



TRAININGSPROGRAMMA



Co-funded by
the European Union

Gefinancierd door de Europese Unie. De geuite meningen en standpunten zijn echter die van de auteur(s) en weerspiegelen niet noodzakelijkerwijs die van de Europese Unie of het Europees Uitvoerend Agentschap voor Onderwijs en Cultuur (EACEA). Noch de Europese Unie, noch EACEA kan hiervoor verantwoordelijk worden gehouden.

PROJECT	
PROJECTNAAM:	Digi-Craft: Reviving Handicrafts Through Digital Technologies
PROJECT ACRONIEM:	DIGI-CRAFT
CONTACTPERSOON COÖRDINATOR:	Mustafa Memis, European Development Institute (EDI)



Co-funded by
the European Union

Gefinancierd door de Europese Unie. De geuite meningen en standpunten zijn echter die van de auteur(s) en weerspiegelen niet noodzakelijkerwijs die van de Europese Unie of het Europees Uitvoerend Agentschap voor Onderwijs en Cultuur (EACEA). Noch de Europese Unie, noch EACEA kan hiervoor verantwoordelijk worden gehouden.

Digi-Craft

Het doel van het Digi-Craft-project is om traditionele ambachten in Europa nieuw leven in te blazen en te behouden door ze naadloos te integreren met digitale innovatie. Het project wil de kloof tussen eeuwenoud vakmanschap en het snel evoluerende digitale landschap overbruggen. Door essentiële digitale vaardigheden te bieden aan ambachtslieden, kennisdeling tussen generaties te bevorderen en ambachtslieden in staat te stellen digitale hulpmiddelen te gebruiken, wil het project

Behoud traditionele ambachten: Het project wil voorkomen dat traditionele ambachten verdwijnen door ze aan te passen aan de moderne tijd. Door digitale technologieën te omarmen, kunnen deze ambachten relevant en gewaardeerd worden door het hedendaagse publiek.

- **Ontwikkeling van vaardigheden:** ambachtslieden worden uitgerust met digitale vaardigheden zoals digitaal ontwerp, verkoop en marketing. Deze verbetering stelt hen in staat om te gedijen in een digitaal gedreven maatschappij en effectief te concurreren op de markt.
- **Intergenerationele kennisoverdracht:** Door samenwerking tussen ervaren ambachtslieden en de jongere generatie wil het project voorouderlijke vaardigheden, technieken en methoden overdragen om het voortbestaan van traditionele ambachten te waarborgen.
- **Digitale integratie:** Het project heeft als doel digitale hulpmiddelen te integreren in het ambachtelijke proces, waardoor nieuwe kansen voor innovatie worden gecreëerd en de essentie van traditioneel vakmanschap behouden blijft.
- **Creatief Community Platform:** Door een digitaal platform op te zetten voor ambachtslieden, ontwerpers en liefhebbers, wil het project een ruimte creëren waar ideeën en kennis kunnen worden uitgewisseld.

www.digi-craft.org

Trainings programma

Het Digi-Craft Training-programma is een uitgebreide content die is ontworpen om de digitale vaardigheden van ambachtslieden te verbeteren, en omvat alles van het integreren van digitale technologieën in handwerktechnieken tot moderne marketingstrategieën. Het overkoepelende doel is om ambachtslieden te voorzien van de kennis en tools die nodig zijn om door het evoluerende digitale landschap te navigeren en hun ambacht effectief te promoten en verkopen.

Het trainingsprogramma bestaat uit drie modules:

Module 1: Digitale technologieën integreren in het handwerkproces

In deze les leren ambachtslieden hoe ze digitale tools en technologieën soepel kunnen integreren in hun traditionele ambachten. Ze kijken hoe technologische ontwikkelingen de effectiviteit, nauwkeurigheid en inventiviteit van hun ambacht kunnen verbeteren en tegelijkertijd een harmonische synthese van traditionele methoden en moderne digitale mogelijkheden kunnen garanderen.

Module 2: Digitale marketing en verkoop

Het doel van deze module is om digitale verkoop- en marketingvaardigheden te bieden aan ambachtslieden. Deelnemers krijgen kennis over hoe ze digitale tools en platforms kunnen gebruiken om hun werk te promoten, te communiceren met potentiële klanten en online verkoopkanalen te verbeteren. Deze sessie is bedoeld om ambachtslieden de knowhow en capaciteit te geven die ze nodig hebben om succesvol te navigeren op de digitale markt en hun ambacht succesvol te adverteren in een online omgeving.

Module 3: Vaardigheden en kennis overdragen via digitale kanalen

Met de nadruk op kennisoverdracht onderzoekt Module 3 het gebruik van digitale platforms voor kennis- en vaardigheidsdeling binnen en buiten de ambachtelijke gemeenschap. Ambachtslieden leren hoe ze digitale communicatiekanalen kunnen gebruiken om een collaboratieve omgeving te bevorderen, nieuwe ambachtslieden te begeleiden en hun vaardigheden effectief te delen. Om het behoud en de ontwikkeling van ambachtelijke tradities te waarborgen, streeft deze module ernaar een cultuur van voortdurende training, delen en vaardigheidsontwikkeling binnen de ambachtelijke gemeenschap te bevorderen.

Module 1 / 1.1. De toekomst vormgeven, de toekomst ontwerpen Digitale technologieën integreren in het handwerkproces

Naam van de sessie	De toekomst vormgeven, de toekomst ontwerpen	
Aantal sessies en duur	Module 1.1.- 5 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	Basisbeginselen van digitale kunst	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Na de opleiding leren ambachtslieden digitale kunst en technische basisbeginselen.	papier,pen,smartphone/computer/tablet,projector,scherm	

Stap voor stap procedure

Deze sessie zal drie primaire onderwerpen behandelen. Het is essentieel dat de inhoud een breed publiek aanspreekt. Naast het primaire doel om ambachtslieden en nieuwe technologieën samen te brengen, is het noodzakelijk om de helderheid en toegankelijkheid van de inhoud te overwegen. De facilitator kan aan het begin van de sessie enkele vragen stellen om de kennis en ervaring van de deelnemers te beoordelen. Het stellen van deze vragen is essentieel om aan de behoeften van de deelnemers te voldoen door hun achtergrond te leren kennen.

Deze vragen kunnen het volgende omvatten:

- Heb je eerder interesse gehad in digitale kunst?
- Gebruikt u digitale tekeninstrumenten of -programma's?
- Welke conventionele kunstmaterialen (papier, canvas, etc.) heb je eerder gebruikt?
- Wat verwacht je van deze training?

Nadat de facilitator vragen aan de deelnemers heeft gesteld, begint de eerste workshop van de eerste sessie met een uitleg van de doelstellingen van de workshop. De titels van de inhoud zijn als volgt;

- Basisprincipes van digitale kunst
- Introductie van digitale kunsttools en software
- Informatie over digitale platformen

(30 minuten)

Basisprincipes van digitale kunst (1,5 uur)

Trainer moet een boeiende introductie geven om deelnemers te motiveren en hun interesse in het onderwerp te wekken. Er moet een visuele contentpresentatie worden gemaakt die de betekenis van digitale kunst en de definitie ervan benadrukt. De fundamentele concepten en terminologie van digitale kunst moeten kort worden besproken.

Module 1 / 1.1. De toekomst vormgeven, de toekomst ontwerpen Digitale technologieën integreren in het handwerkproces

Naam van de sessie	De toekomst vormgeven, de toekomst ontwerpen	
Aantal sessies en duur	Module 1.1.- 5 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	Basisbeginselen van digitale kunst	
Trainingsdoelstellingen	Instructiemateriaal	
Na de opleiding leren ambachtslieden digitale kunst en technische basisbeginselen.	papier,pen,smartphone/computer/tablet,projector,scherm	

Stap voor stap procedure

Basisprincipes van digitale kunst (1,5 uur)

Een eenvoudige uitleg van deze termen (basiskennis van kunst, tekentablet, digitale stylus, eenvoudig kunstschrift, lagen, kleurenpalet, tabletscherm, resolutie, pixels, vector, dekking, illustratie, digitale kunststijlen, digitale kunstwerken) legt de basisprincipes van digitale kunst en terminologie uit. De facilitator zorgt ervoor dat het onderwerp wordt begrepen door deelnemers achtergrondinformatie te geven, met name voor volgende sessies, zodat ze de basisprincipes kunnen begrijpen.

Na de korte introductie van de facilitator volgt een korte discussie over de basisprincipes van kunst, waaronder kleurentheorie, compositie, licht-schaduw en perspectief. Geef voorbeelden van hoe deze principes kunnen worden toegepast op digitale kunst.

De betekenis van digitale technologieën in productieprocessen moet dan kort worden besproken. Deelnemers moeten worden gevraagd naar de integratie van digitale technologieën in productieprocessen en er moet een forum voor hun input worden geboden.

Deelnemers kunnen de volgende vragen worden gesteld:

- Wat is uw visie op het gebruik van digitale technologieën in productieprocessen?
- Op welke manieren denkt u dat de functie van digitale technologieën in de productie uw bedrijf ten goede kan komen?
- Hebt u de noodzaak geëvalueerd om uw bestaande productieprocessen te digitaliseren? Welke factoren kunnen deze vereiste bepalen?
- Wat is uw visie op de manier waarop de beroepsbevolking zich zal ontwikkelen als gevolg van digitalisering?
- Heeft u er wel eens over nagedacht hoe digitale technologieën kunnen bijdragen aan de duurzaamheid en energie-efficiëntie van uw productieprocessen?

Nadat de vragen aan de deelnemers zijn gesteld, start de gespreksleider een discussiesessie van 10 tot 15 minuten, waarin de deelnemers hun ervaringen en perspectieven kunnen delen.

Module 1 / 1.1. De toekomst vormgeven, de toekomst ontwerpen Digitale technologieën integreren in het handwerkproces

Naam van de sessie	De toekomst vormgeven, de toekomst ontwerpen	
Aantal sessies en duur	Module 1.1.- 5 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	Basisbeginselen van digitale kunst	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Na de opleiding leren ambachtslieden digitale kunst en technische basisbeginselen.		papier,pen,smartphone/computer/tablet,projector,scherm

Stap voor stap procedure

Introductie van digitale kunsttools en software (1,5 uur)

Deelnemers moeten in het tweede deel van de sessie worden geïntroduceerd in "Digital Art Tools and Equipment" om de betekenis van digitale kunst en de algemene toepassingsgebieden ervan te benadrukken. In dit opzicht kunnen visuele content-gebaseerde presentatiemethoden worden gebruikt.

- Tekenapparaten en digitale pennen.
- Grafische tablets en display tablets, en hun verschillen.
- Algemene toepassingsgebieden en gebruiksmethoden voor deze instrumenten. (In de fase van de gebruiksmethoden kan toepasselijke video-inhoud met deelnemers worden gedeeld.)

Terwijl u zich richt op de sectie "Digitale kunstapplicatiesoftware", bereidt u een inhoud voor die populaire digitale kunstsoftware introduceert door middel van voorbeelden. De volgende programma's moeten kort worden genoemd (applicaties, etc.)

- Adobe Photoshop
- Corel-schilder
- Voortplanten,
- Adobe Illustrator
- Clip Studio Verf
- Blender en ZBrush.

