, σε αυτήν την περίπτωση, στον/ην ίδιο/α τον/ην καλλιτέχνη/ίδα· σε εσένα τον/ην ίδιο/α. Προσπάθησε να καταλάβεις τους λόγους για τους οποίους ξεκίνησες να δημιουργείς και τι σε κάνει να συνεχίζεις.

Ανεξάρτητα από τη μορφή τέχνης που ασκείς και θέλεις να αναπτύξεις περαιτέρω, τα έργα, τα κομμάτια ή τα τραγούδια δεν θα υπήρχαν χωρίς τη χαρακτηριστική δημιουργικότητα και δεξιότητες του/ης δημιουργού τους. Οι λόγοι για τους οποίους το πραγματικό έργο τέχνης δημιουργήθηκε με τον τρόπο που εξελίχθηκε είναι φυσικά πολλοί, η προσπάθεια δημιουργίας διαφέρει από άτομο σε άτομο, αν και παρόμοια με άλλους καλλιτέχνες με την πρώτη ματιά. Ένας πολύ συνηθισμένος λόγος για την προσπάθεια δημιουργίας είναι η αυτοέκφραση. Η τέχνη σε κάθε μορφή μπορεί να είναι ένα πολύ άμεσο εργαλείο για να εκφράσει κανείς τις σκέψεις, τα όνειρα, τα συναισθήματα, τις απόψεις για τον κόσμο ή τις αξίες του. Άλλοι καλλιτέχνες χρησιμοποιούν την τέχνη τους πρωτίστως ως μέσο επικοινωνίας ή για να σχολιάσουν κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα, απευθυνόμενοι σε ομοϊδεάτες που συμμερίζονται τις απόψεις και τους κανόνες τους αλλά και ως πρόκληση προς αυτούς που διαφωνούν. Για πολλούς ανθρώπους η τέχνη είναι ο πιο καθηλωτικός τρόπος για να χαλαρώσουν, μπαίνοντας σε έναν χώρο στο κεφάλι τους όπου αφήνουν τα βάρη της καθημερινής ζωής και επικεντρώνονται αποκλειστικά και ελεύθερα στη δημιουργία, χάνοντας την αίσθηση του χρόνου. Μια κατάσταση που θα μπορούσε να συγκριθεί με ένα παιδί τη στιγμή που βρίσκεται να παίζει με φίλους στην πίσω αυλή. Για κάποιους καλλιτέχνες η αίσθηση ότι δημιουργούν κάτι νέο και μοναδικό, κάτι που πριν γίνει δεν υπήρχε, είναι ο νούμερο ένα λόγος για να έχουν την επιθυμία να συνεχίσουν να δημιουργούν.

Για άλλους, η επιλογή του μονοπατιού του καλλιτέχνη θα μπορούσε να είναι πιο συγκεκριμένη και προσανατολισμένη στον στόχο, θέτοντας την εμπορική επιτυχία ή την προσωπική φήμη ως απώτερους στόχους. Σε αντίθεση με αυτό, άλλοι καλλιτέχνες υποβαθμίζουν τον παράγοντα της επιτυχίας ως κύριο κίνητρό τους, εστιάζοντας σε πιο αφηρημένους λόγους, όπως το να ακολουθούν μια έννοια, ένα καλλιτεχνικό κάλεσμα, μια εσωτερική ανάγκη που αναγκάζει τον καλλιτέχνη να δημιουργήσει.

Οι περισσότεροι καλλιτέχνες μπορούν πιθανώς να ταυτιστούν με τουλάχιστον έναν από τους λόγους που αναφέρονται παραπάνω ή να αισθάνονται ιδιαίτερα οικεία με μερικούς από αυτούς.

Το να κατανοήσεις τι σε εμπνέει πραγματικά για να δημιουργήσεις τέχνη και να εξελιχθείς ως καλλιτέχνης είναι ένα κλειδί για να βρεις την πορεία σου και να θέσεις στόχους που εναρμονίζονται καλά με το επίπεδο φιλοδοξίας σου, δίνοντάς σου καθοδήγηση στη λήψη αποφάσεων καθώς και βοηθώντας σε να αποκτήσεις την ικανότητα να δεις την τέχνη σου από αντικειμενική άποψη. Το να μπορείς να δεις την τέχνη σου από την οπτική γωνία των άλλων είναι κάτι που αποτελεί κρίσιμη δεξιότητα για να στοχεύσεις στην πιο κατάλληλη αγορά για το προϊόν και τις φιλοδοξίες σου.

Το να είσαι πολιτιστικός επιχειρηματίας πουλώντας τις δικές σου δημιουργίες, μόνος σου, είναι πολύ απαιτητική διαδικασία, και για να πετύχεις τους στόχους σου θα χρειαστείς κάποιες γνώσεις σε διάφορους τομείς, οι οποίες μερικές φορές μπορεί να φαίνονται πολύ εξαντλητικές. Προσθέτοντας σε αυτό τους παράγοντες επιτυχίας στον τομέα του πολιτισμού μπορεί να φαίνεται πιο άδικο και τυχαίο από ό,τι σε άλλους επιχειρηματικούς τομείς. Ο όγκος της εργασίας ή η ποιότητα του προϊόντος δεν συσχετίζεται πάντα με το αποτέλεσμα ή την επιτυχία για το συγκεκριμένο έργο, κάτι που μπορεί να είναι αποκαρδιωτικό, ειδικά όταν το προϊόν που προσπαθείς να πουλήσεις είναι προσωπικό και οικείο, όπως είναι η τέχνη.

Ακόμη κι αν οι πολιτιστικές αγορές είναι διαφορετικές από άλλες και μπορεί να καθορίζονται από λίγη περισσότερη τύχη, μοιράζονται τους ίδιους παράγοντες επιτυχίας, όπως η κατάλληλη χρονική στιγμή, οι τάσεις και οι καλές συνδέσεις/δικτυώσεις, με άλλες πιο συγκεκριμένες αγορές πωλήσεων, απλώς πρέπει να προσδιορίσετε ποιοι είναι αυτοί οι παράγοντες στη γραμμή της επιχείρησής σας.

Πριν γνωρίσεις την αγορά σου, πρέπει να θέσεις ορισμένα ερωτήματα στον εαυτό σου σχετικά με τις φιλοδοξίες και τους στόχους σου. Ποιοι είναι οι κύριοι λόγοι για τους οποίους ξεκίνησες να ασχολείσαι με την τέχνη, τι σε κάνει να συνεχίζεις και ποιοι είναι οι στόχοι σου για τον εαυτό σου και την τέχνη σου; Οι στόχοι σου είναι κυρίως καλλιτεχνικού ή και επιχειρηματικού χαρακτήρα; Πιθανώς και τα δύο. Χώρισέ τους σε βραχυπρόθεσμους και μακροπρόθεσμους στόχους, συμπεριλαμβανομένων των σκαλοπατιών για την επίτευξή τους. Για να διατηρήσεις ένα υγιές αίσθημα ανάπτυξης, θα πρέπει να ορίσεις ορόσημα που είναι εφικτά, και σύμφωνα με τις φιλοδοξίες σου που οδηγούν προς τους στόχους που έχεις θέσει για το έργο σου. Τι γίνεται αν δεν επιτύχεις το επίπεδο επιτυχίας στο οποίο στόχευες, ποια ορόσημα θα σε κάνουν να αισθανθείς μια αίσθηση εκπλήρωσης και θα σου δώσουν ενέργεια για να συνεχίσεις;

Αυτό θα σε βοηθήσει να ιεραρχήσεις και να διοχετεύσεις την ενέργειά σου με τον πιο παραγωγικό τρόπο και θα σου δώσει απαντήσεις για το πώς να παρουσιάσεις μελλοντικά την τέχνη σου στην αγορά.

**Πρακτική άσκηση: NOPRA (Now - Τώρα, Objective - Στόχος, Problems - Προβλήματα, Resources - Πόροι, Activity - Δραστηριότητα)**

«Το μοντέλο NOPRA (Now - Τώρα, Objective - Στόχος, Problems - Προβλήματα, Resources - Πόροι, Activity - Δραστηριότητα) είναι αρχικά ένα μοντέλο ταξινόμησης που χρησιμοποιείται στο coaching. Λειτουργεί επίσης άριστα ως μοντέλο για την εργασία με βελτιώσεις και ανάπτυξη.»

Εφαρμόζοντας και αναλύοντας όλα τα βήματα, 1-6 θα αρχίσεις να οραματίζεσαι και να αναγνωρίζεις τον δρόμο που πρέπει να ακολουθήσεις, ώστε από την τρέχουσα κατάσταση να βρεθείς πιο κοντά στους στόχους και το όραμά σου.

Χρησιμοποίησε έναν υπολογιστή ή στυλό και χαρτί για να γράφεις κάθε βήμα και υπο-ερώτηση.

## Υπο-ενότητα 1. Τι είναι η ανάλυση αγοράς;

### 1.1 Γιατί έρευνα αγοράς;

Η έρευνα αγοράς θα σε βοηθήσει να προσδιορίσεις τον στόχο σου, για να μείνεις σε επαφή με το κοινό σου.

1. **Προσδιόρισε το κοινό-στόχο σου:** Η έρευνα αγοράς σε βοηθά να κατανοήσεις ποιοι είναι οι θαυμαστές σου και τι θέλουν. Αυτές οι πληροφορίες μπορούν να σε βοηθήσουν να δημιουργήσεις τέχνη που έχει απήχηση στο κοινό σου και να σχεδιάσεις στρατηγικές μάρκετινγκ που θα τους προσεγγίσουν.

Εάν γνωρίζεις το τρέχον κοινό σου, θα έχεις μια καλή αφετηρία για να αναπτυχθείς και θα μπορούσε να σε βοηθήσει να διατηρήσεις το κοινό που έχεις ήδη, καθώς αν χάσεις το κοινό σου, χάνεις τα πάντα, ειδικά αν είσαι αναδυόμενος καλλιτέχνης. Η κατανόηση των τρεχουσών τάσεων και στυλ στο είδος ή στον τομέα της τέχνης σου θα σε βοηθήσει να προβλέψεις τι θα ακολουθήσει. Με τη συνεχή διεξαγωγή έρευνας αγοράς θα παραμείνεις ενημερωμένος/η και αυτές οι πληροφορίες θα σε βοηθήσουν να δημιουργήσεις τέχνη που είναι φρέσκια, μοναδική και σχετική.

Οι περισσότεροι καλλιτέχνες σε οποιοδήποτε δημιουργικό πεδίο αγωνίζονται κατά καιρούς να εξασφαλίσουν τα προς το ζην. Μια δεύτερη δουλειά για την πληρωμή των λογαριασμών, σε συνδυασμό με προμήθειες, επιδόματα εργασίας και πολλά άλλα.

Παράδειγμα: Εστιάζεις σε ένα εναλλακτικό κοινό (μικρότερο, αλλά πιο πιστό) ή στο mainstream (μεγαλύτερο, αλλά λιγότερο πιστό);

2. Ανοίγει την πόρτα σε νέες ευκαιρίες εντοπίζοντας πιο συγκεκριμένο πελατολόγιο, προτείνοντας ιδέες για νέα προϊόντα και εξοικονομώντας χρόνο.
3. Σε βοηθά να γνωρίζεις τι είναι δημοφιλές.
4. Σε βοηθά στη λήψη τεκμηριωμένων επιχειρηματικών αποφάσεων: Με τη διεξαγωγή έρευνας αγοράς, μπορείς να συλλέξεις πληροφορίες που μπορούν να σε βοηθήσουν να λάβεις ενημερωμένες επιχειρηματικές αποφάσεις. Για παράδειγμα, μπορείς να καθορίσεις την καλύτερη στρατηγική τιμολόγησης για τη μουσική σου, να αποφασίσεις ποιες πλατφόρμες θα χρησιμοποιήσεις για διανομή και να προσδιορίσεις πιθανές συνεργασίες.

Συνολικά, η έρευνα αγοράς είναι ένα απαραίτητο εργαλείο για τους ανεξάρτητους καλλιτέχνες για να τους βοηθήσει να κατανοήσουν το κοινό, τον ανταγωνισμό και τις τάσεις της βιομηχανίας τους. Διεξάγοντας έρευνα αγοράς, μπορείς να λάβεις τεκμηριωμένες αποφάσεις που μπορούν να σε βοηθήσουν να αυξήσεις τη βάση των θαυμαστών σου και να πετύχεις στη μουσική βιομηχανία.

## 1.2 Πώς να το κάνεις

- Ξεκίνα προσδιορίζοντας την Αγορά-Στόχο σου εντοπίζοντας ποιο είναι το βασικό κοινό, οι θαυμαστές, οι υποστηρικτές ή οι πελάτες σου. Ποιος είναι ο ιδανικός άνθρωπος για να καταναλώσει την τέχνη σου με βάση την έρευνα αγοράς και τα πραγματικά δεδομένα για το υπάρχον κοινό σου;
- Γεωγραφική θέση. Πού βρίσκεται το κοινό σου, τόσο φυσικά όσο και ψηφιακά;
- Ανάλυσε τις αναδυόμενες τάσεις εξετάζοντας τις αναφορές του κλάδου μέσω μιας έρευνας γραφείου, ιστολογίων και περιοδικών που ταιριάζουν στο είδος και την πολιτιστική σου έκφραση και περισσότερο.

Προσδιόρισε τις ανάγκες στην κοινότητα και τη βιομηχανία πραγματοποιώντας συνεντεύξεις με τα ενδιαφερόμενα άτομα.

## 1.3 Χρήσιμα εργαλεία

**Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης** - Δημιουργώντας ένα προφίλ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και συνδέοντάς σε με παρόμοιους καλλιτέχνες, έχεις πρόσβαση σε κυριολεκτικά δισεκατομμύρια ανθρώπους δωρεάν. Γίνε μέλος μιας ομάδας που σε ενδιαφέρει και διάβασε σχόλια.

**Μηχανές Αναζήτησης** - Εξέτασε τον ανταγωνισμό σου και δες ποιο περιεχόμενο είναι πιο δημοφιλές. Μπορείς να δεις εργαλεία όπως το Buzzsumo για να έχεις μια εικόνα για ποια θέματα αναζητούνται περισσότερο.

**Έρευνες** - ως πολύ μικρή επιχείρηση μπορεί να μην έχεις χίλιους πελάτες. Αυτό που μπορείς να κάνεις είναι να χρησιμοποιήσεις ένα λογισμικό αυτοματοποιημένου μάρκετινγκ για να στείλεις μια αυτόματη σύντομη έρευνα στους αγοραστές σου. Επίλεξε μια απλή ερώτηση για να δεις τι τους οδήγησε να αγοράσουν το προϊόν σου.

### 1.3.1 Διεξαγωγή έρευνας

Μια έρευνα μπορεί -μεταξύ άλλων- να αποκαλύψει τα χόμπι του κοινού-στόχου. Μπορείς να παρατηρήσεις ένα μοτίβο που μπορεί να σε βοηθήσει να διακλαδιστείς. Για παράδειγμα, εάν ένα μεγάλο μέρος του κοινού σου ηχογραφεί συλλέκτες κόμικς, μπορείς να στοχεύσεις σε ομάδες και φόρουμ σχετικά με αυτά τα θέματα.

Μάθε σε ποιες πλατφόρμες είναι κυρίως παρόν το κοινό σου και θα βρεις νέους τρόπους διάδοσης του ήχου σου.

⇒ Κάνε ερωτήσεις όπως:

1. Πού έμαθες για εμένα;
2. Πού πηγαίνεις για να ακούσεις μουσική;
3. Τι άλλα πράγματα σε ενδιαφέρουν εκτός από τη μουσική;

### 1.3.2 Εργαλεία για να βρεις το κοινό σου

#### YouTube Analytics

Εάν είσαι ενεργός/ή στο YouTube, μπορείς να μεταβείς στα αναλυτικά στοιχεία για να μάθεις ποιο είναι το κοινό-στόχος σου. Η λειτουργία [Analytics](#) θα



σου δείξει τα δημογραφικά στοιχεία των χρηστών που παρακολουθούν τα βίντεό σου, συμπεριλαμβανομένης της ηλικίας, του φύλου και της τοποθεσίας τους.

### Spotify's Artist Insights

Μάθε περισσότερα σχετικά με το ποιος ακούει τη μουσική σου στο Spotify. Πήγαινε στη σελίδα [Insights](#) για να λάβεις λεπτομέρειες σχετικά με την ηλικία, το φύλο, την τοποθεσία και τον τρόπο με τον οποίο σε ανακάλυψαν.

### Google Analytics

Σε περίπτωση που έχεις ιστότοπο, μην ξεχάσεις να «σκάψεις» τα δεδομένα. Χρησιμοποίησε εργαλεία αναλυτικών όπως το εργαλείο [Google Analytics](#) για να συλλέξεις πληροφορίες σχετικά με τους επισκέπτες του ιστότοπού σου, τις σελίδες στον ιστότοπό σου στις οποίες παραμένουν περισσότερο και παρόμοια άλλα.

## Υπο-ενότητα 2. Ποιοι είναι οι ανταγωνιστές μου;

**Χαρακτηριστικά κομματιών, συγχώνευση κοινού. Χτίζοντας μια διαφημιστική εκστρατεία μαζί.**

Μάθε για τον ανταγωνισμό σου: Το να γνωρίζεις ποιοι είναι οι ανταγωνιστές σου, τα δυνατά και αδύνατα σημεία τους, μπορεί να σε βοηθήσει να διαφοροποιήσεις τις στρατηγικές τέχνης και μάρκετινγκ. Μπορείς επίσης να εντοπίσεις κενά στην αγορά, που μπορείς να καλύψεις με το μοναδικό σου στυλ.

Μπορείς να ορίσεις τη θέση σου στην αγορά σε σύγκριση με άλλους επιχειρηματίες στον τομέα σου, κάνοντας μια ανάλυση ανταγωνιστών..

- **Αναρωτήσου:** *Τι προσφέρω που καμία άλλη εταιρεία, προϊόν ή υπηρεσία δεν κάνει ή δεν κάνει τόσο καλά;*

Κατάγραψε τους κορυφαίους ανταγωνιστές σου, καθώς και τις παρακάτω πληροφορίες για καθέναν από αυτούς!

⇒ **Συγκριτική δύναμη** - *Ποια είναι τα πλεονεκτήματα της εταιρίας σου που δεν διαθέτει ο ανταγωνιστής;*

⇒ **Συγκριτική αδυναμία** - *Σε ποιους τομείς ή χαρακτηριστικά υπερσχύουν οι ανταγωνιστές σου;*

⇒ **Αντίστιξη** - *Εάν αναφέρεται μια συγκριτική αδυναμία στις διαπραγματεύσεις, ποια αντίστιξη μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αντιμετώπιση των αδυναμιών αυτών;*

## Υπο-ενότητα 3. Πώς μπορώ να διευρύνω το κοινό μου;

Ο προσδιορισμός του κοινού-στόχου σημαίνει τον προσδιορισμό των ατόμων που θα μπορούσαν να καταλάβουν και να αγαπήσουν αυτό που κάνεις.

⇒ Αναζήτησε καλλιτέχνες των οποίων το στυλ μοιάζει με το δικό σου. Όχι, δεν είναι ανταγωνιστές σου. Είναι τα «οδικά σήματα» προς το κοινό-στόχο σου.

⇒ Ακολούθησε άτομα που ακολουθούν αυτούς τους καλλιτέχνες στα μέσα

κοινωνικής δικτύωσης. Η αύξηση των οπαδών σου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα αυξήσει την έκθεσή σου σε ένα ευρύ κοινό. Θα σου δώσει επίσης μια αξιοσημείωτη πλατφόρμα για να προωθήσεις την τέχνη σου και να προσελκύσεις το ενδιαφέρον των ανθρώπων.

### 3.1 Εγγραψου σε υπηρεσίες καλλιτεχνών

Οι περισσότερες από τις μεγαλύτερες υπηρεσίες ροής μουσικής έχουν πλατφόρμες κατασκευασμένες ειδικά για καλλιτέχνες. Έτσι, εάν κυκλοφορείς μουσική, η εγγραφή δεν είναι χάσιμο χρόνου.

Αυτές οι υπηρεσίες θα σου επιτρέψουν να έχεις πρόσβαση σε μια σειρά λειτουργιών και πλεονεκτημάτων εντός της πλατφόρμας, τα οποία προορίζονται αποκλειστικά για καλλιτέχνες που χρησιμοποιούν και κυκλοφορούν μουσική στην πλατφόρμα.

⇒ Έτσι, για παράδειγμα, εγγραψου στο [Spotify for Artists](#)

### 3.2 Να είσαι παρών/ούσα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Ανάπτυξε μια ελκυστική κοινωνική παρουσία.

Η δύναμη μιας καλής στρατηγικής μάρκετινγκ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι μυστικό. Η ανάπτυξη και η διατήρηση μιας συνεπούς, ενδιαφέρουσας και ελκυστικής παρουσίας σε Instagram, Twitter, TikTok, Facebook και ακόμη λιγότερο προφανείς πλατφόρμες όπως το Snapchat, είναι απαραίτητη.

## Υπο-ενότητα 4. Πώς μπορώ να βρω μια αγορά για την τέχνη μου;

### Συγχρονισμός. Μετάδοση.

Δημιούργησε μια επιχείρηση Etsy για την πώληση του προϊόντος σου στο διαδίκτυο.

Για να ξεκινήσεις γρήγορα τη μικροεπιχείρησή σου, μπορείς να ξεκινήσεις εκθέτοντας τα προϊόντα σου στο διαδίκτυο, ξεκινώντας με ένα κατάστημα Etsy.

1. Δημιουργία λογαριασμού Etsy.
2. Πρόσθεσε την εικόνα και το βιογραφικό σου.
3. Εισάγαγε τις προτιμήσεις καταστήματός σου.
4. Ονόμασε το κατάστημά σου.
5. Δημιούργησε τις καταχωρήσεις σου.
6. Εισάγαγε τα στοιχεία της πιστωτικής σου κάρτας.
7. Άνοιξε το κατάστημά σου.

### Δημιούργησε τον ιστότοπό σου.

#### Ένταξη σε λίστα αναπαραγωγής.

Δεν έχεις την πολυτέλεια να αγνοήσεις τη ροή και τη λίστα αναπαραγωγής. Οι λίστες αναπαραγωγής σε Spotify, Apple Music, Deezer και άλλες πλατφόρμες προσεγγίζουν εκατοντάδες εκατομμύρια ακροατές σε όλο τον κόσμο, συγκεντρώνοντας δισεκατομμύρια ροές. Η ένταξη του κομματιού σου σε μια δημοφιλή λίστα αναπαραγωγής μπορεί να σε βοηθήσει να συγκεντρώσεις χιλιάδες ροές. Αυτό δεν είναι μόνο μεγάλη προβολή αλλά και κέρδη από δικαιώματα εκμετάλλευσης Spotify ([Spotify royalty earnings](#)) στην τσέπη σου.

## Υπο-ενότητα 5. Διεθνής ή Εγχώρια Αγορά;

### Εγχώρια αγορά

Η εγχώρια αγορά, γνωστή και ως εσωτερική αγορά, είναι αυτή όπου τα αγαθά και οι υπηρεσίες πωλούνται και αγοράζονται εντός των συνόρων μιας χώρας. Είναι μια πολύ μικρότερη αγορά από τις διεθνείς, εξωτερικές, ξένες ή παγκόσμιες αγορές.

#### Τι σημαίνει η εγχώρια αγορά για την επιχείρησή σου;

- Μπορείς να πουλήσεις τα προϊόντα σου τοπικά.
- Καταλαβαίνεις την τοπική αγορά.
- Μπορείς να δικτυωθείς αυτοπροσώπως.
- Μπορείς να χρησιμοποιήσεις τη μητρική σου γλώσσα.
- Περιορίζεις στους εγχώριους πελάτες.

### Διεθνής αγορά

Πολλές επιχειρήσεις επιτυγχάνουν επεκτείνοντας τις αγορές του, τις παραγωγικές τους δραστηριότητες και τις αλυσίδες εφοδιασμού διεθνώς. Ωστόσο, απαιτεί ισχυρή επιχειρηματική ηγεσία, ευρύτερη οικονομική γνώση, κατανόηση των αγορών και ικανότητα εκμάθησης πολιτικών και πολιτιστικών τάσεων.

#### Τι σημαίνει η διεθνής αγορά για την επιχείρησή σου;

- Μπορείς να προσεγγίσεις ένα μεγαλύτερο κοινό.
- Μπορείς να δικτυωθείς μέσω διαδικτύου.
- Πρέπει να χρησιμοποιείς άλλες γλώσσες.
- Πρέπει να γνωρίζεις λεπτομέρειες για άλλες αγορές.

#### 1. Δημοσίευσε μουσικά βίντεο στο διαδίκτυο

Το Διαδίκτυο δεν έχει όρια. Απόκτησε πρώτα τον διαδικτυακό χώρο για να εδραιώσεις μια διεθνή παρουσία. Το YouTube προσφέρει μια προσοδοφόρα πλατφόρμα για την προσέγγιση κοινού σε όλο τον κόσμο.

#### 2. Δικτύωσου με καλλιτέχνες απ' όλο τον κόσμο

Προσέγγισε καλλιτέχνες σε όλο τον κόσμο και δημιούργησε πραγματική σχέση. Επιπλέον, παρακολούθησε συνέδρια ή μουσικά φεστιβάλ για να επικοινωνήσεις με καλλιτέχνες. Η δικτύωση μπορεί να προσφέρει πολλές ευκαιρίες συνεργασίας.

#### 3. Συνεργάσου με καλλιτέχνες από άλλες χώρες

Οι συνεργασίες τροφοδοτούν τη δημιουργική εξερεύνηση και βοηθούν επίσης στην αύξηση του κοινού σου. Ένας από τους καλύτερους τρόπους για τους μουσικούς να αποκτήσουν έκθεση σε νέες αγορές είναι να συνεργαστούν με άλλους. Συναντήσου με ομοϊδέατες καλλιτέχνες και ανοίξετε ο ένας τις συναυλίες του άλλου.

## Ενότητα 6: Προώθησε την τέχνη σου!

### Εισαγωγή στη θεματική

Το να είσαι δημιουργικός και να δημιουργείς τέχνη είναι το διασκεδαστικό μέρος για τους καλλιτέχνες, αλλά το να βγάλεις τις δημιουργίες σου εκεί έξω μπορεί να είναι λίγο πιο δύσκολο. Χάρη στην ψηφιακή εποχή στην οποία ζούμε σήμερα, είναι ευκολότερο να προσεγγίσουμε πολλούς ανθρώπους σε σύντομο χρονικό διάστημα από όλες σχεδόν τις περιοχές του κόσμου. Ακόμα κι αν αυτό ακούγεται εύκολο και αρκετά εφικτό, μπορεί ακόμα να είναι μια πρόκληση. Λόγω της εύκολης πρόσβασης, υπάρχει επίσης πολύς ανταγωνισμός στο διαδίκτυο. Ως εκ τούτου, αυτή η ενότητα στοχεύει να βοηθήσει τους καλλιτέχνες όχι μόνο να προωθήσουν τον εαυτό τους και την τέχνη τους, αλλά επίσης να ξεχωρίσουν από το πλήθος. Ωστόσο, όλα ξεκινούν με τη γνώση του εαυτού σου και τη δημιουργία της επωνυμίας σου.

Υπάρχουν πολλοί τρόποι για να κάνεις γνωστό τον εαυτό σου και τη δουλειά σου, επομένως, θα εξετάσουμε διαφορετικά θέματα για να εξηγήσουμε περισσότερα σχετικά με στρατηγικές, εργαλεία ή άλλες πρακτικές συμβουλές που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία και την ανάπτυξη της επωνυμίας σου, ακολουθούμενη από την προώθηση της τέχνης σου.

Στο τέλος της ενότητας, θα είσαι σε θέση να:

- Γνωρίζεις τι είναι branding.
- Γνωρίζεις γιατί το branding είναι σημαντικό στον τομέα των τεχνών και του πολιτισμού.
- Γνωρίζεις πώς να δημιουργείς το δικό σου brand (επωνυμία) και πώς να αναπτύξεις τη στρατηγική της επωνυμίας σου.
- Γνωρίζεις τι είναι προώθηση.
- Γνωρίζεις τη σημασία της προώθησης στον τομέα των τεχνών και του πολιτισμού.
- Γνωρίζεις ποιες ευκαιρίες προώθησης υπάρχουν.
- Γνωρίζεις πώς να αξιοποιείς τις ευκαιρίες προώθησης.

Θα σε καθοδηγήσουμε στο branding και στην προώθηση μέσα από τις ακόλουθες υπο-ενότητες:

### Υπο-ενότητα 1: Branding (επωνυμία)

Τι είναι branding  
Branding στις τέχνες και τον πολιτισμό  
Στρατηγική επωνυμίας (brand)

### Υπο-ενότητα 2: Προώθηση

Τι είναι προώθηση  
Προώθηση στις τέχνες και τον πολιτισμό  
Ευκαιρίες προώθησης:

Δημιούργησε το διαδικτυακό σου πορτφόλιο  
Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης  
Άλλα ψηφιακά εργαλεία  
Δικτύωση  
Συνεργασία  
Ιστοσελίδες καλλιτεχνικών δημοσιεύσεων/καλλιτεχνικοί διαγωνισμοί

## Υπο-ενότητα 1. Branding (επωνυμία)

Μπορείς να θεωρήσεις μια επωνυμία ως την ιδέα ή την εικόνα που έχουν κατά νου οι άνθρωποι όταν σκέφτονται συγκεκριμένα προϊόντα, υπηρεσίες και δραστηριότητες μιας εταιρείας, τόσο με πρακτικό όσο και με συναισθηματικό τρόπο. Επομένως, δεν είναι μόνο τα φυσικά χαρακτηριστικά που δημιουργούν μια επωνυμία, αλλά και η αίσθηση που αναπτύσσουν οι καταναλωτές προς την εταιρεία ή το προϊόν ή τις υπηρεσίες της.

Η επωνυμία της επιχείρησής σου είναι σημαντική από πολλές απόψεις, επειδή η σωστή επωνυμία καθορίζει την επιχείρησή σας στο όνομα, το σύνθημα, τον σχεδιασμό και τα σύμβολά της. Είναι ό,τι αφορά τον οργανισμό σου και μπορεί να τον διακρίνει από άλλες εταιρείες, προϊόντα ή υπηρεσίες. Ως εκ τούτου, μπορεί να ειπωθεί ότι μια καλή επωνυμία:

- Καθορίζει την επιχείρησή σου
- Μεταδίδει ένα σαφές μήνυμα
- Προάγει την αναγνώρισή της
- Επιβεβαιώνει την αξιοπιστία της στην αγορά
- Τη διαχωρίζει από τους ανταγωνιστές
- Συνδέει συναισθηματικά τις προοπτικές-στόχους με ένα προϊόν ή μια υπηρεσία
- Παρακινεί τον καταναλωτή να πραγματοποιήσει μια αγορά
- Δημιουργεί αφοσίωση χρηστών

### 1.1 Τι είναι το branding

Η επωνυμία είναι κάτι περισσότερο από ένα φυσικό σήμα. Είναι ένα συναισθηματικό σημάδι - πιο συγκεκριμένα, μια συναισθηματική εμπειρία, ενισχυμένη ή αποδυναμωμένη μέσα από κάθε αλληλεπίδραση με την εκάστοτε επιχείρηση. Ορίζουμε την επωνυμία ως αυτό που σκέφτονται, αισθάνονται και λένε οι άνθρωποι για την εκάστοτε επιχείρηση (αυτό διαφέρει από το μάρκετινγκ, το οποίο είναι αυτό που εσύ λες για την επιχείρησή σου).

**Ορισμός επωνυμίας:** «Μια επωνυμία είναι ένα όνομα, όρος, σχέδιο, σύμβολο ή οποιοδήποτε άλλο χαρακτηριστικό που προσδιορίζει ένα αγαθό ή μια υπηρεσία ενός πωλητή σε αντίθεση με εκείνα άλλων πωλητών» (American Marketing Association).

Ως επωνυμία μπορεί να θεωρηθεί η ιδέα ή η εικόνα που έχουν στον νου τους οι άνθρωποι όταν σκέφτονται συγκεκριμένα προϊόντα, υπηρεσίες και δραστηριότητες μιας εταιρείας, τόσο με πρακτικό τρόπο (π.χ. «το παπούτσι είναι ελαφρύ») όσο και με συναισθηματικό (π.χ. «το παπούτσι με κάνει να νιώθω ισχυρός/ή»). Επομένως, δεν είναι μόνο τα φυσικά χαρακτηριστικά που δημιουργούν μια επωνυμία, αλλά και τα συναισθήματα που αναπτύσσουν οι καταναλωτές προς την εταιρεία ή το προϊόν της. Αυτός ο συνδυασμός σωματικών και συναισθηματικών ενδείξεων ενεργοποιείται όταν ο καταναλωτής εκτίθεται στο όνομα, το λογότυπο, την οπτική ταυτότητα ή ακόμα και το μήνυμα που επικοινωνείται.

Στο τέλος, μια επωνυμία είναι το συναίσθημα ενός ατόμου για ένα συγκεκριμένο προϊόν ή εταιρεία. Κάθε άτομο δημιουργεί τη δική του εκδοχή και ορισμένες επωνυμίες αυξάνουν ή μειώνουν τη δημοτικότητά τους λόγω του πώς αισθάνονται οι καταναλωτές.

Ο ορισμός του branding είναι: «Το branding είναι η διαδικασία που προικίζει προϊόντα και υπηρεσίες με τη δύναμη μιας επωνυμίας» (Kotler & Keller, 2015).

Το branding είναι η διαδικασία που δίνει νόημα σε έναν συγκεκριμένο οργανισμό, μια εταιρία, στα προϊόντα ή στις υπηρεσίες, δημιουργώντας και διαμορφώνοντας ένα εμπορικό σήμα στο μυαλό των καταναλωτών. Πρόκειται για μια στρατηγική που σχεδιάστηκε από οργανισμούς για να βοηθήσει τους ανθρώπους να αναγνωρίζουν γρήγορα και να βιώνουν το εμπορικό σήμα του και να τους δώσει έναν λόγο να επιλέξουν τα προϊόντα της εκάστοτε επωνυμίας έναντι του ανταγωνισμού, διευκρινίζοντας τι είναι και τι δεν είναι αυτή η επωνυμία.

Ο στόχος είναι να προσελκύσει και να διατηρήσει πιστούς πελάτες και άλλους ενδιαφερόμενους, παρέχοντας ένα προϊόν που είναι πάντα ευθυγραμμισμένο με αυτό που υπόσχεται η επωνυμία.

*Ποιους επηρεάζει;*

- **Καταναλωτές:** Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, μια επωνυμία παρέχει στους καταναλωτές μια συντόμευση λήψης αποφάσεων όταν αισθάνονται αναποφάσιστοι για το ίδιο προϊόν από διαφορετικές εταιρείες.
- **Εργαζόμενους/μετόχους/τρίτα μέρη:** Εκτός από το να βοηθούν τους καταναλωτές να διακρίνουν παρόμοια προϊόντα, οι επιτυχημένες στρατηγικές επωνυμίας συμβάλλουν επίσης στη φήμη μιας εταιρείας. Αυτό το πλεονέκτημα μπορεί να επηρεάσει μια σειρά ανθρώπων, από καταναλωτές έως υπαλλήλους, επενδυτές, μετόχους, παρόχους και διανομείς. Για παράδειγμα, εάν δεν σας αρέσει ή δεν αισθάνεστε συνδεδεμένοι με μια επωνυμία, πιθανότατα δεν θα θέλατε να εργαστείτε για αυτήν. Ωστόσο, εάν αισθάνεστε ότι η επωνυμία σας καταλαβαίνει και προσφέρει προϊόντα που σας εμπνέουν, πιθανότατα θα θελήσετε να εργαστείτε για αυτήν και να είστε μέρος του κόσμου της.

*Πώς μπορεί να γίνει;*

Οι εταιρείες τείνουν να χρησιμοποιούν διαφορετικά εργαλεία για να δημιουργήσουν και να διαμορφώσουν μια επωνυμία. Για παράδειγμα, το branding μπορεί να επιτευχθεί μέσω:

- **Ορισμό επωνυμίας:** σκοπός, αξίες, υπόσχεση
- **Μήνυμα επωνυμίας:** δήλωση αξίας, τόνος φωνής
- **Οπτική ταυτότητα:** σχεδιασμός λογοτύπου, παλέτα χρωμάτων, τυπογραφίες

### 1.2 Branding στις τέχνες και τον πολιτισμό

Το branding στη βιομηχανία των τεχνών και του πολιτισμού δεν είναι πάντα τόσο εύκολο όσο ακούγεται. Για να δημιουργήσει μια ενδιαφέρουσα επωνυμία, η βιομηχανία πρέπει να δώσει προσοχή στις μεταβαλλόμενες ανάγκες. Η βιομηχανία πρέπει να προσφέρει κάτι καινοτόμο, ενώ ταυτόχρονα να δώσει στους καταναλωτές την εμπιστοσύνη να αντιμετωπίσουν την καινοτομία της, κάτι που είναι δύσκολο για τη βιομηχανία, καθώς το ίδιο το έργο δεν είναι πάντα εύκολα κατανοητό. Ως εκ τούτου, για να δημιουργηθεί μια ισχυρή επωνυμία σε αυτόν τον κλάδο, οι οργανισμοί πρέπει να κάνουν κάτι περισσότερο

από την προώθηση της ενδιαφέρουσας τέχνης τους· πρέπει να είναι ενδιαφέροντες οι ίδιοι.

Αυτό δείχνει ότι η προσέγγιση της επωνυμίας δεν είναι τόσο κοινή έννοια στις τέχνες και τον πολιτισμό όσο είναι σε εμπορευματοποιημένους οργανισμούς. Ωστόσο, ορισμένα ισχυρά και παγκοσμίου φήμης μουσεία όπως το MOMA ή το TATE, ή όπερες όπως το MET ή το TEATRO ALLA SCALA, επωνυμίες ψυχαγωγίας όπως το CIRQUE DU SOLEIL ή επιτυχημένοι επώνυμοι καλλιτέχνες όπως HIRST, PICASSO ή LADY GAGA έχουν αποδείξει και υπογραμμίσει τη συνάφεια της έννοιας της επωνυμίας για τον τομέα της τέχνης και του πολιτισμού εδώ και αρκετό καιρό. Μια μοναδική επωνυμία μπορεί να έχει τεράστιο αντίκτυπο δίνοντάς σας, ως καλλιτέχνη, ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των αντιπάλων σου και βοηθώντας σε να αποκτήσεις και να διατηρήσεις πελάτες. Στον δημιουργικό και πολιτιστικό τομέα, όπου νέοι παίκτες (και ως εκ τούτου, νέοι ανταγωνιστές) ξεφυτρώνουν καθημερινά, μια καθιερωμένη επωνυμία μπορεί να αποτελέσει ανεκτίμητο πλεονέκτημα για την προσέλκυση κοινού, πελατών και τη δημιουργία κέρδους από την τέχνη.

Πώς μπορείς λοιπόν να δημιουργήσεις μια επωνυμία στη βιομηχανία τεχνών και πολιτισμού; Πώς διασφαλίζεις ότι όχι μόνο η δουλειά σου είναι ενδιαφέρουσα, αλλά και ο οργανισμός σου;

Ακολουθούν τρεις συμβουλές που μπορείς να ακολουθήσεις για να δημιουργήσεις μια ισχυρή επωνυμία:

1. Εστίαση στο συναίσθημα
2. Εκκεντρικότητα
3. Ασπασμός της τέχνης της αυτό-ανακάλυψης

### 1.3 Στρατηγική επωνυμίας (brand)

Μια στρατηγική επωνυμίας είναι το στρατηγικό σχέδιο μιας εταιρείας που περιλαμβάνει συγκεκριμένους στόχους και βοηθά τους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων να διαμορφώσουν μια συγκεκριμένη εικόνα στο μυαλό των πελατών. Επομένως, η στρατηγική επωνυμίας θα πρέπει να σε βοηθήσει, ως επιχείρηση, να κατανοήσεις ποιος είσαι και τελικά να λειτουργήσει ως σχέδιο για να σε βοηθήσει να επικοινωνήσεις την επωνυμία σου.

Το να γνωρίζεις ποιος είσαι, γιατί υπάρχουν, σε τι πιστεύεις και τι προσπαθείς να πετύχεις είναι απαραίτητα για κάθε επιχείρηση. Αυτοί οι παράγοντες είναι το θεμέλιο του χάρτη πορείας για τα πάντα στην επωνυμία σου.

#### 1.3.1 Προετοιμασία για τη χάραξη στρατηγικής μάρκας

Ωστόσο, πριν δημιουργήσεις την επωνυμία σου, είναι σημαντικό να συγκεντρώσεις δύο βασικές πληροφορίες. Αυτές είναι:

##### 1. Ποιο είναι το κοινό-στόχος σου;

Για να μάθεις ποια είναι η ομάδα-στόχος σου, θα πρέπει να σκεφτείς τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που πουλάς και ποιον θα εξυπηρετήσουν. Μπορείς να είσαι τόσο συγκεκριμένος/η όσο θα ήθελες να είστε στην επιλογή του κοινού-στόχου σου, αλλά να θυμάσαι ότι όσο πιο συγκεκριμένος/η είσαι, τόσο καλύτερα μπορείς να χτίσεις την επωνυμία της επιχείρησής σου και τόσο λιγότερος ο ανταγωνισμός για τον οποίο θα χρειαστεί να ανησυχήσεις.

Κάνε έρευνα σχετικά με τους υπάρχοντες πελάτες σου, το κοινό-στόχο,

τους ανταγωνιστές, συμβουλέψου τις διαθέσιμες πωλήσεις και δεδομένα ή/και δημιούργησε προσωπικότητες αγοραστών. Βρες όλες τις πληροφορίες που πιστεύεις ότι θα σε βοηθήσουν στην παροχή πολύτιμων πληροφοριών για τους καταναλωτές, τις συνήθειές τους και τι ταιριάζει καλύτερα στο προϊόν ή την υπηρεσία σου. Όταν κάνεις έρευνα, σημείωσε:

- Τους πελάτες στους οποίους θα μπορούσες να πουλήσεις ευκολότερα.
- Τους πελάτες που θα ήθελες να προσεγγίσεις περισσότερο.
- Πώς μιλάνε και για τι μιλάνε αυτοί οι πελάτες.

## 2. Ποιοι είναι οι ανταγωνιστές σου;

Για να δημιουργήσεις την επωνυμία σου, θα πρέπει επίσης να γνωρίζεις πού βρίσκεσαι σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές σου. Επομένως, είναι σημαντικό να μάθεις με ποιον μοιράζεσαι το χώρο. Ποιους ανταγωνίζεσαι για την προσοχή; Πώς μπορούν να επισκιάσουν την επωνυμία σου; Πώς μπορείς να ξεχωρίσεις;

Και εδώ ισχύει το ίδιο με την εύρεση της ομάδας-στόχου σου: κάνε έρευνα σχετικά με το ποιος ή τι κάνει ήδη παρόμοια πράγματα όπως αυτά που θα ήθελες εσύ και ποιες διαφορετικές προσεγγίσεις ακολουθούν.

Λάβε υπόψη ότι υπάρχουν πολλοί τύποι ανταγωνιστών, ίσως ένας ανταγωνιστής είναι κάποιος που δημιουργεί παρόμοια τέχνη, αλλά θα μπορούσε επίσης να είναι ανταγωνιστής σχετικά με το ίδιο κοινό-στόχο ή αξία κ.λπ.

### 1.3.2 Χάραξε τη στρατηγική της επωνυμίας σου

Για να καθορίσεις τη στρατηγική επωνυμίας, υπάρχουν 3 βασικά μέρη που θα σε βοηθήσουν να μοιραστείς την ιστορία σου με αντίκτυπο και αποτελεσματικότητα. Είναι σημαντικό να ακολουθήσεις τα 3 μέρη με τη σειρά, καθώς κάθε ένα από τα μέρη βασίζεται στο προηγούμενο. Ξεκινώντας από την Καρδιά της Επωνυμίας (Brand Heart), ακολουθεί το Μήνυμα της Επωνυμίας (Brand Messaging) και τέλος η Οπτική Ταυτότητα (Visual Identity).

#### Καρδιά της Επωνυμίας (Brand Heart)

Η καρδιά της επωνυμίας (brand heart) είναι το πρώτο μέρος της οικοδόμησης της στρατηγικής της επωνυμίας σου, επειδή αυτό περιέχει το βασικό σύνολο πεποιθήσεων που επηρεάζουν ό,τι κάνεις. Είναι ζωτικής σημασίας να γνωρίζεις ποιες είναι αυτές οι αρχές και γιατί έχουν σημασία και να τις ευθυγραμμώσεις για να βεβαιωθείς ότι μπορείς να δημιουργήσεις το μέλλον που θέλεις. Οι ακόλουθες 4 ερωτήσεις θα πρέπει να απαντηθούν για να σε βοηθήσουν να διευκρινίσεις ποια είναι η καρδιά της επωνυμίας σου και να μάθεις ποιος/α είσαι, τι κάνεις και γιατί έχει σημασία:

- **Σκοπός:** Γιατί υπάρχει η επιχείρηση/οργανισμός;
- **Όραμα:** Ποιο μέλλον θέλεις να δημιουργήσεις και πώς μοιάζει αυτό;
- **Αποστολή:** Τι είσαι εδώ για να κάνεις και πώς θα το κάνεις;
- **Αξίες:** Ποιες αρχές διέπουν τη συμπεριφορά σου;

#### Μήνυμα της Επωνυμίας (Brand messaging)

Τώρα που έχεις διαπιστώσει ποιος/α είσαι, πρέπει να καταλάβεις πώς θα το εκφράσεις και πώς θα μιλήσεις γι' αυτό. Υπολογίζοντας αυτά τα δύο στοιχεία,



μπορείς να διασφαλίσεις ότι η επωνυμία σου θα επικοινωνηθεί αποτελεσματικά, ειλικρινά, αυθεντικά και με συνέπεια.

#### Πώς να εκφράσεις ποιος/α είσαι

Αυτό το στοιχείο θα αποτελέσει τη βάση για το πώς να επικοινωνείς ποιος/α είσαι σε κάθε σημείο επαφής, από τον ιστότοπό σου έως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αποτελείται από:

##### - Προσωπικότητα

Αυτά είναι βασικά τα ανθρώπινα χαρακτηριστικά της επωνυμίας σου, αντικατοπτρίζουν την καρδιά της επωνυμίας σου και επηρεάζεται από τις πεποιθήσεις σου και αποδεικνύεται στη συμπεριφορά σου.

##### - Τόνος φωνής

Αυτός είναι ο τρόπος με τον οποίο ακούγεται και μιλάει η επωνυμία σου. Η προσωπικότητα της επωνυμίας σου, την οποία διαπίστωσες προηγουμένως, επηρεάζει επίσης τον τόνο της φωνής της επωνυμίας σου. Ωστόσο, τώρα είναι σημαντικό να τη διατυπώσεις, ώστε να εξασφαλίσεις συνέπεια σε όλη την επικοινωνία και το περιεχόμενό σου.

#### Πώς να μιλήσεις για το ποιος/α είσαι:

Εδώ πρόκειται για την ιστορία που θα πεις στον έξω κόσμο για εσένα και την επωνυμία σου. Αποτελείται από τρία βασικά μηνύματα:

- **Διατύπωση της πρότασης αξίας σου:** Εδώ εξηγείς τα λειτουργικά και συναισθηματικά οφέλη που παρέχει το προϊόν ή η υπηρεσία σου στους πελάτες. Αυτό θα μπορούσε να γίνει μέσω μιας δήλωσης τοποθέτησης, όπου δηλώνεις σε μία ή δύο προτάσεις τι προσφέρεις, το κοινό-στόχο σου και εκτιμάς την πρόταση. Μπορείς, για παράδειγμα, να συμπληρώσεις την ακόλουθη πρόταση:

**Προσφέρουμε [προϊόν/υπηρεσία] για [κοινό-στόχος/αγορά] ώστε [πρόταση αξίας].**

- **Δημιούργησε το σλόγκαν σου:** Ένα σλόγκαν μπορεί επίσης να σε βοηθήσει να καταλάβεις πώς να δημιουργήσεις τα μηνύματα της επωνυμίας σου.
- **Προσδιόρισε τους πυλώνες των μηνυμάτων σου:** Αυτοί είναι βασικές ιστορίες που μπορεί να θέλεις να επικοινωνήσεις για την επωνυμία σου, επομένως αυτό που σε κάνει μοναδικό/ή και σε διαφοροποιεί.

#### **Οπτική Ταυτότητα**

Αυτό μπορεί να είναι το πρώτο πράγμα που σκέφτονται οι περισσότεροι άνθρωποι όταν σκέφτονται το branding, την οπτική ταυτότητα της επωνυμίας: λογότυπο, χρώματα, τυπογραφία και άλλα χαρακτηριστικά που οπτικοποιούν την επωνυμία. Σημαντικά πράγματα που πρέπει να θυμάσαι όταν σχεδιάζεις την οπτική ταυτότητα της επωνυμίας σου είναι ότι πρέπει να είναι, πρώτα απ' όλα, σκόπιμη, αλλά και ευέλικτη (ικανή να αναπτύσσεται με την επωνυμία σου), ολοκληρωμένη και διαισθητική.

### 1.3.3 Εφαρμογή της στρατηγικής της επωνυμίας σου

#### Οδηγίες επωνυμίας

Μόλις καθοριστεί η στρατηγική επωνυμίας, θα πρέπει να την εφαρμόσεις για να διασφαλίσεις ότι θα ειπωθεί η ιστορία σου. Για να εξασφαλίσεις ότι αυτό θα γίνει όσο το δυνατόν πιο αποτελεσματικά, ίσως είναι χρήσιμο να δημιουργήσεις ορισμένες οδηγίες επωνυμίας. Οι οδηγίες θα μπορούσαν να σε βοηθήσουν να μάθεις πώς να χρησιμοποιείς την επωνυμία σου, ειδικά στο περιεχόμενο και την επικοινωνία που δημιουργείς, αλλά είναι επίσης χρήσιμο να διατηρείς την ποιότητα και τη συνέπεια.

#### Ζωντάνεψε τη στρατηγική της επωνυμίας

Τώρα που έχεις δημιουργήσει την επωνυμία σου και έχεις δημιουργήσει οδηγίες, πρέπει να τη μοιραστείς και να τη δείξεις. Επίστησε την προσοχή στην επωνυμία σου και βεβαιώσου ότι γίνεται αντιληπτή από την ομάδα-στόχο σου. Ακολουθούν ορισμένες συμβουλές που πρέπει να θυμάσαι όταν ζωντανεύεις τη στρατηγική της επωνυμίας σου:

- Να γνωρίζεις τους στόχους που έχεις θέσει
- Δημιούργησε περιεχόμενο που ευθυγραμμίζεται με την επωνυμία σου
- Πες την ιστορία της επωνυμίας σου σε κάθε σημείο επαφής
- Χρησιμοποίησε Παρότρυνση για Δράση (Call to Action)
- Μελέτησε την αγορά
- Χρησιμοποίησε στρατηγικές περιεχομένου/χρονοδιαγράμματα
- Μάθε από προηγούμενες εμπειρίες

#### Αξιολόγησε τη στρατηγική της επωνυμίας σου

Όταν έχεις δημιουργήσει και χτίσει την επωνυμία σου, θα πρέπει να κάνεις ένα βήμα πίσω και να την αναθεωρήσεις με αντικειμενικό τρόπο. Έχει η επωνυμία την αξία που επιθυμούσες και χρειάζόσουν, επηρεάζει τις αγοραστικές επιλογές του καταναλωτή σου, κάνει αυτό που πρέπει για την εταιρεία σου; Εν συντομία, η αξιολόγηση της επωνυμίας πρέπει να την εξετάσει από μια εξωτερική προοπτική και να επανεξετάσει την αντικειμενική αντίληψη και αξία.

#### 6 Βασικά συστατικά

Άλλα στοιχεία που πρέπει να έχεις στο πίσω μέρος του μυαλού σου κατά τη διαδικασία της στρατηγικής της επωνυμίας είναι τα ακόλουθα:

- Συνέπεια
- Σκοπός
- Ευελιξία
- Συναίσθημα
- Πίστη
- Ανταγωνιστική συνείδηση

## Υπο-ενότητα 2. Προώθηση

Εκεί όπου τελειώνει η καθιέρωση της επωνυμίας σου και το branding, ξεκινά η προώθησή της. Τώρα που ξέρεις ποιος/α είσαι, ήρθε η ώρα οι άνθρωποι να γνωρίσουν εσένα και την τέχνη σου!

### 2.1 Τι είναι προώθηση

Η προώθηση αφορά τις στρατηγικές και τις τεχνικές που βοηθούν στην επικοινωνία ενός προϊόντος/υπηρεσίας και επωνυμίας στο κοινό. Στόχος των προωθητικών ενεργειών είναι να παρουσιάσεις το προϊόν/υπηρεσία και την επωνυμία σου, να αυξήσεις τη ζήτηση και να το διαφοροποιήσεις. Επομένως, είναι επίσης ένα από τα βασικά στοιχεία του μάρκετινγκ.

**Ορισμός της προώθησης:** Οι προωθητικές ενέργειες αναφέρονται σε ολόκληρο το σύνολο των δραστηριοτήτων, οι οποίες κοινοποιούν το προϊόν, την επωνυμία ή την υπηρεσία στον χρήστη. Η ιδέα είναι να ευαισθητοποιηθούν οι άνθρωποι, να προσελκυσθούν και να παρακινηθούν να αγοράσουν το προϊόν, κατά προτίμηση έναντι άλλων.

Ο κύριος στόχος της προώθησης είναι επομένως να αποκτήσεις αναγνωρισιμότητα σχετικά με την επωνυμία και να προσελκύσεις ανθρώπους να αγοράσουν τα προϊόντα/υπηρεσίες σου. Ωστόσο, η προώθηση περιλαμβάνει πολλούς άλλους στόχους:

- Ανάπτυξη της εικόνας της επωνυμίας
- Πληροφόρηση πελατών
- Επίδειξη ανωτερότητας έναντι των ανταγωνιστών
- Μετατροπή των πιθανών αγοραστών σε πραγματικούς πελάτες
- Προώθηση νέων προϊόντων ή υπηρεσιών

### 2.2 Προώθηση στις τέχνες και τον πολιτισμό

Πολλοί οργανισμοί εκτός του τομέα των τεχνών και του πολιτισμού χρησιμοποιούν ήδη δημιουργικούς τρόπους ανάπτυξης ελκυστικού περιεχομένου. Αυτό σημαίνει ότι η τέχνη και ο πολιτισμός έχουν ήδη επηρεάσει τον επιχειρηματικό τομέα. Έτσι, θα ήταν λογικό οι οργανισμοί τέχνης και πολιτισμού να εφαρμόζουν ομοίως ορισμένες επιχειρηματικές στρατηγικές για να πραγματοποιήσουν τους δικούς τους στόχους, όπως η προώθηση. Η προώθηση μπορεί να εξασφαλίσει έναν ταχύτερο, ευκολότερο και αποτελεσματικότερο τρόπο κοινής χρήσης της τέχνης σου στον κόσμο.

Οι περισσότεροι καλλιτέχνες θα συμφωνήσουν με τη δήλωση ότι η εμπειρία της τέχνης είναι καλύτερη όταν μοιράζεται με άλλους ανθρώπους. Πράγμα που εκτιμούν και άλλες επιχειρήσεις και έτσι δημιουργούν περιεχόμενο για την επωνυμία τους που οι άνθρωποι θα θέλουν επίσης να μοιραστούν. Οι άνθρωποι αγαπούν να μεταδίδουν τις προσωπικές τους απόψεις και έτσι, δημιουργώντας περιεχόμενο που αντικατοπτρίζει τις αντιλήψεις, δίνεται κίνητρο να το μοιραστούν και να προωθήσουν την επωνυμία σου.

### 2.3 Ευκαιρίες προώθησης

#### 2.3.1 Δημιούργησε το διαδικτυακό σου πορτφόλιο

Ένας από τους καλύτερους τρόπους για να προωθήσεις τόσο την τέχνη σου

όσο και το προφίλ ή την επωνυμία σου είναι να δημιουργήσεις ένα διαδικτυακό πορτφόλιο. Αυτό το πορτφόλιο είναι το πρώτο μέρος που οι άνθρωποι αναζητούν για να δουν αν τους αρέσεις ως καλλιτέχνης, αν τους αρέσει η δουλειά σου και αν θέλουν να αποκτήσουν το έργο τέχνης σου. Δεδομένου ότι αυτό είναι το εργαλείο για να προβάλεις τη δουλειά σου και χρησιμεύει ως πρώτη εντύπωση, είναι σημαντικό να σκεφτείς λίγο για τη δημιουργία αυτού του πορτφόλιο.

Προκειμένου να δημιουργήσεις ένα ελκυστικό και αποτελεσματικό πορτφόλιο, θα σου δώσουμε βήμα προς βήμα οδηγίες με συμβουλές και κόλπα, που θα σε καθοδηγήσουν στη δημιουργία ενός επαγγελματικού πορτφόλιο.

1. Συγκέντρωσε την καλύτερη δουλειά σου
2. Ανάπτυξε μια αισθητική
3. Ενσωμάτωσε μια δήλωση καλλιτέχνη (artist statement)
4. Πρόσθεσε λεζάντες στα έργα σου
5. Πρόσθεσε στοιχεία επικοινωνίας
6. Κοινοποίησε οπουδήποτε και οποτεδήποτε

Άλλα πράγματα που πρέπει να θυμάσαι είναι ότι ένα διαδικτυακό πορτφόλιο πρέπει να:

- Είναι εύκολο στην πλοήγηση
- Είναι ευπαρουσίαστο
- Παρουσιάζει τη δουλειά σου με τον πιο επαγγελματικό τρόπο.

### 2.3.2 Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Η κοινή χρήση τέχνης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένας εύκολος και συνηθισμένος τρόπος για να προωθήσεις το έργο τέχνης σου. Ωστόσο, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι επίσης τεράστια με πολλούς ανθρώπους να τα χρησιμοποιούν για λόγους προώθησης. Έτσι, το ερώτημα είναι, πώς ξεχωρίζεις από τους υπόλοιπους;

Υπάρχουν ορισμένες πρακτικές συμβουλές σχετικά με το πώς να χρησιμοποιούν οι καλλιτέχνες τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και να βεβαιώνονται ότι η τέχνη τους θα παρατηρηθεί σε αυτά.



1. Επίδειξε τη διαδικασία δημιουργίας
2. Κοινοποίησε αποκλειστικές πρώτες ματιές (sneak peeks)
3. Επίλεξε τη σωστή πλατφόρμα και τον σωστό χρόνο για το κοινό σου
4. Αλληλεπίδρασε με το κοινό σου
5. Παρακολούθησε την αλληλεπίδραση
6. Κάνε την πλατφόρμα σου να αντικατοπτρίζει την επωνυμία σου
7. Χρησιμοποίησε ετικέτες και hashtags
8. Συνεργάσου

### 2.3.3 Άλλα ψηφιακά εργαλεία

Υπάρχουν πολλοί άλλοι τρόποι με τους οποίους μπορείς να προωθήσεις τον εαυτό σου, την επωνυμία και την καλλιτεχνική σου επιχείρηση δωρεάν, καθώς και να αξιοποιήσεις την εμπειρία σας. Παρόλο που αυτά τα εργαλεία είναι δωρεάν, θα πρέπει να θυμάσαι ότι χρειάζεται λίγος χρόνος για να λάβεις

σοβαρά υπόψη τις προσεγγίσεις, να χρησιμοποιήσεις την εκάστοτε προσέγγιση και να την αξιοποιήσεις στο έπακρο. Αλλά επίσης να θυμάσαι, ότι μετά από λίγο μπορεί να αποδώσει με πολύ καλό τρόπο. Σκέψου προσεγγίσεις όπως:

- Ξεκίνα ένα blog ή vlog
- Δημοσίευσε ως επισκέπτης σε άλλα ιστολόγια
- Εγγράψου σε διαδικτυακά φόρουμ

#### 2.3.4 Δικτύωση

Η δικτύωση έχει να κάνει με την οικοδόμηση σχέσεων, τη συνάντηση νέων ανθρώπων και την ανταλλαγή ιδεών, πληροφοριών και εμπειριών. Η δικτύωση μπορεί όχι μόνο να ανοίξει πόρτες στη γνώση, την έμπνευση και την υποστήριξη, αλλά μπορεί επίσης να δημιουργήσει πολλές ευκαιρίες. Και αυτές οι ευκαιρίες είναι ακριβώς αυτό που αναζητά ένας καλλιτέχνης, ειδικά όσον αφορά την προώθηση.

Με τη δικτύωση είναι σημαντικό να γνωρίζουμε ότι δεν πρόκειται μόνο για λήψη, αλλά και για προσφορά. Όταν βοηθάς έναν άλλο καλλιτέχνη ή μοιράζεσαι σχετικές πληροφορίες με ένα άλλο άτομο στο δίκτυό σου, οι πιθανότητες είναι ότι θα ανταποδώσουν. Αυτό σημαίνει ότι τα αποτελέσματα της καλής δικτύωσης, δεν μπορούν πάντα να εμφανίζονται αμέσως. Χρειάζεται χρόνος για να οικοδομήσουμε συνδέσεις και σχέσεις, καθώς και για να τις διατηρήσουμε. Θα μπορούσαμε λοιπόν να πούμε ότι η δικτύωση είναι ένα εργαλείο που σου δείχνει πού μπορείς να βρεις μελλοντικές επιχειρηματικές ευκαιρίες, αντί για άμεσα αποτελέσματα. Έτσι, υπάρχουν πολλοί λόγοι για να επενδύσεις λίγο χρόνο και αφοσίωση στη δικτύωση. Ακολουθούν ορισμένες συμβουλές σχετικά με τον τρόπο επιτυχούς δικτύωσης:

- **Προετοίμασε τη σύντομη παρουσίασή σου (pitch)** - Θα πρέπει να είσαι έτοιμος/η να περιγράψεις τι είσαι σε θέση να δώσεις, την αξία του και φυσικά αυτό που ψάχνεις με σαφή τρόπο. Μπορείς να βρεις έναν οδηγό για το πώς να γράψεις τη σύντομη παρουσίασή στο σχετικό Παράρτημα.
- **Επανάληψις μίτηρ μαθήσεως** - Εξάσκησε τη σύντομη παρουσίασή σου και όποτε σου δίνεται η ευκαιρία να δικτυωθείς, άρπαξέ την και εξάσκησου.
- **Βρες πού να δικτυωθείς** - Ξεκίνα να επικοινωνείς με το προσωπικό σου δίκτυο (μέλη οικογένειας, φίλοι, γνωστοί). Στη συνέχεια, βρες άτομα εκτός του άμεσου κύκλου επαφών σου, όπως για παράδειγμα γνωστούς φίλων. Επιπλέον, μπορείς να χρησιμοποιήσεις διαδικτυακές πλατφόρμες, όπως το LinkedIn ή το Facebook, για να αναζητήσεις άτομα εκτός του προσωπικού σου δικτύου. Ή θα μπορούσες να παρακολουθήσεις μια εκδήλωση δικτύωσης στον τομέα ενδιαφέροντός σου.
- **Να είσαι ανοιχτός/ή** - θυμήσου ότι όπου πηγαίνεις, μπορεί να είναι μια πιθανή ευκαιρία δικτύωσης. Στόχευσε στην ανακάλυψη νέων πραγμάτων και να είσαι ανοιχτός/ή στη σύνδεση με νέους ανθρώπους όπου κι αν πας.

#### 2.3.5 Συνεργασία

Η συνεργασία είναι ένα σημαντικό εργαλείο μάρκετινγκ, καθώς μπορεί να

προσελκύσει άτομα που δεν είναι εξοικειωμένα με τον κόσμο της τέχνης ή τη συγκεκριμένη μορφή τέχνης στην οποία εργάζεσαι. Μπορείς να συνεργαστείς με τοπικές πρωτοβουλίες ή με άλλα άτομα ή καλλιτέχνες.

Αρχικά, η συνεργασία με τοπικές πρωτοβουλίες είναι ένα εξαιρετικό εργαλείο με μια κατάσταση αμοιβαίας κερδοφορίας (win-win). Όχι μόνο είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να βγάλεις τη δουλειά σου εκεί έξω, αλλά κάνεις επίσης κάτι καλό για τους συναδέλφους καλλιτέχνες ή την τοπική κοινότητα και η τοπική κοινότητα μπορεί να επωφεληθεί από αυτό που έχεις να προσφέρεις.

Ανάτρεξε στην ενότητα συνεργασίας για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με αυτό το θέμα!

### 2.3.6 Ιστοσελίδες καλλιτεχνικών δημοσιεύσεων/καλλιτεχνικοί διαγωνισμοί

Σε αυτήν την ψηφιακή εποχή υπάρχουν επίσης πολλοί διαφορετικοί ιστότοποι όπου μπορείς να μοιραστείς το έργο τέχνης σου και έτσι να προωθήσεις το έργο σου. Αυτοί οι ιστότοποι μπορούν να προβάλλουν την εργασία σου σε ένα πιθανό νέο κοινό. Βρες τους ιστότοπους που ταιριάζουν περισσότερο στο έργο τέχνης σου και πού μπορείς να προσεγγίσεις το κοινό που θέλεις να προσεγγίσεις.

Επιπλέον, μπορείς να υποβάλεις το έργο σου σε καλλιτεχνικούς διαγωνισμούς. Η συμμετοχή σε έναν διαγωνισμό είναι εξαιρετικό εργαλείο μάρκετινγκ εάν καταφέρεις να κερδίσεις, αφού θα κερδίσεις κάποια επιπλέον προσοχή για την τέχνη σου και θα έχεις ένα βραβείο που μπορεί να βοηθήσει στην οικοδόμηση φήμης. Ωστόσο, ακόμη και η ίδια η συμμετοχή σε διαγωνισμό μπορεί να είναι ένα εξαιρετικό εργαλείο μάρκετινγκ, καθώς πολλοί διαγωνισμοί αναδεικνύουν όλους τους συμμετέχοντες, έχοντας το δικό τους προωθητικό υλικό, στο οποίο μπορεί να προβληθεί η τέχνη σου και ενδεχομένως να υπάρξουν άλλες τιμητικές αναφορές.



**Συγχαρητήρια!** Τώρα γνωρίζεις τι βήματα πρέπει να ακολουθήσεις για να κυριαρχήσεις στην προώθηση της τέχνης σου! Θυμήσου ότι χρειάζεται χρόνος για να κυριαρχήσεις πλήρως στις διαφορετικές προσεγγίσεις και να κάνεις έρευνα για το πώς να διασφαλίσεις ότι χρησιμοποιείς τα εκάστοτε εργαλεία και τις προσεγγίσεις με τον πιο επιτυχημένο τρόπο. Ωστόσο, όταν εφαρμόζεις αυτές τις μεθόδους, μπορεί να διαπιστώσεις ότι η φήμη σου και οι νέες ευκαιρίες αυξάνονται. Μόλις αρχίσεις να προωθείς την τέχνη σου με τον σωστό τρόπο, όλα μπορούν να συμβούν, από την εκπροσώπηση σε γκαλερί ως τις αυξανόμενες πωλήσεις. Ήρθε η ώρα να βγεις εκεί έξω και να μοιραστείς τη δουλειά σου με τον κόσμο!

## Ενότητα 7: Πώς να τακτοποιήσεις τα οικονομικά σου!

### Εισαγωγή στη θεματική

Ως παθιασμένος/η καλλιτέχνης, πιθανότατα θα ήθελες να περνάς κάθε ώρα της ημέρας κάνοντας αυτό που αγαπάς να κάνεις περισσότερο. Ωστόσο, πώς μπορείς να το κάνεις αυτό; Ή με άλλα λόγια, πώς θα είσαι σε θέση να αντέξεις οικονομικά να κάνεις τη δουλειά που αγαπάς περισσότερο;

Αυτό είναι ένα σημαντικό ερώτημα για πολλούς καλλιτέχνες. Όχι μόνο η χρηματοδότηση είναι ένα λεπτό θέμα για πολλούς καλλιτέχνες, η πλοήγηση στα φοιτητικά χρέη, τα έξοδα διαβίωσης και άλλα κόστη σε πολλαπλές και κυμαινόμενες ροές εισοδήματος είναι μια πρόκληση. Ως εκ τούτου, η εκμάθηση του τρόπου οικονομικού σχεδιασμού για το μέλλον είναι σημαντική, τόσο για αρχάριους όσο και για καθιερωμένους καλλιτέχνες.

Σε αυτή την ενότητα, θα ξεκινήσουμε εξηγώντας τι είναι η οικονομική διαχείριση και γιατί είναι σημαντική. Στη συνέχεια, θα βουτήξουμε στα βασικά ενός οικονομικού σχεδίου, όπως ο ισολογισμός, η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης και η κατάσταση ταμειακών ροών. Θα λάβεις επίσης κάποιες πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο δημιουργίας οικονομικών στόχων.

Στο τέλος αυτής της ενότητας, θα είσαι σε θέση να:

- Γνωρίζεις τι είναι η Οικονομική Διαχείριση και ποια είναι η σημασία της
- Γνωρίζεις τι είναι ο Οικονομικός Προγραμματισμός και ποια είναι η σημασία του
- Γνωρίζεις πώς να ετοιμάζεις τα οικονομικά έγγραφα για τον Οικονομικό Προγραμματισμό
- Γνωρίζεις ποιες μέθοδοι υπάρχουν για να τιμολογήσεις το έργο τέχνης σου
- Γνωρίζεις ποιους οικονομικούς στόχους μπορείς να ορίσεις για την επιχείρησή σου
- Γνωρίζεις περισσότερα σχετικά με άλλες οικονομικές πτυχές που μπορείς να λάβεις υπόψη για την επιχείρησή σου
- Γνωρίζεις μερικές πρακτικές συμβουλές για να τακτοποιήσεις τα οικονομικά σου με σιγουριά!

Topics:

#### Υπο-ενότητα 1: Οικονομική Διαχείριση

Γιατί είναι σημαντική η Οικονομική Διαχείριση;

#### Υπο-ενότητα 2: Οικονομικό Πλάνο

Γιατί είναι σημαντικό ένα Οικονομικό Πλάνο;

Πώς να δημιουργήσεις ένα Οικονομικό Πλάνο;

Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης

Ισολογισμός

Κατάσταση Ταμειακών Ροών

Προβλέψεις ταμειακών ροών

Συμβουλές και κόλπα για τη διαχείριση των ταμειακών ροών

#### Υπο-ενότητα 3: Τιμολόγηση

Κόστος συν τιμολόγηση

Σύγκριση τιμών



**Υπο-ενότητα 4: Οικονομικοί Στόχοι**

Πώς να ορίσεις οικονομικούς στόχους

**Υπο-ενότητα 5: Φόροι**

**Υπο-ενότητα 6: Οικονομικές Συμβουλές**



## Υπο-ενότητα 1. Οικονομική Διαχείριση

Η Οικονομική Διαχείριση στη βιομηχανία των τεχνών και του πολιτισμού έχει να κάνει με την επίτευξη του σωστού οικονομικού αποτελέσματος με τη διαχείριση των εσόδων και των δαπανών σου.

**Ορισμός της Οικονομικής Διαχείρισης:** η επιχειρηματική λειτουργία που ασχολείται με την επένδυση των διαθέσιμων οικονομικών πόρων με τρόπο που επιτυγχάνεται μεγαλύτερη επιχειρηματική επιτυχία και απόδοση επένδυσης (return-on-investment, ROI).

Αυτό περιλαμβάνει τον προγραμματισμό, την οργάνωση και τον έλεγχο όλων των συναλλαγών σε μια επιχείρηση.

### 1.1 Γιατί είναι σημαντική η Οικονομική Διαχείριση;

Ένα καλό σύστημα οικονομικής διαχείρισης θα σε βοηθήσει να:

1. Διαχειριστείτε τις αποφάσεις σου και, συνεπώς, την επιχείρησή σου προληπτικά και όχι αντιδραστικά
2. Αποκτήσεις ευκολότερη πρόσβαση στα χρήματά σου. Σχεδιάζοντας τι χρειάζεται, έχεις ήδη την απάντηση για τους ανθρώπους από τους οποίους θα ζητήσεις οικονομική υποστήριξη.
3. Δείξεις στους πιθανούς επενδυτές ότι είσαι στην κορυφή του παιχνιδιού και ότι είχες σκεφτεί διεξοδικά τις οικονομικές σου ανάγκες.
4. Βοηθήσει να λάβεις εκείνες τις αποφάσεις που θα κάνουν την καθημερινή διαχείριση ευκολότερη, αποτελεσματικότερη και πιο κερδοφόρα.
5. Έχεις ένα εργαλείο λήψης αποφάσεων όταν πρόκειται για οικονομικά ζητήματα/εκτιμήσεις.

## Υπο-ενότητα 2. Οικονομικό Πλάνο

Ένα οικονομικό πλάνο είναι μια επισκόπηση των τρεχόντων οικονομικών της επιχείρησής σου, των οικονομικών στόχων που έχεις και των απαραίτητων βημάτων που πρέπει να ακολουθήσεις για να πετύχεις αυτούς τους στόχους.

Ένα οικονομικό σχέδιο είναι βασικά:

1. Ένα περίγραμμα της οικονομικής κατάστασης μιας επιχείρησης
2. Παράθεση των προβλέψεων ανάπτυξης
3. Βοήθεια στον καθορισμό επιχειρηματικών στόχων
4. Βοήθεια στην παρακολούθηση μετρήσεων
5. Απόδειξη κερδοφόρων ιδεών
6. Απόδειξη για το πόσο βιώσιμη είναι μια επιχειρηματική ιδέα
7. Συγκεκριμένο
8. Ευέλικτο - επιτρέπει οποιεσδήποτε πιθανές αλλαγές στη ζωή ή απρόβλεπτα γεγονότα.

### 2.1 Γιατί είναι σημαντικό το Οικονομικό Πλάνο;

Σε γενικές γραμμές, ένα οικονομικό πλάνο ενημερώνει τους βραχυπρόθεσμους και μακροπρόθεσμους οικονομικούς στόχους σου και σου δίνει μια αφετηρία για την ανάπτυξη μιας στρατηγικής. Επιπλέον, ένα οικονομικό πλάνο δημιουργεί μια επισκόπηση της οικονομικής σου κατάστασης. Αυτό σε βοηθά, ως καλλιτέχνη και ως ιδιοκτήτη επιχείρησης, να θέσεις ρεαλιστικές προσδοκίες σχετικά με την επιτυχία της επιχείρησής σου.

Άλλοι λόγοι για να κάνεις ένα οικονομικό πλάνο είναι:

- **Ασυνεπές εισόδημα** - Γενικά, οι ροές εισοδήματος των καλλιτεχνών είναι πολλαπλές, ποικίλες και ασυνεπείς. Έχοντας ένα οικονομικό πλάνο, μπορείς να μάθεις πώς να διαχειρίζεσαι τα έσοδα και τα έξοδά σου σε μηνιαία βάση και να μειώσεις τον κίνδυνο να μην είσαι σε θέση να πληρώσεις ορισμένους λογαριασμούς.
- **Τα χρήματα είναι απαραίτητα για να συνεχίσεις να κάνεις αυτό που κάνεις** - Με τη διαχείριση των οικονομικών, μπορείς να διασφαλίσεις ότι θα συνεχίσεις με την τέχνη σου χωρίς να χρειαστεί να κάνεις ένα διάλειμμα ή να ξεκινήσεις μια επιπλέον δουλειά.
- **Η δημιουργικότητα απαιτεί σταθερότητα** - Η απόσπαση της προσοχής και το άγχος λόγω της οικονομικής κατάστασης, μπορεί να έχει αντίκτυπο στη δημιουργικότητά σου ή στην ικανότητά σου να αποδίδεις στο καλύτερό σου. Ένα οικονομικό πλάνο διασφαλίζει ότι τα οικονομικά είναι σε τάξη και σταθερά, γεγονός που δημιουργεί ηρεμία.
- **Σχεδιασμός για το χειρότερο** - Όπως αναφέρθηκε, ένα οικονομικό πλάνο θα πρέπει επίσης να είναι ευέλικτο. Οι οικονομικές καταστάσεις έκτακτης ανάγκης μπορούν να συμβούν ανά πάσα στιγμή και μπορεί να είναι πολύ απροσδόκητες. Έχοντας ένα οικονομικό πλάνο, μπορείς να εξασφαλίσετε τη δική σου ασφάλεια.
- **Σχεδιασμός για το μέλλον** - Αυτό είναι το μέλλον με την ευρεία έννοια. Ο οικονομικός σχεδιασμός όχι μόνο βοηθά στην ανάπτυξη μιας επιχείρησης και την καθιστά κερδοφόρα και βιώσιμη, αλλά βοηθά επίσης στην προετοιμασία των καλλιτεχνών για συνταξιοδότηση.

## 2.2 Πώς να δημιουργήσεις ένα Οικονομικό Πλάνο;

1. Συγκέντρωσε όλα τα σχετικά έγγραφα που δίνουν μια εικόνα της τρέχουσας οικονομικής σου κατάστασης.

Προτού μάθεις προς ποια κατεύθυνση θα κατευθυνθείς, είναι σημαντικό να γνωρίζεις πού βρίσκεσαι πραγματικά. Ως εκ τούτου, το πρώτο βήμα είναι να κάνεις μια επισκόπηση της οικονομικής κατάστασης όπως είναι, τόσο προσωπικά όσο και επαγγελματικά. Για να γίνει αυτό, πρέπει να συγκεντρωθούν όλα τα έγγραφα που παρέχουν ακριβή κατανόηση της οικονομικής κατάστασης, μια τεκμηρίωση εσόδων και εξόδων.

Επιπλέον, αυτό είναι το βήμα όπου πρέπει να γίνει η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης, ο ισολογισμός και η κατάσταση ταμειακών ροών. Ειδικά για τους καθιερωμένους καλλιτέχνες, αυτό θα δώσει μια σαφή εικόνα της οικονομικής κατάστασης της επιχείρησης τη δεδομένη χρονική στιγμή. Παρόλο που είναι πιο δύσκολο για τους αναδυόμενους καλλιτέχνες να δημιουργήσουν και συγκεντρώσουν αυτά τα έγγραφα, εξακολουθεί να είναι χρήσιμο για τη δημιουργία μιας επισκόπησης.

Στις επόμενες υπο-ενότητες, θα επεξεργαστούμε αυτά τα έγγραφα, ιδίως τον τρόπο προετοιμασίας τους.

2. Δημιούργησε στρατηγικό πλάνο.

Όταν δημιουργείς ένα στρατηγικό πλάνο, θα πρέπει να προσδιορίσεις, να οργανώσεις, να ιεραρχήσεις και να καθορίσεις τους οικονομικούς στόχους. Δεν είναι σημαντικό μόνο να καθοριστούν οι στόχοι, αλλά και να

προσδιοριστούν τα απαραίτητα βήματα που πρέπει να ακολουθηθούν για την επίτευξή τους. Όταν έχεις διευκρινίσει τους στόχους και τα βήματα, συνιστάται να καθορίσεις και τον οικονομικό τους αντίκτυπο. Με αυτόν τον τρόπο, το οικονομικό πλάνο μπορεί να πληροφορήσει για τις αποφάσεις σχετικά με κάθε πτυχή της επιχείρησης και θα γνωρίζεις τι είναι σημαντικό και τι διακυβεύεται.

### 3. Κάνε οικονομικές προβλέψεις.

Εδώ θα δεις τι προσδοκάς από τα έξοδα και τις προβλέψεις πωλήσεων. Ενώ εξετάζεις τις προσδοκίες, πρέπει να θέσεις τους στόχους δίπλα σε αυτές και να προβλέψεις το κόστος που είναι απαραίτητο για την επίτευξή τους. Συνιστάται επίσης να λαμβάνονται υπόψη διαφορετικά σενάρια. Μπορεί να ληφθεί υπόψη μια σειρά από αισιόδοξα, απαισιόδοξα και πιο πιθανά σενάρια· με αυτόν τον τρόπο μπορείς να προβλέψεις τον αντίκτυπο κάθε σεναρίου.

### 4. Σχεδίασε για απρόβλεπτες καταστάσεις.

Παρόλο που εξετάζονται διαφορετικά σενάρια, είναι πιθανό να συμβούν απροσδόκητα πράγματα. Είναι σημαντικό να έχεις ένα σχέδιο έτοιμο για την περίπτωση που δεν υπάρχουν χρήματα ή για την περίπτωση που η επιχείρηση πάρει έναν απροσδόκητο τόνο. Ένα σχέδιο για απρόβλεπτες καταστάσεις μπορεί να γίνει εξετάζοντας την κατάσταση ταμειακών ροών σου.

### 5. Κάνε πράξη το οικονομικό σου πλάνο.

Μερικά πράγματα που πρέπει να έχεις κατά νου όταν θέτεις το πλάνο σε δράση, είναι ότι μπορεί να είναι ευκολότερο να ξεκινήσεις με μικρότερα βήματα. Επιπλέον, ένα οικονομικό πλάνο δεν προσκολλάται σε ένα συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα, εκτός φυσικά εάν έχεις ορίσει στον εαυτό σου μια προθεσμία. Τέλος, ένα οικονομικό πλάνο δεν είναι σταθερό. Όταν συμβαίνουν απροσδόκητα πράγματα, ειδικά αυτά που επηρεάζουν τα οικονομικά σου, μπορείς να το προσαρμόσεις.

### 6. Παρακολούθησε και προσάρμοσε το οικονομικό πλάνο και σύγκρινε στόχους.

Θα πρέπει να κάνεις νέες καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσης, ισολογισμούς και καταστάσεις ταμειακών ροών τακτικά. Θα πρέπει να αποφασίσεις μόνος/η σου πόσο συχνά θα γίνεται αυτό, ωστόσο συνιστάται να τα ενημερώνεις σε τακτική βάση. Δεν είναι απαραίτητο να ενημερώνονται όλα ταυτόχρονα. Ενημερώνοντας τακτικά τα έγγραφα, θα έχεις μια επισκόπηση του τρόπου με τον οποίο προχωρά το οικονομικό πλάνο, εάν είναι εντός στόχου και εάν πρέπει να τροποποιηθεί. Όταν είναι απαραίτητο να προσαρμόσεις το οικονομικό πλάνο, λόγω απροσδόκητων καταστάσεων, κάνε το ανάλογα. Επιπλέον, ελέγχοντάς το τακτικά, είσαι σε θέση να εντοπίσεις πιθανά προβλήματα πριν επιδεινωθούν, αλλά και να δεις πώς πηγαίνει η επίτευξη των στόχων.

## 2.3 Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης

Αρχικά, είναι σημαντικό να εξετάσουμε και να κατανοήσουμε τη σχέση μεταξύ

εσόδων και δαπανών για μια συγκεκριμένη περίοδο και ένα τα έσοδα υπερβαίνουν τις δαπάνες ή όχι, έχοντας ως αποτέλεσμα κέρδος ή ζημία. Έτσι, μια κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης είναι ένα έγγραφο που περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με τα κέρδη και τις ζημίες για μια συγκεκριμένη περίοδο (μηνιαία, τριμηνιαία ή ετήσια). Επιπλέον, περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με τα λειτουργικά έξοδα για μια δεδομένη περίοδο. Στόχος αυτού του εγγράφου είναι ο υπολογισμός των καθαρών εσόδων της εταιρείας για την περίοδο. Η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης απαριθμεί τα ακόλουθα:

$$\text{Net income} = \left( \begin{array}{c} \text{Revenue} \\ + \\ \text{Gains} \end{array} \right) - \left( \begin{array}{c} \text{Expenses} \\ + \\ \text{Losses} \end{array} \right) = \text{€}$$

- Έσοδα
- Έξοδα
- Κέρδη
- Ζημίες
- Καθαρό εισόδημα

## 2.4 Ισολογισμός

Ο ισολογισμός είναι ένα έγγραφο που σε βοηθά να δεις πού βρίσκεσαι αυτή τη στιγμή, επομένως η οικονομική θέση της επιχείρησής σου σε μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή, παρέχει κατά κάποιο τρόπο ένα «στιγμιότυπο» της οικονομικής σου θέσης.

Περιλαμβάνει τόσο αυτό που σου ανήκει όσο και αυτό που οφείλεις. Τι σου ανήκει και τι οφείλεις σε μια εξίσωση που πρέπει να εξισορροπηθεί. Για την εξίσωση αυτή, πρέπει να ληφθούν υπόψη τρεις πτυχές:

- Περιουσιακά στοιχεία
- Οφειλές
- Μετοχικό κεφάλαιο

Τα περιουσιακά στοιχεία πρέπει να αναγράφονται στην αριστερή πλευρά του ισολογισμού και οι οφειλές στη δεξιά πλευρά. Όταν και τα δύο παρατίθενται στον ισολογισμό, το ποσό στο σύνολο του ενεργητικού και των συνολικών υποχρεώσεων διαφέρει. Αυτό σημαίνει ότι τα ίδια κεφάλαια πρέπει να προστεθούν στον ισολογισμό. Επειδή στο τέλος αυτού του εγγράφου, τα σύνολα και των δύο πλευρών πρέπει να είναι σε *ισορροπία*.

## 2.5 Κατάσταση Ταμειακών Ροών

Πρόκειται για ένα έγγραφο που δείχνει από πού προέρχονται τα χρήματα και πού πηγαίνουν. Η ταμειακή ροή μάς λέει πότε ακριβώς μπήκαν και βγήκαν τα χρήματα από τον τραπεζικό λογαριασμό της επιχείρησης και είναι ιδιαίτερα χρήσιμη για την εξέταση πιθανών σεναρίων - την πρόβλεψη ταμειακών ροών. Υπάρχουν τρεις ενότητες σε μια κατάσταση ταμειακών ροών:

- Επιχειρησιακές δραστηριότητες
- Επενδυτικές δραστηριότητες
- Χρηματοπιστωτικές δραστηριότητες

Μια αρνητική ταμειακή ροή δεν σημαίνει απαραίτητα ότι η οικονομική σου απόδοση είναι ή ήταν κακή. Μερικές φορές το εισερχόμενο κέρδος μπορεί να είναι καλό, αλλά υπάρχουν λίγα χρήματα στην τράπεζα για να εξοφλήσεις τα

χρέη.

### 2.5.1 Προβλέψεις Ταμειακών Ροών

Εκτός από την τακτική κατάσταση ταμειακών ροών, μπορείς επίσης να αποφασίσεις να κάνεις μια πρόβλεψη ταμειακών ροών. Μια πρόβλεψη ταμειακών ροών είναι ένα οικονομικό έγγραφο που δείχνει την αναμενόμενη κίνηση μετρητών προς και από την επιχείρησή σου, ανά περίοδο. Αυτό σημαίνει ότι παρέχονται έγκαιρες προειδοποιήσεις για ενδείξεις πιθανών ελλείψεων μετρητών για την επιχείρησή σου και, έτσι, λαμβάνεις αποφάσεις για αλλαγή πορείας. Η πρόβλεψη ταμειακών ροών βασίζεται σε τρεις βασικές έννοιες:

- Ταμειακές εισροές
- Ταμειακές εκροές
- Καθαρές ταμειακές ροές

### 2.5.2 Συμβουλές και κόλπα για τη διαχείριση των ταμειακών ροών

- Προσδιόρισε το νεκρό σημείο
- Εστίασε στις θετικές ταμειακές ροές
- Ποτέ μην επενδύεις όλα τα χρήματά σου
- Χρησιμοποίησε φύλλο εργασίας ταμειακών ροών
- Σύλλεξε εισπράξεις το συντομότερο δυνατό
- Πρόσφερε κίνητρα στους πελάτες
- Πλήρωσε οφειλές το αργότερο
- Προετοίμασε προσεκτικά τις ταμειακές ροές σου
- Επιβίωσε από τις ελλείψεις

## Υπο-ενότητα 3. Τιμολόγηση

Εάν δεν μπορείς να σιγουρευτείς για το πώς να τιμολογήσεις την εργασία σου, δεν είσαι μόνος/η. Οι περισσότεροι καλλιτέχνες δεν γνωρίζουν τι ποσό να εκτιμήσουν για ένα έργο τέχνης. Επιπλέον, οι περισσότεροι δυνητικοί αγοραστές δεν έχουν επίσης ιδέα για το πώς να εκτιμήσουν το έργο τέχνης. Πώς λοιπόν ορίζεις μια τιμή που όχι μόνο θα κάνει την τέχνη σου ελκυστική για πιθανούς αγοραστές, επισκέπτες ή συλλέκτες, αλλά και σου επιτρέπει να αποκομίσεις κέρδος;

Δεν υπάρχει σαφής καθοδήγηση που θα λειτουργούσε για όλους. Ωστόσο, υπάρχουν ορισμένες οδηγίες που μπορούν να σε βοηθήσουν να ξεκινήσεις.

Δύο μέθοδοι που μπορείς να χρησιμοποιήσεις ως καθοδήγηση είναι:

- Κόστος συν τιμολόγηση
- Σύγκριση τιμών

### 3.1 Κόστος συν τιμολόγηση

Αυτό το μοντέλο τιμολόγησης εξετάζει όλο το κόστος σου σε σχέση με τη δημιουργία του έργου τέχνης σου, χρησιμοποιώντας το ως βάση για να καθορίσεις τον τρόπο τιμολόγησης της τέχνης σου.

1. Πρόσθεσε όλα τα έξοδά σου. Μπορείς να επιλέξεις να διαιρέσεις σε σταθερό και μεταβλητό κόστος, μηνιαίο κόστος κ.λπ.
2. Προσδιόρισε πόσα έργα πουλάς.
3. Επίλεξε εάν θέλεις να συμπεριλάβεις «προσαύξηση», που αποτελεί έναν τρόπο αντιμετώπισης απροσδόκητου κόστους.

$$\left( \frac{\text{Number of works sold per certain period of time}}{\text{Total expenses of a certain period of time}} \right) \times \text{Markup percentage} = \text{sale price per work}$$

Σύμφωνα με αυτά τα στοιχεία, μπορείς να φτιάξεις μια εύκολη φόρμουλα που θα μπορούσες να χρησιμοποιείς.

### 3.2 Σύγκριση τιμών

Αυτή η μέθοδος βασίζεται στην έρευνα άλλων καλλιτεχνών με παρόμοια έργα τέχνης με τα δικά σου για να δεις πώς πρέπει να πωλείται το είδος της δουλειάς σου στην αγορά. Παρόλο που αυτό μπορεί να ακούγεται απλό, χρειάζεται να κάνεις αρκετή έρευνα και να αποφασίσεις την τιμή σου με βάση αυτό. Υπάρχουν ορισμένα πράγματα που πρέπει να λάβεις υπόψη κατά τον καθορισμό της τιμής:

1. **Γεωγραφική αγορά:** Είναι σημαντικό να εξετάσεις τι ανταγωνιστικό έργο τέχνης πωλείται στην ίδια γεωγραφική αγορά με εσένα. Εάν πουλάς τοπικά, δεν είναι απαραίτητο να εξετάσεις τι πουλά ένας συνάδελφος καλλιτέχνης από άλλη χώρα.
2. **Τύπος και στυλ της τέχνης σου:** Οι ελαιογραφίες πρέπει να συγκριθούν με τις ελαιογραφίες, ενώ η αφηρημένη τέχνη πρέπει να συγκριθεί με την αφηρημένη τέχνη. Επίσης, το μέγεθος και ο αριθμός των εκδόσεων για ένα έργο θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη όταν κάνεις την έρευνά σου και όταν καθορίζεις την τιμή σου.
3. **Αντιστοιχίσε τα επιτεύγματά σου:** Αυτό θα μπορούσε να είναι ένας σημαντικός παράγοντας, καθώς θα πρέπει να δώσεις ιδιαίτερη προσοχή σε συναδέλφους καλλιτέχνες που έχουν βιογραφικό σημείωμα σαν το δικό σου. Σκέψου να είσαι στον ίδιο κλάδο για το ίδιο χρονικό διάστημα, με παρόμοια ηλικία, εκπαίδευση ή εργασιακή εμπειρία.

Ίσως όσο υψηλότερη είναι η τιμή, τόσο μεγαλύτερη είναι η εμφάνιση επιτυχίας στο κοινό σου, γεγονός που θα μπορούσε να οδηγήσει περισσότερους ανθρώπους να θέλουν τα έργα σου. Ωστόσο, δεν θέλεις και να γεμίσεις το διαμέρισμα, το γκαράζ ή το στούντιο σου με έργα τέχνης που δεν πωλούνται ποτέ. Έτσι, λάβε υπόψη ότι η τιμή που αποφασίζεις να ορίσεις δεν είναι αμετάκλητη. Εάν το έργο σου πωλείται πολύ εύκολο ή εάν δεν πουλάει, τότε είτε το τιμολογείς λανθασμένα είτε προσπαθείς να προσεγγίσεις λάθος κοινό. Μην ανησυχείς για αυτό και επίστεψε στον πίνακα σχεδίασης, καθώς χρειάζονται δοκιμές και σφάλματα και εξάσκηση για να φτάσεις στο σωστό σημείο τιμής για τα έργα σου. Με τον καιρό, θα βρεις το σωστό σημείο για να τιμολογήσεις τη δουλειά σου!