De belangrijkste kenmerken en functies van elke software moeten kort worden uitgelegd. Verschillen tussen de software en het beoogde gebruik ervan moeten worden benadrukt. Videotutorials en visuele content (screenshots, tutorial videocontent, korte video's die de interfaces van de programma's laten zien) kunnen worden gebruikt om uitleg te ondersteunen en het begrip te vergroten. Aan het einde van de sessie moet de facilitator vragen stellen aan de deelnemers en feedback ontvangen.

Module 1 / 1.1. De toekomst vormgeven, de toekomst ontwerpen Digitale technologieën integreren in het handwerkproces

Naam van de sessie	De toekomst vormgeven, de toekomst ontwerpen	
Aantal sessies en duur	Module 1.1.- 5 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	Basisbeginselen van digitale kunst	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Na de opleiding leren ambachtslieden digitale kunst en technische basisbeginselen.		papier,pen,smartphone/computer/tablet,projector,scherm

Stap voor stap procedure

Informatie over digitale platformen (1,5 uur)

De facilitator kan de sessie starten met een informatieve presentatie over 'Digitale kunstplatforms'. Het doel van deze sessie is om de deelnemer te instrueren met fundamentele kennis over hoe onderzoek te doen op de platforms. Voordat de facilitator doorgaat naar de implementatiefase, moet hij dit op een informatieve en illustratieve manier doen. De facilitator kan profiteren van de volgende voorbeeldtoepassingen terwijl hij informatie verstrekt over de platforms.

- Behance
- KunstStation
- Superzeldzaam
- OpenZee
- Fundering
- Etsy
- Knutselhoek
- Knutselen

De facilitator kan de deelnemers vervolgens in groepen van 4 tot 5 personen verdelen en doorgaan naar de implementatiefase. Deelnemers worden in deze fase uitgenodigd om in groepen onderzoek te doen naar digitale kunstplatforms. Deze activiteit zal het ervaringsgerichte leren verbeteren. De groepen selecteren eerst het platform dat ze gaan onderzoeken. De facilitator moet verifiëren dat elke groep een uniek platform heeft geselecteerd.

Deelnemers krijgen dertig minuten de tijd om vragen te stellen.

(De duur kan variëren afhankelijk van tijdmanagement en het deelnemersprofiel.)

Module 1 / 1.1. De toekomst vormgeven, de toekomst ontwerpen Digitale technologieën integreren in het handwerkproces

Naam van de sessie	De toekomst vormgeven, de toekomst ontwerpen	
Aantal sessies en duur	Module 1.1.- 5 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	Basisbeginselen van digitale kunst	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Na de opleiding leren ambachtslieden digitale kunst en technische basisbeginselen.		papier,pen,smartphone/computer/tablet,projector,scherm

Stap voor stap procedure

Informatie over digitale platformen (1,5 uur)

Tijdens het uitvoeren van het onderzoek moeten deelnemers zich concentreren op de antwoorden op de volgende vragen:

- Wat is de primaire functie van het platform?
- Met welk doel is het opgericht of gecreëerd?
- Wie maakt gebruik van het systeem? Wie is de beoogde gebruikersgroep?
- Hoe registreren consumenten zich op het platform en hoe loggen ze in?
- Is het platform uitsluitend webgebaseerd of kunnen mobiele applicaties er ook gebruik van maken?

Wanneer de deelnemers klaar zijn met hun onderzoek, informeren de groepen de andere deelnemers door middel van eenvoudige presentaties over het platform dat ze onderzoeken (door de platforms praktisch op het scherm weer te geven) om zo de eerder genoemde vragen te kunnen beantwoorden.

Na de sessie kunnen de deelnemers deelnemen aan een interactieve evaluatie aan het einde van de dag.

Module 1 / 1.2. AI in actie Digitale technologieën integreren in het handproductieproces

Naam van de sessie	AI in actie	
Aantal sessies en duur	Module 1.2.- 5 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	Door kennis te maken met hulpmiddelen voor kunstmatige intelligentie, te leren hoe deze technologieën werken en op welke gebieden ze kunnen worden ingezet.	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Basisconcepten van kunstmatige intelligentie leren, het vermogen ontwikkelen om kunstmatige intelligentie te gebruiken in digitaal ontwerp, kennis van kunstmatige intelligentie toepassen in echte projecten		papier,pen,smartphone/computer/tablet,projector,scherm
Stap voor stap procedure		
Wat is kunstmatige intelligentie? (1 uur) De sessie kan beginnen door de deelnemers te vragen: "Wat is kunstmatige intelligentie?" om hun kennisniveau en ervaring met kunstmatige intelligentie te bepalen. De facilitator moet de deelnemers eenvoudig en duidelijk uitleggen wat het concept van kunstmatige intelligentie is. Belangrijke elementen en componenten van kunstmatige intelligentie moeten worden uitgelegd. Deze elementen kunnen als volgt worden samengevat: • Robotische intelligentie • Automatisch leren • Diepgaande leerervaring • Datamining • Algoritme • Natuurlijke taalverwerking • Dataset Leren • Classificatie Nadat deze termen kort zijn genoemd, geeft de facilitator een korte, informatieve presentatie over de 'Geschiedenis van kunstmatige intelligentie' en de ontwikkeling van dit onderwerp. Hierbij wordt ervoor gezorgd dat de deelnemers een grondig begrip hebben van kunstmatige intelligentie.		

Module 1 / 1.2. AI in actie Digitale technologieën integreren in het handproductieproces

Naam van de sessie	AI in actie
Aantal sessies en duur	Module 1.2.- 5 uur
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees
Gerichte vaardigheden	Door kennis te maken met hulpmiddelen voor kunstmatige intelligentie, te leren hoe deze technologieën werken en op welke gebieden ze kunnen worden ingezet.
Trainingsdoelstellingen	Instructiemateriaal
Basisconcepten van kunstmatige intelligentie leren, het vermogen ontwikkelen om kunstmatige intelligentie te gebruiken in digitaal ontwerp, kennis van kunstmatige intelligentie toepassen in echte projecten	papier,pen,smartphone/computer/tablet,projector,scherm
Stap voor stap procedure	
Wat zijn hulpmiddelen voor kunstmatige intelligentie?/Hoe kunnen we kunstmatige intelligentie gebruiken in digitale ontwerpen? (1,5 uur) De blik op kunstmatige intelligentietools in deze sessie bouwt voort op het werk van de vorige sessie en maakt leren gemakkelijker. De kunstmatige intelligentietools die met mensen worden getest, moeten dus worden gekozen op een niveau dat gemakkelijker te begrijpen en te gebruiken is. Hier zijn een paar voorbeelden van tools: • Runway ML/Image processing beschikt over deep learning-modellen en efficiëntietools. • Deep Dream Generator/ Met deze tool kunnen kunstenaars hun foto's omzetten in unieke en interessante kunstwerken. • Artbreeder / is een website waar mensen verschillende kunstwerken kunnen combineren om nieuwe kunstwerken te maken. • Er bestaat een computerprogramma genaamd DALL-E dat geschreven woorden omzet in afbeeldingen. • StyleGAN is een vorm van kunstmatige intelligentie die foto's omzet in verschillende soorten kunst. • PaintsChainer is een hulpmiddel waarmee u zwart-wittekeningen direct kunt omzetten in gekleurde afbeeldingen. Tijdens de workshop geeft de facilitator de deelnemers een korte demo van de bovenstaande hulpmiddelen voor kunstmatige intelligentie (interfaces, manieren om het te gebruiken, etc.).	

Module 1 / 1.2. AI in actie Digitale technologieën integreren in het handproductieproces	
Naam van de sessie	AI in actie
Aantal sessies en duur	Module 1.2.- 5 uur
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees
Gerichte vaardigheden	Door kennis te maken met hulpmiddelen voor kunstmatige intelligentie, te leren hoe deze technologieën werken en op welke gebieden ze kunnen worden ingezet.
Trainingsdoelstellingen	Instructiemateriaal
Basisconcepten van kunstmatige intelligentie leren, het vermogen ontwikkelen om kunstmatige intelligentie te gebruiken in digitaal ontwerp, kennis van kunstmatige intelligentie toepassen in echte projecten	papier, pen, smartphone/computer/tablet, projector, scherm
Stap voor stap procedure	
Wat zijn hulpmiddelen voor kunstmatige intelligentie?/Hoe kunnen we kunstmatige intelligentie gebruiken in digitale ontwerpen? (1,5 uur) Na dit deel van de sessie nemen we een korte pauze en bespreken we vervolgens "Hoe kunnen we kunstmatige intelligentie gebruiken in digitale ontwerpen?" In dit gedeelte is het cruciaal dat de facilitator de gebruiksmethoden aan de deelnemers demonstreert en uitlegt. Aan het einde van deze sessie implementeren de deelnemers een toepassing voor kunstmatige intelligentie. De volgende gebruiksgebieden moeten worden genoemd: • Creatief concept • Beeldherkenning en tagging met automatische suggesties voor kleur en ontwerp • Aangepaste gebruikersinteracties • Contentproductie (tekstuele contentproductie) • Artistieke creatie Nadat de toepassingsgebieden gedetailleerd aan de deelnemers zijn beschreven en ze met eenvoudige toepassingen zijn gedemonstreerd, moet er om feedback van de deelnemers worden gevraagd en moet hun begrip van het onderwerp voor de toepassing worden geëvalueerd.	

Module 1 / 1.2. AI in actie Digitale technologieën integreren in het handproductieproces

Naam van de sessie	AI in actie
Aantal sessies en duur	Module 1.2.- 5 uur
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees
Gerichte vaardigheden	Door kennis te maken met hulpmiddelen voor kunstmatige intelligentie, te leren hoe deze technologieën werken en op welke gebieden ze kunnen worden ingezet.
Trainingsdoelstellingen	Instructiemateriaal
Basisconcepten van kunstmatige intelligentie leren, het vermogen ontwikkelen om kunstmatige intelligentie te gebruiken in digitaal ontwerp, kennis van kunstmatige intelligentie toepassen in echte projecten	papier,pen,smartphone/computer/tablet,projector,scherm
Stap voor stap procedure	
Toepassings-/praktijkvoorbeelden (2,5 uur) In de laatste sessie kan de facilitator beginnen met het tonen van digitale ontwerpen die door anderen zijn gemaakt met behulp van de tools die in eerdere sessies zijn gedemonstreerd. Evenzo zal het tonen van voorbeelden van best practices aan de deelnemers aan het begin van de sessie hun toekomstige praktijken inspireren. De evaluatie van voorbeelden van beste praktijken en de uitwisseling van ideeën moeten in samenwerking met de deelnemers worden uitgevoerd. -De begeleider verdeelt de deelnemers in groepen van twee of drie personen. (De grootte van de groepen kan verschillen, afhankelijk van het aantal deelnemers.) -De deelnemers worden in groepen verdeeld en krijgen de opdracht een instrument voor kunstmatige intelligentie te selecteren dat ze gaan ontwikkelen. -Op dit punt moet de facilitator doorgaan met het verzamelen van feedback door groepen te bezoeken en te vragen waarom zij voor deze hulpmiddelen hebben gekozen. -Nadat de groepen hebben gekozen welke kunstmatige intelligentie ze gaan gebruiken, krijgen ze een uur de tijd om het ontwerpproces te voltooien. - Binnen een uur moeten deelnemers met behulp van kunstmatige intelligentie één of twee productafbeeldingen genereren, waarmee ze hun eigen producten kunnen ontwikkelen. -Tijdens het ontwerpproces moet de facilitator de groepen bezoeken en assistentie bieden. De groepen die de ontwerpen hebben voltooid, moeten de visuals die ze hebben gemaakt en hun ervaringen in dit proces, met name de processen die ze zijn tegengekomen met betrekking tot de gebruiksmethoden van de tools, delen met de overige deelnemers. Na discussie en feedback kan de sessie worden afgerond.	

Module 1/1.3. Virtuele werelden en augmented reality Digitale technologieën integreren in het handwerkproces	
Naam van de sessie	Virtuele werelden en augmented reality
Aantal sessies en duur	Module 1.3.- 4 uur
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees
Gerichte vaardigheden	Kennis van Virtual en Augmented Reality-technologieën Virtueel wereldontwerp
Trainingsdoelstellingen	Instructiemateriaal
Deelnemers krijgen inzicht in de basisconcepten van de virtuele wereld en augmented reality-technologieën.	papier, pen, smartphone/tablet
Stap voor stap procedure	
Basisprincipes van virtual reality en augmented reality - 360 graden media (1 uur) Om het begrip van de deelnemers van het onderwerp te beoordelen, moet de facilitator de vragen "Wat is virtual reality?" en "Wat is augmented reality?" aan het begin van de sessie stellen. Als er deelnemers zijn met relevante kennis en ervaring over het onderwerp, kunnen zij het woord krijgen om de discussie te beginnen. Na de Q&A-sessie moet de facilitator een uitgebreide, duidelijke en informatieve presentatie geven die vooraf is voorbereid en die alle deelnemers aanspreekt. Kennis van Virtual en Augmented Reality Technologies, Fundamentals of Virtual en Augmented Reality Applications, Virtual World Design, Augmented Reality Applications en Interactive Experience Designs worden behandeld in deze presentatie. Het opnemen van de sessieonderwerpen zorgt voor duidelijkheid en leesbaarheid. Na deze presentatie moeten deelnemers deelnemen aan een interactieve vraag-en-antwoordsessie om ideeën te genereren voor het opnemen van deze principes in hun werk. Het onderwerp 360-gradenmedia wordt geïntroduceerd tijdens de tweede fase van de sessie. In deze fase kunnen video-uitleg worden gebruikt om deelnemers te helpen het onderwerp te begrijpen (afhankelijk van het profiel van de deelnemer). Onder de informatie die aan de deelnemers wordt verstrekt, vallen een definitie en classificatie van 360-gradenmedia. • Toepassingen en voordelen van 360-gradenmedia • Omvat onderscheidingen tussen 360-gradenmedia en virtual reality (VR). Deze onderwerpen bieden deelnemers een fundamenteel begrip van 360-gradenmedia. Deelnemers hebben theoretische kennis verworven en zijn voorbereid op de oefensessie na deze sessie.	

Module 1/1.3. Virtuele werelden en augmented reality Digitale technologieën integreren in het handwerkproces	
Naam van de sessie	Virtuele werelden en augmented reality
Aantal sessies en duur	Module 1.3.- 4 uur
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees
Gerichte vaardigheden	Kennis van Virtual en Augmented Reality-technologieën Virtueel wereldontwerp
Trainingsdoelstellingen	Instructiemateriaal
Deelnemers krijgen inzicht in de basisconcepten van de virtuele wereld en augmented reality-technologieën.	papier,pen,smartphone/tablet
Stap voor stap procedure	
Toepassingen en projecten (1 uur) Dit gedeelte dient als inleiding en beschrijft in detail wat augmented reality en virtual reality toepassingen zijn en welke rol ze spelen in marketing. • Augmented en Virtual Reality-technologieën bij online winkelen • Innovatieve marketing met augmented en virtual reality-technologie • Augmented Reality-toepassingen in marketing • Augmented Reality-toepassingen in marketing • Stapsgewijze beschrijvingen van fundamentele principes moeten de negatieve ervaringen met augmented reality- en virtual reality-technologieën die in marketing worden gebruikt, omvatten. Deelnemers moeten worden blootgesteld aan voorbeelden en best practices. We kunnen door middel van voorbeelden laten zien hoe VR- en AR-technologieën worden gebruikt in verschillende industrieën en disciplines. In entertainment, onderwijs, gezondheid, kunst en talloze andere disciplines kunnen innovatieve oplossingen die gebruikmaken van deze technologieën worden geanalyseerd. Oefening (2 uur) Na de informatiesessies start de implementatiefase om het projectmatig leren van de deelnemers te ondersteunen. Deelnemers hebben hun persoonlijke smartphones nodig voor de applicatie. Voordat de applicatie wordt gestart, moet de begeleider kort informeren over de 3D-modelleringsapplicaties die op smartphones kunnen worden gebruikt en de applicaties kort laten zien. -Qlone 3D-scanner, -3D-scanner-app, -ScandyPro, -Beeldhouwen+ -Vervalser etc.	

Module 1/1.3. Virtuele werelden en augmented reality Digitale technologieën integreren in het handwerkproces

Naam van de sessie	Virtuele werelden en augmented reality	
Aantal sessies en duur	Module 1.3.- 4 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	Kennis van Virtual en Augmented Reality-technologieën Virtueel wereldontwerp	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Deelnemers krijgen inzicht in de basisconcepten van de virtuele wereld en augmented reality-technologieën.		papier,pen,smartphone/tablet
Stap voor stap procedure		
Oefening (2 uur) Nadat deze applicaties aan de deelnemers zijn getoond, moet er tijd worden gegeven aan de deelnemers om de applicatie te kiezen die het meest geschikt is voor hen. Nadat deelnemers hebben besloten met welke applicatie ze aan de slag gaan, kunnen ze doorgaan naar de applicatiestap van de sessie. Tijdens dit proces moet de facilitator de deelnemers voortdurend ondersteunen. Deelnemers wordt gevraagd om hun gekozen vakgebied (ontwerp en prototypeproductie, productie van op maat gemaakte producten, integratie met traditionele kunst, productie van mallen en gietstukken) aan te passen aan de toepassing die ze kiezen en aan het einde van de workshop een product te ontwerpen. (Ze kunnen bestaande foto's van hun eigen producten als referentie gebruiken of elk object in een product veranderen.) Aan het einde van de oefensessie moeten ambachtslieden de mogelijkheid krijgen om een moderne draai te geven aan traditionele kunsten door ze kennis te laten maken met nieuwe technologieën. De sessie moet worden afgerond met discussie en het delen van ervaringen.		

Module 1 /1.4. Digitale carrièrepaden Digitale technologieën integreren in het handwerkproces

Naam van de sessie	Digitale carrièrepaden	
Aantal sessies en duur	Module 1.4.- 5 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	Een persoonlijk portfolio beheren en promoten	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Een persoonlijk portfolio maken, Portfoliobeheer, Marketing en tentoonstelling, Timemanagement		computer, projectie, scherm
Stap voor stap procedure		
Deze sessie richt zich op het stap voor stap creëren van een persoonlijk portfolio. Aan het begin van de sessie kunnen deelnemers de vraag "Waarom zouden we een portfolio creëren?" gesteld worden. In het vervolg; "Wat is een portfolio?" "Wat zijn de doelen van een portfolio?" Discussie en informatie-uitwisseling kunnen worden gestart door de volgende vragen te stellen: "Wat is het belang van een portfolio in sales en marketing?" Nadat de facilitator het onderwerp aan de deelnemers heeft geïntroduceerd, zegt hij: -Wat is een digitaal en fysiek portfolio? -Portfolio-ontwerp -Visuele en geschreven inhoud - Door een basis theoretische informatie presentatie te maken inclusief inhoudsselectie en onderwerpen. Portfolio voorbeelden die geschikt zijn voor het deelnemersprofiel dienen getoond te worden. Na de portfoliovoorbeelden kunnen er korte discussies met de deelnemers plaatsvinden over de 'plaats van het digitale portfolio in marketing' om de infrastructuur voor de 'branding'-sessies in toekomstige modules voor te bereiden. (1 uur)		

Module 1 /1.4. Digitale carrièrepaden Digitale technologieën integreren in het handwerkproces

Naam van de sessie	Digitale carrièrepaden
Aantal sessies en duur	Module 1.4.- 5 uur
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees
Gerichte vaardigheden	Een persoonlijk portfolio beheren en promoten
Trainingsdoelstellingen	Instructiemateriaal
Een persoonlijk portfolio maken, Portfoliobeheer, Marketing en tentoonstelling, Timemanagement	computer, projectie, scherm

Stap voor stap procedure

Na de introductiesessie kunnen deelnemers verdergaan met het leren van de details van het voorbereiden van een digitaal portfolio. Als eerste stap in deze fase zal de facilitator de deelnemers vragen om onderzoek te doen naar 'digitale portfolio voorbereiding'-praktijken. Afhankelijk van het aantal deelnemers kunnen groepen worden gevormd of kan er individueel onderzoek worden gedaan.

Enkele van deze toepassingen zijn:

- Behance
- Wix
- vierkanteruimte
- WordPress
- Lading
- LinkedIn
- Koolstofgemaakt
- Dribbelen

(De facilitator kan deze platforms uitbreiden, afhankelijk van het aantal personen/groepen.)

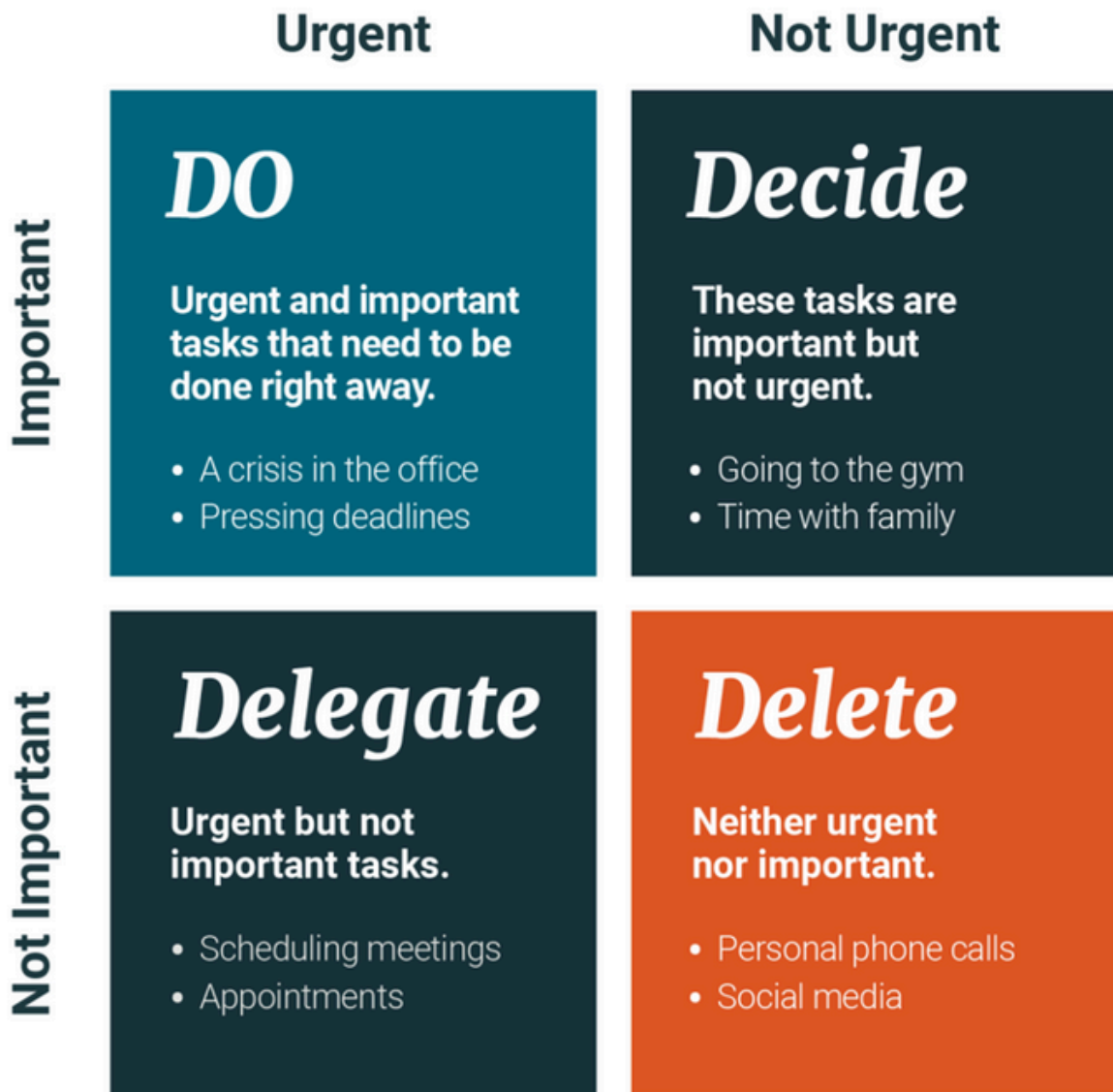
Platforms moeten worden gekozen op basis van de doelgroep en het bedrijfsgebied. Deelnemers kunnen eenvoudige presentaties voorbereiden over de platforms die ze kiezen. Tijdens het voorbereidingsproces moet de facilitator de deelnemers regelmatig bezoeken om ondersteuning te bieden.