### Υπο-ενότητα 4. Οικονομικοί Στόχοι

Ο καθορισμός στόχων για την καριέρα σου είναι σημαντικός, αλλά είναι επίσης ζωτικής σημασίας να αναπτύξεις μια οικονομική στρατηγική που ευθυγραμμίζεται με τις φιλοδοξίες της σταδιοδρομίας σου. Συνδυάζοντας τους επαγγελματικούς σου στόχους με μια σταθερή οικονομική στρατηγική, μπορείς να

προετοιμαστείς για την επιτυχία και να εξασφαλίσεις την ικανότητα να επιτύχεις τα όνειρά σου χωρίς να αντιμετωπίζεις περιττά οικονομικά εμπόδια.

Λάβε υπόψη ότι θα πρέπει να θέτεις στόχους με βάση το πού βρίσκεσαι τώρα, όχι πού περιμένεις να είσαι στο μέλλον. Εξάλλου, όταν η ταμειακή σου ροή αυξάνεται, μπορείς να τροποποιήσεις τη στρατηγική σου.

Όταν θέτεις έναν οικονομικό στόχο, πρέπει να καθορίσεις το χρονικό διάστημα που θα χρειαστεί για να επιτύχεις τον στόχο σου. Ο στόχος σου μπορεί να θεωρηθεί βραχυπρόθεσμος, μεσοπρόθεσμος ή μακροπρόθεσμος.

- **Βραχυπρόθεσμος** - Τίθεται κάθε χρόνο, καλύπτοντας μια περίοδο 12 μηνών, επομένως πρόκειται για στόχο που χρειάζεται λιγότερο από έναν χρόνο για να επιτευχθεί. Σκέψου, για παράδειγμα, έναν στόχο σαν το να κάνεις διακοπές, να αγοράσεις νέο εξοπλισμό ή να εξοφλήσεις ένα συγκεκριμένο χρέος.
- **Μεσοπρόθεσμος** - Μια περίοδος που εκτείνεται από ενάμιση έως 3-5 χρόνια (ανάλογα με το είδος της επιχείρησης και τους ανθρώπους που θέτουν τους στόχους). Έτσι, σκέψου στόχους που δεν μπορούν να επιτευχθούν αμέσως, αλλά που επίσης δεν θα χρειαστούν πολλά χρόνια για να επιτευχθούν.
- **Μακροπρόθεσμος** - Σχετίζεται με περίοδο άνω των πέντε ετών και, συνεπώς, απαιτεί μεγαλύτερες δεσμεύσεις και συχνά περισσότερα χρήματα. Σκέψου τη συνταξιοδότησή σου, την εξόφληση ενός στούντιο ή του σπιτιού σου κ.λπ.

#### 4.1 Πώς να ορίσεις οικονομικούς στόχους

Είτε αποφασίσεις να το κάνεις μόνος/η σου είτε να βασιστείς σε επαγγελματική βοήθεια, εδώ είναι μερικά βήματα που μπορείς να ακολουθήσεις για να ορίσεις τους οικονομικούς σου στόχους. Επίσης, κράτησε την τεχνική SMART, η οποία παρουσιάστηκε προηγουμένως, στο πίσω μέρος του μυαλού σου.

1. Βρες τι έχει σημασία για εσένα. Εξέτασε τα πάντα, από τα πρακτικά και απαραίτητα πράγματα έως τις ιδέες που είναι πιο απομακρυσμένες στο τραπέζι.
2. Ξεκαθάρισε τι μπορεί να επιτευχθεί αρκετά γρήγορα, τι θα πάρει λίγο περισσότερο χρόνο και θα είναι ένα μακροπρόθεσμο έργο.
3. Δημιούργησε έναν ρεαλιστικό προϋπολογισμό. Βεβαιώσου ότι έχεις μια σαφή επισκόπηση του τι έρχεται και τι βγαίνει.
4. Προσδιόρισε πόσα χρήματα χρειάζεσαι για να πετύχεις τον στόχο σου και διαχώρισε αυτό το ποσό ανά μήνα ή/και έτος.
5. Τοποθέτησε τον προϋπολογισμό και τους στόχους τον έναν δίπλα στον άλλο και δες πώς μπορείς να πετύχεις τους οικονομικούς στόχους. Σκέψου όλους τους τρόπους για να το πετύχεις, από την εξοικονόμηση έως τη μείωση των εξόδων, την απόκτηση επιπλέον χρημάτων ή την εύρεση πρόσθετων πόρων.
6. Ας ελπίσουμε ότι ο ρεαλιστικός και στεγανός προϋπολογισμός σου θα δείξει κάποια χρήματα που έχουν απομείνει. Όποιο και αν είναι αυτό το ποσό, βεβαιώσου ότι έχει μεταφερθεί αυτόματα σε ξεχωριστό λογαριασμό που έχει σχεδιαστεί για να αντιμετωπίσει τα πρώτα δύο πράγματα στη λίστα προτεραιοτήτων σου.
7. Παρακολούθησε την πρόοδό σου. Φρόντισε να αξιολογείς τον προϋπολογισμό και τους στόχους σου σε τακτική βάση. Αυτό όχι μόνο θα σου

δώσει κίνητρο όταν μπορείτε να πετύχετε τα σημεία αναφοράς σου, αλλά θα σου δώσει επίσης μια στιγμή να κάνεις ένα βήμα πίσω και να εξετάσεις τον προϋπολογισμό και τους στόχους σου. Είναι ακόμα ρεαλιστικοί ή πρέπει να αλλάξετε κάτι;

Όλα αυτά μπορεί να ακούγονται λίγο τρομακτικά, οπότε να έχεις κατά νου να ξεκινήσεις με μικρότερους στόχους και να εργαστείς προς τους μεγαλύτερους. Πρώτα θέσε προτεραιότητα και μετά πέτυχε.

### Υπο-ενότητα 5. Φόροι

Δεδομένου ότι οι καλλιτέχνες έχουν συχνά πολλαπλές πηγές εσόδων και εξόδων, μπορεί να είναι δύσκολο να καταλάβεις τι μπορείς να διαγράψεις. Γνωρίζοντας εκ των προτέρων τι θα πρέπει να κάνεις και πώς να το κάνεις, μπορεί να σε βοηθήσει να κάνεις τη διαδικασία ευκολότερη για εσένα. Ωστόσο, η φορολογική ρύθμιση μπορεί να διαφέρει σε διαφορετικές χώρες. Βεβαιώσου ότι έχεις βρει τις σωστές πληροφορίες για την περίπτωση σου. Μπορείς να μεταβείς στην [ιστοσελίδα](#) της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, όπου μπορείς να βρεις όλες τις ιστοσελίδες για εθνικές φορολογίες, αλλά φρόντισε, επίσης, να κάνεις τη δική σου έρευνα. Εάν αυτό δεν είναι τόσο εύκολο για σένα, τότε συνιστάται να βρεις βοήθεια για το συγκεκριμένο ζήτημα.

**Αποποίηση: Οι φορολογικοί νόμοι και κανονισμοί διαφέρουν από χώρα σε χώρα. Επομένως, φρόντισε να ελέγξεις τους νόμους και τους κανονισμούς στη χώρα σου ή να λάβεις συμβουλές από έναν επαγγελματία.**

Ακολουθούν ορισμένες χρήσιμες συμβουλές που μπορείς να χρησιμοποιήσεις, παρόλο που οι κανονισμοί της νομοθεσίας ενδέχεται να διαφέρουν σε κάθε χώρα. Οι παρακάτω συμβουλές μπορεί να διευκολύνουν λίγο την υποβολή φόρων:

1. **Κράτησε καλό αρχείο και όλες τις αποδείξεις** - Ο τρόπος με τον οποίο τα διατηρείς, σε δικό σου φύλλο excel ή σε αυτοματοποιημένο πρόγραμμα τήρησης βιβλίων, δεν έχει σημασία. Μην χρονοτριβείς στην καταγραφή όλων των πληροφοριών! Δεν υπάρχει τίποτα πιο τρομακτικό από ένα κουτί παπουτσιών γεμάτο με ξεχασμένες αποδείξεις.
2. **Δημιούργησε ξεχωριστό τραπεζικό λογαριασμό και πιστωτική κάρτα για θέματα που αφορούν την τέχνη σου** - Έχοντας τον προσωπικό σου λογαριασμό διαχωρισμένο από όλα τα θέματα που αφορούν την τέχνη, η τήρηση βιβλίων είναι πολύ πιο εύκολη. Επιπλέον, δεδομένου ότι πολλά λογιστικά πράγματα είναι, αυτές τις μέρες, διαδικτυακά (διαδικτυακές υπηρεσίες τήρησης αρχείων και ηλεκτρονικές τραπεζικές καταστάσεις), μπορείς εύκολα να κατεβάσεις αυτά τα αρχεία σε διαδικτυακό λογιστικό λογισμικό, καθιστώντας ακόμη πιο εύκολη την παρακολούθηση των δαπανών σου.
3. **Κατάθεσε όλα τα έσοδα που προέρχονται από την τέχνη σου στον ειδικό λογαριασμό όψεως σου** - Σκέψου το εισόδημα όπως οι πωλήσεις, τα δίδακτρα κ.λπ. Ανάλυσε αυτές τις καταθέσεις αναλύοντάς τις σε ξεχωριστές κατηγορίες εισοδήματος και πρόσθεσε μια περιγραφή για να βοηθήσεις τη μνήμη σου.
4. **Τα μαθήματα και τα εργαστήρια που παρακολουθείς θεωρούνται μέρος της συνεχιζόμενης εκπαίδευσης** - Ανάλογα με τη φορολογική



ρύθμιση στη χώρα σου, αυτό σημαίνει ότι αυτό θα μπορούσε επίσης να αφαιρεθεί.

5. **Βρες έναν επαγγελματία λογιστή ή φοροτεχνικό** - Εάν χρειάζεσαι βοήθεια, ίσως είναι χρήσιμο να βρεις κάποιον που έχει εμπειρία στη συνεργασία με καλλιτέχνες, καθώς είναι σημαντικό ο επαγγελματίας να κατανοεί τη δουλειά της τέχνης. Ως καλλιτέχνης, έχεις πολλές πτυχές της ζωής σου συνυφασμένες με την επιδίωξη της δημιουργίας τέχνης. Επομένως, χρειάζεται κάποιος που καταλαβαίνει τον τρόπο ζωής και τον φορολογικό κώδικα για να φιλτράρει, τι μπορεί και τι δεν μπορεί να αφαιρεθεί. Επιπλέον, είναι εξαιρετικά χρήσιμο για εσένα ως καλλιτέχνη να χτίσεις μια μακροχρόνια σχέση με τον επαγγελματία σου.

### Υπο-ενότητα 6. Οικονομικές Συμβουλές

Αυτή η ενότητα θα τελειώσει με μερικές τελευταίες συμβουλές και κόλπα για την αντιμετώπιση οικονομικών πτυχών. Μερικές πρακτικές συμβουλές που είτε είναι καλό να θυμάσαι είτε θα μπορούσαν πρακτικά να είναι πολύ χρήσιμες:

- **Ρύθμιση εβδομαδιαίου χρόνου οικονομικών** - Εάν δεν ορίσεις χρόνο για να δώσεις προτεραιότητα στις πολλές οικονομικές εργασίες - όπως η παρακολούθηση του κόστους, η πληρωμή λογαριασμών και η έρευνα λογιστών - μπορούν να ξεχαστούν. Καθιέρωσε μια εβδομαδιαία συνάντηση με τον εαυτό σου για να διευθετήσεις τα οικονομικά για να το αποτρέψεις αυτό. Αντί απλώς να το κάνεις όπως το θυμάσαι, αφιέρωσε οπουδήποτε μεταξύ 20 λεπτών και μίας ώρας για να διαγράψεις τα πράγματα από τη λίστα σας.
- **Διαχώρισε τα προσωπικά και επαγγελματικά σου οικονομικά** - Εάν όλα τα χρήματά σου αποθηκεύονται σε έναν λογαριασμό και καμία από τις συναλλαγές σου δεν αναγνωρίζεται ως προσωπική ή επαγγελματική, είναι εύκολο να παραβλέψεις τα οικονομικά σου. Δημιούργησε έναν ξεχωριστό λογαριασμό όψεως και ταμιευτηρίου για τα προσωπικά και επιχειρηματικά σου οικονομικά για να σε βοηθήσει να παρακολουθείς τα χρήματά σου και πώς δαπανώνται. Όταν έχεις μια σαφή κατανόηση του τι πραγματικά ξοδεύεις και δημιουργείς, η δημιουργία ενός προϋπολογισμού για την επιχείρησή σου γίνεται πολύ πιο απλή.
- **Μάθε πότε να ζητήσεις βοήθεια ή να αυξήσεις τις τιμές σου** - Εάν κερδίζεις χρήματα από μια δεξιότητα ή ένα προϊόν, μπορεί επίσης να προμηθεύεσαι, να προωθείς, να στέλνεις και να τηρείς βιβλία. Δώσε ιδιαίτερη προσοχή στις προκλήσεις που αντιμετωπίζεις. Τι σε κάνει να χάνεις ενέργεια, να καθυστερείς ή να καταναλώνεις χρόνο που προτιμάς να δαπανήσεις σε κάτι άλλο; Μπορεί να είναι επωφελής η εξωτερική ανάθεση αυτής της εργασίας. Ίσως είναι καιρός να αυξήσεις τις χρεώσεις σου και να δεις τι θα συμβεί εάν τα στατιστικά του χρόνου σου γίνουν πιο πολύτιμα.
- **Μην περιμένεις να μάθεις για τα οικονομικά μέχρι να είναι έκτακτη ανάγκη** - Πολλοί καλλιτέχνες αναβάλλουν την αντιμετώπιση των χρημάτων τους μέχρι να αποτελέσουν έκτακτη ανάγκη. Είτε πρόκειται για μια μικρή κατάσταση έκτακτης ανάγκης, όπως η βλάβη του αυτοκινήτου σου, είτε για μια πιο σοβαρή, όπως το να μην έχεις αρκετά χρήματα για να πληρώσεις τους φόρους σου. Σε κάθε περίπτωση, αγνοώντας τα

οικονομικά σου μπορεί να οδηγήσει μόνο σε άγχος. Αν και μπορεί να μην είναι συναρπαστικό, η παρακολούθηση των εισπράξεών σου, η παρακολούθηση των κερδών και των εξερχόμενων εξόδων σου και η πραγματοποίηση συνταξιοδοτικών σχεδίων είναι απαραίτητα για τη μακροπρόθεσμη επιτυχία σου. Η έναρξη του δικού σου συνταξιοδοτικού ταμείου όταν είσαι σε θέση είναι ζωτικής σημασίας για τη μακροπρόθεσμη στρατηγική σου ως ανεξάρτητος καλλιτέχνης με μια μικρή επιχείρηση. Κάνε μηνιαίους οικονομικούς ελέγχους για να αξιολογήσεις τη θέση της εταιρείας σου. Αυτό θα σε βοηθήσει να κάνεις αλλαγές και να αποτρέψεις καταστάσεις έκτακτης ανάγκης.

- **Συνηγόρησε για τον εαυτό σου**, δηλαδή μην ξεχνάς την καλλιτεχνική σου αμοιβή - Όταν λαμβάνεις προμήθεια ή προγραμματίζεις μια έκθεση με μια γκαλερί, μην φοβάσαι να υποστηρίξεις τον εαυτό σου. Πάρε τουλάχιστον 10 τοις εκατό αμοιβή καλλιτέχνη και βεβαιώσου ότι αυτό είναι σαφές στον προϋπολογισμό.
- **Αιτήσου επιχορηγήσεις και βραβεία, αλλά να φέρσου έξυπνα γι' αυτό** - Οι επιχορηγήσεις και τα βραβεία μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν για τη χρηματοδότηση ενός μέρους της επιχείρησής σου ή ενός μοναδικού έργου ή για να σε βοηθήσουν να ξεπεράσεις περιόδους αργών πωλήσεων. Ωστόσο, λάβε υπόψη τη διάρκεια και την πολυπλοκότητα της διαδικασίας υποβολής αιτήσεων, καθώς και το εύρος των επιχορηγήσεων που προσφέρονται. Μην περιορίζεις την αίτησή σου στις πιο γνωστές δύσκολες επιχορηγήσεις.

## Ενότητα 8: Πώς να χρηματοδοτηθείς!

### Εισαγωγή στη θεματική

Η ενότητα «Πώς να χρηματοδοτηθείς» έχει προετοιμαστεί και αναπτυχθεί ως ένα εκπαιδευτικό πακέτο συνολικής διάρκειας τουλάχιστον δύο ωρών, για επαγγελματίες του πολιτιστικού τομέα, που ασχολούνται με δημιουργικούς και πολιτιστικούς οργανισμούς κάθε είδους τέχνης, καθώς και για αναδυόμενους καλλιτέχνες και άτομα που παράγουν ανεξάρτητα κάθε είδους τέχνη (χειροτέχνες, εικαστικούς, μουσικούς, παραγωγούς, ηθοποιούς κ.λπ.). Αυτό το πακέτο κατάρτισης αποτελείται από δύο κεντρικά μέρη, είναι εξατομικευμένο και περιέχει θεωρητικές και πρακτικές πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο οι προαναφερθέντες επαγγελματίες μπορούν να αναζητήσουν και να υποβάλουν αίτηση για συγκεκριμένες ευκαιρίες χρηματοδότησης που προσφέρονται σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Οι ευκαιρίες αυτές αφορούν διαδικασίες και χρηματοδοτικά προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η ενότητα χωρίζεται σε δύο κύρια μέρη· το πρώτο αφορά τις ευκαιρίες χρηματοδότησης για άτομα που ασχολούνται με οργανισμούς του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα. Εξετάζει και εξηγεί υφιστάμενα πολιτιστικά προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, δίνοντας έμφαση στα προγράμματα Erasmus+ και Creative Europe. Εξηγούνται οι προσκλήσεις, παράλληλα με τα κριτήρια επιλεξιμότητας και ανάθεσης, τις βασικές αρχές, τα πεδία εφαρμογής/θεματικές περιοχές/προτεραιότητες και εισάγει τους εκπαιδευόμενους στον τρόπο με τον οποίο μπορούν να απεικονίσουν την καλλιτεχνική τους ιδέα με τη μορφή πρότασης έργου.

Το δεύτερο μέρος αναζητά και παρέχει πληροφορίες για ευκαιρίες χρηματοδότησης που μπορούν να ωφελήσουν τους καλλιτέχνες, ως άτομα, υποβάλλοντας αίτηση για επιχορηγήσεις ή, κυρίως, Residencies (προσωρινές διαμονές-φιλοξενίες, με στόχο την παραγωγή/εργασία πάνω σε ένα συγκεκριμένο αντικείμενο) και Mobilities (κινητικότητες), στις υφιστάμενες ευκαιρίες για συμμετοχή σε Residencies για όλες τις καλλιτεχνικές πρακτικές (μουσική, υποκριτική, τέχνες, χειροτεχνίες κ.λπ.) και εξηγεί συγκεκριμένες απαιτήσεις που συνήθως αποτελούν προϋποθέσεις κατά την υποβολή σχετικών αιτήσεων. Το πρακτικό μέρος της ενότητας περιλαμβάνει δύο ασκήσεις που συνδέονται με την ανωτέρω θεωρία. Συγκεκριμένα, η πρώτη άσκηση αφορά τη διαμόρφωση μιας ιδέας σε πρόταση έργου προς χρηματοδότηση, έτσι ώστε οι εκπαιδευόμενοι που απασχολούνται σε οργανισμούς/φορείς του πολιτιστικού τομέα να είναι σε θέση να συντάξουν ένα «Σημείωμα έργου» για μια πρόταση. Το πρακτικό μέρος αποτελείται από συνεδρία καταιγισμού ιδεών (brainstorming session), η οποία σύμφωνα με τη θεωρία για τις προτεραιότητες, τις αρχές και τα κριτήρια του εκάστοτε προγράμματος, οδηγεί στη σύνταξη του σημειώματος ιδέας έργου, αποτελούμενο από την κύρια ιδέα, τις δραστηριότητες που θα υλοποιηθούν κ.λπ.

Η δεύτερη άσκηση αφορά τη θεωρία σχετικά με τα Residencies και εισάγει του εκπαιδευόμενους καλλιτέχνες στον τρόπο σύνταξης μιας «Επιστολής Εκδήλωσης Ενδιαφέροντος/Προσωπικής Δήλωσης Residency». Αφού εξηγηθεί η Προσωπική Δήλωση, οι εκπαιδευόμενοι καλούνται να συντάξουν την προσωπική τους Επιστολή, η οποία συχνά αποτελεί προϋπόθεση κατά την υποβολή αίτησης για Residency.

Οι εκπαιδευόμενοι που θα εμπλακούν στη συνολική διαδικασία δεν χρειάζεται

να έχουν προηγούμενες γνώσεις σχετικά με τα κονδύλια, ή την προετοιμασία προτάσεων έργων, σχετικά με άλλες επιχορηγήσεις προσανατολισμένες στις τέχνες. Όλα τα υλικά είναι προετοιμασμένα για εκπαιδευόμενους με βασικές δεξιότητες. Η μόνη απαραίτητη προϋπόθεση για την επιτυχή παρακολούθηση της ενότητας είναι η επαρκής κατανόηση γραπτών και προφορικών αγγλικών, καθώς και βασικές δεξιότητες πληροφορικής και ψηφιακού γραμματισμού.

Οι εκπαιδευόμενοι που συμμετέχουν σε οργανισμούς και θα παρακολουθήσουν την ενότητα σχετικά με ευκαιρίες χρηματοδότησης για οργανισμούς, θα μάθουν για υπάρχοντα χρηματοδοτικά προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τις αρχές και τους βασικούς κανόνες τους, και θα είναι σε θέση να δημιουργήσουν το δικό τους προσχέδιο και σημείωμα πρότασης έργου, ώστε στη συνέχεια να προχωρήσουν στη σύνταξη μιας πρότασης, σχεδιάζοντας τις δραστηριότητες του έργου τους, απευθυνόμενοι στις ομάδες-στόχους τους, προβλέποντας τον αντίκτυπο του έργου και συλλαμβάνοντας τον απαιτούμενο προϋπολογισμό (budget), για απλά καλλιτεχνικά/πολιτιστικά έργα. Οι εκπαιδευόμενοι οι οποίοι, ως μεμονωμένοι καλλιτέχνες, θα παρακολουθήσουν την ενότητα και θα εκπαιδευτούν στις ευκαιρίες επιχορήγησης και Residencies για καλλιτέχνες, θα αποκτήσουν γνώση για υφιστάμενες ευκαιρίες Residencies, για τις απαιτήσεις/προϋποθέσεις του και θα είναι σε θέση να συντάξουν την Επιστολή Εκδήλωσης Ενδιαφέροντος (Προσωπική Δήλωση Residency) για να υποβάλουν αίτηση.

## Υπο-ενότητα 1. Από την ιδέα στην πρόταση έργου: Χρηματοδοτήσεις και δυνατότητες για οργανισμούς του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα

### 1.1 Ποιες είναι οι χρηματοδοτήσεις και οι πόροι: δυνατότητες χρηματοδότησης για τον οργανισμό σου

Οι ευκαιρίες χρηματοδότησης της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι πολυάριθμες και ποικίλες. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει εφαρμόσει μια σειρά προγραμμάτων για την ενίσχυση της απασχόλησης, της ανάπτυξης και των επενδύσεων μέσω του [δημοσιονομικού πλαισίου 2022-2030](#).

Οι Μη Κυβερνητικοί Οργανισμοί (ΜΚΟ) λαμβάνουν συνήθως χρηματοδότηση από διάφορα προγράμματα όπως το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο, το Creative Europe, το Europe for Citizens, το Horizon Europe, το Humanitarian Aid και το Civil Protection (ECHO), καθώς και το πρόγραμμα του μηχανισμού Connecting Europe («Συνδέοντας την Ευρώπη»). Οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις ενδέχεται να είναι σε θέση να εξασφαλίσουν χρηματοδότηση από διάφορα προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (COSME, Connecting Europe, Horizon, από τα ταμεία περιφερειακής και γεωργικής πολιτικής, το Ευρωπαϊκό Ταμείο Θάλασσας και Αλιείας). Υπάρχουν διάφορα είδη χρηματοδότησης: επιχορηγήσεις, χρηματοδοτικά μέσα (δάνεια, εγγυήσεις και ίδια κεφάλαια), επιδοτήσεις και βραβεία καταπιστευματικών ταμείων.

Οι επιχορηγήσεις είναι άμεσες χρηματοδοτικές συνεισφορές από τον προϋπολογισμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης, που χορηγούνται μέσω δωρεάς σε τρίτους δικαιούχους (συνήθως μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς) που ασχολούνται με δραστηριότητες που εξυπηρετούν τις πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι δαπάνες αυτές υπόκεινται ως επί το πλείστον σε κεντρική διαχείριση από την

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, είτε άμεσα από τις δικές της υπηρεσίες είτε έμμεσα μέσω οργανισμών της Ένωσης, εκτελεστικών οργανισμών ή εθνικών οργανισμών.

Οι επιχορηγήσεις αντιπροσωπεύουν σημαντικό μέρος των δαπανών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και εμπίπτουν σε δύο μεγάλες κατηγορίες:

- Επιχορηγήσεις που χρηματοδοτούν δράσεις που προορίζονται να συμβάλουν στην επίτευξη στόχου που αποτελεί μέρος πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης
- Λειτουργικές επιχορηγήσεις που χρηματοδοτούν τις δαπάνες λειτουργίας ενός οργανισμού που επιδιώκει στόχο γενικού ευρωπαϊκού ενδιαφέροντος ή στόχο που εντάσσεται σε πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Οι επιχορηγήσεις βασίζονται στις δαπάνες που όντως πραγματοποιήθηκαν από τους δικαιούχους για την υλοποίηση των εν λόγω δραστηριοτήτων και τα αποτελέσματα της δράσης παραμένουν στην κυριότητα των δικαιούχων.

[Τα χρηματοδοτικά μέσα](#) είναι μέτρα χρηματοδοτικής στήριξης που παρέχονται σε συμπληρωματική βάση από τον προϋπολογισμό για την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Τα μέσα αυτά μπορούν να λάβουν τη μορφή επενδύσεων μετοχικού ή οιονεί μετοχικού κεφαλαίου, δανείων ή εγγυήσεων ή άλλων μέσων επιμερισμού του κινδύνου και, κατά περίπτωση, να συνδυάζονται με επιχορηγήσεις. Τα χρηματοδοτικά μέσα μπορούν να επιτύχουν:

- Χρηματοοικονομική μόχλευση - πολλαπλασιασμός των περιορισμένων δημοσιονομικών πόρων με την προσέλκυση ιδιωτικών και δημόσιων κεφαλαίων για τη στήριξη των στόχων πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης
- Μόχλευση πολιτικής - παροχή κινήτρων στις εντεταλμένες οντότητες και τους ενδιαμέσους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς για την επιδίωξη των στόχων πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης μέσω ευθυγράμμισης συμφερόντων
- Θεσμική μόχλευση - αξιοποίηση της εξειδίκευσης των φορέων που συμμετέχουν στην αλυσίδα υλοποίησης

Επιπλέον, τα μέσα αυτά, που εφαρμόζονται σε συνεργασία με δημόσιους και ιδιωτικούς οργανισμούς, αντιμετωπίζουν τις ανεπάρκειες της αγοράς όσον αφορά την παροχή εξωτερικής χρηματοδότησης (για παράδειγμα σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις) και αποφεύγουν τον παραγκωνισμό της ιδιωτικής χρηματοδότησης.

Οι επιδοτήσεις αποτελούν μεγάλο μέρος της χρηματοδότησης που παρέχεται από το [Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης \(ΕΓΤΑΑ\)](#), προσφέροντας, μεταξύ άλλων, άμεσες πληρωμές σε μετρητά στους αγρότες, ώστε να ενισχύσουν το εισόδημά τους. Οι επιδοτήσεις αποσκοπούν επίσης στη μείωση των οικονομικών και κοινωνικών ανισοτήτων στις φτωχότερες περιφέρειες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Μέσω του [Ταμείου Συνοχής](#) της Ευρωπαϊκής Ένωσης, χορηγούνται επιδοτήσεις για την πληρωμή έργων υποδομής και την προστασία του περιβάλλοντος.

Το [βραβείο](#) είναι μια οικονομική συνεισφορά που δίνεται ως ανταμοιβή μετά από διαγωνισμό. Μέσω των βραβείων, τα θεσμικά όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης:

- Αναγνωρίζουν το εξαιρετικό έργο και τα επιτεύγματα
- Παρακινούν επενδύσεις - τα βραβεία παροχής κινήτρων αποσκοπούν στην τόνωση των επενδύσεων προς μια δεδομένη κατεύθυνση και

χρησιμοποιούνται κυρίως από το πρόγραμμα Horizon Europe. Υπάρχουν τρία σημαντικά πράγματα που πρέπει να έχει υπόψη σου όταν υποβάλλεις αίτηση για χρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Ένωση:

- (1) Συγχρηματοδότηση
- (2) Μη διπλή χρηματοδότηση και
- (3) Κανόνας μη αποκόμισης κέρδους

Όσον αφορά την **αρχή της συγχρηματοδότησης**, είναι καλό να θυμόμαστε ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση θα χρηματοδοτήσει περίπου το 40-100% ενός έργου, επομένως πρέπει πάντα να διασφαλίζεται πόση συγχρηματοδότηση χρειάζεται. Επίσης, πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι η επιχορήγηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή μέρος αυτής μπορεί να καταβληθεί μόνο κάποια στιγμή μετά την αναφορά της υλοποιημένης δραστηριότητας.

Η **μη διπλή χρηματοδότηση** σημαίνει ότι κάποιος μπορεί να χρησιμοποιήσει τα χρήματα μόνο για τον σκοπό που έχει δηλώσει ότι θα τα χρησιμοποιήσει στην αίτησή του. Συνήθως, είναι δυνατός ο συνδυασμός της επιχορήγησης της Ευρωπαϊκής Ένωσης με άλλα χρηματοδοτικά προγράμματα και κρατικές ενισχύσεις, αλλά η χρηματοδότηση δεν θα πρέπει να αλληλεπικαλύπτεται. Δεν είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθεί οποιαδήποτε άλλη χρηματοδότηση για τον ίδιο σκοπό. Φυσικά, επιτρέπεται η παράλληλη εκτέλεση πολλών έργων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αλλά οι στόχοι και οι δραστηριότητες πρέπει να είναι διαφορετικές σε καθένα από αυτά.

Τέλος, όσον αφορά τον **κανόνα της μη αποκόμισης κέρδους**, είναι σημαντικό κάποιος να διαχωρίσει την εταιρεία του από το έργο του. Η εταιρεία μπορεί, φυσικά, να αποκομίσει κέρδος, αλλά το έργο δεν μπορεί. Εάν το έργο παράγει εισόδημα, πρέπει να δηλώσεις και να αναφέρεις αυτό το εισόδημα, καθώς μπορεί να επηρεάσει την επιχορήγηση. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση δεν μπορεί να στρεβλώσει τον ανταγωνισμό επιτρέποντας την άμεση χρήση των επιχορηγήσεων για κερδοσκοπικούς σκοπούς. Αυτό είναι φυσικά διαφορετικό για τα δάνεια και τα ίδια κεφάλαια.

Οι οργανισμοί του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα μπορούν να συμμετέχουν σε πολυάριθμες ευκαιρίες χρηματοδότησης, υποβάλλοντας αίτηση σε προσκλήσεις που δημοσιεύονται στο πλαίσιο των ακόλουθων υφιστάμενων προγραμμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης:

- (1) CREATIVE EUROPE
- (2) Erasmus+
- (3) European Solidarity Corps
- (4) New European Bauhaus (NEB)
- (5) Horizon Europe

Το πρόγραμμα **Creative Europe 2021-2027** επενδύει σε δράσεις που ενισχύουν την πολιτιστική πολυμορφία και ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προκλήσεις του πολιτιστικού τομέα.

Το πρόγραμμα Creative Europe χωρίζεται σε **τρία (3) σκέλη**:

- (1) **Σκέλος ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ**: ενθαρρύνει τη συνεργασία και τις ανταλλαγές μεταξύ πολιτιστικών οργανισμών και καλλιτεχνών εντός και εκτός Ευρώπης· υποστηρίζει ευρύ φάσμα πολιτιστικών και δημιουργικών τομέων, συμπεριλαμβανομένων, μεταξύ άλλων, της αρχιτεκτονικής, της πολιτιστικής κληρονομιάς, του σχεδιασμού, της λογοτεχνίας και των εκδόσεων, της μουσικής και των τεχνών του θεάματος.
- (2) **Σκέλος MINTIA**: υποστηρίζει την ευρωπαϊκή κινηματογραφική και οπτικοακουστική βιομηχανία να αναπτύξει, να διανείμει και να

προωθήσει ευρωπαϊκά έργα, λαμβάνοντας υπόψη το σημερινό ψηφιακό περιβάλλον. Ενθαρρύνει τη συνεργασία σε ολόκληρη την αξιακή αλυσίδα της οπτικοακουστικής βιομηχανίας και σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, προκειμένου να επεκταθούν οι επιχειρήσεις και το ευρωπαϊκό περιεχόμενο σε παγκόσμιο επίπεδο, καλλιεργεί ταλέντα (διευκολύνοντας την ανταλλαγή γνώσεων), υποστηρίζει καινοτόμες λύσεις και συνεργάζεται με κοινό όλων των ηλικιών.

- (3) **ΔΙΑΤΟΜΕΑΚΟ Σκέλος:** ενισχύει τη συνεργασία μεταξύ των διαφόρων πολιτιστικών και δημιουργικών τομέων προκειμένου να τους βοηθήσει να αντιμετωπίσουν τις κοινές προκλήσεις και να βρουν καινοτόμες λύσεις. Οι κύριες προτεραιότητες είναι η διατομεακή διακρατική συνεργασία σε θέματα πολιτικής, η ενθάρρυνση καινοτόμων προσεγγίσεων για τη δημιουργία, την πρόσβαση, τη διανομή και την προώθηση περιεχομένου, και υποστηρίζει τις προσαρμογές στις διαρθρωτικές και τεχνολογικές αλλαγές που αντιμετωπίζουν τα μέσα ενημέρωσης.

Το πρόγραμμα Erasmus+ είναι το πρόγραμμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη στήριξη της εκπαίδευσης, της κατάρτισης, της νεολαίας και του αθλητισμού στην Ευρώπη. Το πρόγραμμα 2021-2027 δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην κοινωνική ένταξη, την πράσινη και ψηφιακή μετάβαση και στην προώθηση της συμμετοχής των νέων στον δημοκρατικό βίο.

Το Erasmus+ προσφέρει ευκαιρίες κινητικότητας και συνεργασίας στους εξής τομείς: **τριτοβάθμια εκπαίδευση, επαγγελματική εκπαίδευση και κατάρτιση, σχολική εκπαίδευση (συμπεριλαμβανομένης της προσχολικής εκπαίδευσης και φροντίδας), εκπαίδευση ενηλίκων, νεολαία και αθλητισμός.**

Οι οργανισμοί που επιθυμούν να συμμετάσχουν στο πρόγραμμα Erasmus+ μπορούν να συμμετάσχουν σε διάφορες δραστηριότητες ανάπτυξης και δικτύωσης, συμπεριλαμβανομένης της στρατηγικής βελτίωσης των επαγγελματικών δεξιοτήτων του προσωπικού τους, της ανάπτυξης οργανωτικών ικανοτήτων και της δημιουργίας διακρατικών συνεργατικών εταιρικών σχέσεων με οργανισμούς από άλλες χώρες, προκειμένου να παράγουν καινοτόμα αποτελέσματα ή να ανταλλάσσουν βέλτιστες πρακτικές.

Επιπλέον, οι οργανισμοί διευκολύνουν τις ευκαιρίες μαθησιακής κινητικότητας για **φοιτητές, εκπαιδευτικό προσωπικό, ασκούμενους, μαθητευόμενους, εθελοντές, εργαζόμενους στον τομέα της νεολαίας και νέους.**

Η χρηματοδότηση του **Ευρωπαϊκού Σώματος Αλληλεγγύης/European Solidarity Corps** (το οποίο διαχειρίζεται η Ευρωπαϊκή Επιτροπή) παρέχεται με τη μορφή επιχορηγήσεων σε φορείς μέσω πρόσκλησης υποβολής προτάσεων.

Νέοι και νέες που επιθυμούν να συμμετάσχουν σε τέτοιες δραστηριότητες πρέπει να εγγραφούν στη [διαδικτυακή πύλη του European Solidarity Corps](#). Η δικτυακή πύλη του European Solidarity Corps προσφέρει στους νέους και τις οργανώσεις που λαμβάνουν επιχορήγηση ένα μέρος για να υλοποιήσουν δραστηριότητες και να γνωριστούν.

Εφαρμόζεται επιτόπου από διάφορους φορείς:

- [Ευρωπαϊκός Εκτελεστικός Οργανισμός Εκπαίδευσης και Πολιτισμού \(EACEA\)](#)
- [Εθνικές Διαχειριστικές Αρχές](#) σε κάθε συμμετέχουσα χώρα
- [SALTOS](#)
- [Κέντρο πόρων του Ευρωπαϊκού Σώματος Αλληλεγγύης](#)

Η πρωτοβουλία **New European Bauhaus** συνδέει την Ευρωπαϊκή Πράσινη

Συμφωνία (European Green Deal) με την καθημερινή ζωή και τους χώρους διαβίωσής μας. Καλεί όλους τους Ευρωπαίους να φανταστούν και να οικοδομήσουν μαζί ένα βιώσιμο και συμπεριληπτικό μέλλον που θα είναι όμορφο για τα μάτια, το μυαλό και την ψυχή μας.

Τρεις αδιαχώριστες αξίες:

- (1) **Βιωσιμότητα**, από τους κλιματικούς στόχους στην κυκλικότητα, τη μη-δενική ρύπανση και τη βιοποικιλότητα
- (2) **Αισθητική**, ποιότητα εμπειρίας και στυλ πέρα από τη λειτουργικότητα
- (3) **Ένταξη**, από την εκτίμηση της διαφορετικότητας έως τη διασφάλιση της προσβασιμότητας και της οικονομικής προσιτότητας

Τέλος, το πρόγραμμα **Horizon Europe** είναι το βασικό χρηματοδοτικό πρόγραμμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την έρευνα και την καινοτομία. Αντιμετωπίζει την κλιματική αλλαγή, συμβάλλει στην επίτευξη των στόχων βιώσιμης ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών και ενισχύει την ανταγωνιστικότητα και την ανάπτυξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

### 1.2 Βασικές αρχές για τη σύνταξη πρότασης

Αρχικά, πρέπει να ακολουθηθούν τα ακόλουθα βασικά βήματα για την προετοιμασία μιας πρότασης:

- (1) **Βρες μια κατάλληλη πρόσκληση:** Κατάλληλες προσκλήσεις διατίθενται στην [πύλη ευκαιριών χρηματοδότησης και υποβολής προσφορών](#) (Funding & Tenders Opportunities Portal).
- (2) **Βρες εταίρους (κατά περίπτωση):** Τα περισσότερα έργα που χρηματοδοτούνται από την Ευρωπαϊκή Ένωση περιλαμβάνουν συνεργασία μεταξύ οργανισμών από διαφορετικές χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή συνδεδεμένες χώρες. Το [εργαλείο αναζήτησης εταίρων](#) σε βοηθά να βρεις εταίρους για το έργο σου μεταξύ των πολλών συμμετεχόντων σε προηγούμενα έργα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Θα μπορείς να επιλέξεις έναν οργανισμό με βάση το προφίλ του ή την προηγούμενη συμμετοχή του. Μπορείς επίσης να βρεις εταίρους όταν συμμετέχεις σε διαδικασία σύναψης σύμβασης ως κοινοπραξία.
- (3) **Εγγράψου στη διαδικτυακή πύλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τις χρηματοδοτήσεις και τους διαγωνισμούς (Funding & Tenders Opportunities Portal):** Αυτό είναι απαραίτητο για την απόκτηση του αριθμού PIC (κωδικός αναγνώρισης συμμετέχοντος) και του αριθμού OID (κωδικός οργανισμού). Για να καταχωρήσεις έναν οργανισμό, πρέπει να ακολουθήσεις αυτά τα βήματα:
  1. Επισκέψου τη [διαδικτυακή πύλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τις χρηματοδοτήσεις και τους διαγωνισμούς \(Funding & Tenders Opportunities Portal\)](#).
  2. Εγγράψου ως χρήστης κάνοντας κλικ στο κουμπί «ΕΓΓΡΑΦΗ» στην επάνω δεξιά γωνία.
  3. Συμπλήρωσε τις απαιτούμενες πληροφορίες και ακολούθησε τις οδηγίες.
  4. Συνδέσου και πήγαινε στην ενότητα «Ο οργανισμός μου».
  5. Πήγαινε στο κάτω μέρος της σελίδας και κάνε κλικ στο «Συνέχεια εγγραφής».
  6. Συμπλήρωσε τις πληροφορίες και ακολούθησε τις οδηγίες.
  7. Αποθήκευσε τον αριθμό PIC σου.



Οι αριθμοί OID και PIC λαμβάνονται στην πλατφόρμα/πύλη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, αφού εισαχθούν βασικές πληροφορίες σχετικά με τον οργανισμό, όπως όνομα, διεύθυνση, αριθμός μητρώου, αριθμός φορολογικού μητρώου, υπεύθυνος επικοινωνίας κ.λπ. Η πλατφόρμα Erasmus+ & European Solidarity Corps που χρησιμοποιείται για την καταχώριση του αριθμού OID είναι προσβάσιμη μέσω αυτού του [συνδέσμου](#), ενώ ο αριθμός PIC μπορεί να καταχωριστεί στην πύλη Funding & Tenders Opportunities Portal που είναι διαθέσιμη [εδώ](#). Μετά την καταχώριση, ο αριθμός OID μπορεί να χρησιμοποιηθεί για όλες τις προτάσεις σχεδίων στο πλαίσιο του προγράμματος Erasmus+. Άλλα προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τα οποία χρησιμοποιείται αποκλειστικά ο αριθμός PIC είναι τα προγράμματα Horizon Europe, Creative Europe, Europe for Citizens.

- (4) **Γράψε την αίτησή σου:** Έχοντας ακολουθήσει τα παραπάνω βήματα, μπορεί κανείς να ξεκινήσει τη σύνταξη της πρότασης έργου του, στο ειδικό έντυπο αίτησης της πρόσκλησης, πράγμα που σημαίνει ότι υπάρχουν συγκεκριμένα πρότυπα για κάθε πρόγραμμα και συγκεκριμένη πρόταση έργου - για παράδειγμα, οι αιτήσεις στο πλαίσιο του προγράμματος Erasmus+ είναι προσβάσιμες στην πλατφόρμα [Erasmus+ and European Solidarity Corps](#).
- (5) **Πείσε τους αξιολογητές:** Κατά τη σύνταξη μιας πρότασης, είναι σημαντικό να ακολουθούνται τα εγχειρίδια αξιολόγησης, καθώς και τα κριτήρια ανάθεσης (όπως εξηγούνται στον οδηγό του αντίστοιχου προγράμματος), έτσι ώστε η πρόταση να είναι πειστική για τους αξιολογητές.
- (6) **Πού να αναζητήσεις βοήθεια:** Διοργανώνονται ειδικές ενημερωτικές ημερίδες, ακριβώς όταν ανακοινώνονται νέες προσκλήσεις, προκειμένου να ενημερωθεί ο υποψήφιος αιτών για συγκεκριμένες διαδικασίες και να απαντηθούν ερωτήματα.

### 1.2.1 Κριτήρια επιλεξιμότητας

Όσον αφορά τα κριτήρια επιλεξιμότητας κάθε φορά, αυτά χωρίζονται κυρίως στις ακόλουθες ειδικές κατηγορίες:

- (1) **Γεωγραφικά κριτήρια:** σχετικά με τις συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές (χώρες) που είναι επιλέξιμες στο πλαίσιο του εκάστοτε προγράμματος.
- (2) **Τύπος οργανισμού και ίδρυσή του:** στο πλαίσιο του εκάστοτε προγράμματος, συγκεκριμένοι τύποι οργανισμών μπορούν να είναι επιλέξιμοι για συμμετοχή, ανάλογα με το πεδίο δραστηριοτήτων και τη συνάφεια με το πρόγραμμα και την πρόσκληση.
- (3) **Εσωτερικοί δημοσιονομικοί κανόνες και κανόνες εταιρικής σχέσης:** σχετικά με τη σύσταση της εταιρικής σχέσης και το χρηματικό ποσό που μπορεί να ζητηθεί.
- (4) **Διάρκεια:** όσον αφορά τη συνολική διάρκεια υλοποίησης του έργου, η οποία μπορεί να καθοριστεί με την ελάχιστη και μέγιστη διάρκεια που μπορεί να καλύψει ένα έργο για την υλοποίησή του και πρέπει να καθοριστεί στο στάδιο της αίτησης.

### 1.3 Πώς να προετοιμάσεις μια πρόταση χρηματοδότησης

Ένα έργο είναι μια σειρά δραστηριοτήτων που αποσκοπούν στην επίτευξη σαφώς καθορισμένων στόχων εντός καθορισμένης χρονικής περιόδου και με καθορισμένο προϋπολογισμό. Ένα έργο θα πρέπει επίσης να έχει:

- (1) Σαφώς προσδιορισμένα ενδιαφερόμενα μέρη, συμπεριλαμβανομένης της κύριας ομάδας-στόχου και των τελικών δικαιούχων,
- (2) Σαφώς καθορισμένες ρυθμίσεις συντονισμού, διαχείρισης και χρηματοδότησης: σύστημα παρακολούθησης και αξιολόγησης (για την υποστήριξη της διαχείρισης των επιδόσεων), και
- (3) Κατάλληλο επίπεδο χρηματοοικονομικής και οικονομικής ανάλυσης, από το οποίο προκύπτει ότι τα οφέλη του έργου θα υπερβούν το κόστος του.