- Wat is het hoofddoel van dit platform?
- Waarom moeten we dit platform gebruiken?
- Wat zijn de voor- en nadelen van het gebruik?
- Hoe werkt het platform? Hoe werkt het simpelweg?
- Zijn er kosten verbonden aan het gebruik van het platform?
- Wat is de feedback van gebruikers over de platforms?
- Bevat het platform trainingsmateriaal of ondersteuning om het gebruik ervan gemakkelijker te maken?

Module 1 /1.4. Digitale carrièrepaden Digitale technologieën integreren in het handwerkproces

Naam van de sessie	Digitale carrièrepaden	
Aantal sessies en duur	Module 1.4.- 5 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	Een persoonlijk portfolio beheren en promoten	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Een persoonlijk portfolio maken, Portfoliobeheer, Marketing en tentoonstelling, Timemanagement		computer, projectie, scherm
Stap voor stap procedure		
Presentaties kunnen deze vragen bevatten, zodat de werkprincipes van de platforms beter te begrijpen zijn. Deelnemers die hun voorbereidingen hebben voltooid, kunnen presentaties over hun platforms delen met andere deelnemers en een vraag- en antwoordsessie houden. (1,5 uur) Aan het begin van de laatste sessie moeten deelnemers informatieve content over timemanagement krijgen. Deze content omvat met name: -Het belang van timemanagement -Prioriteiten stellen en plannen -De relatie tussen stress en tijdmanagement - Onderwerpen die de focus leggen, zoals 'hulpmiddelen voor tijdmanagement', moeten worden opgenomen. Na de informatie kunnen deelnemers worden gevraagd om een timemanagementschema toe te passen voor praktische doeleinden. Een voorbeelddiagram is bijgevoegd. (Bijlage 1) Na de timemanagementoefening moeten deelnemers die kennis hebben over digitale portfolioplatforms worden doorverwezen naar de toepassingsfase op deze platforms. In dit faciliteringsproces hebben deelnemers een pc of tablet nodig voor de implementatiefase. Deelnemers beginnen met het maken van hun persoonlijke portfolio's voor hun eigen bedrijfsgebieden op de platforms die ze kiezen. Tijdens de tijd die de deelnemers krijgen voor deze toepassing, moet de facilitator de deelnemers regelmatig bezoeken en persoonlijke ondersteuning bieden. Deelnemers kunnen hun persoonlijke portfolio's ook ondersteunen door visuele content te gebruiken die verband houdt met hun werkgebied. Nadat deze stap van de sessie is voltooid, kunnen vrijwilligers onder de deelnemers hun persoonlijke portfolio's presenteren aan andere deelnemers en feedback ontvangen. (2,5 uur)		

Bijlage 1



Module 1 / 1.5. Mobiele applicaties Digitale technologieën integreren in het handwerkproces

Naam van de sessie	Mobiele applicaties
Aantal sessies en duur	Module 1 / 1.5. - 3 uur
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees
Gerichte vaardigheden	Digitale expertise vergroten
Trainingsdoelstellingen	Instructiemateriaal
Gebruik van mobiele applicaties Onderzoek van werkprincipes Leren door ervaring	papier, pen, smartphone/tablet/computer

Stap voor stap procedure

Deze sessie moet worden uitgevoerd via mobiele applicaties, met name om snelle toegang voor deelnemers te vergemakkelijken. Deze applicaties zullen digitale kunstapplicaties zijn die kunnen worden gebruikt in verschillende kunst- en ambachtstijlen. Het zal zich richten op hoe kunstenaars en ambachtslieden hun creatieve projecten kunnen realiseren, met name via mobiele applicaties.

De prioriteit van deze sessie zal zijn om de deelnemers te informeren over het gebruik van de applicaties en om de deelnemers te helpen deze nieuwe applicaties te ervaren. In deze sessie via mobiele applicaties worden schilderen, digitaal tekenen, vectortekenen, gebruik van eenvoudige penselen, illustratie, effecten, digitale creativiteit en originaliteit ondersteund.

Tegelijkertijd moet er informatie worden gegeven over de voordelen van mobiele applicaties op het gebied van digitale kunst.

Hieronder vindt u voorbeelden van mobiele applicaties;

- Procreate Pocket
- Adobe Fris
- KunstFlow
- Autodesk Schetsboek
- Tayasui-schetsen
- Oneindige schilder
- Papier van WeTransfer
- MediBang-verf
- Adobe Illustrator Tekenen
- Zen-penseel 3
- Schetsboek

Module 1 / 1.5. Mobiele applicaties Digitale technologieën integreren in het handwerkproces

Naam van de sessie	Mobiele applicaties
Aantal sessies en duur	Module 1 / 1.5. - 3 uur
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees
Gerichte vaardigheden	Digitale expertise vergroten
Trainingsdoelstellingen	Instructiemateriaal
Gebruik van mobiele applicaties Onderzoek van werkprincipes Leren door ervaring	papier, pen, smartphone/tablet/computer

Stap voor stap procedure

Details van de voorbeeldtoepassingen moeten door de facilitator aan de deelnemers worden getoond. Voor elke toepassing;

"-Wat is de toepassing? Voor welke gebieden kan het gebruikt worden?

-Gebruik de applicatie stap voor stap.

-Wanneer kunnen we het gebruiken en voor welke doeleinden?

Door applicatiebeoordelingen uit te voeren om de vragen te beantwoorden "Op welke gebieden ondersteunt deze applicatie ons? Wat zijn de gebruiksprioriteiten?" etc., zouden deelnemers oppervlakkige, zo niet gedetailleerde, kennis en ideeën over de applicatie moeten krijgen.

Nadat de details van de applicaties met de deelnemers zijn gedeeld, moet er een vraag-antwoordsessie worden gehouden om de vragen in de hoofden van de deelnemers te verhelderen. Na de vraag- en antwoordsessie kan de implementatiestap van de sessie worden gestart om deelnemers te ondersteunen bij het opdoen van persoonlijke ervaringen. Tijdens de applicatiestap wordt deelnemers gevraagd om de mobiele applicatie te kiezen die ze geschikt vinden voor zichzelf en hun werkruimte en deze te gaan ervaren. De facilitator zal de deelnemers vragen om hun eigen producten te ontwerpen of hun bestaande ontwerpproducten te integreren in de digitale ruimte via deze mobiele applicaties.

Aan het einde van de applicatiesessie krijgen deelnemers de kans om te spreken en wordt er van hen verwacht dat ze informatie delen over hun ervaringen met de "mobiele applicatie". Op deze manier kunnen ze gemakkelijk de positieve en negatieve aspecten van de applicaties als feedback ontvangen. Tegelijkertijd zal deze echte feedback het voor deelnemers gemakkelijker maken om in de toekomst door applicaties te werken.

(3 uur)*

***De totale duur van de sessie bedraagt 3 uur, maar de duur van de aanvraag- en informatiestappen kan door de facilitator worden bepaald op basis van het deelnemersprofiel.**

Module 1 / 1.6. E-commerceplatforms Digitale technologieën integreren in het handwerkproces

Naam van de sessie	E-commerceplatformen	
Aantal sessies en duur	Module 1 / 1.6. - 3 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	Transformeren van traditionele handel naar e-commerce	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Inzicht in de basisprincipes van e-commerce Ontwikkeling van een e-commerce bedrijfsmodel De mogelijkheden van marktonderzoek voor e-commerce		papier, pen, smartphone/tablet/computer
Stap voor stap procedure		
Wat is e-commerce? Een "stap-voor-stap e-commerce gids" moet worden voorbereid door de facilitator in de e-commerce sessie. Deze gids moet worden voorbereid vóór de sessie, rekening houdend met het deelnemende publiek. (Als de deelnemers een eerdere handelsachtergrond hebben, kunnen de deelnemers de kans krijgen om hun ervaringen over dit onderwerp te delen.) De stappen die in deze handleiding moeten worden opgenomen, zijn: • Wat is e-commerce? • Wat zijn de verschillen tussen e-commerce en traditionele handel? • Wat zijn de voordelen van e-commerce? • Wat zijn de nadelen van e-commerce? • Hoe start je met e-commerce? • Hoe maak je een e-commerce-bedrijfsplan? • Hoe creëer je een merk in e-commerce? • Wat zijn e-commerce marketingstrategieën? • Wat zijn groei- en langetermijnstrategieën in e-commerce? • Wat zijn de e-commerce trends? De basisgids voor e-commerce, waarin deze vragen zijn opgenomen, moet stap voor stap worden gevolgd en aan de deelnemers worden doorgegeven. (1 uur)		

Module 1 / 1.6. E-commerceplatforms Digitale technologieën integreren in het handwerkproces

Naam van de sessie		E-commerceplatformen
Aantal sessies en duur		Module 1 / 1.6. - 3 uur
Deelnemersprofiel		Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers
Taal van de training		Engels, Vlaams, Frans, Portugees
Gerichte vaardigheden		Transformeren van traditionele handel naar e-commerce
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Inzicht in de basisprincipes van e-commerce Ontwikkeling van een e-commerce bedrijfsmodel De mogelijkheden van marktonderzoek voor e-commerce		papier, pen, smartphone/tablet/computer
Stap voor stap procedure		
Wat zijn de platforms en tools? De tweede stap van de sessie moet zich richten op platforms die de online weergave en verkoop van producten vergemakkelijken. Het is bedoeld om het digitale bewustzijn van de deelnemers met betrekking tot tentoonstellings- en verkoopmethoden te vergroten. Gezien het doelpubliek en de sectoren kunnen de volgende platforms worden gebruikt; • Etsy • rode bel • Maatschappij6 • teepublic • Groot Kartel • WooCommerce (met WordPress) • DeviantArt • KunstStation • Amazon – Categorie Kunstverkoop • reserveringen • Zazzle(etsy alternatief) • RedBubble (printen op aanvraag) • kunstzoeker • kunstplode Deelnemers moeten worden geïnformeerd over de doelen en methoden van gebruik van deze platforms. Met name details over deelname aan deze platforms, commissiekosten en aanvraagfasen zullen belangrijk zijn in de informatiefase. Voor de implementatiefase van de sessie kunt u dieper ingaan op de details van het registratieproces en het aanmaken van een profiel. Hiervoor bekijkt u alle details op een platform dat u kiest, rekening houdend met het deelnemerspubliek. (1 uur)		