Τα αναπτυξιακά έργα μπορεί να διαφέρουν σημαντικά ως προς τους στόχους, το πεδίο εφαρμογής και την κλίμακά τους. Τα μικρότερα έργα μπορεί να περιλαμβάνουν περιορισμένους οικονομικούς πόρους και να διαρκούν μόνο λίγους μήνες, ενώ ένα μεγάλο έργο μπορεί να περιλαμβάνει πολλά εκατομμύρια ευρώ και να διαρκεί πολλά χρόνια.

Γενικά, μια αποτελεσματική πρόταση έργου πρέπει να αποτελείται από τα ακόλουθα:

- (1) Πλαισίωση του προβλήματος του έργου (δηλαδή, τι επιδιώκει να λύσει η εταιρική σχέση με το έργο)
- (2) Γνώση και έρευνα για το πρόβλημα
- (3) Καθορισμός του λογικού πλαισίου του έργου και σκιαγράφηση ιδεών για δραστηριότητες (δηλαδή, ποιες θα μπορούσαν να είναι οι λύσεις)
- (4) Οπτικοποίηση της πρότασης (από το Α έως το Ω)
- (5) Λήψη σχετικών σχολίων και αναθεώρηση
- (6) Οριστικοποίηση του σχεδίου έργου και μόνο τότε αρχίζεις να γράφεις.

Είναι ζωτικής σημασίας να κατανοήσουμε τους βασικούς όρους των προτάσεων έργων:

- (1) **Στόχος του έργου:** δήλωση ποσοτικοποιημένων προϋποθέσεων, ώστε το έργο να μπορεί να θεωρηθεί ότι υλοποιήθηκε επιτυχώς. Ο στόχος θα πρέπει να περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με την παρεχόμενη ποιότητα σε σχέση με το προγραμματισμένο χρονοδιάγραμμα και το σχέδιο προϋπολογισμού.
- (2) **Δράσεις του έργου:** ειδικά μέτρα που υλοποιούνται κατά τη διάρκεια του έργου, όπως εργαστήρια, έκδοση βιβλίου ή ανάπτυξη νέου προγράμματος σπουδών για εκπαιδευτικό πρόγραμμα. Αυτά είναι τα κεντρικά στοιχεία της πρότασης.
- (3) **Αναμενόμενα αποτελέσματα:** αποτελέσματα των δράσεων του έργου. Μπορεί να είναι υλικού (χάραξη δρόμου, εκπαιδευτικό υλικό, οργάνωση συνεδρίου) ή άυλου χαρακτήρα (διοικητικές δεξιότητες, ανταλλαγή εμπειριών, ευαισθητοποίηση).
- (4) **Ευρωπαϊκή προστιθέμενη αξία:** αυτό νοείται γενικά ως έργα διακρατικού χαρακτήρα που δημιουργούν κοινωνικό, πολιτιστικό, οικονομικό ή άλλο πλεονέκτημα για όσο το δυνατόν περισσότερες περιοχές. Για το σκοπό αυτό, η διάδοση και η επικοινωνία των αποτελεσμάτων και των βέλτιστων πρακτικών του έργου διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο.
- (5) **Βιωσιμότητα:** η βιωσιμότητα αποτελεί βασική αξία της χρηματοδότησης της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η οποία διασφαλίζει ότι τα επιτεύγματα των έργων εξακολουθούν να υφίστανται μετά το τέλος της περιόδου

του έργου χωρίς πρόσθετη χρηματοδότηση.

Φυσικά, όλα τα παραπάνω θα έρθουν μετά από ανάλυση **προβλήματος**. Ένα έργο πρέπει να είναι η απάντηση και η λύση σε ένα υπάρχον πρόβλημα. Ένα καλά διατυπωμένο πρόβλημα πρέπει να έχει ένα **σαφές πλαίσιο** (σε 1 πρόταση), **τον στόχο του έργου, τους γενικούς στόχους και τα αποτελέσματα, τη συνάφεια του προβλήματος**. Μόλις ολοκληρωθεί, οδηγεί στη διαμόρφωση του περιγράμματος ενός έργου και μπορεί κανείς να συντάξει ένα **σημείωμα πρότασης έργου**. Το σημείωμα αποτελείται από 1 έως 2 σελίδες, οι οποίες γράφουν: τον τίτλο του έργου, το πρόγραμμα στο πλαίσιο του οποίου πρόκειται να υποβληθεί, τη διάρκεια και την επιχορήγηση που θα ζητηθεί. Στη συνέχεια, το έγγραφο παρέχει κάποιες πληροφορίες που αναφέρονται στην έρευνα που διεξήχθη για το σχηματισμό του προβλήματος, περιγράφοντας τη συνολική ιδέα πίσω από το έργο. Τέλος, το έγγραφο πρέπει να περιγράφει τους σκοπούς και τους στόχους, τις δραστηριότητες που πρόκειται να υλοποιηθούν, τα αναμενόμενα αποτελέσματα και, τελευταίο αλλά εξίσου σημαντικό, τις συνολικές ομάδες-στόχους που το έργο επιδιώκει να εμπλέξει ή/και να ωφελήσει, έτσι ώστε οι πιθανοί εταίροι να αξιολογήσουν εάν μπορούν να τους επιτύχουν ή όχι.

## Υπο-ενότητα 2. Ένας οδηγός για Residencies και Mobilities: Χρηματοδοτήσεις και δυνατότητες για καλλιτέχνες

### 2.1 Τι είναι Residency

Τα καλλιτεχνικά residencies, που αναφέρονται επίσης ως προγράμματα φιλοξενίας καλλιτεχνών, είναι ευκαιρίες που προσφέρονται στους καλλιτέχνες να εργαστούν σε έργα, να εξερευνήσουν νέες ιδέες και να το κάνουν έξω από τα στούντιο τους και έξω από τους περισπασμούς της καθημερινής ζωής (Leighton, 2020).

Οι φιλοξενίες καλλιτεχνών είναι καλλιτεχνικές ευκαιρίες περιορισμένου χρόνου. Ένας καλλιτέχνης στον οποίο έχει χορηγηθεί άδεια φιλοξενίας καλλιτεχνών είτε θα μεταφέρει το στούντιό του σε μια συγκεκριμένη τοποθεσία που ορίζεται από το ίδρυμα φιλοξενίας για μια προκαθορισμένη περίοδο, θα εργαστεί σε ένα προκαθορισμένο θέμα με μια προκαθορισμένη ομάδα ανθρώπων είτε θα παράγει ένα σώμα έργου χρησιμοποιώντας τα υλικά, την υποστήριξη εκθέσεων και την επιμελητική καθοδήγηση που παρέχεται από το ίδρυμα φιλοξενίας για μια προκαθορισμένη χρονική περίοδο.

Τα residencies καλλιτεχνών μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής::

- (1) **Τοποθεσία:** Οι ευκαιρίες διαμονής δεν περιορίζονται - μπορούν να βρεθούν σε όλο τον κόσμο.
- (2) **Χρηματοδότηση:** Αρκετοί οργανισμοί που προσφέρουν residencies λαμβάνουν εισόδημα από χορηγούς ή καταπιστευματικά ταμεία που τους επιτρέπει να βοηθούν οικονομικά τους καλλιτέχνες ενώ συμμετέχουν στις φιλοξενίες τους. Ορισμένες φιλοξενίες χρηματοδοτούνται από την κυβέρνηση, ενώ άλλες μπορεί να αυτοχρηματοδοτούνται από τους συμμετέχοντες καλλιτέχνες.
- (3) **Πειθαρχία:** Η πλειοψηφία των προγραμμάτων φιλοξενίας δέχεται αιτήσεις από «όλα τα μέσα», τα οποία μπορεί να περιλαμβάνουν οποιαδήποτε μορφή «τέχνης».
- (4) **Διάρκεια:** Η διάρκεια ενός προγράμματος φιλοξενίας καλλιτεχνών μπορεί να ποικίλλει, από μια ενιαία, έντονη εβδομάδα έως αρκετούς μήνες ή ακόμα και αρκετά χρόνια. Εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το πρόγραμμα.
- (5) **Περιβάλλον:** Ένας κοινός στόχος των residencies είναι να καλλιεργήσουν ένα δημιουργικό περιβάλλον όπου τα άτομα μπορούν να αλληλεπιδρούν και να συνεργάζονται. Τα προγράμματα φιλοξενίας είναι ένας τρόπος σύνδεσης με άλλους δημιουργούς που έχουν παρόμοια πάθη.

Χρειάζεται πολύ διάβασμα για να κατανοηθεί η διαδικασία αίτησης φιλοξενίας καλλιτεχνών. Η έρευνα πρέπει να γίνει πριν από την υποβολή αίτησης σε προγράμματα καλλιτεχνικής φιλοξενίας. Ένας οργανισμός που διοργανώνει residencies θα εκδώσει ανοιχτό κάλεσμα. Όλα όσα πρέπει να γνωρίζει ένα άτομο για το πρόγραμμα διαμονής καλλιτεχνών πρέπει να βρίσκονται σε αυτό το έγγραφο. Εάν μια πρόσκληση δεν διαβαστεί διεξοδικά, μπορεί κανείς να μην κατανοήσει τι είναι απαραίτητο για την υποβολή αίτησης, γεγονός που θα μπορούσε να οδηγήσει στην απόρριψη της αίτησης.

Το θέμα θα περιγραφεί στην ανοικτή πρόσκληση. Οι καλλιτέχνες καλούνται συχνά να προετοιμάσουν μια πρόταση που περιγράφει πώς θα αναπτύξουν αυτό το θέμα χρησιμοποιώντας το μέσο, τις ιδέες και την έρευνά τους.

Ωστόσο, παρόλο που οι προϋποθέσεις εξαρτώνται -τις περισσότερες φορές-

από το αντίστοιχο ίδρυμα που διοργανώνει τη φιλοξενία και από την πρόσκλησή του, η ακόλουθη ενότητα θα παρέχει μερικές από τις πιο κοινές προϋποθέσεις που προσδιορίζονται στις προσκλήσεις διαμονής και θα αναπτύξει, συγκεκριμένα, την ανάπτυξη της Επιστολής Εκδήλωσης Ενδιαφέροντος (ή της Προσωπικής Δήλωσης Residency).

## 2.2 Προϋποθέσεις για την υποβολή αίτησης για Residency

Παρακάτω, παρατίθενται ορισμένα έγγραφα και πληροφορίες που μπορεί να χρειαστούν κατά την υποβολή αίτησης για Residency, καθώς και **συμβουλές που θεωρούνται χρήσιμες** για να συμπεριληφθούν:

- (1) **Προσωπικές πληροφορίες** (τόσο για διοικητικούς όσο και για επικοινωνιακούς σκοπούς)
- (2) **Ιστότοπος** (εάν δεν διαχειρίζεσαι ιστότοπο, ενδέχεται να σου ζητηθεί να παρέχεις ορισμένα δείγματα της τέχνης σου)
- (3) **Βιογραφικό Σημείωμα**

### 2.2.1 Επιστολή Εκδήλωσης Ενδιαφέροντος ή Προσωπική Δήλωση Residency

Η προσωπική δήλωση έχει, συνήθως, δομή αποτελούμενη από τρεις (3) έως πέντε (5) παραγράφους, στις οποίες χωρίζονται η εισαγωγή, το κύριο μέρος και ο επίλογος. Η δήλωση αποτελεί επίσημο έγγραφο. Ως εκ τούτου, πρέπει να τηρεί τη σωστή δομή. Η εισαγωγή της δήλωσης πρέπει να τραβά την προσοχή. Η εισαγωγή θα πρέπει να συνδέει το προσωπικό και επαγγελματικό υπόβαθρο των καλλιτεχνών με την καταλληλότητά τους για το πρόγραμμα.

Στο σώμα της δήλωσης, ο/η καλλιτέχνης θα πρέπει να επεξεργαστεί μερικές σημαντικές εμπειρίες που τον/την βοήθησαν να γίνει επαγγελματίας στον τομέα του προγράμματος. Η πρόθεση θα πρέπει να είναι να χρησιμοποιηθούν αυτές οι εμπειρίες για να παρουσιαστούν τα μοναδικά ενδιαφέροντα, οι στόχοι και οι ιδιότητες κάθε ατόμου που το καθιστούν κατάλληλο για το πρόγραμμα.

Τέλος, η προσωπική δήλωση πρέπει να ενσωματώνει τον αντίστοιχο επίλογό της. Ο επίλογος συνοψίζει όλες τις πληροφορίες και επιδεικνύει τον ενθουσιασμό τόσο για το πρόγραμμα όσο και για το πιθανό μέλλον ατόμου στις τέχνες.

**Στοιχεία που κάνουν μια προσωπική δήλωση επιτυχημένη:**

- (1) Έμφαση στο γιατί ο/η αιτών/ούσα θέλει να ενταχθεί στο αντίστοιχο πρόγραμμα Residency
- (2) Σαφείς προθέσεις
- (3) Θετικός τόνος σε όλη τη δήλωση
- (4) Τα μαθήματα που έχουν αποκτηθεί προηγουμένως πρέπει να ανταποκρίνονται στην ειδικότητα του προγράμματος
- (5) Μοναδικό στυλ γραφής

**Ενδεικτικές ερωτήσεις που μπορεί να φανούν χρήσιμες όταν κάποιος/α σκέφτεται ιδέες για την προσωπική του/της δήλωση:**

- (1) Τι προϋποθέσεις πληροίς για αυτόν τον τομέα σπουδών;
- (2) Ποια γεγονότα της ζωής σου σε οδήγησαν σε αυτόν τον τομέα σπουδών;
- (3) Τι σε ελκύει στο συγκεκριμένο πρόγραμμα Residency;
- (4) Έχεις εργαστεί ποτέ στην πόλη όπου βρίσκεται το πρόγραμμα στο οποίο

- υποβάλλεις αίτηση;
- (5) Ποιους στόχους θα μπορέσεις να επιτύχεις χάρη στην εκπαίδευσή σου;
  - (6) Ποια προσωπικά χαρακτηριστικά έχεις που θα σε βοηθήσουν να συνεισφέρεις στο πρόγραμμα;
  - (7) Τι αποδείξεις έχεις για αυτές τις ιδιότητες;
  - (8) Διαθέτεις μελέτες ή δημοσιεύσεις που συμπληρώνουν το έργο που επιτελεί το ίδρυμα στον τομέα αυτό;
  - (9) Έχεις κάποια κενά που θα ήθελες να καλύψεις και που το συγκεκριμένο πρόγραμμα φιλοξενίας θα σου επιτρέψει να το κάνεις;
  - (10) Τι πρέπει να γνωρίζει ο διευθυντής του προγράμματος για σένα που δεν είναι εμφανές από τα έγγραφα της αίτησής σου, κατά τη γνώμη σου;

### 2.3 Residencies και Mobilities: Δυνατότητες για καλλιτέχνες

#### Ανταλλαγές νέων στο πλαίσιο του προγράμματος Erasmus+

Σε μια ανταλλαγή νέων, μπορείς να περιμένεις να συμμετέχεις σε δραστηριότητες, όπως εργαστήρια, ασκήσεις, συζητήσεις, παιχνίδια ρόλων, υπαίθριες δραστηριότητες και πολλά άλλα. Οι ανταλλαγές νέων διαρκούν από 5 έως 21 ημέρες. Εξαιρείται ο χρόνος ταξιδιού. Οι ανταλλαγές νέων είναι ανοικτές σε άτομα ηλικίας μεταξύ 13 και 30 ετών. Για να είσαι επικεφαλής ομάδας σε ανταλλαγή νέων, πρέπει να είναι τουλάχιστον 18 ετών. Τις ανταλλαγές νέων διαχειρίζονται οργανώσεις νεολαίας, άτυπες ομάδες νέων ή άλλες οργανώσεις.

Για να συμμετέχεις σε ανταλλαγή νέων, **δεν μπορείς να υποβάλεις αίτηση για επιχορήγηση ως άτομο. Οι αιτήσεις πρέπει να υποβάλλονται από έναν οργανισμό ή μια ομάδα νέων, οι οποίοι με τη σειρά του επιλέγουν ποιος θα συμμετάσχει στην ανταλλαγή.** Εάν χρειάζεσαι βοήθεια για να βρεις έναν κατάλληλο συμμετέχοντα οργανισμό ή έχεις απορίες, η Εθνική Διαχειριστική Αρχή Erasmus+ στη χώρα σου θα σε βοηθήσει.

#### i-Portunus

Πρόκειται για ένα σχέδιο χρηματοδοτούμενο από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, που υποστηρίζει την κινητικότητα καλλιτεχνών, δημιουργών και επαγγελματιών του πολιτιστικού τομέα, το οποίο υλοποιείται από κοινοπραξίες πολιτιστικών οργανισμών. Χρηματοδοτεί βραχυπρόθεσμες κινητικότητες για άτομα που μπορούν να μεταβούν στο εξωτερικό ή για οικοδεσπότες που προσελκύουν διεθνή ταλέντα.

Παρέχονται δύο είδη επιχορηγήσεων:

- (1) **Δράση Ατομικής Κινητικότητας:** Προσφέρει οικονομική υποστήριξη σε άτομα που ταξιδεύουν μεταξύ 7 και 60 ημερών ή σε ομάδες έως 5 ατόμων που ταξιδεύουν μεταξύ 7 και 21 ημερών. Είναι ανοικτό σε όλους τους καλλιτέχνες και τους επαγγελματίες του πολιτιστικού τομέα που διαμένουν νόμιμα στις χώρες του προγράμματος Creative Europe και είναι τουλάχιστον 18 ετών.
- (2) **Δράση Φιλοξενίας:** Η δράση φιλοξενίας απευθύνεται σε οργανισμούς και καταξιωμένους μεμονωμένους καλλιτέχνες που διοργανώνουν τακτικά residencies και ενδιαφέρονται να φιλοξενήσουν καλλιτέχνες και επαγγελματίες του πολιτισμού. Σκοπός της δωρεάς είναι να

καλωσορίζει διεθνείς καλλιτέχνες και επαγγελματίες του πολιτιστικού τομέα στις εγκαταστάσεις σας για να υλοποιήσουν ένα έργο φιλοξενίας. Η διαμονή μπορεί να διαρκέσει μεταξύ 22 και 300 ημερών. Η **διάρκεια** που πρέπει να επιλέξει κανείς κατά την υποβολή της αίτησης είναι η ακόλουθη: **α) βραχυπρόθεσμη διαμονή: 22-60 ημέρες, β) μεσοπρόθεσμη: 61-120 ημέρες και, γ) μακροπρόθεσμη: 121-300 ημέρες.**

### [Roberto Cimetta Fund](#)

Το Roberto Cimetta Fund είναι ένας διεθνής μη κερδοσκοπικός οργανισμός που δημιουργήθηκε το 1999 για να ανταποκριθεί γρήγορα και άμεσα σε καλλιτέχνες και πολιτιστικούς διαχειριστές που επιθυμούν να ταξιδέψουν για να αναπτύξουν σύγχρονα έργα καλλιτεχνικής συνεργασίας στην ευρω-μεσογειακή περιοχή και ειδικότερα σε ολόκληρο τον αραβικό κόσμο.

Ο οργανισμός προσφέρει πολλαπλά προγράμματα και ευκαιρίες, όπως: α) υποστήριξη και κατάρτιση που σχετίζεται με την κινητικότητα, για την υποστήριξη καλλιτεχνών και επαγγελματιών του πολιτισμού στα έργα κινητικότητάς τους, καθοδηγώντας τους στη διαδικασία αναζήτησης χρηματοδότησης, β) συνεργασία και δικτύωση και πολλά άλλα.

Επιπλέον, με την πρόσβαση στην ιστοσελίδα του οργανισμού μπορεί κανείς να περιηγηθεί σε υποτροφίες και ευκαιρίες. Εκεί ο οργανισμός προκηρύσσει ανοικτές προσκλήσεις υποβολής αιτήσεων, παρέχοντας επίσης συγκεκριμένες προϋποθέσεις που απαιτούνται κ.λπ.

### [On the Move](#)

Το On the Move παρέχει σαφείς και επικαιροποιημένες πληροφορίες σχετικά με την πολιτιστική κινητικότητα. Με βάση την ειδίκευση του δικτύου και των εταιρών τους, αντλούν ανοικτές προσκλήσεις για τον ιστότοπό τους, διατηρούν μια συλλογή 60 οδηγών χρηματοδότησης και παραπέμπουν σε εξωτερικές οδηγίες για εξειδικευμένα θέματα, όπως η βίζα και το φορολογικό δικαίωμα. Οι καταχωρίσεις ανοικτών προσκλήσεων καλύπτουν όλες τις μορφές τέχνης και τους επιστημονικούς κλάδους και επικεντρώνονται σε διασυνοριακά έργα που καλύπτουν τουλάχιστον μέρος του κόστους ταξιδιού. Οι οδηγοί χρηματοδότησής τους, που παράγονται σε συνεργασία με άλλους οργανισμούς, περιγράφουν λεπτομερώς τα τακτικά προγράμματα σε εθνική ή διακρατική βάση. Η ενότητα «Πόροι» συγκεντρώνει ένα σύνολο εκθέσεων, εγγράφων πολιτικής, οδηγών και άλλων δημοσιεύσεων που συλλέχθηκαν σε διάστημα περισσότερο από μια δεκαετία.

### [The Bogliasco Foundation](#)

Το Ίδρυμα Bogliasco υποστηρίζει τις Τέχνες και τις Ανθρωπιστικές Επιστήμες παρέχοντας υποτροφίες διαμονής στο κέντρο σπουδών του στο πιο ζωντανό, ιστορικό σταυροδρόμι της Ιταλίας, όπου ταλαντούχοι καλλιτέχνες και μελετητές όλων των πολιτισμών συναντιούνται για να ενωθούν, να δημιουργήσουν και να διαδώσουν σημαντικά νέα έργα.

Με την περιήγηση στην ιστοσελίδα τους, μπορεί κανείς να ακολουθήσει την ενότητα «[Αίτηση](#)», για να υποβάλει αίτηση για υποτροφίες Bogliasco. Οι υποτροφίες Bogliasco απονέμονται σε χαρισματικά άτομα που εργάζονται σε όλους τους κλάδους των Τεχνών και των Ανθρωπιστικών Επιστημών ανεξάρτητα από την εθνικότητα, την ηλικία, τη φυλή, τη θρησκεία ή το φύλο. Για να είναι επιλέξιμοι για την απονομή υποτροφίας, οι υποψήφιοι πρέπει να

επιδείξουν σημαντικά επιτεύγματα στους κλάδους τους, ανάλογα με την ηλικία και την εμπειρία τους (**σημείωση**: δεν απονέμεται σε φοιτητές που βρίσκονται επί του παρόντος σε πρόγραμμα χορήγησης πτυχίου).

### Res Artis

Το Worldwide Network of Arts Residencies είναι ένα 28χρονο δίκτυο φορέων φιλοξενίας τεχνών από όλο τον κόσμο. Το δίκτυο περιλαμβάνει περισσότερα από 550 εκλεγμένα μέλη σε περισσότερες από 75 χώρες.

Στόχος τους είναι να υποστηρίξουν και να συνδέσουν φιλοξενίες, να εμπλέξουν και να υποστηρίξουν τη σημασία των φιλοξενιών στη σημερινή κοινωνία και να παράσχουν συστάσεις για την έρευνα και την πολιτική πολιτιστικής κινητικότητας.

Στην ιστοσελίδα τους ανακοινώνουν προσεχείς εκδηλώσεις, προγράμματα φιλοξενίας και ανοιχτές προσκλήσεις, όπου οι πιθανοί υποψήφιοι μπορούν να περιηγηθούν σε πολλές ευκαιρίες, σημειώνοντας επίσης τις προτιμήσεις τους (π.χ. όσον αφορά τη χώρα του προγράμματος, τη διάρκεια, τις προθεσμίες υποβολής αιτήσεων κ.λπ.).

### Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Ίδρυμα (European Cultural Foundation)

Το γραφείο του ιδρύματος στο Άμστερνταμ συγκεντρώνει 15 διαφορετικές εθνικότητες, που εργάζονται ως αφοσιωμένη ομάδα για την υλοποίηση της αποστολής και του οράματος του Ιδρύματος. Προωθούν ένα ευρωπαϊκό συναίσθημα μέσω της ανάπτυξης και της υποστήριξης πολιτιστικών πρωτοβουλιών που τους επιτρέπουν να μοιράζονται, να βιώνουν και να φαντάζονται την Ευρώπη.

#### *Στρατηγική του Ιδρύματος για την περίοδο 2020-2025*

Θέτει τα θεμέλια για την εστίαση και το έργο του ιδρύματος για τα επόμενα πέντε χρόνια. Οι δραστηριότητές του θα επικεντρωθούν σε τρεις τομείς:

- (1) **Μοιράσου την Ευρώπη**: συμβάλλει σε έναν ευρωπαϊκό δημόσιο χώρο ως πολιτιστική σφαίρα. Παρέχει διαδικτυακούς και φυσικούς χώρους όπου οι Ευρωπαίοι πέραν των εθνικών συνόρων ανταλλάσσουν ιδέες, εμπειρίες, καλλιτεχνική έκφραση ή ειδήσεις ευρωπαϊκού ενδιαφέροντος.
- (2) **Βίωσε την Ευρώπη**: δημιουργεί μια ευρωπαϊκή αίσθηση του ανήκειν μέσω πολιτιστικών και εκπαιδευτικών ανταλλαγών ανθρώπων και πρακτικών. Παρέχει εργαλεία για ευρωπαϊκές ανταλλαγές μεταξύ πολιτών και μεταξύ επαγγελματιών του πολιτιστικού τομέα πέρα από σύνορα και τομείς.
- (3) **Φαντάσου την Ευρώπη**: υποστηρίζει πρωτοβουλίες που αφηγούνται τις ιστορίες της Ευρώπης, της κληρονομιάς της και του μέλλοντός της, με τον πλέον συναρπαστικό τρόπο, χρησιμοποιώντας όλες τις μορφές πολιτιστικής έκφρασης.

Στην ιστοσελίδα τους ανακοινώνουν νέες ευκαιρίες και χρηματοδοτούμενα έργα για τους καλλιτέχνες, ώστε να υποβάλουν αίτηση.

### WORTH Partnership Project II

Το WORTH Partnership Project II χρηματοδοτείται από το πρόγραμμα COSME της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Δημιουργεί και υποστηρίζει διακρατικές



συνεργασίες μεταξύ σχεδιαστών, δημιουργικών ανθρώπων, μεταποιητικών επιχειρήσεων (μικρομεσαίων), χειροτεχνών/κατασκευαστών και εταιρειών τεχνολογίας που επιθυμούν να αναπτύξουν καινοτόμα προϊόντα με γνώμονα το σχεδιασμό.

Τα επιλεγμένα έργα θα επωφεληθούν από ένα πρόγραμμα θερμοκοιτίδων αξίας 60.000 ευρώ που αποτελείται από: α) media kit, συμπεριλαμβανομένης της διεθνούς δραστηριότητας σχέσεων με τα μέσα ενημέρωσης, της διαφήμισης και του μάρκετινγκ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, β) χρηματοδότηση από €10.000 έως €20.000, γ) συμμετοχή σε δύο διεθνείς εκδηλώσεις που σχετίζονται με το σχεδιασμό για την προβολή των προϊόντων που αναπτύχθηκαν, δ) εξατομικευμένο πρόγραμμα mentoring, ε) κατάρτιση, στ) διατομεακή συνεργασία και συμμετοχή σε εκδηλώσεις δικτύωσης, ζ) επαγγελματικούς συνδέσμους, η) προβολή του επαγγελματικού τους προφίλ στην γκαλερί WORTH. Οι ανοικτές προσκλήσεις από το έργο ανακοινώνονται στην παρεχόμενη ιστοσελίδα.

## Ενότητα 9: Βρες τον επιχειρηματία μέσα σου!

### Στόχοι

Η ενότητα «*Βρες τον επιχειρηματία μέσα σου!*» στοχεύει τόσο να μεταφέρει την ιδέα του τι χρειάζεται κανείς για να γίνει επιχειρηματίας όσο και τα βασικά επιχειρηματικά εργαλεία που χρειάζεται για να το κάνει. Μέσα από αυτή την ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι θα μάθουν:

- Να ταυτίζονται με τις αξίες, τις αρχές και τους μηχανισμούς της επιχειρηματικότητας.
- Να κατανοούν και να αναλύουν πιθανές επιχειρηματικές ευκαιρίες χρησιμοποιώντας πρακτικά εργαλεία για να ενθαρρύνουν ρεαλιστικούς σχεδιασμούς.
- Να αξιολογούν τα δυνατά και αδύνατα σημεία των επιχειρηματικών ιδεών και τις απειλές και ευκαιρίες του πεδίου δράσης τους.

Η ενότητα χωρίζεται σε 3 υπο-ενότητες με συγκεκριμένο μαθησιακό στόχο ως εξής:

- 1) Η ενότητα «**Επιχειρηματική νοοτροπία**» εισάγει τους εκπαιδευόμενους στους βασικούς επιχειρηματικούς όρους, δεξιότητες και θέματα. Αυτή η ενότητα έχει ως στόχο να κάνει τους καλλιτέχνες να ταυτιστούν με τις αρχές και τους μηχανισμούς της επιχειρηματικότητας, οδηγώντας τους να προβληματιστούν σχετικά με τις δεξιότητες που ήδη κατέχουν και εκείνες που θα πρέπει να αποκτήσουν για να γίνουν επιχειρηματίες. Στοχεύει επίσης να μεταφέρει ειδική ορολογία για τις επιχειρήσεις (σε γραπτή και προφορική μορφή) για να επιτρέψει στους καλλιτέχνες να επικοινωνούν αποτελεσματικά στον τομέα.
- 2) Η ενότητα «**Σχεδιασμός Έργου**» μετακινείται από την προσωπική σφαίρα στην επιχειρηματική ιδέα προσφέροντας στους συμμετέχοντες τα θεωρητικά στοιχεία και τα πρακτικά εργαλεία για το σχεδιασμό ενός έργου. Σε τι διαφέρει ένα έργο από μια ιδέα; Ποιος είναι ο κύκλος ζωής του και ποια είναι τα στοιχεία που απαιτούνται για να γίνει ένα; Σε αυτή την ενότητα οι εκπαιδευόμενοι πρώτα θα δομήσουν και στη συνέχεια θα αξιολογήσουν τις προσωπικές τους ιδέες, αμφισβητώντας τους λόγους πίσω από αυτές, το πεδίο εφαρμογής και τα μέσα υλοποίησής τους. Στη συνέχεια, θα μάθουν τη σημασία του πλαισίου και τον αντίκτυπο, όσον αφορά τις ευκαιρίες και τις απειλές, που μπορεί να ενέχει ο σχεδιασμός και η υλοποίηση του ίδιου του έργου.
- 3) Η ενότητα «**Επιχειρηματική Δραστηριότητα**» παρέχει τα πρακτικά εργαλεία για τη δημιουργία μιας επιχείρησης, καθοδηγώντας τους συμμετέχοντες σε μια συγκεκριμένη άσκηση υποβολής των σωστών ερωτήσεων. Περιηγούμενοι στον διαφορετικό υπάρχοντα καμβά επιχειρηματικού μοντέλου, οι συμμετέχοντες θα παρουσιάσουν τον καμβά δημιουργικού έργου, ένα εργαλείο εμπνευσμένο από τον καμβά επιχειρηματικού μοντέλου και ανεπτυγμένο από το Materahub για να υποστηρίξει τους καλλιτέχνες στην ανάπτυξη της επιχειρηματικής τους ιδέας. Ο Δημιουργικός Καμβάς Έργων επικεντρώνεται στον αντίκτυπο που δημιουργείται για τους δικαιούχους και όχι στη δημιουργία κερδών.

### Εισαγωγή στη θεματική

Η προφορά της λέξης καλλιτέχνης εξακολουθεί να φέρνει στον νου την εικόνα

μιας μοναχικής ιδιοφυΐας, καθώς μια ιερή αύρα εξακολουθεί να αποδίδεται στη λέξη. «Είναι καλλιτέχνης», θα πούμε με τόνους ευλάβειας για έναν ηθοποιό ή μουσικό ή σκηνοθέτη. Ωστόσο, η έννοια του καλλιτέχνη ως μοναχικής ιδιοφυΐας είναι ξεπερασμένη εδώ και δεκαετίες. Ένα νέο παράδειγμα αναδύεται ήδη από την αλλαγή της χιλιετίας, ένα παράδειγμα που βρίσκεται σε διαδικασία αναμόρφωσης αναφορά με το τι είναι οι καλλιτέχνες: πώς εργάζονται, εκπαιδεύονται, εμπορεύονται, συνεργάζονται, σκέφτονται για τον εαυτό τους και πώς σκέφτονται - ακόμη και τι είναι η τέχνη - ακριβώς όπως έκανε το μοντέλο της μοναχικής ιδιοφυΐας πριν από δύο αιώνες.

Η ιδέα του καλλιτέχνη ως μοναχικής και φωτισμένης ιδιοφυΐας προέρχεται από τα τέλη του 18ου και τις αρχές του 19ου αιώνα, την περίοδο που συνδέεται με τον Ρομαντισμό: την εποχή του Ρουσσώ, του Γκαίτε, του Μπλέικ και του Μπετόβεν, την εποχή που έμαθε να εκτιμά όχι μόνο τον ατομικισμό και την πρωτοτυπία, αλλά και την εξέγερση και τη νεολαία. Παρ' όλα αυτά, η τέχνη, όπως όλες οι θρησκείες καθώς γερνούν, θεσμοθετήθηκε. Η πρόοδος του καλλιτέχνη, στο μεταπολεμικό μοντέλο, ήταν επίσης επαγγελματική. Δεν ξέσπασες από την αφάνεια στη διασημότητα με ένα μόνο εκπληκτικό έργο. Σιγά-σιγά ανέβηκες στις τάξεις. Συγκέντρωσες διαπιστευτήρια. Δημιούργησες ένα βιογραφικό. Συμμετείχες στα συμβούλια και τις επιτροπές, σύλλεξες τα βραβεία και τις υποτροφίες σας. Ήταν ασφαλέστερο από το μοναχικό-ιδιοφυές πράγμα, αλλά ήταν επίσης πολύ λιγότερο συναρπαστικό, και δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι οι καλλιτέχνες είναι πολύ λιγότερο επιρρεπείς να θεωρούνται τώρα ως σοφοί ή ιερείς, καθώς είναι πολύ πιο πιθανό να θεωρηθούν ως ένα ακόμη σύνολο εργατών της γνώσης. Η πνευματική αριστοκρατία θυσιάστηκε για μια σταθερή κοινωνικοοικονομική ανώτερη μεσαία τάξη. Με πιο ήπιους όρους, έχει να κάνει με τον τρόπο που πληρώνονται οι καλλιτέχνες. Ο επαγγελματισμός αντιπροσωπεύει έναν συμβιβαστικό σχηματισμό, ανάμεσα στο ιερό και το κοσμικό.

Σήμερα, το επαγγελματικό μοντέλο παραμένει το κυρίαρχο. Αλλά έχουμε εισέλθει, αναμφισβήτητα, σε μια νέα μετάβαση, και σηματοδοτείται από τον τελικό θρίαμβο της αγοράς και των αξιών της, την απομάκρυνση των τελευταίων υπολειμμάτων προστασίας και διαμεσολάβησης. Στις τέχνες, όπως και σε όλη τη μεσαία τάξη, ο επαγγελματίας δίνει τη θέση του στον επιχειρηματία, τον αυτοαπασχολούμενο, τον επιχειρηματικό εαυτό. Και αυτή η αναδυόμενη κουλτούρα δημιουργικής επιχειρηματικότητας βρίσκει τον τέλειο σύμμαχο στο διαδίκτυο, ο οποίος διευκολύνει τον εαυτό σε όλες τις φάσεις της εργασίας από την προώθηση έως την αλληλεπίδραση, την πώληση και την παράδοση στον τελικό χρήστη. Τα έργα τέχνης, πιο κεντρικά και απροκάλυπτα από ποτέ, γίνονται εμπορεύματα, καταναλωτικά αγαθά. Τώρα δεν είναι ένα κοινό στο οποίο σκέφτεστε να απευθυνθείτε. Είναι μια πελατειακή βάση. Τα βραβεία ανήκουν στην ηλικία των επαγγελματιών. Το μόνο που θα χρειαστεί να μετρήσουμε την αξία σύντομα είναι η λίστα με τις καλύτερες πωλήσεις. Μπορούμε να συμπεράνουμε ότι όλοι οι καλλιτέχνες είναι επιχειρηματίες, αλλά δεν το γνωρίζουν απαραίτητα.

## Υπο-ενότητα 1. Επιχειρηματική νοοτροπία

**Μαθησιακός στόχος:**

- Ταύτιση με τις αξίες τις αρχές και τους μηχανισμούς της επιχειρηματικότητας.
- Απόκτηση γνώσης ειδικής επιχειρηματικής ορολογίας (σε γραπτή και προφορική μορφή) για την αποτελεσματική επικοινωνία στο πεδίο.

Οι καλλιτέχνες σε όλη την ιστορία έχουν πάντα αναπτύξει σιωπηρά ένα ευρύ φάσμα μη καλλιτεχνικών ικανοτήτων για να ξεπεράσουν τις προκλήσεις που αναπόφευκτα προκύπτουν κατά τη διάρκεια της σταδιοδρομίας τους. Ως εκ τούτου, υπήρξαν, σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, επιχειρηματικά ικανοί - ή είχαν άτομα με την απαραίτητη επιχειρηματική ικανότητα στο περιβάλλον τους. Ωστόσο, εξακολουθούν να υπάρχουν σημαντικά εμπόδια για τους σπουδαστές συνθέτες σήμερα να μάθουν για αυτή την προοπτική, συμπεριλαμβανομένης της δομικής προκατάληψης της εκπαιδευτικής πολιτικής προς την προνομιακή μεταχείριση της μουσικής κατάρτισης έναντι της ανάπτυξης μη μουσικών δεξιοτήτων ή της προσωπικής αντίστασης του εκπαιδευτικού στη διδασκαλία δεξιοτήτων που μόλις εκπαιδεύονται στον εαυτό τους, οι οποίες παραδοσιακά απορρίπτονταν. Προσεγγίζοντας την καριέρα τους με επιχειρηματική νοοτροπία και οπλισμένοι με δεξιότητες στο ψηφιακό μάρκετινγκ και το branding, οι καλλιτέχνες του μέλλοντος θα είναι καλύτερα εξοπλισμένοι για να δημιουργήσουν επιτυχημένες σταδιοδρομίες με τους δικούς τους όρους.

### 1.1 Ορολογία

Οι ακόλουθοι ορισμοί βασικών όρων και ρόλων σχετικά με τον επιχειρηματικό τομέα χρησιμεύουν ως αναφορές. Σκοπεύουν επίσης να προσκαλέσουν καλλιτέχνες, διευκολυντές και συμμετέχοντες να προβληματιστούν, να συζητήσουν και να αμφισβητήσουν την ορολογία που υιοθετήθηκε από τους εταίρους του έργου Cultural Footprint.

#### Δημιουργία

Η επιχειρηματικότητα είναι μια πράξη δημιουργικότητας με μεγάλο όραμα. Όπως και οι καλλιτέχνες, όλα τα είδη επιχειρηματιών δημιουργούν κυρίως αξία για τους άλλους.

#### Αξία

Η αξία στις τέχνες μπορεί να είναι εγγενής ή εξωγενής και συχνά είναι και τα δύο. Παράδειγμα εξωγενούς αξίας αναφέρεται στη νομισματική αξία του έργου τέχνης. Η εγγενής αξία που δημιουργείται είναι η ίδια η τέχνη - η οποία, ελπίζουμε, δημιουργεί μια εμπειρία και προκαλεί μια απάντηση για όσους τη βιώνουν.

#### Κέρδος

Για διάφορους λόγους, ορισμένοι καλλιτέχνες συνδέουν το κέρδος με το «ξεπούλημα». Ωστόσο, οι επιχειρηματίες της τέχνης δεν ξεπουλιούνται - πωλούν τέχνη. Το κέρδος είναι το μόνο απαραίτητο στοιχείο για να έχουμε μια βιώσιμη επιχείρηση.

#### Ρίσκο

Η λέξη «ρίσκο» δεν πρέπει να παραλειφθεί από τον ορισμό της επιχειρηματικότητας, καθώς η επιχειρηματικότητα είναι μια προσπάθεια που βασίζεται στο

ρίσκο, όπως ακριβώς είναι μια καριέρα στις τέχνες. Δεν ξέρει κανείς αν οι προσπάθειές τους θα είναι καρποφόρες, αν το κοινό θα εκτιμήσει αυτό που δημιουργήθηκε, αν οι δημιουργοί θα προσελκύσουν δωρητές ή επενδυτές, αν μια εκπομπή θα ωφεληθεί ή θα έχει μεγάλη διάρκεια. Δεν υπάρχουν εγγυήσεις.

### 1.2 Το Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Ικανοτήτων

Το 2018, η δημοσίευση του EntreComp, ενός ολοκληρωμένου πλαισίου αναφοράς, όρισε την επιχειρηματικότητα ως βασική ικανότητα για όλους τους πολίτες ως την ικανότητα «να ενεργούν πάνω σε ευκαιρίες και ιδέες και να τις μετατρέπουν σε αξία για τους άλλους. Η αξία που δημιουργείται μπορεί να είναι οικονομική, πολιτιστική ή κοινωνική» (FEE-YE, 2011). Σε έναν όλο και πιο περίπλοκο κόσμο, όπου η σπανιότητα των δημόσιων πόρων και ο φόβος για τις παγκόσμιες προκλήσεις μερικές φορές φαίνεται να φυλακίζουν την αυτοδιάθεση, η επιχειρηματικότητα μπορεί να γίνει κατανοητή ως «η ικανότητα να συμβεί κάτι», ή συγκεκριμένα, η ικανότητα δημιουργίας κοινωνικών και οικονομικών οφελών για τον εαυτό μας και τους άλλους σε μια ανταποκρινόμενη και δυναμική σχέση με την κοινωνία. Η προώθηση μιας επιχειρηματικής νοοτροπίας στους επαγγελματίες του τομέα των τεχνών είναι απαραίτητη για να ξεπεραστούν τα βασικά εμπόδια του τομέα, όπως η έλλειψη βιώσιμου εισοδήματος και η έλλειψη χρηματοδότησης, αλλά και ζητήματα συστημικής προκατάληψης που σχετίζονται με την επαγγελματική εργασία με τις τέχνες. Ο εξοπλισμός των καλλιτεχνών με επιχειρηματικές ικανότητες θα μπορούσε να τους βοηθήσει να ξεπεράσουν εμπόδια όπως η έλλειψη βιώσιμου εισοδήματος και η έλλειψη χρηματοδότησης, αλλά και ζητήματα συστημικής προκατάληψης, αγροτικής απόστασης ή εμποδίων του Covid-19. Μπορεί επίσης να βοηθήσει στην αντιμετώπιση αρνητικών, ανασταλτικών συμπεριφορών όπως ο «μύθος της ιδιοφυΐας», το «κακό της εμπορευματοποίησης». Το EntreComp προσδιορίζει 15 ικανότητες σε τρεις βασικούς τομείς - Ιδέες και Ευκαιρίες, Πόροι και Δράση - που περιγράφουν τι σημαίνει να είσαι επιχειρηματίας. Οι ικανότητες αναλύονται περαιτέρω σε νήματα που περιγράφουν τι πραγματικά σημαίνει η συγκεκριμένη ικανότητα με πρακτικούς όρους. Τα μαθησιακά αποτελέσματα χαρτογραφούνται σε 8 διαφορετικά επίπεδα προόδου, από αρχάριους έως ειδικούς.

### Άσκηση

Δες τη λίστα των ασκήσεων που δημιουργήσαμε για να διευκολύνουμε και να καθοδηγήσουμε τις γνώσεις. Για αυτή την ενότητα θα βρεις μια καθοδηγούμενη ατζέντα με χρόνους, υλικά και στόχους για τις ακόλουθες ασκήσεις.

- Άσκηση 1 - Σύνδεσε τις έννοιες
- Άσκηση 2 - Αξιολόγησε τις επιχειρηματικές σου δεξιότητες

### Υπο-ενότητα 2. Σχεδιασμός Έργου

Ένα έργο είναι ένα σύνολο εργασιών που πρέπει να ολοκληρωθούν προκειμένου να επιτευχθεί ένας συγκεκριμένος στόχος ή αποτέλεσμα. Έτσι, η λέξη "έργο" αρχικά σήμαινε "πριν από μια δράση". Ανάλογα με το μέγεθος και το πεδίο εφαρμογής του έργου, αυτές οι εργασίες μπορεί να είναι απλές ή περίπλοκες, αλλά όλα τα έργα μπορούν να χωριστούν σε στόχους και τι πρέπει να γίνει για την επίτευξή τους. Η λέξη **project** (σ.σ. που στα ελληνικά σημαίνει

έργο) προέρχεται από τη λατινική λέξη **projectum** από το λατινικό ρήμα **proicere**, «πριν από μια πράξη», που με τη σειρά του απαρτίζεται από το α' συνθετικό **pro-**, που υποδηλώνει προτεραιότητα, κάτι που έρχεται πριν από κάτι άλλο στο χρόνο και το β' συνθετικό **iacere**, «να κάνω».

Κάθε έργο είναι μοναδικό, καθώς προκύπτει από τη μη αναπαραγωγίμη αντιστοίχιση ορισμένων εσωτερικών και εξωτερικών παραγόντων. Το πλαίσιο μπορεί να θεωρηθεί τόσο ως περιορισμός όσο και ως ευκαιρία. Τέλος, ένα σχέδιο πρέπει να εκπονηθεί σταδιακά. Αυτό σημαίνει ότι το έργο προχωρά σε βήματα και συνεχίζεται σταδιακά. Αυτό σημαίνει επίσης ότι ο ορισμός του έργου βελτιώνεται σε κάθε βήμα και τελικά διατυπώνεται ο σκοπός της πρόδου.

### 2.1 Η μέθοδος των 5 W

Τα 5 W είναι μια απλή και αποτελεσματική μέθοδος που βοηθά στην ανάλυση ενός πλαισίου σε μια δεδομένη κατάσταση. Βοηθά να κάνεις τις σωστές ερωτήσεις για να κατανοήσεις ένα συγκεκριμένο πρόβλημα και να το απαντήσεις πιο αποτελεσματικά. Τα 5 W είναι ακρώνυμο που Who (Ποιος), What (Τι), Where (Πού), When (Πότε), Why (Γιατί).