Module 1 / 1.6. E-commerceplatforms Digitale technologieën integreren in het handwerkproces

Naam van de sessie	E-commerceplatformen	
Aantal sessies en duur	Module 1 / 1.6. - 3 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	Transformeren van traditionele handel naar e-commerce	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Inzicht in de basisprincipes van e-commerce Ontwikkeling van een e-commerce bedrijfsmodel De mogelijkheden van marktonderzoek voor e-commerce		papier, pen, smartphone/tablet/computer
Stap voor stap procedure		
Hoe kunnen wij ons aanpassen? De brainstormmethode moet worden gebruikt in de laatste stap van de sessie. In deze sessie kan een discussieomgeving worden gecreëerd om oplossingen en suggesties te vinden voor de vragen die de deelnemers bezighouden. Deze sessie zal een voorlopige voorbereiding zijn op vragen die kunnen ontstaan tijdens het proces van het integreren van de eigen bedrijven van de deelnemers met e-commerce. De volgende vragen worden in volgorde aan de deelnemers gesteld: • Waarom e-commerce? • Heb ik dit nodig? • Zal het mij ten goede komen? • Wat heb ik nodig voor e-business en e-commerce? • Hoe kan ik mijn bestaande bedrijf omzetten naar e-commerce? • Waarom is webgebaseerde handel zo effectief in het bedrijfsleven? • Hoe kan ik updaten of aanpassen naar nieuwe versies? • Welke factoren beïnvloeden mijn verkoop? Er zal een brainstormsessie tussen de deelnemers plaatsvinden, waarbij deze vragen als referentiepunt worden genomen. Dankzij de wederzijdse dialogen zal de aanpassing van de deelnemers aan het e-commerceproces worden ondersteund door indirect leren. (1 uur)		

Module 2 / 2.1. Essentiële digitale marketing Digitale verkoop en marketing	
Naam van de sessie	Essentiële digitale marketing
Aantal sessies en duur	Module 2 / 2.1.- 3 uur
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees
Gerichte vaardigheden	Digitale marketingvaardigheden
Trainingsdoelstellingen	Instructiemateriaal
Om kennis en vaardigheden op het gebied van digitale marketing te bieden en hun vermogen om digitale marketingstrategieën te creëren te verbeteren.	papier, pen, smartphone/tablet/computer/projectie
Stap voor stap procedure	
Inleiding tot digitale marketing In deze sessie leren deelnemers de basis van digitale marketing en creëren ze stap voor stap hun eigen digitale marketingstrategie voor hun merk in 3 verschillende sessies. Aan het begin van elke sessie krijgen deelnemers informatie binnen het kader van een stapsgewijze handleiding, en vervolgens wordt hen gevraagd om individueel of in groepen te oefenen. (groepen kunnen variëren afhankelijk van het profiel en het aantal deelnemers.) In deze sessie leren deelnemers de basisprincipes van digitale marketing en creëren ze stap voor stap hun eigen digitale marketingstrategie voor hun merk in 3 verschillende sessies. Aan het begin van elke sessie krijgen deelnemers informatie binnen het kader van een stapsgewijze handleiding en vervolgens wordt hen gevraagd om individueel of in groepen te oefenen. (groepen kunnen variëren afhankelijk van het profiel en het aantal deelnemers.) Allereerst, door de facilitator, 'wat is digitale marketing?' Deelnemers worden geïnformeerd over de basisconcepten van digitale marketing. • Wat is digitale marketing? • Wat zijn de voordelen van digitale marketing? • Wat kunnen wij doen om betrokken te raken bij de digitale marketingsector? • Wat houdt digitale marketing in? • Wat zijn de basiselementen van digitale marketing? • Welke veranderingen en voordelen ervaart u bij de overgang van traditionele marketing naar digitale marketing? (Deelnemers kunnen worden aangemoedigd om te brainstormen door een discussiesessie te starten binnen het bereik van deze vraag.)	

Module 2 / 2.1. Essentiële digitale marketing Digitale verkoop en marketing

Naam van de sessie	Essentiële digitale marketing	
Aantal sessies en duur	Module 2 / 2.1.- 3 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	Digitale marketingvaardigheden	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Om kennis en vaardigheden op het gebied van digitale marketing te bieden en hun vermogen om digitale marketingstrategieën te creëren te verbeteren.		papier, pen, smartphone/tablet/computer/projectie
Stap voor stap procedure		
Deze vragen helpen deelnemers de wereld van digitale marketing te begrijpen en complexere onderwerpen en strategieën voor hun bedrijf te ontwikkelen. Het is belangrijk dat deelnemers de marketingtermen die ze tijdens deze trainingssessies tegenkomen, onder de knie krijgen. Enkele van deze termen zijn: • Organisch verkeer • Betaald verkeer • Klikpercentage • Conversiepercentage • Landingspagina • Kosten per klik • Kwaliteitsscore • Hermarketing We kunnen deelnemers deze termen, die we vaak horen in het veld van digitale marketing, laten zien met voorbeelden. Op deze manier wordt het onderwerp digitale marketing minder ingewikkeld en begrijpelijker voor nieuwe leerlingen. (1 uur)		

Module 2 / 2.1. Essentiële digitale marketing Digitale verkoop en marketing

Naam van de sessie	Essentiële digitale marketing	
Aantal sessies en duur	Module 2 / 2.1.- 3 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	Digitale marketingvaardigheden	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Om kennis en vaardigheden op het gebied van digitale marketing te bieden en hun vermogen om digitale marketingstrategieën te creëren te verbeteren.		papier, pen, smartphone/tablet/computer/projectie
Stap voor stap procedure		
Belangrijkste digitale marketingkanalen In de tweede stap van de sessie moeten deelnemers de basiskanalen voor digitale marketing introduceren. In deze sessie moet de facilitator voorbeelden laten zien voor elk digitaal marketingkanaal. De belangrijkste digitale marketingkanalen zijn als volgt; • Zoekmachineoptimalisatie (SEO) • Zoekmachinemarketing (SEM) • Sociale media marketing • Contentmarketing • E-mailmarketing • Affiliate-marketing • Adverteren op sociale media • Displayadvertenties • Videomarketing • Influencemarketing • Inhoudssyndicatie • Online PR en Outreach • Mobiele marketing • E-commerce-marketing U kunt een presentatie of stapsgewijze handleiding voorbereiden waarin u ten minste één voorbeeld van deze basisstappen laat zien. (1 uur)		

Module 2 / 2.1. Essentiële digitale marketing Digitale verkoop en marketing

Naam van de sessie	Essentiële digitale marketing	
Aantal sessies en duur	Module 2 / 2.1.- 3 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	Digitale marketingvaardigheden	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Om kennis en vaardigheden op het gebied van digitale marketing te bieden en hun vermogen om digitale marketingstrategieën te creëren te verbeteren.		papier, pen, smartphone/tablet/computer/projectie
Stap voor stap procedure		
SWOT-analyse (bijlage 2) Tijdens de implementatiefase van deze sessie wordt een SWOT-analyse uitgevoerd met de deelnemers, begeleid door de facilitator. Dankzij deze studie bepalen de deelnemers eerst de behoeften van hun bedrijven en krijgen ze ook de kans om zich voor te bereiden op de volgende sessies. Er worden evaluaties van bedrijven op interne en externe factoren gemaakt. De facilitator kan voorlopige documentatie voor de SWOT-analyse voorbereiden. (voorbeeld is bijgevoegd.) De SWOT-matrix en de factoren waarmee rekening moet worden gehouden bij het analyseren, moeten aan de deelnemers worden overgebracht. Verdeel de deelnemers in vier categorieën; • Sterke punten • Zwakheden • Mogelijkheden • Bedreigingen • Creëer een discussieomgeving voor elke groep. Elke deelnemer kan SWOT-factoren in zijn of haar vakgebied delen. Het is voldoende om de groepen 15-20 minuten te geven om zich op het onderwerp te concentreren. Vervolgens moeten de groepen voor elke factor een actieplan ontwikkelen. Nadat de groepen hun actieplanning hebben afgerond, moeten ze een SWOT-analyse maken zoals in het voorbeeld in de bijlage. Aan het einde van het evenement kan een woordvoerder uit elke groep namens de groep feedback geven over hoe deze strategische doelen kunnen bijdragen. SWOT-analyseworkshops zijn een belangrijk strategisch planningsinstrument om de concurrentievoordelen van het bedrijf te benadrukken, zwakheden te verbeteren, kansen te evalueren en bedreigingen te voorkomen. Het stelt u in staat om effectievere resultaten te behalen door de actieve deelname van deelnemers aan te moedigen en te profiteren van verschillende perspectieven. (1 uur)		

Bijlage 2

S STRENGTHS	W WEAKNESSES	O OPPORTUNITIES	T THREATS
• Things your company does well • Qualities that separate you from your competitors • Internal resources such as skilled, knowledgeable staff • Tangible assets such as intellectual property, capital, proprietary technologies etc.	• Things your company lacks • Things your competitors do better than you • Resource limitations • Unclear unique selling proposition	• Underserved markets for specific products • Few competitors in your area • Emerging need for your products or services • Press/media coverage of your company	• Emerging competitors • Changing regulatory environment • Negative press/media coverage • Changing customer attitudes toward your company

Module 2 / 2.2. Strategie naar tactiek Digitale verkoop en marketing	
Naam van de sessie	Strategie naar tactiek
Aantal sessies en duur	Module 2 / 2.2. - 3 uur
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees
Gerichte vaardigheden	digitale strategie creatie
Trainingsdoelstellingen	Instructiemateriaal
Gebruikmaken van digitale marketingstrategieën Een online marketingstrategie ontwikkelen	papier, pen, smartphone/tablet/computer/proj ectie
Stap voor stap procedure	
Een digitale marketingstrategie opbouwen Aan het begin van de sessie moet de gespreksleider de volgende basisbegrippen aan de deelnemers uitleggen. • Cross-channelmarketing, • Multichannelmarketing, • Omni-channelmarketing (Herinner de deelnemers eraan dat deze basismarketingstrategieën kunnen variëren, afhankelijk van de doelgroep.) Aan het begin van de sessie moet de gespreksleider de deelnemers de volgende basisbegrippen introduceren. • cross-channelmarketing, • multi-channelmarketing, • Marketing op alle kanalen (Herinner de deelnemers eraan dat deze basismarketingstrategieën kunnen variëren, afhankelijk van de doelgroep.) Vervolgens moeten de stappen van de digitale marketingstrategie aan de deelnemers worden overgebracht met informatieve content en visuals, samen met voorbeeldtoepassingen. De strategiestappen worden hieronder gegeven; • E-mailmarketing • videomarketing • Marketing op sociale media • Tekstberichten (SMS en MMS) • contentmarketing • SEO en PPC (of SEM) • Website ontwerp en marketing • Displayadvertenties • affiliate-marketing • Adverteren (1,5 uur)	