### 2.2 Δυνατά και αδύνατα σημεία



Η ανάλυση SWOT (δυνατά σημεία, αδύνατα σημεία, ευκαιρίες και απειλές) είναι ένα πλαίσιο που χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση εσωτερικών και εξωτερικών παραγόντων, καθώς και των σημερινών και μελλοντικών δυνατοτήτων. Η ανάλυση SWOT έχει σχεδιαστεί για να διευκολύνει μια ρεαλιστική, βασισμένη σε γεγονότα και δεδομένα ματιά στα δυνατά και αδύνατα σημεία εντός ενός οργανισμού, των πρωτοβουλιών του ή εντός του κλά-

δου του. Ο πρωταρχικός στόχος μιας ανάλυσης SWOT είναι να βοηθήσει στην ανάπτυξη μιας πλήρους **συνειδητοποίησης** όλων των παραγόντων που εμπλέκονται στη λήψη μιας επιχειρηματικής απόφασης.

### Άσκηση

Δες τη λίστα των ασκήσεων που δημιουργήσαμε για να διευκολύνουμε και να καθοδηγήσουμε τις γνώσεις. Για αυτή την ενότητα θα βρεις μια καθοδηγούμενη ατζέντα με χρόνους, υλικά και στόχους για τις ακόλουθες ασκήσεις.

- Άσκηση 1 - Τα 5 W και το H
- Άσκηση 2 - Η ανάλυση SWOT

### Υπο-ενότητα 3. Επιχειρηματική Δραστηριότητα

Ο Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου (Business Model Canvas) είναι το πιο διάσημο και ευρέως χρησιμοποιούμενο πλαίσιο για τον καθορισμό και τη διαμόρφωση του επιχειρηματικού μοντέλου μιας εταιρίας ή μιας νεοσύστατης επιχείρησης. Ο Καμβάς Δημιουργικού Έργου (Creative Project Canvas) είναι εμπνευσμένος από τον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου και δημιουργήθηκε από το

Materahub στα πλαίσια του έργου “Break in the Desk” για να υποστηρίξει τους καλλιτέχνες να αναπτύξουν την επιχειρηματική τους ιδέα. Ο Καμβάς Δημιουργικού Έργου βοηθά καλλιτέχνες και δημιουργούς να σχεδιάσουν ΒΙΩΣΙΜΑ έργα, όπου η βιωσιμότητα δεν αναφέρεται απαραίτητα σε μακροπρόθεσμα οικονομικά κέρδη, αλλά σε γερά θεμέλια που πρέπει να δημιουργήσεις για τα επαγγελματικά ανθρώπινα έργα σου.

Ο Καμβάς Δημιουργικών Έργων επικεντρώνεται στον αντίκτυπο που δημιουργεί για τους δικαιούχους και όχι στη δημιουργία κερδών. Σε σύγκριση με τον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου, λαμβάνει υπόψη τις ακόλουθες πτυχές:

- Το στοιχείο «Τμήματα» (Segments) χωρίζεται σε «Δικαιούχο» (Beneficiary) και «Πελάτη» (Customer). Αυτό υποστηρίζει την άποψη ότι οι δικαιούχοι συχνά δεν πληρώνουν τίποτα, αλλά είναι ζωτικής σημασίας για το επιχειρηματικό μοντέλο.
- Η Πρόταση Αξίας αποτελείται από τα στοιχεία «Πρόταση Κοινωνικής Αξίας», «Πρόταση Αξίας Πελάτη» και «Μέτρα Αντίκτυπου», τα οποία καθορίζουν τον τρόπο με τον οποίο ελέγχεις τον κοινωνικό σου αντίκτυπο.
- Το είδος της παρέμβασης περιγράφει το είδος του προϊόντος που θα αποφέρει την αξία.
- Εκτός από τους συνεργάτες, ο καμβάς περιλαμβάνει τους βασικούς ενδιαφερόμενους που συμμετέχουν/πρέπει να συμμετέχουν στο πρόγραμμά σου.
- Το στοιχείο «Πλεόνασμα» περιγράφει πού σκοπεύεις να επενδύσεις τα κέρδη σου.

### Άσκηση

Δες τη λίστα των ασκήσεων που δημιουργήσαμε για να διευκολύνουμε και να καθοδηγήσουμε τις γνώσεις. Για αυτή την ενότητα θα βρεις μια καθοδηγούμενη ατζέντα με χρόνους, υλικά και στόχους για τις ακόλουθες ασκήσεις.

- Άσκηση 4 - Συμπλήρωσε τον καμβά του έργου σου

## Ενότητα 10: Οραμάτισου την επιχείρησή σου!

### Εισαγωγή στη θεματική

Οι επιχειρήσεις και η τέχνη θεωρούνται συχνά ως δύο ξεχωριστοί κόσμοι, δύο σφαίρες που δεν μπορούν να «συναντηθούν» και να λειτουργήσουν μαζί. Επιπλέον, οι καλλιτέχνες συχνά θεωρούνται «ελεύθερα πνεύματα», αλλά με την αρνητική χροιά, υπονοώντας ότι ένας καλλιτέχνης δεν θα ήταν σε θέση να διευθύνει τη δική του καλλιτεχνική επιχείρηση προκειμένου να προωθήσει τα έργα τέχνης του και να συμβάλει πραγματικά στην κύρια πρόκληση που αντιμετώπιζαν και εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν οι καλλιτέχνες: την πραγματικά δίκαιη αμοιβή τους.

Φυσικά, οι τέχνες και οι επιχειρήσεις διαφέρουν με πολλούς τρόπους, για παράδειγμα όσον αφορά τη διαφήμιση, τη σχέση καλλιτέχνη-αγοραστή και, κυρίως, όσον αφορά την αυθεντικότητα του καλλιτέχνη και την πραγματική διατήρηση της αυθεντικότητας αυτής στην ολοένα αυξανόμενη τάση ομοιογένειας σήμερα.

Ωστόσο, οι τέχνες και οι επιχειρήσεις μπορούν να συνεργαστούν, χωρίς οι τελευταίες να αντλούν από την προαναφερθείσα αυθεντικότητα, αλλά ίσως ακόμη και συμβάλλοντας στη διατήρησή της και προσφέροντας καινοτόμες προσεγγίσεις και επιχειρηματικά μοντέλα για τη δίκαιη αμοιβή και την αποτελεσματική προώθησή τους (όταν, φυσικά, η αμοιβή είναι επιθυμητή).

Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω, η παρούσα ενότητα «Οραμάτισου την επιχείρησή σου!» επιδιώκει να υποστηρίξει νέους καλλιτέχνες και εργαζόμενους/επαγγελματίες στον πολιτισμό στη διαδικασία οραματισμού της δικής τους καλλιτεχνικής/πολιτιστικής επιχείρησης.

Βασικός στόχος αυτής της ενότητας είναι να παρέχει σε νέους καλλιτέχνες και επαγγελματίες του πολιτισμού τις βασικές γνώσεις για να οραματιστούν και να σχεδιάσουν αποτελεσματικά την ίδρυση μιας καλλιτεχνικής επιχείρησης/οργανισμού. Ο στόχος θα επιτευχθεί με την εισαγωγή στον **Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου** και, ειδικότερα, στον τρόπο με τον οποίο ο παραδοσιακός Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου μπορεί να προσαρμοστεί στις ανάγκες των καλλιτεχνών και στα βήματα προς την κατεύθυνση της λειτουργίας μιας καλλιτεχνικής επιχείρησης, τα οποία από πολλές απόψεις διαφέρουν από άλλα επιχειρηματικά μοντέλα.

Η ενότητα εξετάζει την προέλευση και ανάπτυξη του παραδοσιακού Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου, εξηγώντας και διαφοροποιώντας επίσης το επιχειρηματικό μοντέλο, το επιχειρηματικό πλάνο και τον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου. Η ενότητα αναλύει επίσης τα βασικά στοιχεία που δημιουργούν τον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου, προκειμένου να παρέχει ολόκληρη την εικόνα του εργαλείου. Επιπλέον, η ενότητα επιδιώκει να παρέχει πληροφορίες σχετικά με τη σημασία του εργαλείου τόσο για τον οραματισμό και την ίδρυση μιας οποιασδήποτε επιχείρησης, όσο και για τη σημασία του στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα, για τον επιτυχή οραματισμό μιας πολιτιστικής επιχείρησης.

Τέλος, το πρακτικό μέρος της ενότητας στοχεύει στην πρακτική δοκιμή των παρεχόμενων θεωρητικών πληροφοριών. Συγκεκριμένα, η ενότητα παρέχει ένα διαφορετικό, προσαρμοσμένο στις καλλιτεχνικές ανάγκες, πρότυπο Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου, ώστε οι εκπαιδευόμενοι να είναι σε θέση να αναπτύξουν τον δικό τους Καμβά Καλλιτεχνικού Επιχειρηματικού



Μοντέλου, να οραματιστούν δηλαδή την καλλιτεχνική τους επιχείρηση. Οι εκπαιδευόμενοι δεν χρειάζονται προηγούμενο γνωστικό υπόβαθρο σχετικά με το θέμα, καθώς η ενότητα είναι εισαγωγική σε βασικά επιχειρηματικά θέματα, με αποτέλεσμα την επεξήγηση του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου. Είναι απαραίτητο όμως οι εκπαιδευόμενοι να έχουν επαρκή γνώση της γραπτής και προφορικής αγγλικής γλώσσας, καθώς και των βασικών δεξιοτήτων πληροφορικής και ψηφιακού γραμματισμού. Είναι επίσης επωφελές για τους εκπαιδευόμενους να είναι καλλιτέχνες και επαγγελματίες στον πολιτισμό, ασκώντας οποιαδήποτε μορφή τέχνης, ώστε να συμμετέχουν ενεργά σε όλη τη διαδικασία του εκπαιδευτικού πακέτου, όσον αφορά τον οραματισμό μιας καλλιτεχνικής επιχείρησης και την ανάπτυξη του Καμβά Καλλιτεχνικού Επιχειρηματικού Μοντέλου.

Μετά την παρακολούθηση αυτής της ενότητας, οι εκπαιδευόμενοι θα έχουν αποκτήσει βασικές επιχειρηματικές γνώσεις και δεξιότητες. Θα έχουν μάθει πώς να διαφοροποιούν το Επιχειρηματικό Μοντέλο από το Επιχειρηματικό Πλάνο, θα έχουν μάθει τι είναι ο Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου και πώς προσαρμόζεται στις ανάγκες των καλλιτεχνών και των επαγγελματιών του πολιτισμού, ώστε να μετατρέπεται στον Καμβά Καλλιτεχνικού Επιχειρηματικού Μοντέλου. Ως εκ τούτου, θα είναι σε θέση να ολοκληρώσουν και να αναπτύξουν τον δικό τους Καμβά Καλλιτεχνικού Επιχειρηματικού Μοντέλου.

## Υπο-ενότητα 1. Εισαγωγή: Τι είναι το Επιχειρηματικό Μοντέλο, το Επιχειρηματικό Πλάνο και ο Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου;

### 1.1 Επιχειρηματικό Μοντέλο

Το **επιχειρηματικό μοντέλο** αναφέρεται στην ίδρυση μιας επιχείρησης. Αποτελεί την κεντρική ιδέα μιας επιχείρησης, μαζί με την περιγραφή του τρόπου λειτουργίας της. Προκειμένου να παρέχει μια επεξηγηματική επισκόπηση μιας επιχείρησης, απαριθμεί τα **αγαθά** ή τις **υπηρεσίες** που παράγει/παρέχει η επιχείρηση, καθώς και την **επιλεγμένη πελατεία-στόχο** της.

Τόσο οι νεοσύστατες όσο και οι υφιστάμενες επιχειρήσεις χρειάζονται ισχυρά επιχειρηματικά μοντέλα. Όσον αφορά τις νεοσύστατες επιχειρήσεις, το επιχειρηματικό τους μοντέλο αποτελεί σημαντικό μέρος της ίδρυσής τους, διότι βοηθά στη διαδικασία ανάπτυξής τους για την προσέλκυση κεφαλαίων, την πρόσληψη ταλέντων και την έμπνευση της διοίκησης και του προσωπικού. Οι ήδη καθιερωμένες εταιρείες θα πρέπει να επικαιροποιούν και να τροποποιούν συνεχώς τα επιχειρηματικά τους μοντέλα - να παραμένουν δηλαδή ενήμερες για τις αναδυόμενες τάσεις, καθώς και τα προβλήματα.

Καθώς υπάρχουν διαφορετικοί τύποι εταιρειών/επιχειρήσεων, υπάρχουν επίσης διαφορετικοί τύποι επιχειρηματικών μοντέλων, προκειμένου να προσαρμόζονται, κάθε φορά, στις αντίστοιχες ανάγκες και παροχές των επιχειρήσεων. Οι παραδοσιακές επιχειρηματικές μέθοδοι περιλαμβάνουν, για παράδειγμα, franchising, άμεσες πωλήσεις, μοντέλα που βασίζονται στη διαφήμιση συνδρομής. Εκτός αυτού, υπάρχουν επίσης υβριδικά επιχειρηματικά μοντέλα.

### 1.2 Επιχειρηματικό Πλάνο

Το **Επιχειρηματικό Πλάνο**, από την άλλη πλευρά, αναφέρεται στις συγκεκριμένες στρατηγικές -και την περιγραφή τους- που εμπλέκονται στην οικοδόμηση μιας επιχείρησης, ενώ θα πρέπει να ταιριάζει με το επιχειρηματικό

μοντέλο. Το επιχειρηματικό πλάνο είναι η τεκμηριωμένη στρατηγική για μια επιχείρηση, η οποία αναδεικνύει τους στόχους της και τι ακριβώς χρειάζεται για την επίτευξή τους. Ένα λεπτομερές Επιχειρηματικό Πλάνο θα πρέπει να ενσωματώνει και να αναλύει τα ακόλουθα:

- (1) **Περιγραφή και σκοπός επιχείρησης:** Το πρώτο μέρος του πλάνου· περιγράφει ποια θα είναι η επιχείρηση, ενώ ο σκοπός της θα πρέπει να ταιριάζει με την πρόταση αξίας του επιχειρηματικού μοντέλου - θα εξηγηθεί αργότερα στη δημιουργία του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου. Αυτό το μέρος είναι κυρίως η συνολική εξήγηση της επιχειρηματικής ιδέας και τι σκοπεύει να παράγει/παρέχει.
- (2) **Έρευνα/ανάλυση αγοράς:** Αυτό το μέρος, μετά την περιγραφή της επιχείρησης, είναι σημαντικό γιατί δείχνει τόσο τις γνώσεις του/της επιχειρηματία σχετικά με το προϊόν/υπηρεσία του/της, όσο και τις γνώσεις του για την αγορά στην οποία σκοπεύει να εισέλθει και τον λόγο πίσω από αυτό. Στο μέρος αυτό, το πλάνο θα πρέπει να παρέχει λεπτομερή ανάλυση της αγοράς, από την οποία να προκύπτει η συνάφεια του προϊόντος/υπηρεσίας τους με την αγορά.
- (3) **Ανάλυση ανταγωνιστών:** Δεν αρκεί μόνο να παρέχει μια ανάλυση της αγοράς στην οποία επιθυμεί να εισέλθει ένας επιχειρηματίας με την εταιρεία του. Στην πραγματικότητα, η περιγραφόμενη επιχείρηση μπορεί να συναντήσει -και θα συναντήσει- ανταγωνισμό στην -ίσως- υπερκαλυφθείσα αγορά στην οποία ο/η επιχειρηματίας επιθυμεί να εισέλθει. Ως εκ τούτου, το επιχειρηματικό πλάνο θα πρέπει να παρέχει λεπτομερή ανάλυση των δυνητικών ανταγωνιστών, καθώς και ανάλυση όλων των λόγων για τους οποίους η περιγραφόμενη επιχείρηση είναι πιο καινοτόμος σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές· αυτό σημαίνει ότι το μέρος αυτό θα πρέπει να παρέχει όλους τους τρόπους με τους οποίους η περιγραφόμενη επιχείρηση θα υπερτερεί του ανταγωνισμού στην αγορά-στόχο.
- (4) **Ανάλυση SWOT:** SWOT σημαίνει «Δυνατά σημεία-Αδύνατα σημεία-Ευκαιρίες-Απειλές». Αυτή η ανάλυση είναι ένας χρήσιμος τρόπος τόσο για τα άτομα να πραγματοποιήσουν μια αυτοαξιολόγηση, όσο και για την επιχείρηση να αξιολογήσει τα δυνατά και αδύνατα σημεία της, καθώς και τις πιθανές ευκαιρίες και τα δυνατά σημεία που μπορεί να αντιμετωπίσει σε όλες τις φάσεις της λειτουργίας της (παραγωγή, προώθηση, επικοινωνία, διαχείριση κ.λπ.). Η ανάλυση αυτή παρέχει μια ολιστική επισκόπηση των δυνατών σημείων στα οποία πρέπει να στηριχθεί η επιχείρηση, των ευκαιριών που μπορεί να την ωφελήσουν, ενώ παράλληλα προετοιμάζει την επιχείρηση για μελλοντικές απειλές και αδυναμίες-κενά, που καλύπτονται με πολλαπλούς τρόπους (π.χ. εύρεση αντίστοιχων συνεργατών και συναδέλφων, συμμετοχή σε σχετικά δίκτυα κ.λπ.), προκειμένου να ξεπεραστούν και να προβλεφθεί η καλύτερη δυνατή λειτουργία.
- (5) **Οικονομικό Πλάνο (ή πρόβλεψη):** Το τελευταίο μέρος ενός λεπτομερούς επιχειρηματικού σχεδίου θα πρέπει να κάνει μια προβολή των πρώτων 2 ετών λειτουργίας (όσον αφορά μια νεοσύστατη επιχείρηση) ή των επόμενων 2 ετών (όσον αφορά μια υφιστάμενη επιχείρηση). Το οικονομικό πλάνο έχει μεγάλη σημασία, καθώς αφενός απαριθμεί τα ήδη υπάρχοντα κεφάλαια για την ίδρυση/λειτουργία της επιχείρησης, αφετέρου μπορεί να απαριθμεί οικονομικές αδυναμίες και να συμβάλλει

στην αποτελεσματική αναζήτηση κεφαλαίων και συνεργασιών, ώστε να διασφαλίζεται η αποδοτική οικονομική λειτουργία της επιχείρησης.

### 1.3 Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου

Ο Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου είναι το πιο γνωστό και αξιόπιστο εργαλείο εκκίνησης που βοηθά τους επιχειρηματίες να μετατρέψουν μια επιχειρηματική ιδέα σε λεπτομερή στρατηγική και εφαρμόσιμο επιχειρηματικό πλάνο.

Ο Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου προσφέρει στους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων μια ολοκληρωμένη επισκόπηση κάθε πτυχής της λειτουργίας της επιχείρησής τους, συμπεριλαμβανομένης της πρότασης αξίας, της τμηματοποίησης πελατών, των λειτουργιών, των οικονομικών και πολλών άλλων.

Σε ένα μόνο κομμάτι χαρτί, τοποθετούνται εννέα κουτιά που αντιπροσωπεύουν διαφορετικά μέρη της επιχείρησης - αυτό είναι ο Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου. Η απλότητά του είναι αυτό που παίζει σημαντικό ρόλο στην αποτελεσματικότητά του. Η χρήση αυτού του εργαλείου υποχρεώνει τους ιδιοκτήτες να παραμείνουν εστιασμένοι και ακριβείς κατά την απεικόνιση της επιχείρησής τους, καθώς χαρτογραφούν όλες τις πτυχές της, σύμφωνα με όσα προβλέπονται από τα εννέα κουτιά/μπλοκ.

Ο Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου, που χρησιμεύει ως στρατηγική λύση διαχείρισης για την ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών μοντέλων ή την επικαιροποίηση ήδη υπαρχόντων, εισήχθη για πρώτη φορά από τον Alexander Osterwalder.

Ο Alexander Osterwalder ανέπτυξε για πρώτη φορά τα εννέα «δομικά στοιχεία» του προτύπου σχεδιασμού επιχειρηματικού μοντέλου, το οποίο θα αποτελούσε σταδιακά τον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου, το 2005. Το ανέπτυξε με βάση τη διατριβή του στην «Οντολογία Επιχειρηματικού Μοντέλου». Τα εννέα κουτιά/μπλοκ που εισήγαγε ο Osterwalder είναι τα ακόλουθα: a) customer segments (πελατειακές ομάδες), b) value proposition (πρόταση αξίας), c) channels (κανάλια), d) customer relationships (πελατειακές σχέσεις), e) revenue streams (ροές εσόδων), f) key resources (βασικοί πόροι), g) key activities (βασικές δραστηριότητες), h) key partnerships (βασικές συνεργασίες), i) cost structure (διάρθρωση κόστους), και πρέπει να απαντηθούν για την αποτελεσματική ανάπτυξη μιας επισκόπησης ενός επιχειρηματικού μοντέλου, το οποίο θα μπορούσε ενδεχομένως να αναπτυχθεί σε επιχειρηματικό πλάνο.

## Υπο-ενότητα 2. Βασικά στοιχεία και δημιουργία του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου

Όπως προαναφέρθηκε, τα βασικά στοιχεία που συνθέτουν τον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου είναι τα εννέα «δομικά στοιχεία» που αφορούν: a) πελατειακές ομάδες, β) πρόταση αξίας, γ) κανάλια, δ) πελατειακές σχέσεις, ε) ροές εσόδων, στ) βασικούς πόρους, ζ) βασικές δραστηριότητες, η) βασικές συνεργασίες και θ) διάρθρωση κόστους.

Για να αντιληφθεί κανείς αποτελεσματικά την επιχειρηματική του ιδέα, αναπτύσσοντας τον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου, η επεξήγηση κάθε όρου θεωρείται απαραίτητη:

- (1) **Customer segments (Πελατειακές ομάδες):** Προκειμένου μια επιχείρηση να αναπτύξει ένα αποτελεσματικό επιχειρηματικό μοντέλο, είναι

σημαντικό να προσδιορίσει, πρώτον, ποιοι είναι οι πελάτες που επιδιώκει να εξυπηρετήσει. Διαφορετικά σύνολα πελατών μπορούν να διαχωριστούν με βάση τις μοναδικές ανάγκες και τα χαρακτηριστικά τους - που είναι χρήσιμα από την άποψη ότι η επιχείρηση είναι σε θέση να εφαρμόσει με επιτυχία την εταιρική της στρατηγική και να ικανοποιήσει τις προσδιορισμένες ανάγκες των πελατών. Για παράδειγμα, ορισμένοι διαχωρισμοί είναι η μαζική αγορά (mass market), η εξειδικευμένη αγορά (niche market), η κατακερματισμένη (segmented market) κ.λπ.

- (2) **Value proposition (Πρόταση αξίας):** Αφορά τα αγαθά και τις υπηρεσίες που παρέχει η εταιρεία για την ικανοποίηση των αναγκών των πελατών της. Σύμφωνα με τον Osterwalder (2004), η πρόταση αξίας είναι αυτό που ξεχωρίζει μια επιχείρηση από τους ανταγωνιστές της. Ως εκ τούτου, συνδέεται επίσης με την ανάλυση ανταγωνιστών που πραγματοποιείται στα πλαίσια του επιχειρηματικού πλάνου. Η καινοτομία, η απόδοση, η εξατομίκευση, ο σχεδιασμός, η επωνυμία, η προσιτή τιμή, η μείωση του κόστους, η μείωση του ρίσκου, η προσβασιμότητα, η χρηστικότητα, είναι μερικά παραδείγματα σημαντικών χαρακτηριστικών που πρέπει να ληφθούν υπόψη για την πρόθεση αξίας μιας επιχείρησης.
- (3) **Channels (Κανάλια):** Αναφέρονται στους τρόπους τους οποίους η επιχείρηση θα αξιοποιήσει προκειμένου να επικοινωνήσει αποτελεσματικά την πρόταση αξίας της στα ενδιαφερόμενα μέρη και στους στοχευμένους πελάτες. Μια επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιεί μια ποικιλία διαφορετικών -παραδοσιακών ή μη- καναλιών. Αλλά, το πιο σημαντικό, αυτά τα κανάλια θα πρέπει επίσης να συμβάλλουν στον γρήγορο, αποτελεσματικό και οικονομικό τρόπο επικοινωνίας της επιχείρησης.
- (4) **Customer relationships (Πελατειακές σχέσεις):** Με τα διαφορετικά τμήματα πελατών να έχουν εντοπιστεί, μια επιχείρηση θα πρέπει να καθορίσει τι είδους σχέσεις θα χτίσει με τους πελάτες της, προκειμένου να επιτύχει και να επιβιώσει. Οι ακόλουθες τρεις (3) φάσεις θεωρούνται κρίσιμες όσον αφορά τις πελατειακές σχέσεις: α) πώς θα αποκτηθούν νέοι πελάτες, β) πώς η επιχείρηση θα διασφαλίσει ότι οι πελάτες θα συνεχίσουν να χρησιμοποιούν/αγοράζουν τις υπηρεσίες/προϊόντα της και γ) πώς η επιχείρηση θα αυξήσει τα έσοδά της από τους υφιστάμενους πελάτες.
- (5) **Revenue streams (Ροές εσόδων):** Αυτοί είναι οι τρόποι με τους οποίους μια επιχείρηση αποκομίζει κέρδη από διάφορες κατηγορίες πελατών, π.χ. πώληση περιουσιακών στοιχείων, τέλος χρήσης, συνδρομή, ενοικίαση, αδειοδότηση κ.λπ.
- (6) **Key resources (Βασικοί πόροι):** Αυτοί είναι οι απαραίτητοι πόροι για τη δημιουργία αξίας για τον πελάτη. Θεωρούνται πλεονεκτήματα για μια επιχείρηση, που απαιτούνται για τη διατήρηση και την υποστήριξή της. Οι πόροι μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής: α) ανθρώπινοι, β) οικονομικοί, γ) υλικοί, δ) πνευματικοί.
- (7) **Key activities (Βασικές δραστηριότητες):** Τα κύρια και κύρια καθήκοντα που εμπλέκονται στην εκτέλεση των δραστηριοτήτων της εταιρείας για την υλοποίηση της πρότασης αξίας της.
- (8) **Key partnerships (Βασικές συνεργασίες):** Οι επιχειρήσεις μπορούν συνήθως να αναπτύξουν συνεργασίες με αγοραστές ή/και προμηθευτές για την αποτελεσματική παράδοση των διαδικασιών τους, καθώς και να εξασφαλίσουν χαμηλότερους επιχειρηματικούς κινδύνους.

Κοινοπραξίες και στρατηγικές συμμαχίες θα μπορούσαν επίσης να εξεταστούν για συμπληρωματικές εμπορικές συνεργασίες.

- (9) **Cost structure (Διάρθρωση κόστους):** Αναφέρεται στις σημαντικότερες οικονομικές επιπτώσεις. Οι δομές κόστους των επιχειρήσεων μπορούν να βασίζονται στο κόστος (εστιάζοντας στην ελαχιστοποίηση όλων των δαπανών και χωρίς πλεονάσματα: π.χ. αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους) ή στην αξία (εστιάζοντας στη δημιουργία αξίας για προϊόντα και υπηρεσίες: π.χ. ρολόγια Rolex).



**The Business Model Canvas**

Designed for: \_\_\_\_\_ Designed by: \_\_\_\_\_ Date: \_\_\_\_\_ Version: \_\_\_\_\_

|                |                |                    |                        |                   |
|----------------|----------------|--------------------|------------------------|-------------------|
| Key Partners   | Key Activities | Value Propositions | Customer Relationships | Customer Segments |
|                | Key Resources  |                    | Channels               |                   |
| Cost Structure |                | Revenue Streams    |                        |                   |

© Strategyzer AG. The work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License. This is a copy of the license: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/> or visit a site to Creative Commons. CC BY-NC-SA. San Francisco, California, USA.

DESIGNED BY: Strategyzer AG  
The Masters of Business Model Generation and Strategyzer

Strategyzer  
strategyzer.com

Doi: <https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/568a65ddd82d5eb4328515d6/1536397620576-L4VEE4J5HGCTHRSRBOB2/Business+Model+Canvas>

### Υπο-ενότητα 3. Η σημασία του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου για μια επιχείρηση

Σύμφωνα με τον Bruce Gitlin, μέντορα του SCORE και εμπειρογνώμονα επιχειρηματικής ανάπτυξης, ο καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου μπορεί να βοηθήσει τους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων να αντιμετωπίσουν συγκεκριμένους κινδύνους και να γνωρίζουν τους αντιπάλους, το κόστος, τα τμήματα καταναλωτών ή τη θέση της αγοράς. Ο Bruce Gitlin εξηγεί ότι «ο καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου αναγκάζει τους χρήστες να αντιμετωπίσουν κρίσιμους τομείς και βοηθά στην οπτικοποίηση του τι είναι ζωτικής σημασίας» και ότι «μια ομάδα (υπαλλήλων ή/και συμβούλων) μπορεί να το χρησιμοποιήσει για να κατανοήσει τις σχέσεις και να καταλήξει σε συμφωνίες».

Εκτός αυτού, ο Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην **καινοτομία** της επιχείρησης. Η καινοτομία επιτυγχάνεται

μόνο όταν όλες οι πτυχές μιας επιχείρησης κινούνται σε συμφωνία - διαφορετικά, χωρίς ακριβή επιχειρηματική στρατηγική και σαφή εικόνα του τρόπου συντονισμού των δραστηριοτήτων, προκύπτουν προκλήσεις.

«Η επιχειρηματική καινοτομία είναι ο τρόπος με τον οποίο μια επιχείρηση πρωτοπορεί σε μια διαδικασία, προϊόν ή υπηρεσία σε μια βιομηχανία, συνήθως βελτιώνοντας ή επανασχεδιάζοντας πλήρως την υπηρεσία ή το προϊόν. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη δημιουργία νέων, πιο χρήσιμων ή πλούσιων σε χαρακτηριστικά προϊόντων ή υπηρεσιών, την ανακάλυψη ενός νέου υλικού ή διαδικασίας ή τη δημιουργία καλύτερων συστημάτων για την οργάνωση και τη λειτουργία των επιχειρήσεων.» (Indeed Editorial Team, 2022).

Ως εκ τούτου, η καινοτομία ξεκινά από την ανάγκη μιας επιχείρησης να ξεπεράσει περαιτέρω τους ανταγωνιστές της, κερδίζοντας έτσι περισσότερα έσοδα (π.χ. κερδίζοντας περισσότερη διαφήμιση), να επεκταθεί στην πελατειακή βάση και σε νέους τομείς της αγοράς, καθώς και να απολαύσει επαίνους και πιστώσεις για καινοτομίες και εξελίξεις.

Για να είναι καινοτόμος, μια επιχείρηση χρειάζεται μια καλά οργανωμένη στρατηγική, κατευθυνόμενη προς ένα λειτουργικό μελλοντικό επιχειρηματικό μοντέλο. Ο Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου αποτελεί το βασικό βήμα για την ανάπτυξη μιας τέτοιας στρατηγικής. Δημιουργεί μια σαφή εικόνα για το πού βρίσκεται η επιχείρηση, πού φιλοδοξεί να πάει και πώς θα φτάσει εκεί. Η καινοτομία μετακινείται από το στάδιο της «θεωρίας» στο στάδιο του σχεδιασμού χάρη στον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου.

Υπάρχουν 5 βασικά οφέλη που φέρει μαζί του ο Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου:

- (1) **Εστίαση:** Το εργαλείο προσφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για την οπτικοποίηση και την έναρξη μιας επιχείρησης τόσο μέσω της καινοτομίας προϊόντων όσο και μέσω του σωστά κατασκευασμένου επιχειρηματικού σχεδιασμού. Είναι σημαντικό για την επιχείρηση να έχει μια εστιασμένη δομή, που πρέπει να προσδιορίζεται όσον αφορά τα αγαθά και τους πελάτες. Το εργαλείο υποστηρίζει αυτήν την εστιασμένη διαδικασία επιχειρηματικής απεικόνισης.
- (2) **Περιεκτικότητα:** Ο Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου μπορεί να συμβάλει στη συνοπτική ανάπτυξη της πορείας εκκίνησης της επιχείρησης. Ο καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου παρέχει τον αρχικό ορισμό της επιχείρησης και είναι εξίσου ακριβής όσο χρειάζεται για περαιτέρω επεξεργασία και επικοινωνία με συνεργάτες, επενδυτές κ.λπ.
- (3) **Οι ανάγκες των πελατών είναι στοχευμένες:** Ο Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου αναγκάζει κάποιον να εξετάσει κάποιες ιδέες πέρα από το ίδιο το προϊόν. Με αυτό το εργαλείο ένας επιχειρηματίας μπορεί να απεικονίσει την επιχείρησή του όσον αφορά την είσοδό της σε μια συγκεκριμένη αγορά, τους απαιτούμενους πόρους, τις κατηγορίες πελατών που μπορεί να εξυπηρετήσει κ.λπ.
- (4) **Μειωμένοι κίνδυνοι αποτυχίας:** Οι στρατηγικές μάρκετινγκ, οι δηλώσεις τοποθέτησης, οι στρατηγικές πωλήσεων μπορούν όλα να επωφεληθούν από την πιο προσεκτική ματιά που φέρνει ο καμβάς στη σχέση μεταξύ πρότασης αξίας, τμηματοποίησης πελατών, ρών εισοδήματος. Με αυτόν τον τρόπο, ο καμβάς, και ο τρόπος που προβλέπει πολλές πτυχές μιας επιχείρησης, συμβάλλει στη μείωση των μελλοντικών κινδύνων.
- (5) **Επιστημονικό πλαίσιο:** Τέλος, ο Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου

είναι μια ήδη επιστημονικά αναπτυγμένη και δοκιμασμένη μεθοδολογία, πράγμα που ενισχύει περαιτέρω την αξιοπιστία και την αποτελεσματικότητά της.

#### Υπο-ενότητα 4. Η σημασία του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου για τον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα

Αυτή η υπο-ενότητα παίρνει μια κατεύθυνση προς την αιτιολόγηση της σημασίας του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου για τον πολιτιστικό και τον δημιουργικό τομέα. Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, οι καλλιτεχνικοί τομείς και οι επιχειρηματικοί τομείς θεωρούνται συνήθως ως δύο ξεχωριστές σφαίρες, με τους καλλιτέχνες να θεωρούνται ανίκανοι να δημιουργήσουν και να διευθύνουν αποτελεσματικά μια καλλιτεχνική επιχείρηση ή οργανισμό.

Ωστόσο, και σύμφωνα με τους στόχους αυτής της ενότητας, ο καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου, όταν τροποποιείται ειδικά για χάρη των αναγκών και των ενδιαφερόντων ενός καλλιτέχνη, μπορεί να συμβάλει αποτελεσματικά στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα προσφέροντας στους καλλιτέχνες και τους επαγγελματίες του πολιτισμού μια σαφή επισκόπηση της επιχειρηματικής τους ιδέας.

Αυτή η υπο-ενότητα ακολουθεί τις πληροφορίες και τις προσαρμογές που έχουν εισαχθεί από την επικεφαλής σχεδιασμού και καινοτομίας Tarra van Amerongen, στο **Creative Connections: Session 24**, με θέμα "**The Arts Business Model Canvas**", το οποίο διοργανώθηκε από το Συμβούλιο Τεχνών της Αυστραλίας, στις 17 Ιουνίου 2020.

Αρχικά, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, οι οργανώσεις καλλιτεχνών και οι επιχειρήσεις διαφέρουν, όσον αφορά, για παράδειγμα, ότι δεν είναι τόσο εμπορικά καθοδηγούμενες και χρησιμεύουν ως επέκταση του καλλιτέχνη.

Σύμφωνα με την van Amerongen (2020), ο επαναπροσδιορισμός του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου ειδικά για τις εικαστικές τέχνες ήταν το επίκεντρο της μεταπτυχιακής διατριβής της Michelle Carter στο Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο του Κουίνσλαντ και δημιουργήθηκε το 2018. Και αντιπαρέβαλε τον αρχικό καμβά επιχειρηματικού μοντέλου με τις εμπορικές δραστηριότητες επτά διαφορετικών εικαστικών καλλιτεχνών. Η Michelle Carter, αφού εντόπισε πολλά κενά κατά την έρευνα τρόπων εισαγωγής του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα, δημιούργησε έναν νέο ως "Creative Business Model Canvas".

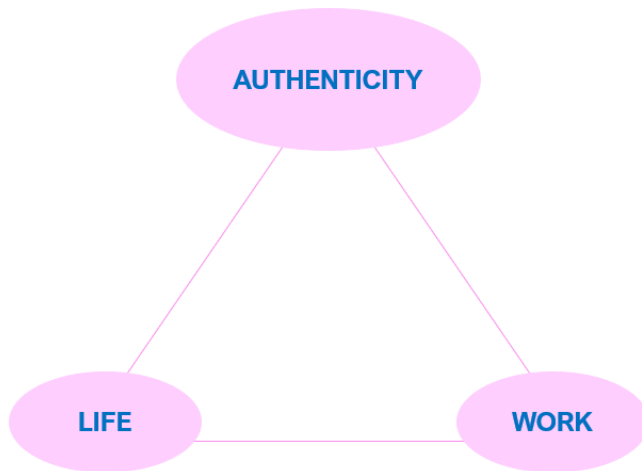
Αυτή η εναλλακτική έκδοση του καμβά χρησιμεύει ως χρήσιμο εργαλείο για καλλιτέχνες και επαγγελματίες του πολιτισμού, με όλες τις τροποποιήσεις που έγιναν στο αρχικό εργαλείο, προκειμένου να ανταποκριθεί καλύτερα και να ικανοποιήσει τις ανάγκες ενός δημιουργικού οργανισμού. Αυτές οι τροποποιήσεις οδηγούν σε ένα εργαλείο 11 «δομικών στοιχείων» αυτή τη φορά, επειδή η πρόταση αξίας του αρχικού εργαλείου τροποποιείται και χωρίζεται σε τρία (3) κομμάτια: *α) την ταυτότητα του καλλιτέχνη, β) το προϊόν του καλλιτέχνη και γ) τις υπηρεσίες του καλλιτέχνη.*

Ως εκ τούτου, οι προτάσεις αξίας σε αυτό το εργαλείο μετατρέπονται σε *Καλλιτεχνική Πρόταση Αξίας*, δηλαδή στην ταυτότητα του καλλιτέχνη.

Σύμφωνα με την van Amerongen, η ταυτότητα του καλλιτέχνη μπορεί να προσδιοριστεί απαντώντας στις ακόλουθες ερωτήσεις: *α) ποιος είσαι ως καλλιτέχνης, β) ποιο είναι το έργο σου και γ) από πού αντλείται το κίνητρο και η έμπνευση, γιατί κάνεις την τέχνη που κάνεις;*

Κατά συνέπεια, η ταυτότητα του καλλιτέχνη αντανακλά τώρα σε ένα λεγόμενο «τρίγωνο», που συνδυάζει τη ζωή, το έργο και την αυθεντικότητα προκειμένου να παρέχει την καλλιτεχνική ταυτότητα της πρακτικής του ατόμου και τους λόγους πίσω από αυτήν και, ως εκ τούτου, να απεικονίσει αποτελεσματικά μια δημιουργική επιχείρηση.

Μια άλλη τροποποίηση αναφέρεται στο γεγονός ότι το εργαλείο απευθύνεται



τώρα στα προϊόντα του καλλιτέχνη και στις υπηρεσίες του καλλιτέχνη. Με αυτόν τον τρόπο, τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που ορίζονται συμβάλλουν στην καινοτόμο οπτικοποίηση της επιχείρησης. Θα μπορούσαν να απαντηθούν οι ακόλουθες ερωτήσεις: α) ποια προϊόντα κατασκευάζεις προς πώληση (περιγράφοντας γενικά, στυλ, θέμα) και, β) ποιες υπηρεσίες παρέχεις σε άλλους;

Τέλος, κάποιες άλλες τροποποιήσεις αφορούν την -παραδοσιακά- Πελατειακή Σχέση και τις Πελατειακές Ομάδες, που με τη σειρά τους συντονίζονται σε *Επικοινωνία και Κοινό*. Αυτό συμβαίνει επειδή μπορεί να βοηθήσει έναν καλλιτέχνη ή έναν πολιτιστικό εργαζόμενο να κάνει τον καμβά της επιχείρησής του πιο σχετικό με το επάγγελμά του, δηλαδή όσον αφορά τον καθορισμό του κοινού του (αφού οι καλλιτέχνες απευθύνονται στο κοινό) και την επικοινωνία του με το κοινό του.

Ερωτήσεις για το **επικοινωνιακό κομμάτι**: α) πώς επικοινωνείς με το κοινό σου, β) πώς μαθαίνει το κοινό σου για την τέχνη σου και γ) πώς προσεγγίζεις νέο κοινό;

Ερωτήσεις για το **κοινό**: α) ποιοι είναι αυτοί που ακολουθούν την καλλιτεχνική σου διαδρομή και τους αρέσει η δουλειά σου, β) ποιοι αγοράζουν πραγματικά το έργο σου και γ) ποιοι πληρώνουν για τις υπηρεσίες που παρέχεις ως καλλιτέχνης;

Το τμήμα *Κοινό* αφορά όχι μόνο όσους πληρώνουν για το έργο τέχνης ή τις υπηρεσίες ενός καλλιτέχνη, αλλά και εκείνους που παρακολουθούν πραγματικά το ταξίδι ενός καλλιτέχνη και συμβάλλουν στην προβολή της καλλιτεχνικής τους πρακτικής.

Τέλος, παρόλο που το τμήμα των καναλιών παραμένει το ίδιο, αντιμετωπίζεται ωστόσο με διαφορετικούς τρόπους σε αυτήν την περίπτωση, σε σύγκριση



με μια άλλου είδους επιχείρηση. Και, εκτός αυτού, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι τα κανάλια δεν πρέπει να συγχέονται με το τμήμα επικοινωνίας. Τα κανάλια, εδώ, σημαίνουν τους τρόπους με τους οποίους τα προϊόντα/υπηρεσίες των καλλιτεχνών παραδίδονται στο κοινό.

Ως εκ τούτου, οι ακόλουθες ερωτήσεις: α) πού πουλάς την τέχνη σου, β) πώς διασφαλίζεις ότι το κοινό σου μαθαίνει για εσένα και την τέχνη σου και γ) πώς φροντίζεις για τις πωλήσεις και τις παραδόσεις του έργου σου στο κοινό;

Συμπερασματικά, αυτή η εναλλακτική εκδοχή του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου είναι προφανές ότι μπορεί εύκολα να εφαρμοστεί σε κάθε είδους καλλιτεχνική επιχείρηση, από οποιονδήποτε καλλιτέχνη, ή πολιτιστικό εργαζόμενο. Σε αυτό το πλαίσιο, μπορεί κανείς να οπτικοποιήσει την καλλιτεχνική του επιχείρηση ή οργάνωση, δημιουργώντας τον δικό του Καμβά Καλλιτεχνικού Επιχειρηματικού Μοντέλου.

Αυτή η διαδικασία μπορεί να ανοίξει τις πόρτες στη δημιουργία νέων ιδεών και κυρίως στην ανακάλυψη νέων ευκαιριών για καλλιτεχνικές πρακτικές και προσπάθειες, οι οποίες κυρίως μπορούν να συμβάλουν στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι καλλιτέχνες εδώ και αιώνες: τη δίκαιη αμοιβή και την αριστεία τους της επαγγελματικής τους σταδιοδρομίας. Στην πραγματικότητα, αυτή η διαδικασία μπορεί να οδηγήσει τους καλλιτέχνες να πάρουν την επαγγελματική τους εξέλιξη στα χέρια τους και να διαπρέψουν στον τομέα τους χωρίς να χρειάζεται να βασίζονται σε άλλους για να λάβουν υποστήριξη κ.ο.κ. Παρακάτω, ο Καμβάς Καλλιτεχνικού Επιχειρηματικού Μοντέλου, που δημιουργήθηκε από τους εταίρους της OECON για την ενότητα αυτή, σύμφωνα πάντα με τη δημιουργία της Michelle Carter:

**THIS 'VISUALIZE YOUR ART BUSINESS' BUSINESS MODEL CANVAS TEMPLATE WAS CREATED FOR THE SUPPORT OF THE ERASMUS+ PROJECTS 'CULTURAL FOOTPRINT' (YOUTH CREATIVITY: ACTIVITIES FOR PROMOTION AND SUPPORT OF NON-TRADITIONAL BUSINESS MODELS AND TECHNIQUES IN THE CREATIVE AND CULTURAL SECTOR WITH REFERENCE NUMBER: 2021-2-SE02-KA220-YOU-000049113) TRAINING CURRICULUM ON HOW TO DEVELOP AND SUPPORT INNOVATIVE BUSINESS IDEAS IN CCSs AND CREATIVITY THINKING FOR YOUNG PEOPLE.**

**THIS BUSINESS MODEL CANVAS WAS CREATED AS PART OF THE PROJECT'S **Module 10: Visualize Your Business** by the partners from OECON Group, and was developed in accordance with the official 'Creative Business Model Canvas' template, which was first introduced by Michelle Carter, with only a few changes made by the partners from OECON Group.**

**THE ERASMUS+ COMMISSION SUPPORT FOR THE PRODUCTION OF THIS PUBLICATION DOES NOT CONSTITUTE AN ENDORSEMENT OF THE CONTENTS WHICH REFLECT THE VIEWS ONLY OF THE AUTHORS, AND THE COMMISSION CANNOT BE HELD RESPONSIBLE FOR ANY USE WHICH MAY BE MADE OF THE INFORMATION CONTAINED THEREIN.**

**VISUALIZE YOUR ART BUSINESS!**  
Write down your idea for the visualization of your own artistic business. Identify your products, services, activities, and audiences, and see how your idea can find its place in the market.

**Key Partners**  
Who are your potential partners?  
Who can help you develop your business?  
Who can help you reach your audience?

**Key Activities**  
What activities do you perform to create your art?  
What activities do you perform to reach your audience?

**Artist's Identity**  
How do you want to be perceived?  
What are your core values?  
What are your strengths and weaknesses?

**Communication**  
How do you communicate your art?  
What are your communication channels?  
How do you reach your audience?

**Audiences**  
Who are your target audiences?  
How do you reach them?  
What are their needs and expectations?

**Key resources**  
What are your key resources?  
What are your skills and talents?  
What are your tools and equipment?

**Artists' Products**  
What are your products?  
What are your services?  
How do you create your art?

**Artists' Services**  
What are your services?  
How do you provide them?  
What are your unique selling points?

**Channels**  
How do you reach your audience?  
What are your distribution channels?  
How do you manage your relationships?

**Cost structures**  
What are your main costs?  
How do you manage your budget?  
What are your fixed and variable costs?

**Logos at the bottom:** sensus, OECON, Inubator, ZAEDNO, m.

## Βιβλιογραφία

- <https://www.linkedin.com/pulse/what-self-confidence-self-esteem-resilience-kalini-kent>
- <https://www.youtube.com/watch?v=pdjaxS4ME2A>
- <https://www.youtube.com/watch?v=zeu9X88g8DE>
- <https://www.psychologytoday.com/us/blog/click-here-happiness/201901/what-is-well-being-definition-types-and-well-being-skills>
- <https://schools.au.reachout.com/articles/wellbeing-and-resilience>
- <https://bookingprotect.com/blog/mental-health-creative-industries/>
- <https://maryannehawes.com/the-resilient-artist-i-didnt-sell-but-no-one-went-hungry/>
- <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2018.01169/full>
- <https://creately.com/lp/swot-analysis-tool-online/>
- <https://www.softskills.site/capacita-di-problem-solving/>
- [https://www.weforum.org/?src=DAG\\_2&gclid=Cj0KCQjwxYOiBhC9ARIsA-NiElfb25j1MK0gbSfaiy-L2umRpRuEb3jU2ne2dfClghZAFou0rynTlsaApwOE-ALw\\_wcB](https://www.weforum.org/?src=DAG_2&gclid=Cj0KCQjwxYOiBhC9ARIsA-NiElfb25j1MK0gbSfaiy-L2umRpRuEb3jU2ne2dfClghZAFou0rynTlsaApwOE-ALw_wcB)
- <https://alg.manifoldapp.org/read/introduction-to-art-design-context-and-meaning/section/54129c96-ca5a-4108-832b-9e3180e85cc8>
- <https://www.creativesoftskills.eu/outputs/>
- <https://www.artiststrong.com/the-importance-of-context/>
- <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC120911>
- <https://www.weforum.org/agenda/2020/10/top-10-work-skills-of-tomorrow-how-long-it-takes-to-learn-them/>
- <https://www.creativesoftskills.eu/download/creative-skills-for-learning-and-work-io1/>
- <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-sustainability-in-business>
- <https://www.brandingmag.com/2018/08/17/what-the-arts-culture-industry-needs-now-are-interesting-brands/>
- <https://www.invaluable.com/blog/sustainability-and-art/>
- <https://www.news-medical.net/news/20191112/The-arts-play-an-important-role-in-improving-well-being-according-to-a-WHO-report.aspx>
- <https://www.artrights.me/en/the-cultural-marketing-plan-for-art/>
- <https://helloendless.com/sustainable-event-trend/>
- <https://www.jnrentertainment.com.sg/post/3-advantages-of-sustainable-events>
- <https://www.advisoryboardarts.com/the-arts-and-environmental-sustainability-a-guide-to-key-areas>
- <https://heritagecenter.mn/sustainable-event-ideas/>
- <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- <https://sdgs.un.org/goals>
- [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-10653-9\\_5](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-10653-9_5)
- <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02692170903239861>
- <https://www.psykologiguiden.se/psykologilexikon/?Lookup=dyad>
- <https://kompetens.sensus.se/relationer>
- <https://www.mindtools.com/a2r3mh2/how-to-set-up-an-open-innovation-program>
- <https://www.aiim.org/what-is-collaboration>
- <https://esgsuccess.com/pillar/cooperation-vs-collaboration-elevating-the->

- [relationship-between-csms-and-customers/](#)
- <https://creativeeconomy.britishcouncil.org/projects/hubs/>
- <https://www.mindtools.com/a7y1ja8/how-to-be-a-good-role-model>
- [https://dokument.sensus.se/Verktyg%20och%20studiematerial/Koncept,%20uppl%C3%A4gg/V%C3%A4x%20i%20ditt%20uppdrag/Att%20utveckla%20gruppen/Att%20utveckla\\_gruppen\\_ok.pdf](https://dokument.sensus.se/Verktyg%20och%20studiematerial/Koncept,%20uppl%C3%A4gg/V%C3%A4x%20i%20ditt%20uppdrag/Att%20utveckla%20gruppen/Att%20utveckla_gruppen_ok.pdf)
- <https://www.singularart.com/en/blog/2020/02/07/what-is-an-artist-residency/>
- <https://artincontext.org/artist-residencies/>
- <https://www.appvizer.com/magazine/operations/project-management/the-5-ws-in-business>
- <https://corporatedirect.com/blog/the-five-ws-in-every-good-business-plan/>
- <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/social-economy-and-the-covid-19-crisis-current-and-future-roles-f904b89f/>
- Institute for Social Development and Policy Research  
<http://isdpr.org/en/achievements/04#:~:text=%22Social-economic%20model%22%20refers,as%20a%20type%20of%20publicness>
- <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=en&pubId=8201&furtherPubs=yes>
- <https://cscuk.fcdo.gov.uk/wp-content/uploads/2016/07/BMC-for-Social-Enterprise.pdf>
- <https://training.artenprise.eu/en/training-area/module-3-business-planning/3-the-creative-project-canvas>
- <https://www.investopedia.com/terms/s/swot.asp>
- <https://www.businessnewsdaily.com/4245-swot-analysis.html>
- <https://www.projectmanager.com/blog/project-definition>
- <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2015/01/the-death-of-the-artist-and-the-birth-of-the-creative-entrepreneur/383497/>
- William Deresiewicz , [The Death of the Artist: How Creators Are Struggling to Survive in the Age of Billionaires and Big Tech](#)
- Alexander Osterwalder, Wikipedia [https://en.wikipedia.org/wiki/Alexander\\_Osterwalder](https://en.wikipedia.org/wiki/Alexander_Osterwalder)
- <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/business-innovation>
- <https://australiacouncil.gov.au/investment-and-development/online-resources/creative-connections/creative-connections-session-24/>

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

### Ενότητα 1: Γίνε ένας ευτυχισμένος καλλιτέχνης! Ασκήσεις

#### Μαθησιακή Δραστηριότητα 1α

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| <b>Τίτλος και αριθμός ενότητας</b> | Ενότητα 1: Γίνε ένας ευτυχισμένος καλλιτέχνης!   |
| <b>Θέμα/Εστίαση</b>                | Βελτίωσε την ευημερία σου χορεύοντας!  |
| <b>Μέγεθος ομάδας</b>              | Ατομικά ή σε μικρές ομάδες   |
| <b>Απαιτούμενος χρόνος</b>         | 20 λεπτά   |
| <b>Απαιτούμενος εξοπλισμός</b>     | Συσκευή αναπαραγωγής μουσικής  |
| <b>Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι</b>    | Βελτίωση της ευημερίας των καλλιτεχνών.  |
| <b>Λέξεις κλειδιά</b>              | Ευημερία, χορός, καλλιτεχνική θεραπεία, διασκέδαση, χαλαρωτική και αναζωογονητική εμπειρία   |
| <b>Περιγραφή</b>                   | <p>Οι δημιουργικές τέχνες μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην προώθηση της θετικής ψυχικής υγείας και ευημερίας. Η τέχνη που χρησιμοποιείται ως θεραπεία φέρνει βελτιώσεις στην ευημερία, την αυτοεκτίμηση και την αυτοπεποίθηση. Παρέχει, επίσης, έναν ασφαλή χώρο για προβληματισμό σχετικά με θέματα ψυχικής υγείας. Η σχέση μεταξύ των τεχνών και της ψυχικής υγείας είναι καλά εδραιωμένη στον τομέα της καλλιτεχνικής θεραπείας, η οποία εφαρμόζει τεχνικές βασισμένες στις τέχνες (όπως η ζωγραφική, ο χορός και άλλες).</p> <p>Σε αυτήν την άσκηση θα χρησιμοποιήσεις τον χορό ως καλλιτεχνική τεχνική για να ενισχύσεις την ευημερία σου. Ο χορός για την ευημερία είναι απαλός και ασφαλής, είναι υπέροχος για παρέες και φίλιες, είναι χαλαρωτικός και αναζωογονητικός, αλλά το πιο σημαντικό από όλα είναι διασκεδαστικός!</p> <p>Ας χορέψουμε!</p> <p>Πώς να το κάνεις:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Μπορείς να χορέψεις ΟΡΘΙΟΣ/Α ή ακόμη και ΚΑΘΙΣΤΟΣ/Η.</li> <li>• Μπορείς να μετακινηθείς στον βαθμό που το επιτρέπουν οι ικανότητες και οι περιορισμοί σου.</li> <li>• Δεν χρειάζεσαι παρτενέρ.</li> <li>• Δεν χρειάζεσαι καλή μνήμη για να θυμάσαι οποιαδήποτε βήματα.</li> </ul> <p>Βήμα προς βήμα:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Πάιξε ένα αργό και όμορφο τραγούδι (για παράδειγμα το <i>Who can say where the road goes</i> της <i>Enya</i>), άφησε τη μουσική να κινήσει το σώμα σου, να είσαι ευγενικός/η με το σώμα σου και την ψυχή σου. Κλείσε τα μάτια σου, χαλάρωσε. Μην κοιτάς τον καθρέφτη, μην κρίνεις τον εαυτό σου.</li> <li>• Πάιξε ένα άλλο τραγούδι, αυτή τη φορά ένα γρήγορο και αστείο τραγούδι (για παράδειγμα το <i>I Feel Good</i> του <i>James Brown</i>). Χόρευε σαν</li> </ul> |

|                           |  |
|---------------------------|--|
|                           | <p>τρελός/η, κάνε αστεία πράγματα με το σώμα σου, χαμογέλα και χοροπήδησε. Μην κοιτάς τον καθρέφτη, μην κρίνεις τον εαυτό σου.</p> <p>Προβληματίσου σχετικά με την άσκηση.</p>   |
| <b>Ιδέες για συνέχεια</b> | <p>Αυτή η άσκηση μπορεί επίσης να γίνει σε ομάδες.</p> <p>Προσπάθησε να κάνεις αυτή τη δραστηριότητα κάθε μέρα για τουλάχιστον λίγα λεπτά.</p>   |
| <b>Πηγές</b>              | <p><i>Who can say where the road goes</i> της <i>Enya</i><br/><a href="https://www.youtube.com/watch?v=7wfYIMyS_dI">https://www.youtube.com/watch?v=7wfYIMyS_dI</a></p> <p><i>I Feel Good</i> του <i>James Brown</i><br/><a href="https://www.youtube.com/watch?v=Lrv-Morm-c0">https://www.youtube.com/watch?v=Lrv-Morm-c0</a></p> |

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 1B

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| <b>Τίτλος και αριθμός ενότητας</b> | Ενότητα 1: Γίνε ένας ευτυχισμένος καλλιτέχνης!   |
| <b>Θέμα/Εστίαση</b>                | Βελτίωσε την ευημερία σου με αυτόματο σχέδιο!  |
| <b>Μέγεθος ομάδας</b>              | Ατομικά ή σε μικρές ομάδες   |
| <b>Απαιτούμενος χρόνος</b>         | 20 λεπτά   |
| <b>Απαιτούμενος εξοπλισμός</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Μερικά φύλλα χαρτιού (ιδανική είναι η επαναχρησιμοποίηση ήδη τυπωμένων χαρτιών)</li> <li>• Χρωματιστά μολύβια, μαρκαδόροι κ.λπ.</li> </ul>  |
| <b>Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι</b>    | Βελτίωση της ευημερίας των καλλιτεχνών.  |
| <b>Λέξεις κλειδιά</b>              | Ευημερία, αυτόματο σχέδιο, εικαστική θεραπεία, σουρεαλισμός, χωρίς αυτό-λογοκρισία, υποσυνείδητο   |
| <b>Περιγραφή</b>                   | <p>Σε αυτήν την άσκηση θα χρησιμοποιήσεις το αυτόματο σχέδιο ως καλλιτεχνική τεχνική για να ενισχύσεις την ευημερία σου.</p> <p>Το αυτόματο σχέδιο αναπτύχθηκε από τους σουρεαλιστές, ως μέσο έκφρασης του υποσυνείδητου. Στο αυτόματο σχέδιο, το χέρι επιτρέπεται να κινείται «τυχαία» κατά μήκος του χαρτιού.</p> <p>Κάνε ένα αυτόματο σχέδιο!</p> <p>Πώς να το κάνεις:</p> <p>Σε ένα λευκό φύλλο χαρτιού, σχεδίασε συνεχόμενα για αρκετά λεπτά χωρίς να σκέφτεσαι τι πρόκειται να σχεδιάσεις. Άφησε τα χέρια σου να ρέουν ελεύθερα πάνω στο χαρτί χωρίς αυτό-λογοκρισία. Οι σουρεαλιστές καλλιτέχνες το έκαναν αυτό για να αφήσουν το υποσυνείδητο να κυριαρχήσει. Ας ελπίσουμε ότι απελευθερώνοντας τον εαυτό σου από τον προγραμματισμό και τη λογοκρισία, η αληθινή ψυχή σου μπορεί να αποκαλυφθεί.</p> <p>Βήμα προς βήμα:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Κάθισε αναπαυτικά με το μολύβι και το χαρτί στο χέρι.</li> </ul> |

|                           |  |
|---------------------------|--|
|                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Κλείσε τα μάτια σου και ανάπνευσε βαθιά.</li> <li>• Σχεδίασε μια συνεχή γραμμή κινώντας το μολύβι χωρίς συνειδητή σκέψη.</li> <li>• Σχεδίασε ώσπου το μολύβι να πέσει από την άκρη του φύλλου χαρτιού.</li> </ul> <p>Προβληματίσου σχετικά με την άσκηση και τα αποτελέσματά της.</p>                             |
| <b>Ιδέες για συνέχεια</b> | Κάνε αυτή τη δραστηριότητα τρεις φορές στη σειρά. Σχεδίασε για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα κάθε φορά. Επανάλαβε την άσκηση και το πείραμα – κάνε εναλλαγές μεταξύ του να πιέζεις σκληρά και να μην πιέζεις καθόλου το μολύβι στο χαρτί, για να μεταβάλλεις τη δύναμη της έκφρασης της γραμμής. Πειραματίσου με την αυτόματη σχεδίαση με μουσική υπόκρουση. |
| <b>Πηγές</b>              | Σουρεαλιστικός αυτοσχεδιασμός<br><a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Surrealist_automatism">https://en.wikipedia.org/wiki/Surrealist_automatism</a>   |

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 1γ

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <b>Τίτλος και αριθμός ενότητας</b> | Ενότητα 1: Γίνε ένας ευτυχισμένος καλλιτέχνης!  |
| <b>Θέμα/Εστίαση</b>                | Βελτίωσε την ευημερία σου με αυτόματη γραφή!  |
| <b>Μέγεθος ομάδας</b>              | Ατομικά   |
| <b>Απαιτούμενος χρόνος</b>         | 20 λεπτά  |
| <b>Απαιτούμενος εξοπλισμός</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Φύλλο χαρτιού (ιδανική είναι η επαναχρησιμοποίηση ήδη τυπωμένων χαρτιών)</li> <li>• Μολύβι, στυλό κ.λπ.</li> </ul>   |
| <b>Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι</b>    | Βελτίωση της ευημερίας των καλλιτεχνών.   |
| <b>Λέξεις κλειδιά</b>              | Ευημερία, αυτόματη γραφή, καλλιτεχνική θεραπεία, σουρεαλισμός, χωρίς αυτό-λογοκρισία, υποσυνείδητο  |
| <b>Περιγραφή</b>                   | <p>Η αυτόματη γραφή είναι μια μορφή γραφής στην οποία τα μηνύματα φαίνονται να έρχονται από το πουθενά μέσα από το χέρι σου και στο χαρτί. Αυτός είναι ένας απλός αλλά αποτελεσματικός τρόπος για να γίνεις πνευματικός/ή και να μάθεις για τον εαυτό σου. Σου επιτρέπει να κάνεις ερωτήσεις και να πάρεις απαντήσεις από το ασυνείδητό σου. Όταν ξεκλειδώνουμε το ασυνείδητο του μυαλού μας, μπορούμε να ανακαλύψουμε τις αληθινές πεποιθήσεις, τις ανάγκες, τις επιθυμίες και τους φόβους μας. Η γνώση αυτών μας βοηθά να αναπτυχθούμε.</p> <p>Σε αυτή την άσκηση θα χρησιμοποιήσεις την αυτόματη γραφή ως καλλιτεχνική τεχνική για να ενισχύσεις την ευημερία σου.</p> <p>Διαδικασία αυτόματης γραφής βήμα προς βήμα:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Βρες ένα ήσυχο σημείο χωρίς περισπασμούς.</li> <li>• Κάθισε σε ένα τραπέζι ή γραφείο όπου θα είσαι άνετος/η, με χαρτί και στυλό (ή μολύβι).</li> <li>• Αφιέρωσε λίγα λεπτά για να καθαρίσεις το μυαλό σου.</li> </ul> |

|                           |   |
|---------------------------|---|
|                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Άγγιξε το στυλό ή μολύβι στο χαρτί.</li> <li>• Προσπάθησε να μην γράψεις τίποτα συνειδητά.</li> <li>• Ενώ κρατάς το μυαλό σου όσο το δυνατόν πιο καθαρό, άφησε το χέρι σου να γράψει το στιδήποτε.</li> <li>• Απόφυγε να κοιτάς το χαρτί. Μπορείς ακόμη και να κρατήσεις τα μάτια σου κλειστά.</li> <li>• Δώσε του χρόνο (μπορεί να μην συμβεί και τίποτα για αρκετή ώρα).</li> <li>• Όταν θεωρήσεις ότι έγινε, εάν και εφόσον συμβεί αυτόματη γραφή, κοίταξε προσεκτικά τι έχει γράψει το χέρι σου. Το γράψιμο μπορεί να φαίνεται ανοησία ή απλώς σκαρίφημα, αλλά προσπάθησε να το αποκρυπτογραφήσεις όσο το δυνατόν καλύτερα.</li> <li>• Εκτός από τα γράμματα και τους αριθμούς, αναζήτησε εικόνες ή σύμβολα στη γραφή.</li> <li>• Συνέχισε να προσπαθείς. Τίποτα δεν μπορεί να συμβεί στις πρώτες προσπάθειες.</li> <li>• Εάν αρχίσεις να επιτυγχάνεις, μπορείς να δοκιμάσεις να κάνεις ερωτήσεις για να δεις εάν μπορείς να λάβεις απαντήσεις.</li> </ul> <p>Συμβουλές:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Δεν υπάρχει καμία εγγύηση ότι η αυτόματη γραφή θα λειτουργήσει για σένα, αλλά μην τα παρατήσεις εάν δεν λειτουργεί απευθείας τις πρώτες φορές. Δώσε μια ευκαιρία.</li> <li>• Να είσαι ενήμερος/η για τους ψυχολογικούς κινδύνους. Ορισμένα μηνύματα που εμφανίζονται μπορεί να είναι ενοχλητικά. Εάν δεν είσαι καθόλου σε θέση να χειριστείς αυτή τη δυνατότητα, μην επιχειρήσεις την αυτόματη γραφή.</li> </ul> <p>Προβληματίσου σχετικά με την άσκηση και τα αποτελέσματά της.</p> |
| <b>Ιδέες για συνέχεια</b> | <p>Δοκίμασε άλλες τεχνικές.</p> <p>Τι γίνεται με τη χρήση σύγχρονων εργαλείων γραφής του σήμερα για αυτόματη γραφή; Θα μπορούσες να χρησιμοποιήσεις έναν υπολογιστή ή ακόμα και τις σημειώσεις του κινητού σου για να διοχετεύσεις μηνύματα; Ίσως αξίζει να το δοκιμάσεις.</p> <p>Η ακρόαση χαλαρωτικής μουσικής ή ο καθοδηγούμενος διαλογισμός είναι επίσης ένας πολύ καλός τρόπος για να ενισχύσεις την ευημερία σου.</p>   |
| <b>Πηγές</b>              | <p>Αυτόματη γραφή</p> <p><a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Automatic_writing">https://en.wikipedia.org/wiki/Automatic_writing</a></p>  |

## Μαθησιακή Δραστηριότητα 2

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| <b>Τίτλος και αριθμός ενότητας</b> | Ενότητα 1: Γίνε ένας ευτυχισμένος καλλιτέχνης! |
| <b>Θέμα/Εστίαση</b>                | Βελτίωσε την αυτοπεποίθησή σου!                |
| <b>Μέγεθος ομάδας</b>              | Ατομικά  |
| <b>Απαιτούμενος χρόνος</b>         | 30 λεπτά                                       |

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| <b>Απαιτούμενος εξοπλισμός</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Φύλλο χαρτιού (ιδανική είναι η επαναχρησιμοποίηση ήδη τυπωμένων χαρτιών)</li> <li>• Χρωματιστά μολύβια, μαρκαδόροι κ.λπ.</li> <li>• Πλαίσιο κλιπ (προαιρετικό)</li> </ul>  |
| <b>Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι</b> | Τόνωση της ευημερίας των καλλιτεχνών.   |
| <b>Λέξεις κλειδιά</b>           | Αυτοπεποίθηση   |
| <b>Περιγραφή</b>                | <p>Υποστήριξε την αυτοπεποίθηση δημιουργώντας καλλιτεχνική λίστα «Είμαι περήφανος/η για τον εαυτό μου».</p> <p>Βήμα 1. Κάνε μια λίστα με όλα τα πράγματα για τα οποία είσαι περήφανος/η στη ζωή σου. Προσπάθησε να γράψεις 5 πράγματα. Αν πάει καλά, γράψε ακόμη 5. Εάν έχεις ακόμη περισσότερα, συνέχισε να γράφεις ώσπου να γεμίσεις ολόκληρο το χαρτί.</p> <p>Βήμα 2. Απελευθέρωσε τη δημιουργικότητά σου και δημιούργησε ένα έργο τέχνης από τη λίστα σου «Είμαι περήφανος/η για τον εαυτό μου». Χρησιμοποίησε την τεχνική του κολάζ για να προσθέσεις εικόνες και χρώματα στη λίστα (παράδειγμα).</p> <p>Βήμα 3. Πλαισίωσε τη λίστα σου και κρέμασέ την στον τοίχο, ώστε να μπορείς να τη βλέπεις κάθε μέρα (ακόμη κι όταν έχεις μια κακή μέρα...). Αυτό το βήμα είναι προαιρετικό.</p> <p>Στο τέλος σκέψου τα αποτελέσματα της άσκησης.</p> |
| <b>Ιδέες για συνέχεια</b>       | Συχνά θεωρούμε ευκολότερο να αναγνωρίσουμε τις θετικές ιδιότητες και τα επιτεύγματα των άλλων ανθρώπων από τα δικά μας. Είναι καλό να εξασκούμαστε στο να βλέπουμε τα δικά μας δυνατά σημεία, ακόμη και τα απλά, όπως το να τελειώσουμε μια δύσκολη εργασία ή να μαγειρέψουμε ένα καλό γεύμα. Αν χρειάζομαστε έμπνευση, μπορούμε επίσης να ρωτήσουμε τους ανθρώπους με τους οποίους είμαστε πιο κοντά, τι εκτιμούν σε εμάς.   |
| <b>Πηγές</b>                    |   |

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 3

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| <b>Τίτλος και αριθμός ενότητας</b> | Ενότητα 1: Γίνε ένας ευτυχισμένος καλλιτέχνης!     |
| <b>Θέμα/Εστίαση</b>                | Εξάσκηση θετικής ομιλίας και θετικού αυτό-διαλόγου |
| <b>Μέγεθος ομάδας</b>              | Ατομικά ή σε μικρές ομάδες                         |
| <b>Απαιτούμενος χρόνος</b>         | 30 λεπτά με 1 ώρα                                  |
| <b>Απαιτούμενος εξοπλισμός</b>     | Χαρτί και στυλό (προαιρετικά)                      |
| <b>Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι</b>    | Τόνωση της ευημερίας των καλλιτεχνών.              |



|                           |  |
|---------------------------|--|
| <b>Λέξεις κλειδιά</b>     | Συναισθηματική ευημερία  |
| <b>Περιγραφή</b>          | <p>Στόχος είναι η ενίσχυση της συναισθηματικής ευημερίας των καλλιτεχνών, εξασκώντας τη θετική ομιλία και τον θετικό αυτό-διάλογο.</p> <p>Βήμα 1. Κάνε κομπλιμέντα. Κάνε ένα κομπλιμέντο σε κάποιον/α. Μπορείς να το εξασκήσεις όταν συναντάς ανθρώπους με τους οποίους μιλάς.</p> <p>Βήμα 2. Κάνε ένα κομπλιμέντο στον εαυτό σου – πες το δυνατά. Προσπάθησε να εκτιμήσεις απλά πράγματα – την υγεία σου, τις δεξιότητές σου και τα μικρά ταλέντα σου. Μην συνδέεις τα κομπλιμέντα μόνο με την εξωτερική εμφάνιση.</p> <p>Βήμα 3. Πες θετικά πράγματα. Μπορείς να το εξασκήσεις όταν συναντάς ανθρώπους με τους οποίους μιλάς. Ή όταν μιλάς εσωτερικά στον εαυτό σου.</p> <p>Βήμα 4. Δώσε στον εαυτό σου μια πρόκληση – γράψε 50 θετικά λόγια σε 5 λεπτά!</p> <p>Στο τέλος, προβληματίσου σχετικά με τα αποτελέσματα της άσκησης.</p> |
| <b>Ιδέες για συνέχεια</b> | Είναι ευκολότερο να κάνουμε κομπλιμέντα σε άλλους ανθρώπους παρά σε εμάς. Είμαστε συχνά αυστηροί και επικριτικοί όταν μιλάμε ή σκεφτόμαστε τον εαυτό μας. Δεν εκτιμούμε τις δικές μας δεξιότητες και ικανότητας και τα πράγματα που έχουμε στη ζωή. Πολλοί άνθρωποι ασκούν ακόμη και αρνητικό εσωτερικό διάλογο, γεγονός που τους οδηγεί σε συναισθηματικά προβλήματα και δυστυχία.  |
| <b>Πηγές</b>              |  |

#### Μαθησιακή Δραστηριότητα 4

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <b>Τίτλος και αριθμός ενότητας</b> | Ενότητα 1: Γίνε ένας ευτυχισμένος καλλιτέχνης!  |
| <b>Θέμα/Εστίαση</b>                | Βελτίωσε την ανθεκτικότητά σου θέτοντας στόχους.  |
| <b>Μέγεθος ομάδας</b>              | Ατομικά ή σε μικρές ομάδες  |
| <b>Απαιτούμενος χρόνος</b>         | 40 λεπτά  |
| <b>Απαιτούμενος εξοπλισμός</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Μερικά φύλλα χαρτιού (ιδανική είναι η επαναχρησιμοποίηση ήδη τυπωμένων χαρτιών)</li> <li>• Στυλό/μολύβι</li> <li>• Χρωματιστά μολύβια, μαρκαδόροι κ.λπ.</li> </ul> |
| <b>Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι</b>    | Η τόνωση της ανθεκτικότητας των καλλιτεχνών.  |
| <b>Λέξεις κλειδιά</b>              | Ανθεκτικότητα, καθορισμός στόχων, έξυπνοι στόχοι  |
| <b>Περιγραφή</b>                   | Μέσω του καθορισμού στόχων, χτίζουμε ανθεκτικότητα, ιεραρχούμε ό,τι είναι σημαντικό, καθορίζουμε με σαφήνεια τι θα θέλαμε να  |

επιτύχουμε και προσδιορίζουμε τα οφέλη που αναμένουμε να βιώσουμε. Η ανθεκτικότητα αναπτύσσεται μέσω της εμπειρίας. Η ρύθμιση στόχων είναι μια δεξιότητα – μπορείς να τη μάθεις. Η ρύθμιση στόχων μπορεί να ξεκινήσει σε οποιαδήποτε ηλικία. Οι νέοι μπορούν να θέσουν και να επιτύχουν μικρούς, σταδιακούς στόχους που ενισχύουν την εμπιστοσύνη, την ικανότητα και την ανθεκτικότητα.

Στην άσκηση αυτή θα μάθεις πώς να θέτεις τους καλλιτεχνικούς σου στόχους βήμα προς βήμα.

Κάθισε, χαλάρωσε...και θέσε τους στόχους σου ως καλλιτέχνης. Κάνε το βήμα προς βήμα ακολουθώντας τα παρακάτω:

**Βήμα 1.** Όρισε τι θέλεις και τι σου αρέσει.

Χώρισε τη σελίδα με μια απλή γραμμή στη μέση. Γράψε στην αριστερή πλευρά της σελίδας:

*Τι θέλω; Επικεντρώσου σε αυτό που ΘΕΛΕΙΣ να κάνεις, όχι σε αυτό που νομίζεις ότι ΠΡΕΠΕΙ να κάνεις.*

Γράψε στη δεξιά πλευρά της σελίδας:

*Τι μου αρέσει; Γράψε πέντε πράγματα που σου αρέσει να κάνεις.*

Μπορούν αυτά τα πράγματα να σε βοηθήσουν να πετύχεις τους στόχους σου από την αριστερή πλευρά της σελίδας;

Χρησιμοποίησε τα χρώματα και κάνε συνδέσεις μεταξύ της αριστερής και της δεξιάς πλευράς της σελίδας.

Παρουσίασε την εργασία σου στην ομάδα, άκου τα σχόλια και τις συμβουλές τους. Κάνε πιθανές διορθώσεις. Αυτό το μέρος της άσκησης είναι προαιρετικό.

**Βήμα 2.** Καθόρισε τον στόχο σου και κάνε τον έξυπνο.

Για να βεβαιωθείς ότι οι στόχοι σου είναι σαφείς και εφικτοί, καθένας πρέπει να είναι:

- Συγκεκριμένος (απλός, λογικός, σημαντικός).
- Μετρήσιμος (ουσιαστικός, που αποφέρει κίνητρο).
- Εφικτός (πραγματοποιήσιμος).
- Σχετικός (λογικός, ρεαλιστικός, βασισμένος σε αποτελέσματα).
- Χρονικά δεσμευμένος (βασισμένος σε χρόνο, περιορισμένος από συγκεκριμένο χρόνο, έγκαιρος).

Έχοντας κατά νου τα ευρήματα από την πρώτη σου εργασία, ξεκίνησε μια δεύτερη. Άρχισε να ορίζεις τον στόχο σου. Ξεκίνα με μικρά πράγματα. Οι μικροί στόχοι είναι πιο εύκολο να επιτευχθούν, οπότε θα αισθάνεσαι καλά πιο συχνά.

Κάνε τους στόχους σου συγκεκριμένους, εφικτούς και με τελικό σημείο.

Για παράδειγμα: «εκμάθηση μιας νέας τεχνικής φέτος», αντί για «να γίνω καλύτερος καλλιτέχνης». Διάσπασέ τον και όρισε ένα χρονικό

|                                  |  |
|----------------------------------|--|
|                                  | <p>πλαίσιο. Όρισε μίνι στόχους που θα σε βοηθήσουν να παραμείνεις παρακινημένος/η. Όρισε ημερομηνίες για την επίτευξη κάθε μικρού στόχου.</p> <p>Κατάληξε με 3 «έξυπνους» μικρούς στόχους με συγκεκριμένο χρονικό πλαίσιο. Για παράδειγμα: αντί να αποφασίσεις «να κερδίσεις χρήματα με την τέχνη σου», διάσπασε τον στόχο στο να «κάνεις μια συγκεκριμένη δράση (να λάβεις μέρος σε ένα φεστιβάλ, να υπογράψεις σύμβαση με κάποια γκαλερί, να υποβάλεις αίτηση για επιχορήγηση κ.λπ.) που θα σε βοηθήσει να αυξήσεις το εισόδημά σου τους επόμενους έξι μήνες».</p> <p>Παρουσίασε την εργασία σου στην ομάδα, άκουσε τα σχόλια και τις συμβουλές τους. Κάνε πιθανές διορθώσεις. Αυτό το μέρος της άσκησης είναι προαιρετικό.</p> <p>Στο τέλος, προβληματίσου σχετικά με τα αποτελέσματα της άσκησης.</p>  |
| <p><b>Ιδέες για συνέχεια</b></p> | <p>Αυτή η δραστηριότητα μπορεί να γίνει ατομικά ή σε ομάδες. Η παρουσίαση στην ομάδα είναι προαιρετική, αλλά συνιστάται, επειδή τα σχόλια από άλλους θα μπορούσαν να είναι χρήσιμα και αναζωογονητικά.</p> <p>Για τον καθορισμό των στόχων σου, μπορείς επίσης να χρησιμοποιήσεις την τεχνική του καταιγισμού ιδεών και των συζητήσεων σε μια ομάδα.</p> <p>Οτιδήποτε απαιτεί συνεχή πρακτική μετράει ως στόχος. Θα μπορούσε να βοηθήσει να αντικατασταθεί η λέξη «στόχος» με «χόμπι». Εδώ είναι μερικές ιδέες για απλούς, διασκεδαστικούς στόχους που θα μπορούσαν να ενεργοποιήσουν το σύστημα ντοπαμίνης/ανταμοιβής του εγκεφάλου σου και να βοηθήσουν στην επαναφορά της ανθεκτικότητας.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Μαγειρική</li> <li>• Αναρρίχηση</li> <li>• Χορός</li> <li>• Γιόγκα</li> <li>• Ζωγραφική</li> <li>• Σχέδιο</li> <li>• Αγγειοπλαστική</li> <li>• Γελοιογραφία</li> <li>• Γραφή</li> <li>• Εθελοντισμός</li> <li>• Κηπουρική</li> </ul> |
| <p><b>Πηγές</b></p>              |  |

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 5

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| <b>Τίτλος και αριθμός ενότητας</b> | Ενότητα 1: Γίνε ένας ευτυχισμένος καλλιτέχνης!   |
| <b>Θέμα/Εστίαση</b>                | Δημιούργησε ένα Προσωπικό Πλάνο Ανθεκτικότητας (Personal Resilience Plan)!   |
| <b>Μέγεθος ομάδας</b>              | Ατομικά ή σε μικρές ομάδες   |
| <b>Απαιτούμενος χρόνος</b>         | 20 λεπτά   |
| <b>Απαιτούμενος εξοπλισμός</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Μερικά φύλλα χαρτιού (ιδανική είναι η επαναχρησιμοποίηση ήδη τυπωμένων χαρτιών)</li> <li>• Στυλό/μολύβι</li> </ul>  |
| <b>Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι</b>    | Η τόνωση της ανθεκτικότητας των καλλιτεχνών.   |
| <b>Λέξεις κλειδιά</b>              | Ανθεκτικότητα, καθορισμός στόχων, έξυπνοι στόχοι, Προσωπικό Πλάνο Ανθεκτικότητας   |
| <b>Περιγραφή</b>                   | <p>Γράψε τα βήματα και στο τέλος της διαδικασίας το Προσωπικό Πλάνο Ανθεκτικότητας (Personal Resilience Plan) θα είναι έτοιμο. Λάβε υπόψη ότι οι δεξιότητες ανθεκτικότητας θα μπορούσαν να είναι: αυτοπεποίθηση, αισιοδοξία, ευελιξία και ικανότητα, υπευθυνότητα, υπομονή, επικοινωνία και ομαδική εργασία, επίλυση προβλημάτων, αυτογνωσία κ.λπ.</p> <p>Βήμα 1. Προσδιόρισε τις δεξιότητες ανθεκτικότητας και τη στρατηγική που χρησιμοποιείς τη δεδομένη χρονική στιγμή. Τι λειτουργεί καλά;</p> <p>Βήμα 2. Προσδιόρισε μία νέα δεξιότητα ανθεκτικότητας που θα ήθελες να αναπτύξεις.</p> <p>Βήμα 3. Όρισε μερικούς μικρούς και ρεαλιστικούς στόχους που μπορούν να σε βοηθήσουν να πετύχεις την ικανότητα που εντόπισες.</p> <p>Βήμα 4. Προσδιόρισε πιθανά εμπόδια στην ανάπτυξη αυτής της δεξιότητας. Τι μπορεί να πάει στραβά;</p> <p>Βήμα 5. Αναλογίσου τα αποτελέσματα της άσκησης. Μοιράσου την εμπειρία με άλλους, συζήτησε.</p> |
| <b>Ιδέες για συνέχεια</b>          | <p>Δες τις περαιτέρω ασκήσεις μας για τη βελτίωση της ευημερίας, της αυτοπεποίθησης και της ανθεκτικότητας. Για το μέρος του προβληματισμού μπορείς να χρησιμοποιήσεις τις κάρτες ιστοριών μας.</p> <p>Κάνε αυτή την άσκηση ψηφιακά με μια ομάδα συμμετεχόντων. Μοιράσου το Προσωπικό σου Πλάνο Ανθεκτικότητας με άλλους (στη συνομιλία, μέσω εικόνας ή βίντεο).</p>   |
| <b>Πηγές</b>                       |  |

## Ενότητα 2: Γνώρισε τα δυνατά σου σημεία! Ασκήσεις

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 1

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| Τίτλος και αριθμός ενότητας | Ενότητα 2: Γνώρισε τα δυνατά σου σημεία  |
| Θέμα/Εστίαση                | <b>Άνοιξε τη ντουλάπα σου!</b><br>Θέμα: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Αυτογνωσία</li> <li>• Βοήθεια προς τον εκπαιδευόμενο να γνωρίσει καλύτερα τον εαυτό του.</li> </ul>   |
| Μέγεθος ομάδας              | Μικρές ομάδες 3-5 ατόμων   |
| Απαιτούμενος χρόνος         | 30 λεπτά   |
| Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι    | Κατανόηση του πλαισίου δράσης σου και πώς μπορείς να το προσαρμόσεις, να το αλλάξεις ή να το χρησιμοποιήσεις   |
| Λέξεις κλειδιά              | Αυτογνωσία   |
| Περιγραφή                   | <p>Ο συντονιστής μπορεί να χρησιμοποιήσει το πρότυπο «άσκηση ντουλάπας» ή να ζητήσει από τους εκπαιδευόμενους να φτιάξουν τη δική τους ντουλάπα διπλώνοντας μια σελίδα χαρτί. Ο συντονιστής ζητά από τους μαθητές να σχηματίσουν μικρές ομάδες 3-5 ατόμων και να μοιραστούν τις απαντήσεις τους σχετικά με αυτό το θέμα.</p> <p>Ερωτήσεις: <u>Στην εξωτερική αριστερή πλευρά:</u> Τι σκέφτονται οι άνθρωποι για εσένα αν σε βλέπουν στον δρόμο, χωρίς να σου μιλούν; <u>Στην εσωτερική αριστερή πλευρά:</u> Τι θα έλεγες σε κάποιον αν σε ρωτούσε ποιος είσαι; (μόνο 5 πράγματα). <u>Στο πίσω πάνω μέρος:</u> Τι ελπίζεις να νιώθει ο κόσμος για εσένα όταν σε γνωρίσει; <u>Στο πίσω κάτω μέρος:</u> Ποιες είναι οι αξίες που σε καθορίζουν ως καλλιτέχνη;</p> <p>Οι εκπαιδευόμενοι γράφουν στη δική τους «ντουλάπα» το αποτέλεσμα της ενδοσκόπησης τους και μοιράζονται τις απαντήσεις τους με την ομάδα.</p> |
| Ιδέες για συνέχεια          | <p>Επικοινωνείς ήδη χωρίς να το γνωρίζεις (έχεις ήδη μια εικόνα, ακόμη κι αν δεν την κατασκεύασες) – Μια επωνυμία βασίζεται στην ταυτότητα, πρέπει να γνωρίζεις πώς είσαι. Τι σε καθορίζει; Τι θέλεις να πεις για τον εαυτό σου; - Εάν δεν επικοινωνείς μόνος/η σου, απλά αφήνεις τους άλλους να χτίσουν την ταυτότητά σου... - Πρέπει να προσδιορίσεις τι σε καθορίζει και ποιο είναι το όραμα της λέξης που θέλεις να μεταδώσεις στο ακροατήριό σου. – Ποιες είναι οι αξίες σου, τα μηνύματά σου;</p> <p>Το πρότυπο της «ντουλάπας» μπορεί να γίνει σε ένα δωμάτιο με χώρο για να σχηματιστούν ομάδες.</p>   |
| Πηγές                       | Πιθανές αναφορές   |

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 2

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| Τίτλος και αριθμός ενότητας | Ενότητα 2: Γνώρισε τα δυνατά σου σημεία!   |
| Θέμα/Εστίαση                | <b>Η προσωπική ανάλυση SWOT</b><br>Ενδοσκόπηση – Ανάλυση δυνατών σημείων, αδύνατων σημείων, ευκαιριών και απειλών  |
| Μέγεθος ομάδας              | Ομάδα 10 ατόμων  |
| Απαιτούμενος χρόνος         | 30 λεπτά   |
| Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι    | Ανακάλυψε τα δικά σου προσωπικά δυνατά και αδύνατα σημεία.   |
| Λέξεις κλειδιά              | Ενδοσκόπηση, Ανάλυση SWOT, δυνατά σημεία, αδύνατα σημεία, ευκαιρίες, απειλές   |
| Περιγραφή                   | <b>Άσκηση στην ανάλυση SWOT</b><br>Οι πληροφορίες παρουσιάζονται σε ένα ευανάγνωστο πλέγμα, οι αναλύσεις SWOT είναι γρήγορες και απλές αξιολογήσεις. Επιπλέον, μόλις οργανωθούν όλα, είναι ευκολότερο να γίνονται περιοδικές αξιολογήσεις. Για να συμπληρώσεις καλύτερα τη SWOT ανάλυσή σου, πάρε αυτά τα σημεία αναφοράς και τις εξηγήσεις τους ως παραδείγματα:<br><b>Δυνατά σημεία:</b> Ό,τι κάνεις ήδη καλά, τα δυνατά σημεία είναι εσωτερικοί παράγοντες, ώστε να μπορείς να βασιστείς σε αυτά και να τα χρησιμοποιήσεις προς όφελός σου.<br><b>Αδύνατα σημεία:</b> Αυτοί είναι τομείς όπου γνωρίζεις ότι μπορείς να βελτιωθείς, καθώς επίσης είναι εσωτερικοί παράγοντας, οπότε μπορείς συχνά να τους αντιμετωπίσεις και να τους ξεπεράσεις.<br><b>Ευκαιρίες:</b> Αυτές είναι ευκαιρίες που μπορείς να χρησιμοποιήσεις αυτήν τη στιγμή. Θα μπορούσαν να είναι νέες ευκαιρίες στη διάθεσή σου, δυνατότητες ανάπτυξης και αλλαγής. Οι ευκαιρίες είναι εξωτερικοί παράγοντες γιατί βρίσκονται πέρα από τον έλεγχό σου.<br><b>Απειλές:</b> Είναι οτιδήποτε θα μπορούσε να έχει αρνητικό αντίκτυπο πάνω σου. Όπως και οι ευκαιρίες, οι απειλές είναι επίσης ένας εξωτερικός παράγοντας, επομένως συχνά εκτός ελέγχου. |
| Ιδέες για συνέχεια          | Συνιστάται να χρησιμοποιηθεί ένα πρότυπο διαδικτυακά ή μια σελίδα χαρτί  |
| Πηγές                       | <a href="https://www.businessnewsdaily.com/4245-swot-analysis.html">https://www.businessnewsdaily.com/4245-swot-analysis.html</a>  |

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 3

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| Τίτλος και αριθμός ενότητας | Ενότητα 2: Γνώρισε τα δυνατά σου σημεία! |
| Θέμα/Εστίαση                | <b>Τα έξι καπέλα</b><br>Πείραμα          |
| Μέγεθος ομάδας              | Ομάδα 7-10 ατόμων                        |
| Απαιτούμενος χρόνος         | 35 λεπτά                                 |

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <b>Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι</b> | Καθόρισε το δικό σου σύστημα αξιών για προσωπική και επαγγελματική βελτίωση.   |
| <b>Λέξεις κλειδιά</b>           | Προσέγγισε ένα πρόβλημα από έξι διαφορετικές οπτικές γωνίες/πειραματίσου   |
| <b>Περιγραφή</b>                | <p><b>Άσκηση των έξι καπέλων σκέψης</b></p> <p>Αυτή η τεχνική δίνει την ευκαιρία να προσεγγίσουμε ένα πρόβλημα από έξι διαφορετικές οπτικές γωνίες. Η άσκηση στοχεύει να οδηγήσει την ομάδα πέρα από την ενόργανη κρίση και σε μια σειρά προοπτικών χωρίς να χρειάζεται να τις αμφισβητήσει ή να πάρει βιαστικές αποφάσεις σχετικά με το τι είναι «σωστό» ή «λάθος».</p> <p>Μόλις δοκιμάσεις και τα έξι καπέλα, θα έχεις μια ευρύτερη και πληρέστερη άποψη του προβλήματος και του τρόπου αντιμετώπισής του.</p> <p>Ακολουθεί τι αντιπροσωπεύει καθένα από τα έξι καπέλα σκέψης:</p> <p>Μπλε καπέλο: «Το καπέλο του μαέστρου»<br/> Πράσινο καπέλο: «Το δημιουργικό καπέλο»<br/> Κόκκινο καπέλο: «Το καπέλο της καρδιάς»<br/> Κίτρινο καπέλο: «Το καπέλο του αισιόδοξου»<br/> Μαύρο καπέλο: «Το καπέλο του δικαστή»<br/> Λευκό καπέλο: «Το πραγματικό καπέλο»</p> <p><b>Άλλαξε το καπέλο σου, άλλαξε τις ιδέες σου!</b></p> |
| <b>Ιδέες για συνέχεια</b>       | Συνιστάται να χρησιμοποιηθεί ένα πρότυπο διαδικτυακά ή μια σελίδα χαρτί  |
| <b>Πηγές</b>                    | Πιθανές αναφορές   |