Module 2 / 2.2. Strategie naar tactiek Digitale verkoop en marketing		
Naam van de sessie	Strategie naar tactiek	
Aantal sessies en duur	Module 2 / 2.2. - 3 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	digitale strategie creatie	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Gebruikmaken van digitale marketingstrategieën Een online marketingstrategie ontwikkelen		papier, pen, smartphone/tablet/computer/proj ectie
Stap voor stap procedure		
Implementeren van digitale marketingtactieken In de tweede fase van de sessie oefenen en plannen deelnemers hun eigen digitale marketingstrategieën, waarbij ze rekening houden met hun eigen doelgroepen. De vragen die aan de deelnemers aan deze aanvraag gesteld moeten worden, zijn als volgt: • Wat wilt u bereiken met de digitale marketingstrategie van uw bedrijf? • Welke soorten klanten of klantsegmenten wilt u bereiken? • Wat zijn de demografische kenmerken, het gedrag en de behoeften van uw doelgroep? • Wie zijn uw concurrenten? • Wat zijn de belangrijkste kenmerken en de waardepropositie van uw merk? • Via welke digitale kanalen wilt u uw doelgroep bereiken? • Hoeveel budget kunt u vrijmaken voor digitale marketing? • Welke menselijke hulpbronnen heeft u nodig? • Welk type content wilt u creëren? • Hoe gaat u uw succes meten? • Welke analysetools gaat u gebruiken om de prestaties te bewaken? • Wat zou uw crisiscommunicatieplan zijn voor onverwachte situaties? Deze vragen helpen de deelnemer een uitgebreide digitale marketingstrategie te creëren. Deelnemers die deze vragen beantwoorden, delen de marketingstrategieën en -tactieken die ze aan het einde van de sessie hebben bepaald met andere deelnemers, en de sessie eindigt met een discussie- en feedbackevenement. (1,5 uur)		

Module 2 / 2.3. Datagestuurde meesterschap Digitale verkoop en marketing	
Naam van de sessie	Datagestuurde Meesterschap
Aantal sessies en duur	Module 2 / 2.3. - 3 uur
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees
Gerichte vaardigheden	Digitale marketingvaardigheden
Trainingsdoelstellingen	Instructiemateriaal
Bijgewerkte trends in successtatistieken voor digitale marketing	papier, pen, smartphone/tablet/computer/projectie
Stap voor stap procedure	
Aan het begin van de sessie kan de facilitator de deelnemers de volgende vraag stellen: "Hoe meet je het succes van digitale marketing?" Deze vraag zal de deelnemers aanzetten om de brainstormmethode te gebruiken. Aan het einde van de brainstormsessie informeert de facilitator de deelnemers over de criteria voor het meten van succes en demonstreert hij de methode, vergezeld van een door hem voorbereide handleiding. • Websiteverkeer en bezoekersanalyse (Google Analytics) • Conversiepercentages (Google Tag Manager) • Verkoop- en inkomstenpercentages (Google Ads en Facebook Ads) • E-mailmarketingprestaties (openingspercentage, doorklikpercentage) • Interactie op sociale media (Facebook Insights, Twitter Analytics, Instagram Insights, LinkedIn Analytics etc.) • SEO-prestaties • Effectiviteit van inhoud • Campagnes voor sociale media-advertenties • Realtime-analyse De hierboven genoemde voorbeeldmethoden, meetinstrumenten en criteria moeten aan de deelnemers worden getoond aan de hand van echte voorbeelden. (Er kan gebruik worden gemaakt van videocontent.)	

Module 2 / 2.3. Datagestuurde meesterschap Digitale verkoop en marketing	
Naam van de sessie	Datagestuurde Meesterschap
Aantal sessies en duur	Module 2 / 2.3. - 3 uur
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees
Gerichte vaardigheden	Digitale marketingvaardigheden
Trainingsdoelstellingen	Instructiemateriaal
Bijgewerkte trends in successtatistieken voor digitale marketing	papier, pen, smartphone/tablet/computer/projectie
Stap voor stap procedure	
Om het succes van digitale marketing te meten, moeten casestudies worden uitgevoerd met behulp van voorbeelden uit de echte wereld. Tijdens het toepassingsgedeelte van de sessie worden deelnemers in groepen verdeeld. (voor 4-5 personen) Elke groep kan een bedrijf kiezen waarvan ze bekend zijn of waarvan ze gegevens hebben om het succes van hun digitale marketingstrategie te onderzoeken. Ze onderzoeken welke strategieën voor welke bedrijven werken en waarom. Wanneer hun beoordeling is voltooid, deelt elke groep de succescriteria voor digitale marketing van het bedrijf dat ze hebben gekozen met de andere deelnemers. Dit praktische evenement helpt deelnemers het proces van het creëren, implementeren en evalueren van digitale marketingstrategieën te leren. Het helpt hen ook het onderwerp beter te begrijpen en hun strategieën te verbeteren door gebruik te maken van real-world scenario's en data. (3 uur)	

Module 2 / 2.4. Contentmarketing en sociale media, digitale marketingtools Digitale verkoop en marketing

Naam van de sessie	Contentmarketing en sociale media, digitale marketingtools	
Aantal sessies en duur	Module 2 / 2.4.- 4 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	Digitale marketing - sociale mediavaardigheden	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Definitie van contentmarketing Het ontwikkelen van boeiende contentdistributiestrategieën voor content		papier, pen, smartphone/tablet/computer/projectie
Stap voor stap procedure		
Wat is contentmarketing? Het creëren van overtuigende content Strategieën voor contentdistributie Deze sessie richt zich volledig op contentmarketingstrategie. De sessie kan worden gestart door vragen te stellen die het idee van 'contentmarketing' in de hoofden van de deelnemers stimuleren. Vervolgens moet de facilitator de deelnemers informeren door een presentatie te geven met daarin de volgende vragen. • Waarvoor dient contentmarketing precies en waarom hebben we het nodig? • Waarom is het belangrijk om een merk op te bouwen en hoe kunnen we het actueel houden? • Hoe kunnen we contact leggen met de potentiële klant? • Hoe kunnen we productpromotie op een eenvoudige en begrijpelijke manier vormgeven? • Hoe kunnen we producten verkopen met nieuwe generatie campagnes? • Welke soorten content worden gebruikt bij contentmarketing? • Wat is geschreven inhoud (tekstinhoud), audio-inhoud, video-inhoud en visuele inhoud? (Moet met voorbeelden worden geïllustreerd.) • Hoe moet de doelgroep worden bepaald? • Wat kunnen wij de klant bieden over het product of de dienst? • Hoe kunnen we effectief prestige creëren en relaties met klanten opbouwen? Na deze informatiesessie moeten we de deelnemers informeren over sociale mediakanalen. Allereerst moeten de deelnemers de tijd krijgen en een vraag krijgen over welke sociale mediakanalen ze kunnen gebruiken om te marketen.		

Module 2 / 2.4. Contentmarketing en sociale media, digitale marketingtools Digitale verkoop en marketing

Naam van de sessie		Contentmarketing en sociale media, digitale marketingtools
Aantal sessies en duur		Module 2 / 2.4.- 4 uur
Deelnemersprofiel		Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers
Taal van de training		Engels, Vlaams, Frans, Portugees
Gerichte vaardigheden		Digitale marketing - sociale mediavaardigheden
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Definitie van contentmarketing Het ontwikkelen van boeiende contentdistributiestrategieën voor content		papier, pen, smartphone/tablet/computer/projectie
Stap voor stap procedure Naar aanleiding van deze vraag dienen de deelnemers in groepen te worden verdeeld en dient voor elke groep een social media kanaal te worden bepaald. Deze groepen kunnen de volgende social media platforms krijgen; • Facebook • Instagram • twitter • LinkedIn • Pinterest • YouTube • TikTok • snapchat • WhatsApp en Facebook Messenger Nadat de distributie van het sociale mediaplatform is gemaakt volgens de vastgestelde groepen, zullen de deelnemers beginnen met het uitvoeren van onderzoek op deze sociale mediaplatformen. Deelnemers; • Wat doet dit sociale-mediaplatform? • Wat is het werkingsprincipe? • Hoe kan content geproduceerd worden? • Kan het geïntegreerd worden in een digitale verkoopstrategie? • Wat zijn de voor- en nadelen? • Wat zijn voorbeelden van goede praktijken? Ze moeten onderzoek doen om hun vragen te beantwoorden. Deelnemers die hun onderzoek hebben afgerond, presenteren de socialemediakanalen die zij voor hun groepen beschikbaar hebben gesteld aan andere deelnemers, samen met voorbeelden.		

Module 2 / 2.4. Contentmarketing en sociale media, digitale marketingtools Digitale verkoop en marketing

Naam van de sessie	Contentmarketing en sociale media, digitale marketingtools	
Aantal sessies en duur	Module 2 / 2.4.- 4 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	Digitale marketing - sociale mediavaardigheden	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Definitie van contentmarketing Het ontwikkelen van boeiende contentdistributiestrategieën voor content		papier, pen, smartphone/tablet/computer/projectie
Stap voor stap procedure		
Nadat deelnemers hun presentaties hebben afgerond, gaat elke groep verder met hun werk. In de tweede sessie van de sessie maken deelnemers een social media brand kit. • Een account op sociale media openen en beheren; • Het kiezen van het sociale mediaplatform • Een profiel aanmaken • Een contentstrategie creëren • Ze creëren een social media kanaal voor hun bedrijf door de stappen van Content Planning en Publicatie te volgen. **Deze implementatiesessie kan langer dan een uur duren. De eventflow kan flexibel zijn, afhankelijk van het aantal en profiel van de deelnemers. Na de activiteit vindt er een open sessie plaats en evalueren de deelnemers de social media accounts die ze hebben aangemaakt, begeleid door een facilitator. In de laatste stap kan de activiteit worden afgerond door een feedbacksessie te houden.		