### Ενότητα 3: Γίνε Βιώσιμος! Ασκήσεις

#### Μαθησιακή Δραστηριότητα 1

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <b>Τίτλος και αριθμός ενότητας</b> | Ενότητα 3: Γίνε βιώσιμος!   |
| <b>Θέμα/Εστίαση</b>                | Ας παίξουμε κάρτες ιστοριών!  |
| <b>Μέγεθος ομάδας</b>              | Ομαδική δραστηριότητα   |
| <b>Απαιτούμενος χρόνος</b>         | 20 λεπτά  |
| <b>Απαιτούμενος εξοπλισμός</b>     | Κάρτες ιστοριών του Cultural Footprint                                  |
| <b>Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι</b>    | Η ενίσχυση της ευαισθητοποίησης των καλλιτεχνών σε θέματα βιωσιμότητας. |

|                           |  |
|---------------------------|--|
| <b>Λέξεις κλειδιά</b>     | Βιωσιμότητα, κάρτες, φαντασία, βιώσιμη τέχνη   |
| <b>Περιγραφή</b>          | <p>Κάρτες ιστοριών</p> <p>Οι κάρτες ιστοριών είναι αφηγήσεις, ενισχύουν τη φαντασία, κάρτες χωρίς κείμενο με μοναδικές εικονογραφήσεις της Sevdalina Κονάϊονά Kostadinova που αναπτύχθηκαν από τη ΜΚΟ Zaedno το 2023. Αυτές οι κάρτες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για εκπαιδευτικούς σκοπούς, καθώς και για προβληματισμό μετά από μια μαθησιακή δραστηριότητα. Ο καθένας μπορεί να ερμηνεύσει τις ονειρικές εικόνες στις κάρτες με τον δικό του τρόπο. Το παιχνίδι μπορεί να παιχτεί με μια μικτή ομάδα ηλικιών και δεξιοτήτων με ελάχιστη ή καθόλου δυσκολία. Ο αριθμός των συμμετεχόντων και ο χρόνος δεν είναι περιορισμένοι. Οι κάρτες μπορούν να παιχτούν και ψηφιακά στον ακόλουθο σύνδεσμο: <a href="http://www.zaedno.org/hry/hry-zabavne/story-cards">www.zaedno.org/hry/hry-zabavne/story-cards</a>.</p> <p>Πώς παίζονται οι κάρτες;</p> <p>1. Ένα θέμα προτείνεται πριν από την έναρξη του παιχνιδιού. Οποιοδήποτε θέμα είναι κατάλληλο. Οι παίκτες μπορούν να συμφωνήσουν για το θέμα που πρέπει να συζητήσουν, να μάθουν, να μοιραστούν. Για παράδειγμα, το θέμα θα μπορούσε να είναι «Βιωσιμότητα: Πώς μπορώ να κατανοήσω αυτόν τον όρο;» ή θα μπορούσε να είναι κάποιο «τρελό» όπως «Πώς φαντάζομαι τη ζωή στη γη μετά από 100 χρόνια;», έχοντας κατά νου το πλαίσιο της βιωσιμότητας. Ή θα μπορούσε να είναι και αναστοχασμός μετά το μάθημα: «Τι πιστεύουν οι μαθητές ότι έμαθαν;».</p> <p>2. Οι παίκτες καλούνται να δουν την τράπουλα των 64 φύλλων. Κάθε παίκτης επιλέγει 1 φύλλο από την τράπουλα που ταιριάζει καλύτερα με το προτεινόμενο θέμα και ερμηνεύει τις εικόνες της κάρτας που επιλέγεται σε σχέση με το θέμα. Οι πιο προχωρημένοι παίκτες μπορούν να παίξουν με περισσότερες κάρτες και να πουν μια ιστορία βασισμένη στις κάρτες ή εμπνευσμένη από τις κάρτες.</p> <p>3. Κάθε παίκτης παρουσιάζει ξεχωριστά τη δική του ερμηνεία των φύλλων μπροστά στους παίκτες/ομάδα.</p> |
| <b>Ιδέες για συνέχεια</b> | Μπορείς να χρησιμοποιήσεις την κάρτα για προβληματισμό/για να απαντήσεις σε οποιοδήποτε ερωτήσεις όπως: Ποια είναι τα συναισθήματά μου για αυτή την εκπαίδευση; Τι πιστεύουν οι μαθητές ότι έμαθαν;  |
| <b>Πηγές</b>              | <a href="http://www.behance.com/sevdas">www.behance.com/sevdas</a><br><a href="http://www.zaedno.org/hry/hry-zabavne/story-cards">www.zaedno.org/hry/hry-zabavne/story-cards</a>   |

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 2

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <b>Τίτλος και αριθμός ενότητας</b> | Ενότητα 3: Γίνε βιώσιμος!   |
| <b>Θέμα/Εστίαση</b>                | Εφάρμοσε έναν από τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (Sustainable Development Goals) στην τέχνη σου. |
| <b>Μέγεθος ομάδας</b>              | Ατομικά ή σε μικρές ομάδες  |
| <b>Απαιτούμενος χρόνος</b>         | 20 λεπτά  |



|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <p>Απαιτούμενος εξοπλισμός</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ένα φύλλο χαρτιού (ιδανική είναι η επαναχρησιμοποίηση ήδη τυπωμένων χαρτιών), μολύβια ή στυλό, έγχρωμα μολύβια, ψηφιακή συσκευή για να γράψεις – προαιρετικά</li> <li>Το διάγραμμα που απαριθμεί τους 17 Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών</li> </ul> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div>        |
| <p>Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι</p> | <p>Η ενίσχυση της ευαισθητοποίησης των καλλιτεχνών σε θέματα βιωσιμότητας.</p>   |
| <p>Λέξεις κλειδιά</p>           | <p>Βιωσιμότητα, Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης, γραφή</p>   |
| <p>Περιγραφή</p>                | <p><b>Βήμα 1.</b> Κοίταξε προσεκτικά το διάγραμμα που απαριθμεί τους 17 Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης από τα Ηνωμένα Έθνη.</p> <p><b>Βήμα 2.</b> Σκέψου μια ιδέα για το πώς μπορείς να εφαρμόσεις έναν από τους στόχους στην τέχνη σου ή ενώ διοργανώνεις πολιτιστικές ή καλλιτεχνικές εκδηλώσεις.</p> <p><b>Βήμα 3.</b> Προσπάθησε να περιγράψεις την ιδέα με λέξεις (εννοιολογική σημείωση) ή να κάνεις ένα σκίτσο της.</p> <p><b>Βήμα 4.</b> Παρουσίασε την ιδέα σου στην ομάδα και άκουσε τα σχόλιά τους (προαιρετικά).</p> <p>Προβληματίσου σχετικά με την άσκηση.</p> |
| <p>Ιδέες για συνέχεια</p>       | <p>Εάν σου άρεσε η άσκηση, προσπάθησε να εφαρμόσεις περισσότερους στόχους στην τέχνη σου ή την εξάσκησή της. Μάθε περισσότερα για τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης εδώ: <a href="https://sdgs.un.org/goals">https://sdgs.un.org/goals</a></p>   |

|       |   |
|-------|---|
| Πηγές | <a href="https://sdgs.un.org/goals">https://sdgs.un.org/goals</a> |
|-------|---|

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 3

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| Τίτλος και αριθμός ενότητας | Ενότητα 3: Γίνε βιώσιμος!  |
| Θέμα/Εστίαση                | Πρόκληση   |
| Μέγεθος ομάδας              | Ατομικά ή σε μικρές ομάδες   |
| Απαιτούμενος χρόνος         | 20 λεπτά   |
| Απαιτούμενος εξοπλισμός     | Φύλλο χαρτιού και στυλό (προαιρετικά)  |
| Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι    | Η ενίσχυση της ευαισθητοποίησης των καλλιτεχνών σε θέματα βιωσιμότητας.  |
| Λέξεις κλειδιά              | Βιωσιμότητα, βιωσιμότητα στις επιχειρήσεις, οικολογικά θέματα  |
| Περιγραφή                   | <p>Δώσε μια πρόκληση στον εαυτό σου:</p> <p><b>Βήμα 1.</b> Γράψε 10 βιώσιμες/οικολογικές πρακτικές που πρέπει να εφαρμόσεις στην καθημερινότητά σου – μέτρησε τον χρόνο σου, προσπάθησε να είσαι όσο το δυνατόν πιο γρήγορος/η. Σκέψου την επίδρασή σου στο περιβάλλον.<br/>Μπορείς να το κάνεις σε 3 λεπτά; Μέτρησε και κατάγραψε τον χρόνο.</p> <p><b>Βήμα 2.</b> Γράψε 10 βιώσιμες/οικολογικές πρακτικές που πρέπει να εφαρμόσεις στην καλλιτεχνική σου διαδικασία ή στον καλλιτεχνικό οργανισμό/εταιρεία σου – μέτρησε τον χρόνο σου, προσπάθησε να είσαι το δυνατόν πιο σύντομος/η. Σκέψου την επίδραση που έχει η επιχείρησή σου στο περιβάλλον και την επίδραση που έχει η επιχείρησή σου στην κοινωνία.<br/>Μπορείς να το κάνεις σε 5 λεπτά; Μέτρησε και κατάγραψε τον χρόνο.</p> <p><b>Βήμα 3.</b> Προβληματίσου σχετικά με την άσκηση. Μοιράσου τις λίστες σου από τα βήματα 1 και 2 με την ομάδα ή με φίλους.</p> <p><b>Βήμα 4 (προαιρετικό).</b> Συγκέντρωσε τους χρόνους σου από τα βήματα 1 και 2 με την υπόλοιπη ομάδα. Ποιος/α είναι ο/η νικητής/τρια;</p> |
| Ιδέες για συνέχεια          | <p>Αφιέρωσε περισσότερο χρόνο να σκεφτείς τη λίστα σου από το βήμα 2. Είσαι σε θέση να εφαρμόσεις μερικά από τα σημεία της καλλιτεχνικής σου επιχείρησης ή της καλλιτεχνικής σου πρακτικής; Είναι ρεαλιστικό να γίνει και σε τι χρονικά πλαίσια; Είναι οικονομικά αποτελεσματικό; Ποια οφέλη μπορούν να αναμένονται;</p> <p>Σε περίπτωση που κάνεις αυτή την άσκηση μεμονωμένα, μπορείς να προκαλέσεις τον εαυτό σου να κάνει το βήμα 1 σε μόλις 3 λεπτά και το βήμα 2 σε μόλις 5 λεπτά.</p> <p>Αυτή η άσκηση μπορεί να γίνει σε ψηφιακό περιβάλλον με μια ομάδα συμμετεχόντων. Μοιράσου τα αποτελέσματά σου με άλλους μέσω συνομιλίας ή εικόνας/βίντεο.</p>   |

|       |  |
|-------|--|
| Πηγές |  |
|-------|--|

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 4

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| Τίτλος και αριθμός ενότητας | Ενότητα 3: Γίνε βιώσιμος!   |
| Θέμα/Εστίαση                | Φαντάσου ότι είσαι σούπερ ήρωας/ίδα!  |
| Μέγεθος ομάδας              | Ατομικά ή σε μικρές ομάδες  |
| Απαιτούμενος χρόνος         | 40 λεπτά  |
| Απαιτούμενος εξοπλισμός     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Φύλλο χαρτιού (ιδανική είναι η επαναχρησιμοποίηση ήδη τυπωμένων χαρτιών), μολύβια ή στυλό, χρώματα, ψηφιακή συσκευή για γραφή (προαιρετικά)</li> </ul>   |
| Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι    | Η ενίσχυση της ευαισθητοποίησης των καλλιτεχνών σε θέματα βιωσιμότητας.   |
| Λέξεις κλειδιά              | Εκδήλωση, βιωσιμότητα, καλλιτεχνική ή πολιτιστική εκδήλωση, έρευνα, συζήτηση  |
| Περιγραφή                   | <p>Φαντάσου ότι είσαι σούπερ ήρωας/ίδα που διοργανώνει μια καλλιτεχνική ή πολιτιστική εκδήλωση – μια έκθεση, μια συναυλία, ένα εργαστήριο, ένα φεστιβάλ, ένα συνέδριο, μια θεατρική ή χορευτική παράσταση, μια παρουσίαση βιβλίου κ.λπ. Επίλεξε μια εκδήλωση που ταιριάζει στο επαγγελματικό σου προφίλ (αν είσαι μουσικός, επέλεξε να οργανώσεις μια συναυλία, όχι μια έκθεση). Επειδή είσαι σούπερ ήρωας/ίδα μπορείς να κάνεις οτιδήποτε σκεφτείς, οτιδήποτε μπορείς να φανταστείς ή να ονειρευτείς! Δεν υπάρχουν περιορισμοί για σένα. ΑΛΛΑ, όπως κάθε ήρωας, έχεις μια αποστολή – να διατηρήσεις τη Γη αμόλυντη και όμορφη για τις επόμενες γενιές. Η πολιτιστική σου εκδήλωση πρέπει να είναι βιώσιμη!</p> <p><b>Βήμα 1.</b> Κάνε μια έρευνα σχετικά με το πώς να οργανώσεις μια βιώσιμη πολιτιστική εκδήλωση.</p> <p><b>Βήμα 2.</b> Σχεδίασε την εκδήλωσή σου όσο ενδιαφέρουμε και υπέροχη επιθυμείς! Κάνε μια λίστα με συγκεκριμένα βήματα που θα σε βοηθήσουν να κάνεις την εκδήλωσή σου πιο βιώσιμη. Αν σου αρέσει να σχεδιάζεις, πρόσθεσε μερικές εικόνες ή χρώματα στο όραμά σου στο χαρτί.</p> <p><b>Βήμα 3.</b> Παρουσίασε το καταπληκτικό σου σχέδιο γεμάτο νέες, δροσερές και τρελές ιδέες και δημιουργικότητα στην ομάδα ή σε έναν φίλο ή συνάδελφο. Καταιγισμό ιδεών – είναι το σχέδιό σου προσαρμόσιμο στην πραγματικότητα;</p> <p>Προβληματίσου σχετικά με την άσκηση.</p> |
| Ιδέες για συνέχεια          | Εάν διοργανώνεις μια καλλιτεχνική ή πολιτιστική εκδήλωση στην πραγματικότητα, λάβε υπόψη τις διαπιστώσεις που έκανες κατά τη διάρκεια αυτής της άσκησης.  |
| Πηγές                       |   |

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 5

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| Τίτλος και αριθμός ενότητας | Ενότητα 3: Γίνε βιώσιμος!   |
| Θέμα/Εστίαση                | Γίνε δημιουργικός/ή!<br>Δημιούργησε ένα κομμάτι βιώσιμης τέχνης για να υποστηρίξεις την καλλιτεχνική σου επωνυμία.  |
| Μέγεθος ομάδας              | Ατομικά   |
| Απαιτούμενος χρόνος         | 1 ώρα   |
| Απαιτούμενος εξοπλισμός     | φύση  |
| Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι    | Η ενίσχυση της ευαισθητοποίησης των καλλιτεχνών σε θέματα βιωσιμότητας.   |
| Λέξεις κλειδιά              | Φύση, branding, βιωσιμότητα, τέχνη γης, προώθηση  |
| Περιγραφή                   | <p>Η άσκηση αυτή είναι προαιρετική και μπορεί να γίνει όταν ο εκπαιδευόμενος έχει την ευκαιρία να την κάνει. Ωστόσο, συνιστάται να την προσπαθήσετε.</p> <p>Είναι ζωτικής σημασίας για τους καλλιτέχνες να σκέφτονται πιο βιώσιμα, προκειμένου να φροντίσουν τον πλανήτη μας. Η βιώσιμη τάση είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να προσελκύσεις περισσότερους πελάτες να ευθυγραμμιστούν με τις καλλιτεχνικές και πολιτιστικές επωνυμίες μας.</p> <p>Σε αυτή την άσκηση θα δημιουργήσεις ένα κομμάτι βιώσιμης τέχνης για να υποστηρίξεις την επωνυμία σου.</p> <p><b>Βήμα 1.</b> Βγες έξω – κάνε μια βόλτα στη φύση. Αναζήτησε στον δρόμο φυσικά υλικά που μπορείς να χρησιμοποιήσεις για την τέχνη της γης σου. Μην βλάψεις ζωντανά φυτά ή άλλα όντα κατά τη συλλογή υλικών. Αναζήτησε ένα ωραίο μέρος στη φύση, όπου μπορείς να τοποθετήσεις το έργο τέχνης σου. Το καλύτερο είναι αν δεν μετακινήσεις τα φυσικά υλικά σε αφύσικο περιβάλλον.</p> <p><b>Βήμα 2.</b> Πήγαινε να δημιουργήσεις – εφόσον διαθέτεις τα υλικά και το μέρος, ήρθε η ώρα για τη δημιουργία της τέχνης γης σου. Το θέμα αυτού του έργου τέχνης θα είναι η δική σου επωνυμία. Για παράδειγμα, μπορείς να «γράψεις» το όνομά σου ή το όνομα της εταιρείας σου με φυσικά υλικά – πέτρες, βότσαλα, φύλλα δέντρων, λουλούδια, παλιά ραβδιά, άμμος κ.λπ.</p> <p><b>Βήμα 3.</b> Προώθησε – εφόσον είσαι ευχαριστημένος/η με την τέχνη γης σου, τράβηξε φωτογραφίες και βίντεο και μοιράσου τα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσής σου. Όταν τα μοιράζεσαι, πες την ιστορία σου – γιατί θέλεις η επωνυμία σου να είναι πιο βιώσιμη, ποιο είναι το μήνυμά σου στο κοινό σου.</p> <p>Προβληματίσου σχετικά με την άσκηση.</p> |
| Ιδέες για συνέχεια          | Αυτή η άσκηση μπορεί να γίνει και σε ομάδες.  |

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| Πηγές                            |   |
| <b>Μαθησιακή Δραστηριότητα 6</b> |   |
| Τίτλος και αριθμός ενότητας      | Ενότητα 3: Γίνε βιώσιμος!   |
| Θέμα/Εστίαση                     | Πες τη βιώσιμη ιστορία σου!   |
| Μέγεθος ομάδας                   | Ατομικά ή σε μικρές ομάδες  |
| Απαιτούμενος χρόνος              | 20 λεπτά  |
| Απαιτούμενος εξοπλισμός          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Φύλλο χαρτιού (ιδανική είναι η επαναχρησιμοποίηση ήδη τυπωμένων χαρτιών), μολύβια ή στυλό, ψηφιακή συσκευή για γραφή (προαιρετικά)</li> </ul>  |
| Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι         | Η ενίσχυση της ευαισθητοποίησης των καλλιτεχνών σε θέματα βιωσιμότητας.   |
| Λέξεις κλειδιά                   | Φύση, βιωσιμότητα, αφήγηση, προώθηση, γραφή, μέσα κοινωνικής δικτύωσης  |
| Περιγραφή                        | <p>Χρησιμοποιείς βιώσιμες πρακτικές στην τέχνη σου; Είσαι λάτρης της φύσης; Εμπνέεσαι από τη φύση; Είσαι λάτρης του φιλικού προς τη φύση περιβάλλοντος και εκδηλώσεων; Θέλεις να είσαι βιώσιμος/ν καλλιτέχνης/ις (ή ίσως είσαι ήδη); Ή μήπως οραματίζεσαι και ονειρεύεσαι να κάνεις την τέχνη πιο συμπεριληπτική – προσίτη σε όλους; Πραγματοποιείς «πράσινα ταξίδια» όταν ταξιδεύεις για επαγγελματικούς λόγους ως καλλιτέχνης/ίδα; Η μήπως όλα αυτά τα θέματα είναι καινούρια για σένα, αλλά σου αρέσει η ιδέα και σχεδιάζεις να εφαρμόσεις τη βιωσιμότητα στην τέχνη σου;</p> <p>Πες λοιπόν την ιστορία της βιώσιμης τέχνης σου.</p> <p><b>Βήμα 1.</b> Σκέψου πώς συνδέεσαι με τα θέματα της βιωσιμότητας.</p> <p><b>Βήμα 2.</b> Φτιάξε μια ωραία σύντομη ιστορία από αυτό (μέχρι μισή σελίδα). Μην ξεχάσεις να πεις γιατί θέλεις η τέχνη σου να είναι πιο βιώσιμη, ποιο είναι το μήνυμά σου προς το κοινό σου. Γράψε την ιστορία σου ή πες την στην ομάδα.</p> <p><b>Βήμα 3.</b> Προώθησε – εφόσον είσαι ευχαριστημένος/η με την ιστορία σου, μοιράσου την στα μέσα κοινωνικής δικτύωσής σου. Το σημείο αυτό είναι προαιρετικό.</p> <p>Προβληματίσου σχετικά με την άσκηση.</p> |
| Ιδέες για συνέχεια               | Αν σου αρέσει να γράψεις, το blogging ή η αφήγηση, μπορείς να προσπαθήσεις να γράψεις μικρές «βιώσιμες ιστορίες» στα έργα τέχνης/εκδηλώσεις σου όταν τα δημοσιεύεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Για παράδειγμα: «Κάνοντας αυτή τη συναυλία ταξιδεύω μόνο με τρένο, γιατί νοιάζομαι για τη φύση και το μέλλον των επόμενων γενεών».   |
| Πηγές                            |   |

## Ενότητα 4: Βρες τους συνεργάτες σου! Ασκήσεις

### Υπο-ενότητα 1: Τι είναι συνεργασία;

#### Πρακτική άσκηση «Η αντίθετη μέθοδος»:

Τι μπορούμε να κάνουμε για να είναι μια συνεργασία όσο το δυνατόν πιο κακή; Όταν έχεις μια λίστα με πράγματα για το πώς να δημιουργήσεις τη χειρότερη σχέση συνεργασίας, μετάφρασε αυτές τις δηλώσεις σε θετικές, εποικοδομητικές.

#### 1: Ξεκινώντας

##### Άσκηση: Έλα πιο κοντά στον στόχο σου/μελλοντικές συνεργασίες:

- Πρώτον: Γράψε τον στόχο σου, τον χώρο εργασίας ή το άτομο με το οποίο επιθυμείς να συνεργαστείς, τη σύμβαση που θέλεις να υπογράψεις. Σκέψου τα πάντα και σκέψου μεγαλεπήβολα.
- Δεύτερον: Γράψε τις επαφές που έχεις που μπορούν να σε οδηγήσουν εκεί.
- Τρίτον: Ποια βήματα πρέπει να κάνεις για να πας εκεί. Και ποια βασικά άτομα βρίσκονται στο δίκτυό σου.

Ξεκίνα να συνδέεσαι μαζί τους. Όρισε τους ΕΞΥΠΝΟΥΣ ΣΤΟΧΟΥΣ, το σχέδιο δράσης σου.

#### 2: Διαμόρφωση της συνεργασίας

##### Πρακτική άσκηση: Επισήμανε τις ικανότητες που έχεις και ποιες θέλεις να έχεις σε μια μελλοντική ομάδα.

Παρακάτω είναι οι 8 ικανότητες που ορίζει ο Siv Their, Mermerus, καθηγητής εκπαίδευσης ενηλίκων και παιδαγωγικής στο Πανεπιστήμιο Helsingfors:

- **Γνωστική ικανότητα:** Η ικανότητα ανάλυσης και επίλυσης προβλημάτων.
- **Θεωρητική και πρακτική γνώση.**
- **Συναισθηματική ικανότητα:** Προθυμία και επιμονή, δεκτικότητα στην αλλαγή και τον κίνδυνο, ανοχή στο στρες και αντιμετώπισης των αποτυχιών.
- **Κοινωνική ικανότητα:** Η ικανότητα κάποιου να συνεργάζεται και να αλληλεπιδρά με άλλους ανθρώπους, να μαθαίνει τον εαυτό του και να διδάσκει άλλους.
- **Δημιουργική ικανότητα:** Η ικανότητα κάποιου να βλέπει αυτό που δεν είναι ορατό, να φαντάζεται, να απεικονίζει και να οραματίζεται εναλλακτικές λύσεις και δυνατότητες, να δημιουργεί εικόνες και οράματα.
- **Παιδαγωγική/επικοινωνιακή επάρκεια:** Η ικανότητα κάποιου να διαμορφώνει, να μεταφέρει και να λαμβάνει μηνύματα, να επικοινωνεί.
- **Διοικητική ικανότητα:** Η ικανότητα διαχείρισης, σχεδιασμού, ανάπτυξης, δομής και οργάνωσης της εργασίας κάποιου και των άλλων.
- **Στρατηγική ικανότητα:** Η ικανότητα επιλογής και λήψης των σωστών ενεργειών. Να είναι κανείς σε θέση να εξετάσει και να προβλέψει τον αντίκτυπο διαφόρων παραγόντων στη

λειτουργία.

Σκέψου τις ακόλουθες ερωτήσεις:

- Τι είσαι προσωπικά διατεθειμένος/η να συνεισφέρεις για να γίνει η συνεργασία πιο αποτελεσματική;
- Τι είναι αυτή η συνεργασία, που εκφράζεται σε δέκα λέξεις το πολύ;
- Πώς ενθαρρύνετε ο ένας τον άλλον στην ομάδα;
- Αν έπρεπε να επιλέξεις, τι είναι πιο σημαντικό σε αυτή τη συνεργασία - να γίνει πιο δημιουργική ή πιο δομημένη και οργανωμένη;

**3 Εξελίσσοντας τη συνεργασία**

Πρακτική άσκηση: Γράψε μια επιστολή στον εαυτό σου.

Αναλόγισου τις 8 ικανότητες και κοίταξε ξανά τους ΕΞΥΠΝΟΥΣ στόχους σου: είσαι έτοιμος/η για συνεργασία; Και έχει αλλάξει κάποια από τις πληροφορίες που έγραψες στην αρχή;

Γράψε μια επιστολή στον εαυτό σου - κανείς άλλος δεν θα τη διαβάσει. Διάβασέ τη ξανά μέσα σε 2-3 μήνες.

Προτάσεις για το τι μπορεί να αφορούν οι επιστολές:

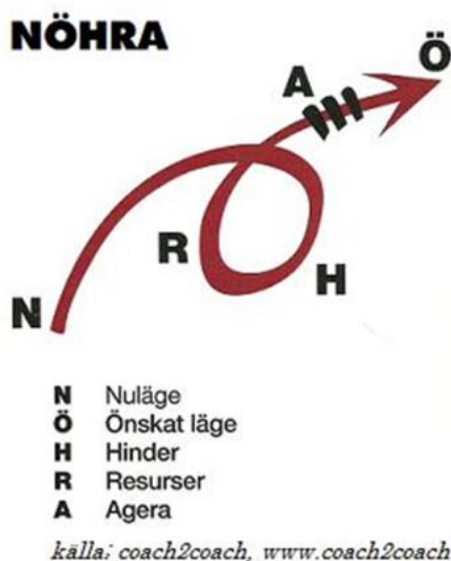
- Τρεις ιδέες ή διδάγματα που αντλήθηκαν στο πλαίσιο αυτής της ενότητας
- Σε 2-3 μήνες, θα κάνω... Έχω αρχίσει να δουλεύω...
- Αυτό που με άγγιξε περισσότερο ήταν...
- Ως αποτέλεσμα αυτής της ενότητας και του μαθήματος θα...

Όταν οι επιστολές εμφανίζονται λίγους μήνες αργότερα, οι εκπαιδευόμενοι θυμούνται τη δραστηριότητα στην οποία συμμετείχαν.

**Ενότητα 5: Γνώρισε την αγορά σου! Ασκήσεις**

**Υπο-ενότητα 1: Τι είναι η Ανάλυση Αγοράς;**

Πρακτική άσκηση: NOPRA - Now (Τώρα), Objective (Στόχος), Problems (Προβλήματα), Resources (Πόροι), Actions (Ενέργειες).



«Το μοντέλο NOPRA - Now (Τώρα), Objective (Στόχος), Problems (Προβλήματα), Resources (Πόροι), Actions (Ενέργειες) είναι αρχικά ένα μοντέλο ταξινόμησης που χρησιμοποιείται στο coaching. Λειτουργεί, επίσης, άριστα ως μοντέλο για την εργασία με βελτιώσεις και ανάπτυξη».

Εφαρμόζοντας και αναλύοντας όλα τα βήματα από το 1<sup>ο</sup> ως το 6<sup>ο</sup>, θα αρχίσεις να

οραματίζεσαι και να αναγνωρίζεις τον δρόμο που πρέπει να ακολουθήσεις για να πας από την τρέχουσα κατάσταση σου προς τους στόχους και το όραμά σου.

Χρησιμοποίησε φορητό υπολογιστή ή στυλό και χαρτί για να γράψεις κάθε βήμα και δευτερεύουσες ερωτήσεις.

Περιγράψε τη διαδικασία και τις διάφορες περιοχές σύμφωνα με το NOPRA. Περιγράψε την «τρέχουσα κατάσταση» σου στην κορυφή ενός πίνακα σεμιναρίου.

**1. NOW (ΤΩΡΑ): Τρέχουσα κατάσταση, γράψε τις ερωτήσεις και προβληματίσου.**

- Ποια είναι η κατάσταση της τέχνης σου αυτή τη στιγμή;
- Πώς είναι η τρέχουσα κατάστασή σου;
- Πώς επηρεάζεσαι από την τρέχουσα κατάσταση σου;
- Τι θα μπορούσε να είναι καλύτερο;
- Τι είναι καλό για την τρέχουσα κατάσταση;
- Υπάρχει κάτι που σε ανησυχεί;
- Ποιο είναι το πρόβλημα, πιο συγκεκριμένα;
- Πώς ξέρεις ότι είναι πρόβλημα;
- Τι έχεις προσπαθήσει μέχρι τώρα για να αλλάξεις την κατάστασή σου;

**2. OBJECTIVE (ΣΤΟΧΟΣ): Επιθυμητή κατάσταση, Γράψε τις ερωτήσεις και προβληματίσου.**

- Τι θέλεις να πετύχεις;
- Πού και πότε θέλεις να το πετύχεις;
- Πώς ξέρεις ότι έχεις επιτύχει το αποτέλεσμα που επιδίωκες; Τι βλέπεις, ακούς και αισθάνεσαι τότε;
- Όταν πετύχεις το αποτέλεσμά σου, σε τι θα οδηγήσει;
- Πώς επηρεάζει το αποτέλεσμά σου τους άλλους;
- Χρειάζεται να επαναπροσδιορίσετε τους μακροπρόθεσμους στόχους σου; Αν ναι, πώς;

Εμπόδια:

- Τι σε εμποδίζει;
- Πώς σε εμποδίζουν οι άλλοι;
- Αναγνωρίζεις αυτό το εμπόδιο από οποιοδήποτε άλλο μέρος της ζωής σου;
- Είναι αντικειμενικά δυνατό να φτάσεις στην επιθυμητή κατάσταση;

**3. RESOURCES (ΠΟΡΟΙ): Γράψε τις ερωτήσεις και προβληματίσου.**

- Τι χρειάζεσαι για να πετύχεις τον στόχο σου;
- Τι κάνεις ήδη που σε βοηθά να φτάσεις στην επιθυμητή κατάσταση;
- Τι πόρους διαθέτεις ήδη: χρόνο, δεξιότητες κ.λπ.; Τι άλλους πόρους χρειάζεσαι;
- Τι περιμένετε ο ένας από τον άλλον;
- Σε μια κλίμακα από το 1 έως το 10, πόσο κίνητρο έχεις να κάνεις ό,τι απαιτείται για να φτάσεις στον στόχο σου;

**4. ACTIONS (ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ): Ανάλαβε δράση, γράψε τις ερωτήσεις και**



### προβληματίσου.

- Τι πρέπει να κάνεις στη συνέχεια;
- Ποια μέτρα έχεις λάβει ήδη για την επίτευξη του στόχου;
- Τι πρέπει να ξεκινήσεις/συνεχίσεις/σταματήσεις να κάνεις για να φτάσεις στην επιθυμητή κατάσταση;
- Ποιο είναι το πρώτο πράγμα που πρέπει να κάνεις για να πετύχεις τον στόχο σου; Πώς; Πότε;
- Τι περιμένεις να κάνουν οι άλλοι για να σε βοηθήσουν να πετύχεις τους στόχους σου; Πώς διασφαλίζεις ότι γνωρίζουν τι περιμένεις;

**Χρόνος:** περίπου 1 ώρα

**Εξοπλισμός:** Flipchart ή πίνακας και μαρκαδόροι.

**Προετοιμασία:** Καμία.

**Πηγή:** <https://www.resultatbolaget.se/post/n%C3%B6hra-grym-metod-f%C3%B6r-att-ta-n%C3%A4sta-spr%C3%A5ng>

### Υπο-ενότητα 2: Ποιοι είναι οι ανταγωνιστές σου;

Πρακτική άσκηση: Ποιοι είναι οι ανταγωνιστές σου;

Όταν σχεδιάζεις την επιχείρησή σου, είναι σημαντικό να σκεφτείς τις στρατηγικές σου για το μάρκετινγκ και την επικοινωνία. Μια καλή αρχή είναι να εξετάσεις τη θέση σου στην αγορά σήμερα σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές σου.

- 1) Ξεκίνα προσδιορίζοντας την αγορά-στόχο σου κατονομάζοντας ποιοι είναι οι βασικοί πελάτες σου: Ποιος είναι ο ιδανικός πελάτης σου με βάση την έρευνα αγοράς και τα πραγματικά δεδομένα για τους υπάρχοντες πελάτες σου;
  - Κατάγραψε τους κορυφαίους ανταγωνιστές σου καθώς και τις παρακάτω πληροφορίες για τον καθένα:
    - ⇒ **Συγκριτική δύναμη** - Ποια είναι τα πλεονεκτήματα της εταιρίας σου που δεν διαθέτει ο ανταγωνιστής;
    - ⇒ **Συγκριτική αδυναμία** - Σε ποιους τομείς ή χαρακτηριστικά υπερیشούν οι ανταγωνιστές σου;
    - ⇒ **Αντίστιξη** - Εάν αναφέρεται μια συγκριτική αδυναμία στις διαπραγματεύσεις, ποια αντίστιξη μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αντιμετώπιση των αδυναμιών αυτών;
- 2) Στη συνέχεια, εξέτασε τη γεωγραφική σου αγορά προσδιορίζοντας τη φυσική τοποθεσία της αγοράς-στόχου σου. Μπορείς επίσης να ορίσεις τη θέση σου στην αγορά σε σύγκριση με άλλους επιχειρηματίες στον τομέα σου, κάνοντας μια ανάλυση ανταγωνιστών. **Αναρωτήσου:** Τι προσφέρω που κανένας άλλος καλλιτέχνης, εταιρεία, προϊόν ή υπηρεσία δεν κάνει ή δεν κάνει τόσο καλά όσο εγώ;

## Ενότητα 6: Προώθησε την τέχνη σου! Ασκήσεις

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 1

Προσωπικότητες κοινού-στόχου

|  | Προσωπικότητα 1 | Προσωπικότητα 2 |
|--|-----------------|-----------------|
| Όνομα  |                 |                 |
| Ηλικία (κατά περίπτωση)                                      |                 |                 |
| Φύλο (κατά περίπτωση)  |                 |                 |
| Εργασία (κατά περίπτωση)                                     |                 |                 |
| Κανάλια (πού θα συνδεθείς μαζί τους;)                        |                 |                 |
| Στόχοι (τι θέλουν)   |                 |                 |
| Αδυναμίες (ποια είναι τα πιθανά εμπόδια σε αυτό που θέλουν;) |                 |                 |
| Προστιθέμενη αξία (ποιο μήνυμα ή αξία θέλεις να μεταφέρεις;) |                 |                 |

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 2

Ανάλυση ανταγωνισμού

|              | Ανταγωνιστής 1 | Ανταγωνιστής 2 |
|--------------|----------------|----------------|
| Ανταγωνιστής |                |                |

|                                   |  |  |
|-----------------------------------|--|--|
| Σκοπός, αποστολή, όραμα και αξίες |  |  |
| Εμφάνιση και αίσθηση επωνυμίας    |  |  |
| Πρόταση αξίας                     |  |  |
| Σλόγκαν                           |  |  |
| Βασικά προϊόντα/υπηρεσίες         |  |  |
| Τόνος φωνής                       |  |  |
| Κανάλια μάρκετινγκ                |  |  |
| Κανάλια πωλήσεων (κατά περίπτωση) |  |  |
| Δυνατά σημεία                     |  |  |
| Αδύνατα σημεία                    |  |  |
| Ομοιότητες                        |  |  |
| Διαφορές                          |  |  |

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 3 Παιχνίδι Συσχέτισης

**If your brand was a person, choose 3-5 words that would describe him or her.**

|             |               |              |
|-------------|---------------|--------------|
| Simple      | Artistic      | Strong       |
| Beautiful   | Bold          | Childish     |
| Funny       | Serious       | Goofy        |
| Responsible | Professional  | Angry        |
| Dry         | Corporate     | Hipster      |
| Wealthy     | Sophisticated | Bohemian     |
| Extravagant | Silly         | Modest       |
| Fun         | Patriotic     | Fashionable  |
| Affordable  | Rebellious    | Activist     |
| Charitable  | Caring        | Handy        |
| Outdoorsy   | Young         | Effective    |
| Reliable    | Witty         | Peaceful     |
| Smart       | Confident     | Weird        |
| Fast        | Chill         | Blunt        |
| Manly       | Experienced   | Vigilant     |
| Trendy      | Flamboyant    | Secure       |
| Quirky      | Honest        | Rugged       |
| Active      | Bookworm      | Sexy         |
| Eloquent    | Resourceful   | Over-the-top |
| Expert      | Efficient     | Party Animal |
| Energetic   | Creative      | Discrete     |
| Daring      | Zen           | Exclusive    |

Κοίταξε την επωνυμία σου απεικονίζοντάς την ως άτομο. Ποιες λέξεις θα χρησιμοποιούσες για να περιγράψεις αυτό το άτομο; Πώς θα ήταν;

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 4 Δημιουργία σλόγκαν

- 1) Κάθε εκπαιδευόμενος πρέπει να γράψει μια σύντομη παράγραφο που εξηγεί ποιος είναι και τι κάνει (5 λεπτά).
- 2) Στα επόμενα πέντε λεπτά, κάθε εκπαιδευόμενος πρέπει να συμπυκνώσει την παράγραφο σε 1 ή 2 γραμμές. Λάβε υπόψη ότι:
  - Η συμπάθεια έχει σημασία
  - Να υπάρχει συναίσθημα
  - Το λιγότερο δεν είναι απαραίτητα περισσότερο
- 3) Στα επόμενα πέντε λεπτά, κάθε εκπαιδευόμενο πρέπει να συμπυκνώσει και να «ομορφύνει» ακόμη περισσότερο τις 2 γραμμές. Εάν υπάρχουν

- πολλές επιλογές, τότε μπορούν να γίνουν 3 παραδείγματα.
- 4) Μοιράσου το σλόγκαν με την ομάδα.

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 5

#### Δημιούργησε την παλέτα χρωμάτων σου

- 1) Χρησιμοποίησε τις λέξεις που επέλεξες στη δραστηριότητα «Παιχνίδι συσχέτισης» και επισκέψου το [colors.co](http://colors.co) για να ξεκινήσεις να δημιουργείς.
- 2) Βρες τα χρώματά σου με βάση τις λέξεις που είχες επιλέξει στο παιχνίδι συσχέτισης (χρόνος: 10 λεπτά).
- 3) Μοιράσου την παλέτα χρωμάτων σου με την ομάδα.

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 6

#### Δημιουργία Δήλωσης Καλλιτέχνη

Η δήλωση καλλιτέχνη θα πρέπει να περιγράφει εν συντομία το έργο σου και τι σημαίνει το έργο σου. Δεν πρέπει να είναι μεγαλύτερη από 1 σελίδα και μπορεί να είναι μικρότερη από εκατό λέξεις.

Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για πολλαπλές προωθητικές δραστηριότητες, όπως πορτφόλιο τέχνης, αναφορές στον τύπο, αιτήσεις ή υποβολές.

Δύο (2) πράγματα που πρέπει να θυμάσαι κατά τη δημιουργία της δήλωσης καλλιτέχνη:

1. Περίγραψε την εργασία σου και τι σημαίνει η εργασία σου.
2. Ενσωμάτωσε την προσωπικότητά σου και τον τόνο της φωνής σου.
3. Στη συνέχεια, ακολούθησε τα παρακάτω βήματα για να δημιουργήσεις τη δήλωσή σου:
  - α) Δημιούργησε έναν νοητικό χάρτη για την εργασία σου. Τι σου έρχεται στο μυαλό για τη δουλειά σου; Πώς συνδέεται; Τι επαναλαμβάνεται; Τι συγκρούεται; Τι ξεχωρίζει; Ποιο είναι το πιο μοναδικό;
  - β) Πάρε συνέντευξη από τον εαυτό σου ή ζήτησε από κάποιον άλλο να σου πάρει συνέντευξη και φρόντισε να την καταγράψεις. Αυτό μπορεί να βοηθήσει στην αποφυγή χρήσης περίπλοκης γλώσσας και ορολογίας. Επιπλέον, θα μπορούσε να προσδώσει έναν συνομιλητικό τόνο στο γράψιμό σου. Όταν ακούς την ηχογράφηση, μετάγραψε μερικές καλές προτάσεις και χρησιμοποίησέ τις στη δήλωσή σου.

Παραδείγματα ερωτήσεων:

- Ποιες είναι οι επιρροές σου;
- Περίγραψε τη δουλειά σου σε ένα παιδί.
- Πώς φτιάχνεις τη δουλειά σου;
- Πώς τα υλικά σου ενημερώνουν την ιδέα σου;
- Πώς είναι η δουλειά σου μοναδική;

γ) Περίγραψε τις απαραίτητες πληροφορίες από τον νοητικό χάρτη και τη συνέντευξη. Η δήλωση καλλιτέχνη χρειάζεται συγκεκριμένες πληροφορίες. Έτσι, μπορεί να είναι χρήσιμο να δημιουργήσεις μια αρχική λίστα βασικών πληροφοριών, που θα λειτουργεί σαν σκελετός για τη δήλωσή σου.

δ) Γράψε σε ενεργητική φωνή. Μια ευχάριστη εφαρμογή ως πρώτη στρατηγική επεξεργασίας για να διατηρήσεις ενεργητική φωνή είναι το Hemingway Editor. Αυτή η διαδικτυακή εφαρμογή ελέγχει τη γραφή για

παθητική φωνή, επιρρήματα και επαναλαμβανόμενες προτάσεις.  
ε) Δημιούργησε διαφορετικές εκδόσεις για διαφορετικές ευκαιρίες. Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, η δήλωση καλλιτέχνη μπορεί να χρησιμοποιηθεί για διάφορους διαφημιστικούς σκοπούς. Ως εκ τούτου, είναι επίσης σημαντικό να γράψεις διαφορετικές εκδόσεις που να ταιριάζουν καλύτερα στον εκάστοτε σκοπό.

Τι πρέπει και τι δεν πρέπει να κάνεις:

| Τι να κάνεις                                       | Τι να μην κάνεις  |
|--|---|
| Να είσαι συγκεκριμένος/η                           | Μην χρησιμοποιείς ορολογία  |
| Συμπερίλαβε ακριβείς αναφορές                      | Μην γενικεύεις  |
| Χρησιμοποίησε ενεργητική φωνή                      | Μην χρησιμοποιείς παθητική φωνή ή μην είσαι ασυνεπείς σχετικά με τις φωνές                                      |
| Χρησιμοποίησε πολλούς συντάκτες                    | Μην συμπεριλαμβάνεις περιττές, επιτηδευμένες αναφορές   |
| Να είσαι ξεκάθαρος/η                               | Μην χρησιμοποιείς βιογραφικά στοιχεία   |
| Να είσαι σαφής                                     | Μην ρομαντικοποιείς   |
| Ταίριαξε το γράψιμό σου με την εργασία σου         | Μην χρησιμοποιείς δηλώσεις που αρχίζουν με «ελπίζω», «θα» ή «προσπαθώ», αντί να πεις τι κάνεις με αυτοπεποίθηση |
| Άλλαξε τη δήλωσή σου με βάση την εκάστοτε ευκαιρία |   |
| Τράβα τον αναγνώστη στον κόσμο σου                 |   |

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 7

Προετοίμασε τη σύντομη παρουσίασή σου για δικτύωση

Η παρουσίαση για δικτύωση πρέπει να περιλαμβάνει αρκετά σημαντικά στοιχεία. Ακολούθησε αυτά τα βήματα και θα συμπεριλάβεις όλα τα απαραίτητα στοιχεία, ώστε να γράψεις τη δική σου σύντομη παρουσίαση.

- 1) **Συστήσου** - Υπάρχει μεγάλη ευελιξία στην εισαγωγή. Θα πρέπει να περιλαμβάνει τις σχετικές με εσένα πληροφορίες και την επωνυμία σου, όπως κάτι μοναδικό, το είδος τέχνης σου, τα έργα τέχνης σου κ.λπ. Αλλά μπορείς επίσης να αναφέρεις πιθανές συνδέσεις ή άλλες σχετικές πληροφορίες που απαιτούνται για την εκδήλωση δικτύωσης στην οποία μπορεί να παρίστασαι.
- 2) **Προσδιόρισε τον στόχο/σκοπό σου** - Μπορεί να βοηθήσει το άτομο στο οποίο μιλάς να σου δείξει τη σωστή κατεύθυνση για περαιτέρω βοήθεια. Εάν οι στόχοι σου δεν είναι σαφείς, δεν θα είναι σε θέση να σε βοηθήσει αποτελεσματικά.
- 3) **Περίγραψε τη σχετική εμπειρία σου** - Δώσε 1-2 «γερά» παραδείγματα της εμπειρίας σου που σχετίζονται με το άτομο με το οποίο μιλάς ή με την εκδήλωση στην οποία παρίστασαι. Μην επαναλάβεις τίποτα που ανέφερες στην εισαγωγή σου.
- 4) **Ολοκλήρωσε** - Συνόπισε τα όλα σε μία σύντομη αλλά ενδιαφέρουσα τελικά πρόταση. Αυτό θα επιβεβαιώσει τι θέλεις και πώς μπορεί να σε βοηθήσει το άτομο με το οποίο μιλάς.

- 5) **Αλληλεπίδρασε με μια ερώτηση** - Να έχεις περιέργεια. Οι άνθρωποι απολαμβάνουν να μοιράζονται τα δικά τους ενδιαφέροντα. Κάνε ερωτήσεις, όπως: Τι κάνεις; Πώς ξεκίνησες να ασχολείσαι με αυτόν τον τομέα; Τι σου αρέσει ή δεν σου αρέσει σε αυτό; Τι συμβουλή θα έδινες σε κάποιον που εισέρχεται σε αυτόν τον τομέα;
- 6) **Συνέχεια** - Ενώ είστε ακόμη σε συζήτηση, διερεύνησε πιθανές ευκαιρίες για τη συνέχιση της συζήτησης, για παράδειγμα: ίσως θα μπορούσαμε να συναντηθούμε και να το συζητήσουμε περαιτέρω; Σε συνέχεια, υπάρχει κάποιο συγκεκριμένο άτομο με το οποίο πρέπει να επικοινωνήσω; Μπορώ να συνδεθώ μαζί σου στο LinkedIn; Μπορώ να έχω την επαγγελματική σου κάρτα; Μπορώ να σου δώσω/στείλω το πορτοφόλι μου;

## Ενότητα 7: Πώς να τακτοποιήσεις τα οικονομικά σου! Ασκήσεις

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 1

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <b>Τίτλος και αριθμός ενότητας</b> | Ενότητα 7: Πώς να τακτοποιήσεις τα οικονομικά σου   |
| <b>Θέμα/Εστίαση</b>                | Οικονομικό Πλάνο – Ερωτήσεις προβληματισμού   |
| <b>Μέγεθος ομάδας</b>              | Δεν απαιτείται συγκεκριμένο μέγεθος ομάδας  |
| <b>Απαιτούμενος χρόνος</b>         | +/- 10 λεπτά  |
| <b>Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι</b>    | Κάνοντας ερωτήσεις στον εαυτό σου, θα πάρεις μια ιδέα για το πού βρίσκεσαι και τι επιθυμείς, από οικονομικής άποψης, για την επιχείρησή σου.  |
| <b>Λέξεις κλειδιά</b>              | Οικονομικό Πλάνο, Προβληματισμός, Οικονομική θέση, Οικονομικοί στόχοι   |
| <b>Περιγραφή</b>                   | Βήμα 1. Απάντησε στις ακόλουθες ερωτήσεις στην επόμενη σελίδα αναφορικά με εσένα.<br><br>Βήμα 2. Μοιράσου την απάντηση που θέλεις να μοιραστείς με την ομάδα. Έχει καλύτερη ιδέα για το ποιες είναι οι ανάγκες και ποιοι οι στόχοι σου;                           |
| <b>Ιδέες για συνέχεια</b>          | Οι απαντήσεις προβληματισμού μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την περαιτέρω ανάπτυξη του οικονομικού πλάνου ή των οικονομικών στόχων. Κράτησε τις ανάγκες και τους στόχους σου πάντα στο πίσω μέρος του μυαλού σου!   |
| <b>Πηγές</b>                       | Οι 6 οικονομικές πρακτικές που χρειάζεται κάθε καλλιτέχνης (χ.χ.) Ανακτήθηκε από: <a href="https://www.artworkarchive.com/blog/the-6-financial-practices-every-artist-needs">https://www.artworkarchive.com/blog/the-6-financial-practices-every-artist-needs</a> |

Ποιες είναι οι δικές μου προσωπικές οικονομικές ανάγκες;

---



---



---

Ποιες είναι οι οικονομικές ανάγκες της επιχείρησής μου (π.χ. υλικά, χώρος, παραστάσεις);

---



---



---

Με πόσους τρόπους μπορώ να κερδίσω χρήματα από την καλλιτεχνική μου επιχείρηση; Διευκρίνισε.

---



---



---

Υπάρχουν δυνατότητες ανταλλαγής του έργου τέχνης μου με άλλες υπηρεσίες (όπως φωτογραφία, μάρκετινγκ κ.λπ.); Εάν ναι, πώς;

---



---



---

Τι θέλω να πετύχω με την επιχείρησή μου;

---



---



---

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 2

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <b>Τίτλος και αριθμός ενότητας</b> | Ενότητα 7: Πώς να τακτοποιήσεις τα οικονομικά σου!  |
| <b>Θέμα/Εστίαση</b>                | Τιμολόγηση του έργου τέχνης σου   |
| <b>Μέγεθος ομάδας</b>              | Δεν απαιτείται συγκεκριμένο μέγεθος ομάδας  |
| <b>Απαιτούμενος χρόνος</b>         | +/- 20 λεπτά  |
| <b>Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι</b>    | Αυτό είναι ένα παράδειγμα για το πώς μπορείς να τιμολογήσεις το δικό σου έργο τέχνης, το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως έμπνευση της δικής σου τιμολόγησης.                                |
| <b>Λέξεις κλειδιά</b>              | Τιμολόγηση έργων τέχνης, Οικονομικά   |
| <b>Περιγραφή</b>                   | Βήμα 1. Διάβασε την άσκηση (βλ. επόμενη σελίδα).<br><br>Βήμα 2. Χρησιμοποίησε το πρότυπο ανάλυσης για να αναλύσεις την κατάσταση της Άννας και να μάθεις ποια πιστεύεις ότι πρέπει να είναι η |



|                           |   |
|---------------------------|---|
|                           | τιμή του έργου της. Αυτό μπορεί να γίνει είτε μεμονωμένα είτε σε μικρές ομάδες.<br>Βήμα 3. Μοιράσου με την ομάδα ποια είναι η τιμή που έμαθες.<br><br>Βήμα 4. Ρίξε μια ματιά στο πώς ο δημιουργός της ανάθεσης έφτασε στην τιμή.                                    |
| <b>Ιδέες για συνέχεια</b> | Αυτή η εργασία μπορεί να χρησιμοποιηθεί για έμπνευση σχετικά με το πώς να τιμολογήσεις το δικό σου έργο τέχνης και να διασφαλίσεις την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο μπορεί να γίνει αυτό.  |
| <b>Sources</b>            | Parrish, D. (χ.χ.). <i>Πώς να υπολογίσετε τις τιμές στις δημιουργικές βιομηχανίες</i> . Ανακτήθηκε από: <a href="https://www.davidparrish.com/financial-management-creative-industries/">https://www.davidparrish.com/financial-management-creative-industries/</a> |

### Άσκηση - Τιμολόγηση του έργου τέχνης της Άννας

Η Άννα είναι σχεδιάστρια.  
Κατασκευάζει και πουλά 100 αντικείμενα ετησίως.

Οι πρώτες ύλες για κάθε είδος κοστίζουν 50 £.

Εργάζεται 40 εβδομάδες τον χρόνο, επιτρέποντας διακοπές και άλλες άδειες για οικογενειακές υποχρεώσεις κ.λπ.

Εργάζεται 50 ώρες την εβδομάδα, κατά μέσο όρο.

Κατά τη διάρκεια του έτους, ο μισός χρόνος εργασίας της είναι στο σχεδιασμό και την κατασκευή. Το άλλο μισό κάνει όλες τις άλλες απαραίτητες επιχειρηματικές εργασίες, όπως μάρκετινγκ, τήρηση βιβλίων και λογαριασμών, δικτύωση, διοίκηση κ.λπ.

Η Άννα πρέπει να εξασφαλίζει τουλάχιστον 15 £ την ώρα.

Η επιχείρηση της Άννας έχει πάγια έξοδα (γενικά έξοδα), τα οποία πρέπει να πληρώνει κάθε χρόνο, ανεξάρτητα από το ποσό της δουλειάς που κάνει. Αυτά περιλαμβάνουν ενοίκιο, τηλέφωνο, διαδίκτυο, συντήρηση ιστοσελίδας, ασφάλιση, επαγγελματικές αμοιβές, συνδρομές για περιοδικά, μεταφορές και άλλα έξοδα.

Περιλαμβάνει, επίσης, αποσβέσεις στον εξοπλισμό της κάθε χρόνο, παρόλο που αυτό δεν είναι προφανές επιχειρηματικό έξοδο (επειδή δεν γράφει ποτέ επιταγή για «απόσβεση»).

Όλα αυτά τα γενικά έξοδα, συμπεριλαμβανομένων των αποσβέσεων,

ανέρχονται συνολικά σε 5.000 £ ετησίως.

Η Άννα χρειάζεται τη βοήθειά σου για να υπολογίσει την ελάχιστη τιμή στην οποία μπορεί να πουλήσει τα έργα της, αν θέλει να διασφαλίσει ότι κερδίζει τουλάχιστον 15 £ ανά ώρα.



**Ας αναλύσουμε την επιχείρησή της, βήμα προς βήμα:**

Συνολικός αριθμός δεδουλευμένων ωρών ανά έτος=  
Αριθμός ωρών εργασίας για τον σχεδιασμό και την κατασκευή=  
«Ώρες σχεδιασμού» ανά τεμάχιο=

Κόστος εργασίας σε κάθε τεμάχιο=

Άμεσο κόστος κάθε είδους (πρώτες ύλες συν εργασία)=

*Πρέπει επίσης να λάβουμε υπόψη τα γενικά έξοδα της επιχείρησης και κάθε τεμάχιο που πωλείται πρέπει να συνεισφέρει στα γενικά έξοδα για να στηρίξει το έμμεσο κόστος της επιχείρησης.*

Έμμεσες δαπάνες (ή πάγιες δαπάνες) της επιχείρησης (εκτός εργασίας)=  
Έμμεσο κόστος εργασίας (χρόνος που πρέπει να πληρωθεί η Άννα, ακόμη και όταν δεν σχεδιάζει ή κατασκευάζει)=  
Συνολικό έμμεσο κόστος, συμπεριλαμβανομένης της εργασίας=



Η «συνεισφορά στα πάγια έξοδα» που πρέπει να καταβληθεί από κάθε πωλούμενο αντικείμενο, για την κάλυψη αυτών των επιχειρηματικών δαπανών=

*Το συνολικό κόστος κάθε στοιχείου, συμπεριλαμβανομένων όλων των γενικών εξόδων= (Αυτή είναι η τιμή στην οποία η Άννα πρέπει να πουλήσει κάθε αντικείμενο για να ισοσκελίσει και να πληρώσει όλα τα έξοδά της, συμπεριλαμβανομένης της δικής της εργασίας)*

**Απάντηση σύμφωνα με τον David Parrish:**

Συνολικός αριθμός δεδουλευμένων ωρών ανά έτος= 2,000

Αριθμός ωρών εργασίας για το σχεδιασμό και την κατασκευή= 1,000

«Ώρες σχεδιασμού» ανά τεμάχιο= 10

Κόστος εργασίας σε κάθε αντικείμενο= £150 (δέκα ώρες x £ 15 ανά ώρα)

Άμεσο κόστος κάθε αντικειμένου (πρώτες ύλες συν εργασία) = £200 (£50 + £150)

*Πρέπει επίσης να λάβουμε υπόψη τα γενικά έξοδα της επιχείρησης και κάθε αντικείμενο που πωλείται πρέπει να συνεισφέρει στα γενικά έξοδα για να στηρίξει το έμμεσο κόστος της επιχείρησης.*

Έμμεσες δαπάνες (ή πάγιες δαπάνες) της επιχείρησης (εκτός εργασίας)= £5,000

Έμμεσο κόστος εργασίας (χρόνος που πρέπει να πληρωθεί η Άννα, ακόμα και όταν δεν είναι

σχεδιασμός και κατασκευή)= £15,000 (£15 x 1,000 hours)

Συνολικό έμμεσο κόστος (σταθερό κόστος), συμπεριλαμβανομένης της εργασίας= £20,000

Η «συνεισφορά στα πάγια έξοδα» που πρέπει να καταβληθεί από κάθε πωλούμενο αντικείμενο για την κάλυψη αυτών των επιχειρηματικών εξόδων= £200 (£20,000 / 100 αντικείμενα)

Το συνολικό κόστος κάθε αντικειμένου, συμπεριλαμβανομένων όλων των γενικών εξόδων= £400 (£200 + £200)

(Αυτή είναι η τιμή στην οποία η Άννα πρέπει να πουλήσει κάθε αντικείμενο, προκειμένου να ισοσκελίσει και να πληρώσει όλα τα έξοδά της, συμπεριλαμβανομένης της δικής της εργασίας)



### Μαθησιακή Δραστηριότητα 3

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <b>Τίτλος και αριθμός ενότητας</b> | Ενότητα 7: Πώς να τακτοποιήσεις τα οικονομικά σου!  |
| <b>Θέμα/Εστίαση</b>                | Καθορισμός Οικονομικών Στόχων   |
| <b>Μέγεθος ομάδας</b>              | Δεν απαιτείται συγκεκριμένο μέγεθος ομάδας  |
| <b>Απαιτούμενος χρόνος</b>         | +/- 20 λεπτά  |
| <b>Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι</b>    | Αυτό το πρότυπο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να ορίσεις τους δικούς σου οικονομικούς στόχους, όπου διαχωρίζονται οι βραχυπρόθεσμοι από τους μεσοπρόθεσμους και τους μακροπρόθεσμους στόχους.  |
| <b>Λέξεις κλειδιά</b>              | Οικονομικοί στόχοι, Προσδιορισμός και ανάλυση, Οικονομικά   |
| <b>Περιγραφή</b>                   | <p>Βήμα 1. Ξεκίνα τον καταγισμό ιδεών για όλα όσα έχουν σημασία για σένα και θέλεις να πετύχεις.</p> <p>Βήμα 2. Ξεκαθάρισε πόσο γρήγορα νομίζεις ότι μπορείς να πετύχεις τον στόχο. Θα σου πάρει 1 χρόνο, 2 χρόνια ή περισσότερο; Όταν αποφασίσεις σε ποιο χρονικό πλαίσιο θέλεις να πετύχεις τον στόχο, τοποθέτησε τον στο πρότυπο.</p> <p>Βήμα 3. Εξέτασε ποιο χρηματικό ποσό θα ήταν απαραίτητο για την επίτευξη του στόχου. Βάλε αυτό το ποσό στο πρότυπο.</p> <p>Βήμα 4. Γράψε ποιος θα είναι ο στόχος αποταμίευσης για αυτόν τον στόχο.</p> <p>Βήμα 5 (προαιρετικό). Βάλε τους οικονομικούς στόχους δίπλα στον προϋπολογισμό σου και δες πόσο ρεαλιστικοί είναι οι στόχοι σου.</p> <p>Βήμα 6. Μοιράσου τους στόχους σου με την ομάδα. Υπάρχουν στόχοι που σου λείπουν, είναι ρεαλιστικοί οι στόχοι σου, ποια είναι η γνώμη σου για τους άλλους στόχους;</p> |

|                           |  |
|---------------------------|--|
| <b>Ιδέες για συνέχεια</b> | Χρησιμοποίησε το πρότυπο για να δημιουργήσεις τους δικούς σου ρεαλιστικούς στόχους και να αρχίσεις να εργάζεσαι για την επίτευξή τους. Θυμήσου να ξεκινήσεις με μικρούς στόχους. Πρώτα δώσε προτεραιότητα και μετά πέτυχε! |
| <b>Πηγές</b>              | Άρθρο Gyst: Οικονομικά για καλλιτέχνες. Συγκεντρωθείτε. (χ.χ.). Ανακτήθηκε από: <a href="https://www.gyst-ink.com/finances">https://www.gyst-ink.com/finances</a>  |

### Πρότυπο για τον καθορισμό οικονομικών στόχων

|    | Στόχοι για 1 έτος | Απαιτούμενο ποσό | χρηματικό | Στόχος αποταμίευσης |
|----|-------------------|------------------|-----------|---------------------|
| 1. |                   |                  |           |                     |
| 2. |                   |                  |           |                     |
| 3. |                   |                  |           |                     |
| 4. |                   |                  |           |                     |
|    | Στόχοι για 2 έτη  | Απαιτούμενο ποσό | χρηματικό | Στόχος αποταμίευσης |
| 1. |                   |                  |           |                     |
| 2. |                   |                  |           |                     |
| 3. |                   |                  |           |                     |
| 4. |                   |                  |           |                     |
|    | Στόχοι για 5 έτη  | Απαιτούμενο ποσό | χρηματικό | Στόχος αποταμίευσης |
| 1. |                   |                  |           |                     |
| 2. |                   |                  |           |                     |
| 3. |                   |                  |           |                     |
| 4. |                   |                  |           |                     |
|    | Στόχοι για 10 έτη | Απαιτούμενο ποσό | χρηματικό | Στόχος αποταμίευσης |
| 1. |                   |                  |           |                     |
| 2. |                   |                  |           |                     |
| 3. |                   |                  |           |                     |
| 4. |                   |                  |           |                     |

## Ενότητα 8: Πώς να χρηματοδοτηθείς! Ασκήσεις

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 1

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| Τίτλος και αριθμός ενότητας   | Ενότητα 8: Πώς να χρηματοδοτηθείς!   |
| Θέμα/Εστίαση                  | <b>Ξεκίνα την προετοιμασία της αίτησής σου για χρηματοδότηση: Σύ-<br/>νταξη σημειώματος πρότασης έργου</b><br>Καταιγισμός ιδεών για καλλιτεχνικές ιδέες που θα μετατραπούν σε προ-<br>τάσεις έργων, συντάσσοντας το σημειώμα τους  |
| Μέγεθος ομάδας                | Ανάλογα με το ενδιαφέρον των εκπαιδευόμενων που έχει δηλωθεί εκ-<br>των προτέρων, η δραστηριότητα μπορεί να υλοποιηθεί σε ομάδες των<br>5 ατόμων ή και λιγότερων   |
| Απαιτούμενος χρόνος           | 30 λεπτά έως 1 ώρα   |
| Σκοπός/Μαθησιακοί στό-<br>χοι | Η δραστηριότητα στοχεύει να επαληθεύσει τις γνώσεις των εκπαιδευό-<br>μενων στη θεωρία της ενότητας, ειδικά όσον αφορά τις υπάρχουσες ευ-<br>καιρίες χρηματοδότησης της Ε.Ε. για οργανισμούς και τη διαμόρφωση<br>μιας πρότασης έργου, που μπορεί να καταγραφεί σε ένα σημείωμα πρό-<br>τασης έργου.   |
| Λέξεις κλειδιά                | Προγράμματα χρηματοδότησης της Ε.Ε., Σημείωμα πρότασης έργου,<br>Πρόταση Έργου, Οργανισμού Πολιτιστικού και Δημιουργικού Τομέα,<br>Συμμετοχή σε έργα χρηματοδοτούμενα από την Ε.Ε.   |
| Περιγραφή                     | Η δραστηριότητα « <b>Ξεκίνα την προετοιμασία της αίτησής σου για χρη-<br/>ματοδότηση: Σύναξη σημειώματος πρότασης έργου</b> » στοχεύει στη<br>δοκιμή των γνώσεων που έλαβαν οι εκπαιδευόμενοι σχετικά με τις δυ-<br>νατότητες χρηματοδότησης της Ε.Ε. και τις ευκαιρίες για οργανισμούς<br>του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα. Η δραστηριότητα μπορεί να<br>έχει διάρκεια από 30 λεπτά έως 1 ώρα και μπορεί να υλοποιηθεί σε ο-<br>μάδες που, όμως, δεν υπερβαίνουν τα 5 άτομα, προκειμένου να υλο-<br>ποιηθεί αποτελεσματικά. Οι εκπαιδευόμενοι, με την υποστήριξη των<br>εκπαιδευτών, θα σκεφτούν πρώτα καινοτόμες ιδέες που μπορούν να<br>μετατραπούν σε προτάσεις έργων για χρηματοδοτικά προγράμματα της<br>Ε.Ε. Σύμφωνα με την ιδέα, θα προσδιοριστεί το κατάλληλο πρόγραμμα<br>στο οποίο θα μπορούσε, ενδεχομένως, να υποβληθεί η πρόταση για<br>χρηματοδότηση. Στη συνέχεια, οι εκπαιδευόμενοι θα συζητήσουν τις<br>σχετικές γνώσεις τους σχετικά με το πρόβλημα που παρακινεί την ιδέα<br>του έργου και θα σκεφτούν το γενικό πλαίσιο του προβλήματος, που<br>στην πραγματικότητα θα αποτελούσε το μέρος του ερευνητικού αντι-<br>κειμένου του σημειώματος πρότασης. Τέλος, οι εκπαιδευόμενοι θα α-<br>νταλλάξουν ιδέες και θα συζητήσουν τον σκοπό και τους στόχους του<br>έργου -σύντομα με τη σύντομη ανάλυση του προβλήματος-, τις πιθανές<br>δραστηριότητες που πρόκειται να υλοποιηθούν και τα αναμενόμενα α-<br>ποτελέσματα, οδηγώντας, μετά και τον προσδιορισμό των ομάδων-στό-<br>χων, στην ολοκλήρωση του προσχεδίου του σημειώματος της πρότα-<br>σης. |
| Ιδέες για συνέχεια            | Η δραστηριότητα αυτή εξετάζει τα συγκεκριμένα ζητήματα που αφο-<br>ρούν τη συμμετοχή οργανισμών σε ευκαιρίες χρηματοδότησης από την  |

|              |   |
|--------------|---|
|              | <p>E.E., διαμορφώνοντας σημειώματα πιθανών προτάσεων έργων προς χρηματοδότηση. Ωστόσο, παρόλο που η συγκεκριμένη δραστηριότητα, λόγω του πεδίου εφαρμογής του έργου Cultural Footprint, απευθύνεται σε επαγγελματίες του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα, η δραστηριότητα μπορεί να επεκταθεί περαιτέρω και να χρησιμοποιηθεί και για άλλους τύπους οργανισμών και πεδίων, των οποίων οι δραστηριότητες μπορεί να σχετίζονται με ευκαιρίες χρηματοδότησης (π.χ. τομείς που σχετίζονται με την περιβαλλοντική βιωσιμότητα, τον ψηφιακό μετασχηματισμό κ.λπ.), έτσι ώστε να παρέχονται περαιτέρω ευκαιρίες μάθησης για άλλους οργανισμούς, αναφορικά με την πιθανή συμμετοχή τους σε χρηματοδοτικά προγράμματα της E.E.</p> |
| <b>Πηγές</b> | <p>Διαδικτυακές πύλες και ιστοσελίδες της E.E., κυρίως για τον εντοπισμό κατάλληλων προσκλήσεων για τη διαμόρφωση της ιδέας του έργου. Διαφορετικά, η δραστηριότητα βασίζεται σε καταιγισμό ιδεών και ανταλλαγή απόψεων, με βάση τη θεωρία σχετικά με τις χρηματοδοτήσεις της E.E., προκειμένου να πλαισιωθεί ένα πρόβλημα και να αναπτυχθεί το σημείωμα πρότασης έργου.</p>  |

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 2

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <b>Τίτλος και αριθμός ενότητας</b> | Ενότητα 8: Πώς να χρηματοδοτηθείς!  |
| <b>Θέμα/Εστίαση</b>                | <b>Γράψε την Προσωπική Δήλωση Φιλοξενίας σου για την αίτησή σου σε Residency</b>  |
| <b>Μέγεθος ομάδας</b>              | Ανάλογα με τις ειδικότητες των εκπαιδευόμενων, από 1 έως 5 ομάδες αποτελούμενες από 4 έως και 10 συμμετέχοντες  |
| <b>Απαιτούμενος χρόνος</b>         | 1 ώρα   |
| <b>Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι</b>    | <p>Η δραστηριότητα στοχεύει στην επαλήθευση των γνώσεων που αποκτήθηκαν μετά την εισαγωγή των εκπαιδευόμενων στα προγράμματα φιλοξενίας (Residencies) και τις ακριβείς προϋποθέσεις συμμετοχής, καθώς και την ανάπτυξη της Προσωπικής Δήλωσης για την αίτηση κάποιου ατόμου σε πρόγραμμα Residency. Οι εκπαιδευόμενοι θα συζητήσουν, σύμφωνα με τις ειδικότητές τους, τη σύνταξη των προσωπικών τους δηλώσεων, με στόχο την ανάπτυξη διαφορετικών δειγμάτων προσωπικών δηλώσεων.</p>  |
| <b>Λέξεις κλειδιά</b>              | Residency, πρόγραμμα, κινητικότητα, προσωπική δήλωση  |
| <b>Περιγραφή</b>                   | <p>Οι εκπαιδευόμενοι μπορούν να χωριστούν σε 5 ομάδες των 4 ατόμων, ή ακόμη περισσότερες ομάδες με λιγότερα άτομα, δεδομένου ότι ο σκοπός αυτής της δραστηριότητας δεν είναι μόνο να επαληθεύσει τις γνώσεις που λήφθηκαν από το θεωρητικό μέρος, αλλά και να τις εφαρμόσει στην πράξη. Συγκεκριμένα, οι εκπαιδευόμενοι πρόκειται να αναπτύξουν το δικό τους προσχέδιο μιας προσωπικής δήλωσης. Αφού χωριστούν, οι εκπαιδευόμενοι θα κληθούν να προβληματιστούν, σύμφωνα με την καλλιτεχνική τους ειδικότητα και τις προηγούμενες επαγγελματικές, επίσημες ή ανεπίσημες εμπειρίες, να συζητήσουν και να καταλήξουν στη σύνταξη της πρώτης εκδοχής της προσωπικής τους</p> |

|                           |   |
|---------------------------|---|
|                           | δήλωσης. Αυτό θα έρθει επίσης σύμφωνα με τη θεωρία, σχετικά με τις απαραίτητες προϋποθέσεις.  |
| <b>Ιδέες για συνέχεια</b> | Η δραστηριότητα θα ενισχύσει την αναβάθμιση των δεξιοτήτων των εκπαιδευομένων όσον αφορά την ανάπτυξη και τη συγγραφή της Προσωπικής τους Δήλωσης, η οποία θα είναι επωφελής για την πιθανή αίτησή τους σε προγράμματα Residencies, πολλά από τα οποία θα παρουσιαστούν επίσης κατά τη διάρκεια του θεωρητικού μέρους της ενότητας. Ως εκ τούτου, η ίδια η δραστηριότητα θα χρησιμεύσει ως «εργαστήριο» για την επαλήθευση θεωρητικών γνώσεων, αλλά και για την απόκτηση εμπειρίας στη σύνταξη προσωπικών δηλώσεων για αιτήσεις σε προγράμματα φιλοξενίας. Μπορεί επίσης να χρησιμεύσει σε αντίστοιχες δραστηριότητες που υλοποιούνται από σχετικούς οργανισμούς, για νέους, αναδυόμενους καλλιτέχνες, οι οποίοι δεν έχουν πρότερη εμπειρία στη σύνταξη των προσωπικών τους δηλώσεων. |
| <b>Πηγές</b>              |   |

## Ενότητα 9: Βρες τον επιχειρηματία μέσα σου! Ασκήσεις

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 1

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <b>Τίτλος και αριθμός ενότητας</b> | Ενότητα 9: Βρες τον επιχειρηματία μέσα σου!   |
| <b>Θέμα/Εστίαση</b>                | <b>Σύνδεσε τις έννοιες</b>  |
| <b>Μέγεθος ομάδας</b>              | 10 ή και περισσότερα άτομα  |
| <b>Απαιτούμενος χρόνος</b>         | 20 λεπτά  |
| <b>Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι</b>    | Οι εκπαιδευόμενοι θα μάθουν τη σημασία της κατανόησης συγκεκριμένης ορολογίας όταν συζητούν για έργα, ώστε να εκφράζουν σωστά τις ιδέες τους  |
| <b>Λέξεις κλειδιά</b>              | Ορολογία, έργα, έκφραση   |
| <b>Περιγραφή</b>                   | Ο εκπαιδευτής χρησιμοποιεί ένα κείμενο ή βίντεο που περιγράφει ένα έργο και ζητά να ολοκληρωθεί η άσκηση (2 στήλες, μία με επιχειρηματική ορολογία και μία με λέξεις από το τεστ/βίντεο). Ορισμένες έννοιες μπορεί να είναι δύσκολο να ερμηνευτούν και μπορεί να προκύψει μια συζήτηση σχετικά με τα συμπεράσματα κάθε εκπαιδευόμενου/ης. |



|                           |  |
|---------------------------|--|
|                           | Οι εκπαιδευόμενοι συνδέουν τις έννοιες των δύο στηλών.   |
| <b>Ιδέες για συνέχεια</b> | Οι εκπαιδευόμενοι εξοικειώνονται με συγκεκριμένες έννοιες επιχειρήσεων, επιχειρηματικότητας και έργων. |
| <b>Πηγές</b>              |  |

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 2

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| <b>Τίτλος και αριθμός ενότητας</b> | Ενότητα 9: Βρες τον επιχειρηματία μέσα σου!  |
| <b>Θέμα/Εστίαση</b>                | <b>Αξιολόγησε τις επιχειρηματικές σου δεξιότητες</b>   |
| <b>Μέγεθος ομάδας</b>              | 10 ή και περισσότερα άτομα   |
| <b>Απαιτούμενος χρόνος</b>         | 25 λεπτά   |
| <b>Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι</b>    | Οι εκπαιδευόμενοι θα μάθουν να αξιολογούν την επιχειρηματική τους νοοτροπία και να αναγνωρίζουν, ενδεχομένως, ότι διαθέτουν ήδη κάποιες επιχειρηματικές δεξιότητες.  |
| <b>Λέξεις κλειδιά</b>              | Entrecomp  |
| <b>Περιγραφή</b>                   | Λήψη του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Επιχειρηματικών Δεξιοτήτων. Οι εκπαιδευόμενοι πρώτα σκέφτονται το είδος των δεξιοτήτων που θεωρούνται επιχειρηματικές και στη συνέχεια αξιολογούν ποιες κατέχουν ήδη και σε ποιες πρέπει να εστιάσουν την προσοχή και κατάρτισή τους. |
| <b>Ιδέες για συνέχεια</b>          | Οι εκπαιδευόμενοι αναγνωρίζουν τις επιχειρηματικές δεξιότητες που διαθέτουν και σε ποιες χρειάζεται να εκπαιδευτούν.   |
| <b>Πηγές</b>                       |  |

|  |   |
|--|---|
|  | <a href="https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1317&amp;langId=en">https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1317&amp;langId=en</a> |
|--|---|

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 3

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| <b>Τίτλος και αριθμός ενότητας</b> | Ενότητα 9: Βρες τον επιχειρηματία μέσα σου!  |
| <b>Θέμα/Εστίαση</b>                | <b>5 W και 1 H</b>   |
| <b>Μέγεθος ομάδας</b>              | 10 ή και περισσότερα άτομα   |
| <b>Απαιτούμενος χρόνος</b>         | 35 λεπτά   |
| <b>Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι</b>    | Οι εκπαιδευόμενοι θα μάθουν: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Τη σημασία της ανάλυσης του πλαισίου των έργων τους</li> <li>• Τη σημασία της υποβολής των σωστών ερωτήσεων για την ανάλυση κάθε συγκεκριμένου θέματος</li> <li>• Τη σημασία της εξοικείωσης με συγκεκριμένη ορολογία</li> </ul>   |
| <b>Λέξεις κλειδιά</b>              | 5 W  |
| <b>Περιγραφή</b>                   | <p>Τα 5 W είναι μια απλή και αποτελεσματική μέθοδος που βοηθά στην ανάλυση ενός πλαισίου σε μια δεδομένη κατάσταση. Βοηθά ώστε να κάνεις τις σωστές ερωτήσεις, για να κατανοήσεις ένα συγκεκριμένο πρόβλημα και να το διαχειριστείς πιο αποτελεσματικά. Ανάλυσε το πλαίσιο των έργων σου ορίζοντας τα 5 W έχοντας τις ερωτήσεις των 5 W ως οδηγό.</p> <p>Ο εκπαιδευτής καλεί τους εκπαιδευόμενους να αναλύσουν το περιεχόμενο και το πλαίσιο των εργασιών τους ορίζοντας τα 5 W και ένα H, έχοντας τις ερωτήσεις του θεωρητικού μέρους ως οδηγό.</p> <p>Οι εκπαιδευόμενοι γράφουν τις απαντήσεις τους για να καταγράψουν το πλαίσιο του έργου τους – αρχίζοντας να σκέφτονται το πλαίσιο του. Σημασία έχει η δημιουργία μιας συζήτησης μεταξύ τους και η αναζήτηση νέων ερωτήσεων για να προσθέσουν στις</p> |

|                           |   |
|---------------------------|---|
|                           | προτάσεις.  |
| <b>Ιδέες για συνέχεια</b> | Εκτός από την εξοικείωση με τη νέα ορολογία, αυτή η άσκηση θα βοηθήσει τους εκπαιδευόμενους να κατανοήσουν καλύτερα το μοντέλο του καμβά. |
| <b>Πηγές</b>              |   |

#### Μαθησιακή Δραστηριότητα 4

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <b>Τίτλος και αριθμός ενότητας</b> | Ενότητα 9: Βρες τον επιχειρηματία μέσα σου!   |
| <b>Θέμα/Εστίαση</b>                | <b>Η ανάλυση SWOT</b>   |
| <b>Μέγεθος ομάδας</b>              | 10 ή και περισσότερα άτομα  |
| <b>Απαιτούμενος χρόνος</b>         | 20 λεπτά  |
| <b>Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι</b>    | Οι εκπαιδευόμενοι θα μάθουν: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Τη σημασία του να είναι σαφείς σχετικά με τα δυνατά και αδύνατα σημεία, τις ευκαιρίες και τις απειλές των έργων τους.</li> <li>• Τη σημασία της ανάπτυξης πλήρους επίγνωσης όλων των παραγόντων που εμπλέκονται στη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων.</li> <li>• Τη σημασία της αναγνώρισης εξωτερικών και εσωτερικών παραγόντων που περιβάλλουν τα έργα τους.</li> </ul>   |
| <b>Λέξεις κλειδιά</b>              | SWOT  |
| <b>Περιγραφή</b>                   | Οι εκπαιδευόμενοι θα μάθουν να αναγνωρίζουν τους εξωτερικούς και εσωτερικούς παράγοντες που έρχονται στο φως μέσω της ανάλυσης. Θα είναι σε θέση να βρουν τη σύνδεση με τη δραστηριότητα 1 και τους εξωτερικούς και εσωτερικούς παράγοντες και στις δύο δραστηριότητες.<br><br>Ο εκπαιδευτής παρέχει στους εκπαιδευόμενους ένα πρότυπο SWOT και, αφού εξηγήσει τη χρήση του και τον τρόπο συμπλήρωσής του, τους καλεί να απαριθμήσουν τρία θέματα σε κάθε ενότητα. Οι εκπαιδευόμενοι καταρτίζουν τη λίστα τους και εξετάζουν ποιοι είναι οι εσωτερικοί και εξωτερικοί παράγοντες που επηρεάζουν το έργο τους. |

|                    |  |
|--------------------|--|
| Ιδέες για συνέχεια | Οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση να προβληματιστούν σχετικά με τα δυνατά και αδύνατα σημεία, τις ευκαιρίες και τις απειλές των έργων τους. |
| Πηγές              |  |

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 5

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| Τίτλος και αριθμός ενότητας | Ενότητα 9: Βρες τον επιχειρηματία μέσα σου!  |
| Θέμα/Εστίαση                | <b>Καμβάς Δημιουργικού Έργου</b>   |
| Μέγεθος ομάδας              | Ατομικά  |
| Απαιτούμενος χρόνος         | 50 λεπτά   |
| Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι    | Οι εκπαιδευόμενοι θα μάθουν: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Τη σημασία της γνώσης του μοντέλου του καμβά στον κόσμο της επιχειρηματικότητας.</li> <li>• Τη σημασία της γνώσης των ιδιαιτεροτήτων και των αναγκών που συνεπάγεται η υλοποίηση ενός έργου.</li> <li>• Τη σημασία της σωστής εσωτερίκευσης των ιδεών τους προκειμένου να πουλήσουν ή να μοιραστούν τα έργα τους.</li> <li>• Τη σημασία της γνώσης για τις διαφορετικές παραλλαγές του καμβά και τη σημασία της προσαρμογής των αναγκών τους σε μια συγκεκριμένη επιλογή.</li> <li>• Τη σημασία της ομαδικής και συνεργατικής εργασίας.</li> </ul> |
| Λέξεις κλειδιά              | Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου  |
| Περιγραφή                   | <p>Ο Καμβάς Δημιουργικού Έργου είναι εμπνευσμένος από τον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου και δημιουργήθηκε από το Materahub για να υποστηρίξει καλλιτέχνες που αναπτύσσουν την επιχειρηματική τους ιδέα. Ο Καμβάς Δημιουργικού Έργου επικεντρώνεται στον αντίκτυπο που δημιουργεί για τους καλλιτέχνες και όχι στην εξασφάλιση κερδών.</p> <p>Ο εκπαιδευτής εξηγεί τι είναι το πρότυπο του καμβά και τις διαφορετικές επιλογές, κάθε έννοια στον καμβά, και δείχνει τις σωστές ερωτήσεις που πρέπει να απαντηθούν από τους</p>   |

|                           |   |
|---------------------------|---|
|                           | <p>εκπαιδευόμενους.</p> <p>Οι εκπαιδευόμενοι συμπληρώνουν το πρότυπο με τα στοιχεία του δικού τους έργου. Οι εκπαιδευόμενοι πρέπει να μάθουν να αναγνωρίζουν ποια επιλογή του καμβά είναι καλύτερη για αυτούς (η αρχική πιο προσανατολισμένη στις επιχειρήσεις, η κοινωνική, η δημιουργική) και να προσαρμόσουν τις ανάγκες τους σε αυτήν την επιλογή. Είναι επίσης πολύ χρήσιμο να γίνει η άσκηση και ομαδικά, επιλέγοντας το έργο ενός από τους εκπαιδευόμενους. Είναι ένας καλός τρόπος για να ενσωματώσουν μια εξωτερική άποψη στα έργα με πιο αντικειμενικές απαντήσεις.</p> <p>Τέλος, οι εκπαιδευόμενοι προωθούν το έργο ή τις επιχειρηματικές τους ιδέες (5 λεπτά για το κάθε άτομο) και οι άλλοι εκπαιδευόμενοι κάνουν ερωτήσεις ή προβληματίζονται σχετικά με τη δομή (5 λεπτά για το κάθε άτομο).</p> |
| <b>Ιδέες για συνέχεια</b> |   |
| <b>Πηγές</b>              |   |

## Ενότητα 10: Οραμάτισου την επιχείρησή σου! Ασκήσεις

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 1

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <b>Τίτλος και αριθμός ενότητας</b> | Ενότητα 10: Οραμάτισου την επιχείρησή σου!  |
| <b>Θέμα/Εστίαση</b>                | <b>Συνεδρία ερωτήσεων και απαντήσεων</b> , μετά την προβολή σχετικών βίντεο, για να υπάρξει συζήτηση με τους εκπαιδευόμενους για απορίες και για περαιτέρω κατανόηση των θεωρητικών γνώσεων.  |
| <b>Μέγεθος ομάδας</b>              | Δεν απαιτείται συγκεκριμένος αριθμός ατόμων   |
| <b>Απαιτούμενος χρόνος</b>         | 30 λεπτά  |
| <b>Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι</b>    | Η δραστηριότητα αυτή στοχεύει στην παρατήρηση του επιπέδου γνώσεων από τη θεωρητική εισαγωγή στα θέματα του επιχειρηματικού μοντέλου, του καμβά επιχειρηματικού μοντέλου, του επιχειρηματικού πλάνου, του καμβά καλλιτεχνικού επιχειρηματικού μοντέλου κ.λπ. Στο πλαίσιο αυτής της δραστηριότητας θα προβληθούν μερικά βίντεο που συνοψίζουν τις θεωρητικές πληροφορίες και στη συνέχεια οι εκπαιδευόμενοι θα έχουν στη διάθεσή τους 30 λεπτά για ερωτήσεις και απαντήσεις, ώστε να εκφράσουν απορίες και να λάβουν υποστήριξη στην |

|                          |   |
|--------------------------|---|
|                          | κατανόηση των θεμάτων. Αυτή είναι μια απαραίτητη, προπαρασκευαστική δραστηριότητα για τη Μαθησιακή Δραστηριότητα 2, καθώς θα συνοψίσει και θα διευκρινίσει τις πληροφορίες.   |
| <b>Λέξεις κλειδιά</b>    | Βίντεο, Συνεδρία Q&A, απορίες, διευκρινίσεις  |
| <b>Περιγραφή</b>         | Οι εκπαιδευόμενοι, τόσο κατά τη διάρκεια όσο και μετά τη θεωρητική εισαγωγή, θα δουν βίντεο που συνοψίζουν τις πληροφορίες σχετικά με το επιχειρηματικό μοντέλο, τον καμβά επιχειρηματικού μοντέλου, το επιχειρηματικό πλάνο και τον καμβά καλλιτεχνικού επιχειρηματικού μοντέλου. Μετά τη θεωρητική εισαγωγή, θα ακολουθήσει μια συνεδρία ερωτήσεων και απαντήσεων διάρκειας 30 λεπτών, έτσι ώστε να εκφραστούν πιθανά ερωτήματα. Με αυτόν τον τρόπο, οι μαθητές θα εδραιώσουν τις συνολικές πληροφορίες και θα τις αντιληφθούν. |
| <b>Ιδέες για συνέχια</b> | Το υλικό που παρέχεται σε αυτήν την ενότητα, όπως τα βίντεο, θα είναι μια καλή πρόταση για περαιτέρω δραστηριότητες κατάρτισης και θα χρησιμεύσει ως υλικό τόσο για τους εκπαιδευτές όσο και για τους εκπαιδευόμενους για να εδραιώσουν το θεωρητικό μέρος του οραματισμού της επιχείρησης με το εργαλείο του καμβά επιχειρηματικού μοντέλου  |
| <b>Πηγές</b>             | 1. Βίντεο από Strategyzer: <a href="https://youtu.be/QoAOzMTLP5s?t=66">https://youtu.be/QoAOzMTLP5s?t=66</a><br>2. The Arts Business Model Canvas: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=ZHlxT-mY77A">https://www.youtube.com/watch?v=ZHlxT-mY77A</a>  |

### Μαθησιακή Δραστηριότητα 2

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| <b>Τίτλος και αριθμός ενότητας</b> | Ενότητα 10: Οραματίσου την επιχείρησή σου!   |
| <b>Θέμα/Εστίαση</b>                | <b>Κάνε το πράξη: Δημιούργησε τον δικό σου καμβά καλλιτεχνικού επιχειρηματικού μοντέλου βήμα προς βήμα</b><br>Δημιουργία καμβά καλλιτεχνικού επιχειρηματικού μοντέλου για να απεικονίσεις τη δική σου καλλιτεχνική επιχείρηση  |
| <b>Μέγεθος ομάδας</b>              | Ιδανική είναι η υλοποίηση σε 4 ομάδες των 5 ατόμων ή 5 ομάδες των 4 ατόμων για να δημιουργήσουν βήμα προς βήμα τον καμβά επιχειρηματικού μοντέλου τους   |
| <b>Απαιτούμενος χρόνος</b>         | 1 ώρα  |
| <b>Σκοπός/Μαθησιακοί στόχοι</b>    | Η δραστηριότητα θα δοκιμάσει στην πράξη το θεωρητικό μέρος της ενότητας, δηλαδή τις πληροφορίες σχετικά με τη δημιουργία του Καμβά Καλλιτεχνικού Επιχειρηματικού Μοντέλου. Οι εκπαιδευόμενοι θα εμπλακούν σε μια διαδικασία δημιουργίας -με την υποστήριξη των εκπαιδευτών- του καμβά επιχειρηματικού μοντέλου τους βήμα προς βήμα.  |
| <b>Λέξεις κλειδιά</b>              | Οραματισμός, Καμβάς Καλλιτεχνικού Επιχειρηματικού Μοντέλου, βήμα προς βήμα, δημιουργική επιχείρηση, πολιτιστικός και δημιουργικός τομέας   |
| <b>Περιγραφή</b>                   | Θα διανεμηθεί στους εκπαιδευόμενους ένα πρότυπο που περιέχει τα 11 «δομικά στοιχεία» που αποτελούν τον Καμβά Καλλιτεχνικού Επιχειρηματικού Μοντέλου, που αναπτύχθηκε από τους εταίρους της OECON σύμφωνα με τον Καμβά Δημιουργικού Επιχειρηματικού Μοντέλου της Michelle Carter. Οι εκπαιδευόμενοι θα συζητήσουν πρώτα με τους εκπαιδευτές και θα καθορίσουν την επιχειρηματική τους ιδέα, δηλαδή την καλλιτεχνική/δημιουργική επιχείρηση που θα ήθελαν να οραματιστούν (γκαλερί, εκδοτικός οίκος, επιχείρηση φωτογραφία, επιχείρηση παραγωγής μουσικής κ.λπ.). Στη συνέχεια, με την υποστήριξη των εκπαιδευτών, θα απαντήσουν βήμα προς βήμα σε όλες τις ερωτήσεις που αναφέρονται σε κάθε ένα συγκεκριμένο «δομικό στοιχείο» του Καμβά Καλλιτεχνικού Επιχειρηματικού Μοντέλου. |

|  |   |
|--|---|
| <p><b>Ιδέες για συνέ-<br/>χεια</b></p> | <p>Η δραστηριότητα μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε οποιαδήποτε εκπαιδευτική δραστηριότητα στο μέλλον για ανερχόμενους καλλιτέχνες και επαγγελματίες στον χώρο του πολιτισμού, προκειμένου να εισαχθούν σε ορισμένες βασικές αρχές της επιχειρηματικής σκέψης, αναπτύσσοντας τον καμβά καλλιτεχνικού επιχειρηματικού μοντέλου. Το πρότυπο που θα χρησιμοποιηθεί είναι ένα χρήσιμο εργαλείο για περαιτέρω κατάρτιση, αλλά και για τους ίδιους τους ανερχόμενους καλλιτέχνες γενικά, ώστε να οραματιστούν τις επιχειρήσεις τους στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα.</p>  |
| <p><b>Πηγές</b></p>                    | <p>Το πρότυπο που θα χρησιμοποιηθεί για την ανάπτυξη του Καμβά Καλλιτεχνικού Επιχειρηματικού Μοντέλου:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div data-bbox="343 526 566 1120" style="width: 30%;"> <p>This 'Visualize Your Art Business' Business Model Canvas template was created for the support of the Erasmus+ project's 'CULTURAL FOOTPRINT' (Youth Creativity: activities for promotion and support of non-traditional business models and techniques in the creative and cultural sector with reference number: 2021-2-SE02-KA220-YOU-000049113) Training Curriculum on how to develop and support innovative business ideas in CCSs and creativity thinking for young people.</p> <p>This Business Model Canvas was created as part of the project's <b>Module 10: Visualize Your Business!</b> by the partners from <b>OECON Group</b>, and was developed in accordance with the official 'Creative Business Model Canvas' template, which was first introduced by Michelle Carter, with only a few changes made by the partners from OECON Group.</p> <p>The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.</p> </div> <div data-bbox="574 526 1460 1120" style="width: 65%;"> </div> </div> |

CULTURAL



FOOTPRINT

**mucf**

Swedish Agency for  
Youth and Civil Society

# ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΝΕΩΝ



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

Youth Creativity: activities for promotion and support of non-traditional business models  
and techniques in the creative and cultural sector- CULTURAL FOOTPRINT  
(2021-2-SE02-KA220-YOU-000049113)