Module 3 / 3.1. Fotografie en fotomanipulatie Overdracht van vaardigheden en kennis via digitale kanalen

Naam van de sessie		Fotografie en fotomanipulatie
Aantal sessies en duur		Module 3 / 3.1.-5 uur
Deelnemersprofiel		Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers
Taal van de training		Engels, Vlaams, Frans, Portugees
Gerichte vaardigheden		basisvaardigheden digitale fotografie
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Fotografie 101 Fotobewerkingshulpmiddelen Fotografie compatibel met digitale kanalen		smartphone/tablet/computer/camera
Stap voor stap procedure		
De sessie begint met een bespreking van de geschiedenis van de fotografie. Deelnemers die in de vorige sessie zijn geïnformeerd over productfotografie, leren in deze sessie de basisprincipes van fotografie. In de eenvoudigste zin leren we de basisprincipes van het gebruik van een camera. De inhoud van de sessie verloopt stapsgewijs als volgt. • momentopname • Diafragma, • ISO Allereerst is het erg belangrijk om door middel van visuele voorbeelden deze drie fotografietermen en basisprincipes te leren. Uitleg en voorbeelden van deze termen worden door de facilitator aan de deelnemers getoond. Hierna worden licht en lichttypen genoemd, zij het oppervlakkig. In dit stadium kan het straleffect op de foto worden getoond met visuals. De inhoud van de basisopleiding fotografie kan er als volgt uitzien: • Camera's • Classificatie van camera's • lenzen • sluiters • Flash • Contrast • scherptediepte • regel van derden • Mening • vorm van doelwit • Perspectief • vorm van de holte • Samenstelling De begeleider moet de deelnemers basiskennis over fotografie bijbrengen, ook al is het oppervlakkig, met voorbeelden. (2 uur)		

Module 3 / 3.1. Fotografie en fotomanipulatie Overdracht van vaardigheden en kennis via digitale kanalen

Naam van de sessie	Fotografie en fotomanipulatie	
Aantal sessies en duur	Module 3 / 3.1.-5 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	basisvaardigheden digitale fotografie	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Fotografie 101 Fotobewerkingshulpmiddelen Fotografie compatibel met digitale kanalen		smartphone/tablet/computer/camera

Stap voor stap procedure

Deelnemers moeten één uur toegewezen krijgen voor de tweede fase van de sessie. Gedurende deze periode moet elke deelnemer binnen één uur minstens 10 foto's maken, rekening houdend met het trainingsmateriaal dat ze in de vorige fase hebben ontvangen. (er mag een camera of een smartphonecamera worden gebruikt)

Aan het einde van het uur worden de foto's van de deelnemer samen met de instructeur beoordeeld. (1 uur)

Fotomanipulatie

Deelnemers die de fotoshoot voltooien, worden in deze sessie geïnformeerd over fotomanipulatietechnieken en -toepassingen.

Over 'Fotomanipulatie en ethiek' kan een korte discussiesessie plaatsvinden door deze vraag eerst aan de deelnemers te stellen.

Op basisniveau moet de volgende informatie aan de deelnemers worden verstrekt:

- Hoe moeten realistische schaduw en licht worden gebruikt?
- Hoe kan ik letten op het gebruik van verhoudingen en perspectief?
- Wat is het belang van textuur?
- Hoe bereid ik afbeeldingen voor?
- Hoe zorg ik voor kleurharmonie en -balans?
- Waarom zijn details belangrijk?
- Hoe kan ik meerdere afbeeldingen samenvoegen?
- Wat is driedimensionaal denken?
- Hoe kan ik de afbeeldingen die het samenstelt verbeteren?

Module 3 / 3.1. Fotografie en fotomanipulatie Overdracht van vaardigheden en kennis via digitale kanalen

Naam van de sessie	Fotografie en fotomanipulatie	
Aantal sessies en duur	Module 3 / 3.1.-5 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	basisvaardigheden digitale fotografie	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Fotografie 101 Fotobewerkingshulpmiddelen Fotografie compatibel met digitale kanalen		smartphone/tablet/computer/camera

Stap voor stap procedure

Vervolgens worden aan de deelnemers voorbeelden van fotomanipulatietoepassingen getoond. Deze voorbeelden kunnen zijn;

- Adobe Lightroom (mobielvriendelijk)
- snapseed
- VSCO (geschikt voor delen op sociale media)
- Adobe Photoshop Express (beschikbaar voor mobiele apparaten)
- Prisma (artistieke filters)
- Nalicht
- Pixlr (basisbewerkingstools)
- Enlight (lagen, maskeren, geavanceerde tools)
- Canvas

U kunt de deelnemers visueel laten zien in welke fasen ze deze applicaties kunnen gebruiken.

(1 uur)

In de laatste fase van de sessie kiezen deelnemers een van de hierboven genoemde applicaties en bewerken ze de foto's die ze in de vorige sessie hebben gemaakt binnen een periode van 1 uur. Zelfs als de fotobewerking aan het einde van de sessie niet is voltooid, moet er een discussie- en feedbacksessie worden gehouden om de uitwisseling van ideeën tussen de deelnemers te garanderen.

(1 uur)

Module 3 / 3.2. Videocontentproductie Vaardigheden en kennis overdragen via digitale kanalen

Naam van de sessie	Productie van videocontent	
Aantal sessies en duur	Module 3 / 3.2. - 5 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	video-inhoud productie	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Het creëren van een digitaal archief door het digitaliseren van de creatie- en productiefasen van de producten		papier, pen, smartphone/tablet/computer
Stap voor stap procedure		
Aan het begin van de sessie moet de vraag "Waarom is videocontent belangrijk?" aan de deelnemers worden gesteld en moeten hun verwachtingen met betrekking tot de productie van videocontent worden bepaald. In deze sessie leren we de stappen van het maken van videocontent. Als eerste stap; 'Hoe produceer je videocontent?' zullen we deze vraag onder de volgende kopjes onderzoeken. • Analyse • Idee • Productie • Regeling • delen • Vervolg Het vinden en ontwikkelen van uw idee voor video-inhoud • Trefwoordanalyse • Trends in video-inhoud • Videocontent die geschikt is voor de branche		

Module 3 / 3.2. Videocontentproductie Vaardigheden en kennis overdragen via digitale kanalen

Naam van de sessie	Productie van videocontent	
Aantal sessies en duur	Module 3 / 3.2. - 5 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	video-inhoud productie	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Het creëren van een digitaal archief door het digitaliseren van de creatie- en productiefasen van de producten		papier, pen, smartphone/tablet/computer
Stap voor stap procedure		
De facilitator raakt in essentie de principes van videocontentproductie aan en moet de deelnemers in de tweede stap van de sessie één voor één de videobewerkingstools met verschillende gebruiksgebieden laten zien. Toegepaste video's kunnen in deze fase worden gebruikt. De hulpmiddelen die u kunt gebruiken bij het bewerken van video-inhoud zijn: • Adobe Première Pro • Krachtige directeur • EaseUS-video-editor • Corel Videostudio • Adobe Premiere-rush • FilmoraGo • Snelle app • InShot-video-editor • KineMaster-video-editor • WijVideo • PicPlayPost • Horizon-camera • Videowinkel-editor (De benodigde hulpmiddelen kunnen variëren, afhankelijk van de deelnemersgroep en de apparatuur.) Deelnemers die de basisprincipes van het maken van videocontent leren, worden in kleine groepen verdeeld en gaan stap voor stap video's opnemen. Deelnemers moeten een contentplan maken voordat ze video's opnemen. In lijn met dit plan kunnen ze beginnen met het opnemen van contentvideo's. Deelnemers die klaar zijn met hun video-opnames, gaan de video's die ze hebben geproduceerd bewerken. Hiervoor kiezen ze een van de videobewerkingsprogramma's die ze in de vorige stap hebben besproken. De video's die in de laatste fase van de sessie zijn geproduceerd, worden gezamenlijk geëvalueerd en er kan kritiek worden geleverd op de video's die in het kader van de plannen zijn gemaakt, in overeenstemming met de informatie die tijdens de sessie is verstrekt.		

Module 3 / 3.3. Interactieve ervaringen creëren Vaardigheden en kennis overdragen via digitale kanalen.

Naam van de sessie		Interactieve ervaringen creëren
Aantal sessies en duur		Module 3 / 3.3. 2 uur
Deelnemersprofiel		Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers
Taal van de training		Engels, Vlaams, Frans, Portugees
Gerichte vaardigheden		onderzoeks- en communicatievaardigheden
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Analyse van digitale kunstenaars en hun methoden		papier, pen, smartphone/tablet/computer
Stap voor stap procedure		
Het primaire doel van deze sessie is dat deelnemers de kennis die ze hebben opgedaan in eerdere trainingen toepassen. Het creëren van interactieve ervaringen zorgt er tegelijkertijd voor dat alle leermethoden permanent zijn. De gespreksleider selecteert vooraf twee of drie digitale kunstenaars die op verschillende gebieden werken. Deze worden aan het begin van de sessie besproken. In het kader van dit onderzoek kunnen de volgende vragen worden gesteld: • Welke stijl van expressie gebruikte de kunstenaar om het werk te creëren? • Hoe gebruikte hij visuele elementen zoals kleur, compositie en textuur? • Wat zijn de technische vaardigheden van de kunstenaar? • Wat zijn de elementen, zoals schildertechniek, gebruik van perspectief of het creëren van textuur? • Welke digitale technologieën heeft de kunstenaar gekozen om te gebruiken? Hoe heeft hij het gebruikt? • Welke kenmerken hebben de werken van de kunstenaar wat betreft creativiteit en innovatie? • Hoe gebruikt de kunstenaar verschillende media en technologieën, zoals digitale media, installaties of hedendaagse kunsttechnieken? Aan de hand van deze vragen worden er als groepsactiviteit recensies van kunstenaars geschreven. (1 uur) In de tweede fase van de sessie moeten deelnemers individueel een kunstenaar kiezen die in hun eigen vakgebied werkt en die ze dicht bij zich vinden. Het belangrijkste in dit evenement is om een organische band te creëren tussen de deelnemers en de digitale kunstenaars die ze kiezen en om hen in staat te stellen om gemeenschappelijke grond te vinden. De bovenstaande vragen kunnen opnieuw worden gebruikt tijdens de oefenfase van de sessie. Naast de bovenstaande vragen; • Wat maakt dat jij bij deze artiest past? • Inspireert hun werk jou? Zo ja, waar haal je inspiratie vandaan? • Welke methoden van de door jou gekozen kunstenaar kun je in jouw eigen vakgebied gebruiken om je eigen werk en bedrijf in het digitale veld te ontwikkelen? Deelnemers hebben ongeveer 1 uur nodig om deze activiteit te voltooien. Aan het einde van het evenement kunnen deelnemers hun onderzoek delen met andere groepsleden. (1 uur)		

Module 3 / 3.4. Typografie en tekstontwerp Vaardigheden en kennis overdragen via digitale kanalen

Naam van de sessie	Typografie en tekstontwerp
Aantal sessies en duur	Module 3 / 3.4.- 2 uur
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees
Gerichte vaardigheden	creatief vermogen
Trainingsdoelstellingen	Instructiemateriaal
Creatieve tekstinhoud produceren	papier, pen, smartphone/tablet/computer

Stap voor stap procedure

Tijdens deze sessie krijgen deelnemers basisinformatie over de basisbeginselen van typografie en tekstontwerp.

- Wat is typografie? Waarom is typografie belangrijk in design?
- Wat is typografie?
- Samenhang
- Hiërarchie
- Uitlijning

Vervolgens moet er snel basisinformatie over het tekstontwerp worden gegeven. Deze content kan via de volgende flow verlopen;

- Het effect van structurele en cognitieve concepten op het ontwerpproces in de relatie tussen afbeelding en tekst
- Beeld-tekstrelatie, structurele en cognitieve concepten, ontwerp
- Het ontwerpen van lexicale en picturale informatie met inachtneming van cognitieve concepten
- Het ontwerpen van lexicale en picturale informatie met inachtneming van structurele concepten
- Het organiseren van visuele expressies voor communicatie-, leer- en onderwijsdoeleinden

Door verhalen te vertellen over deze inhoud en, nog belangrijker, een open discussie te houden, worden de deelnemers gestimuleerd om hun perceptie van tekstontwerp op een positieve manier te veranderen.

(1 uur)

Na de informatiesessie maken deelnemers typografische en tekstuele ontwerpen van digitale content gerelateerd aan hun product/bedrijf. Tegelijkertijd kunnen we ervoor zorgen dat deelnemers rekening houden met de kwestie van "marketingtactieken" bij het voorbereiden van hun tekstcontent en creatieve teksten creëren in lijn met marketingprincipes. De sessiefacilitator moet deelnemers gedurende het evenement bezoeken om deelnemers waar nodig digitale ondersteuning te bieden.

(1 uur)

Module 3 / 3.5. Vertel je verhaal. Vaardigheden en kennis overdragen via digitale kanalen

Naam van de sessie	Vertel je verhaal	
Aantal sessies en duur	Module 3 / 3.5.-4 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	vertelling, expressiemethoden	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Storytelling voor de producten		papier, pen, smartphone/tablet/computer
Stap voor stap procedure		
Het vertellen van verhalen door deelnemers over hun merken is een zeer belangrijke inhoud, met name voor digitale kunstmarketing. In deze sessie wordt er kort informatie gegeven over storytelling. De facilitator moet de deelnemers kort informeren over de volgende onderwerpen; • Wat is storytelling? • Wat doet storytelling? • Waarom is het vertellen van een verhaal effectiever dan het direct overbrengen van informatie? • Hoe kunnen we echte informatie overbrengen? • Wat zijn de expressiemethoden? • Hoe kunnen we verhalende taal gebruiken op sociale media? • Hoe kunnen we kunstmatige intelligentie gebruiken bij het vertellen van merkverhalen? (Een kunstenaar kan worden uitgenodigd voor dit deel van de sessie en hen hun verhaal laten delen) (1 uur) Nadat deze informatie aan de deelnemers is gegeven, begint een activiteit in twee fasen. In de eerste activiteit van de sessie, deelnemers; • Ze vormen groepjes van twee. • Om de beurt stellen ze met behulp van papier en potlood de vragen die aan de deelnemer voor hen zijn gegeven. • Ze schrijven verhalen over de antwoorden die ze van de ander krijgen als reactie op de vragen.		

Module 3 / 3.5. Vertel je verhaal. Vaardigheden en kennis overdragen via digitale kanalen

Naam van de sessie	Vertel je verhaal
Aantal sessies en duur	Module 3 / 3.5.-4 uur
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees
Gerichte vaardigheden	vertelling, expressiemethoden
Trainingsdoelstellingen	Instructiemateriaal
Storytelling voor de producten	papier, pen, smartphone/tablet/computer

Stap voor stap procedure

Deze vragen kunnen zijn:

- Wanneer en waar is het merk opgericht?
- Wat is het ontstaansverhaal van het merk en welke methoden gebruikt u?
- Hoe is de merknaam of het logo gekozen en wat betekent het?
- Welk verhaal vertelt de symboliek of het ontwerp van het merk?
- Wat is de belangrijkste missie van het merk? Welke waarden draagt het uit?
- Welke bijdrage wil het leveren aan de maatschappij?
- Wie is uw doelgroep?
- Hoe is uw merk ontdekt en hoe is ermee omgegaan?
- Wat zijn uw initiatieven op het gebied van duurzaamheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid?
- Wat zijn de unieke kenmerken die u onderscheiden van uw concurrenten?
- Hoe kunt u uw differentiatieverhaal vertellen?
- Wat zijn uw toekomstige doelen en visie?
- Wat voor toekomst belooft u?

(1,5 uur)

In de tweede fase van het evenement beantwoordt elke deelnemer dezelfde vragen in eigen woorden. (In deze fase kan elke deelnemer zijn eigen video-opname maken terwijl hij zijn verhaal vertelt, in overeenstemming met de digitale vaardigheden.)

Op deze manier krijgen zij de kans om hun antwoorden en hun eigen verhalen door de ogen van anderen te zien en kunnen zij hun eigen verhalen direct als content voor digitale mediakanalen via video gebruiken.

(1,5 uur)

Na de sessie kan elke deelnemer de antwoorden die hij/zij bij de eerste activiteit heeft gegeven, vergelijken met zijn/haar eigen video-opnamen en de snijpunten en de divergentiepunten bekijken.

Module 3 / 3.6. Bouw uw merk op. Vaardigheden en kennis overdragen via digitale kanalen

Naam van de sessie	Bouw uw merk
Aantal sessies en duur	Module 3 / 3,6-3 uur
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees
Gerichte vaardigheden	Analytisch denkvermogenOnderzoeksvaardigheden
Trainingsdoelstellingen	Instructiemateriaal
Een bedrijfsmodel creëren	papier, pen, smartphone/tablet/computer

Stap voor stap procedure

Deze sessie vereist mogelijk voorbereiding vooraf. U kunt het business model canvas (bijlage 3) afdrukken dat u in de bijlage kunt vinden of de deelnemers vellen papier geven en hen vragen dit diagram te maken.

Het is erg belangrijk om stap voor stap te werk te gaan in deze sessie. Deelnemers werken individueel. Echter, voor de brainstorming kunnen deelnemers die in dezelfde velden werken, in groepen blijven werken, maar nog steeds individueel.

In het inleidende deel van de sessie legt de facilitator alle stappen van het business model canvas uit aan de hand van echte voorbeelden.

(1 uur)

De stappen staan hieronder;

Belangrijkste partners

Wie zijn uw belangrijkste partners/leveranciers?

Wat zijn de motieven voor partnerschappen?

- **Belangrijkste activiteiten**

Welke kernactiviteiten vereist uw waardepropositie?

Welke activiteiten zijn het belangrijkste in distributiekanaal, klantrelaties en inkomstenstromen?

- **Waardepropositie**

Welke kernwaarde biedt u de klant?

Aan welke klantbehoeften voldoet u?

- **Klantrelatie**

Wat voor soort relatie verwacht de doelklant dat u opbouwt?

Hoe kunt u dit qua kosten en formaat in uw bedrijf integreren?

- **Klantensegment**

Voor welke klassen creëert u waarde?

Wie is uw belangrijkste klant?

Module 3 / 3.6. Bouw uw merk op. Vaardigheden en kennis overdragen via digitale kanalen

Naam van de sessie	Bouw uw merk
Aantal sessies en duur	Module 3 / 3,6-3 uur
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees
Gerichte vaardigheden	Analytisch denkvermogenOnderzoeksvaardigheden
Trainingsdoelstellingen	Instructiemateriaal
Een bedrijfsmodel creëren	papier, pen, smartphone/tablet/computer

Stap voor stap procedure

- **Belangrijke bron**

Welke belangrijke bronnen heeft uw waardepropositie nodig?

Welke middelen zijn het belangrijkste in distributiekkanalen, klantrelaties en inkomstenstromen?

- **Distributiekanaal**

Via welke kanalen wilt u uw klanten bereiken?

Welke kanalen werken het beste? Hoeveel kosten ze? Hoe kunnen ze worden geïntegreerd in de routines van u en uw klanten?

- **Kostenstructuur**

Wat zijn de hoogste kosten in uw bedrijf?

Welke belangrijke hulpbronnen/activiteiten zijn het duurst?

- **Inkomstenstroom**

Voor welke waarde zijn uw klanten bereid te betalen?

Wat en hoe hebben ze de laatste tijd betaald? Hoe betalen ze het liefst?

Hoeveel draagt elke inkomstenstroom bij aan de totale inkomsten?

Nadat deze stappen duidelijk zijn uitgelegd, zullen deelnemers individueel hun eigen business model canvas creëren. Ze kunnen ook de brainstormmethode gebruiken door interactie met andere deelnemers. 1 uur is genoeg voor deze activiteit.

Na afloop van het evenement presenteren alle deelnemers hun business model canvas. (Dit kan een digitale of papieren presentatie zijn.) Tijdens de presentaties kunnen andere deelnemers worden uitgenodigd om aanvullende vragen te stellen en suggesties te doen in een open discussiesessie.

(1 uur)

Bijlage - 3

The Business Model Canvas				Designed by:	Date:	Version:
Key Partnerships 	Key Activities 	Value Propositions 		Customer Relationships 	Customer Segments 	Revenue Streams 
		Key Resources 	Channels 			
Cost Structure 						

Module 3 / 3.7. Voor- en nadelen van digitale kunst Vaardigheden en kennis overdragen via digitale kanalen

Naam van de sessie	Voor- en nadelen van digitale kunst	
Aantal sessies en duur	Module 3 / 3.7.- 2 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	kritisch denken, communicatieve vaardigheden	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Verschillende perspectieven		computer/smartphone/pen/papier

Stap voor stap procedure

De laatste sessie bestaat uit 3 stappen. In deze sessie is het noodzakelijk om open discussies te creëren en ervaringen over te dragen.

Daarom geeft de gespreksleider aan het begin van de sessie kort informatie over de voor- en nadelen van digitale kunst, vooral om de deelnemers bij de discussie te betrekken.

Voordelen van digitale kunst

Deze voordelen kunnen bestaan uit creatieve vrijheid, eenvoudig te herstellen fouten, een ruime keuze aan digitale hulpmiddelen en meer.

Onderbouw elk voordeel met voorbeelden.

- Verdeel de deelnemers in kleine groepen.
- Laat elke groep bij elkaar komen om de voordelen van digitale kunst te bespreken en hun ervaringen te delen.
- Vraag elke groep om aan het einde van de discussie de belangrijkste voordelen te noemen.

Nadelen van digitale kunst

Geef een presentatie of uitleg gericht op de nadelen van digitale kunst. Nadelen kunnen technische problemen, geschillen over artistieke verdienste, afhankelijkheid en andere zijn.

Onderbouw elk nadeel met voorbeelden.

- Verdeel de deelnemers opnieuw in kleine groepen.
- Laat elke groep bij elkaar komen om de nadelen van digitale kunst te bespreken en hun eigen ervaringen te delen.
- Vraag elke groep om aan het einde van de discussie de belangrijkste nadelen te benoemen.

Module 3 / 3.7. Voor- en nadelen van digitale kunst Vaardigheden en kennis overdragen via digitale kanalen

Naam van de sessie	Voor- en nadelen van digitale kunst	
Aantal sessies en duur	Module 3 / 3.7.- 2 uur	
Deelnemersprofiel	Traditionele ambachtelijke ambachtslieden en ontwerpers	
Taal van de training	Engels, Vlaams, Frans, Portugees	
Gerichte vaardigheden	kritisch denken, communicatieve vaardigheden	
Trainingsdoelstellingen		Instructiemateriaal
Verschillende perspectieven		computer/smartphone/pen/papier
Stap voor stap procedure		
Debat Laat elke groep om de beurt op het podium de voor- en nadelen bespreken die ze hebben besproken. Geef deelnemers de gelegenheid om hun verschillende perspectieven te horen en te overwegen. Neem de tijd om de deelnemers aan het einde van de discussie vragen te stellen. Vraag de deelnemers aan het einde van het evenement om hun gedachten en suggesties over het evenement te delen. (2 uur)		

TRAININGSPROGRAMMA



Dit trainingsprogramma is voorbereid door het projectconsortium van het project "Digi-Craft: Reviving Handicraft Through Digital Technologies", gefinancierd door de Europese Unie in het kader van het programma Creatief Europa.

Om contact op te nemen met het projectconsortium en/of de auteur(s), kunt u de contactpagina op de website www.digi-craft.org bezoeken.



Co-funded by
the European Union

Gefinancierd door de Europese Unie. De geuite meningen en standpunten zijn echter die van de auteur(s) en weerspiegelen niet noodzakelijkerwijs die van de Europese Unie of het Europees Uitvoerend Agentschap voor Onderwijs en Cultuur (EACEA). Noch de Europese Unie, noch EACEA kan hiervoor verantwoordelijk worden gehouden.