

Karta Projektu Partnerskiego Grundtviga - przykładu „dobrej praktyki”

Organizacja polska realizująca projekt (nazwa organizacji, adres, telefon, e-mail)	Małopolski Instytut Kultury w Krakowie ul. Karmelicka 27 31- 131 Kraków 012 422 18 84 instytut@mik.krakow.pl
Przedstawiciel organizacji, który może udzielić ew. dodatkowych informacji (telefon, e-mail)	Joanna Hajduk, 0 12 422 18 84, hajduk@mik.krakow.pl
Krótki opis profilu działalności polskiej organizacji realizującej projekt (szczególnie dotyczące ogólnej niezawodowej edukacji dorosłych): - głównie grupy docelowe dorosłych słuchaczy - tematyka oferty edukacyjnej dla tych grup - metody pracy edukacyjnej z tymi grupami	<p>Samorządowa instytucja kultury Województwa Małopolskiego. Poprzez budowanie długofalowych programów rozwoju, tworzy wspólnotę małopolskich instytucji kultury, działających razem i wspierających się wzajemnie. Na tym polu MIK przyczynia się do kształcenia nauczycieli, pracowników instytucji kultury (muzea, ośrodki kultury, organizacje pozarządowe).</p> <p>Poprzez organizację wydarzeń adresowanych do szerokiej publiczności, chce propagować praktykę „dobrego czasu wolnego”: tworzenia oferty dla odbiorców indywidualnych, którzy pragną w atrakcyjny sposób spędzić czas, poszerzając jednocześnie swoją wiedzę.</p> <p>Dzięki wciąż zawiązywanym kontaktom europejskim chce korzystać z już wypracowanych najbardziej efektywnych metod edukacji dla kultury, a poprzez analizę lokalnych potrzeb przenieść najlepsze z nich na grunt Małopolski.</p> <p>W centrum naszego zainteresowania leży także użycie nowych technologii dla promocji dziedzictwa kulturowego Małopolski, w tym dziedzictwa mniejszości narodowych i etnicznych.</p>
Tytuł projektu	Pro Spectatore
Nr Umowy Finansowej z Narodową Agencją (ew. dwie lub trzy, jeśli projekt trwał 2-3 lata)	SOC/18-GRU2-2003/04
Lata realizacji	2003 - 2004
Kraje uczestniczące (kraj koordynatora wymieniony jako pierwszy)	Polska, Włochy, Holandia
Cele projektu	<ul style="list-style-type: none"> - wskazanie efektywnych narzędzi analizy potrzeb dorosłych odbiorców w obszarze „edukacja kulturalna poprzez muzeum” - oswojenie środowiska muzealników z pojęciami marketingu - promocja nowych technologii w pracy instytucji muzealnych - stworzenie w środowisku muzealników międzynarodowego obiegu informacji, doświadczeń i pomysłów dotyczących nowego sposobu kontaktu z odbiorcą
Obszary tematyczne (dziedziny ogólnej niezawodowej edukacji osób dorosłych, jakich projekt dotyczy)	<ul style="list-style-type: none"> - muzealnictwo - badania publiczności - marketing - edukacja muzealna
Grupa docelowa słuchaczy (dla całego projektu a w szczególności dla organizacji polskiej – charakterystyka grupy)	Muzealnicy pracujący w działach marketingu i edukacji.
Jakie były początki projektu (jak powstał pomysł na projekt, czyja to była to inicjatywa, jak poszukiwano partnerów?)	Projekt powstał z inicjatywy Małopolskiego Instytutu Kultury w Krakowie dzięki kontaktom z włoską i holenderską organizacją partnerską pozyskanym w trakcie warsztatów organizowanych przez European Museum Forum w Parmie. MIK od 2002 roku organizuje warsztaty dla małopolskich muzealników, dzięki temu jesteśmy z nimi w stałym kontakcie i jesteśmy świadomi ich potrzeb edukacyjnych.

<p>Krótki opis przebiegu projektu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - spotkania partnerskie za granicą i w kraju (kiedy, gdzie, czego dotyczyły, czy brali udział słuchacze) - działania krajowe (czy brali udział słuchacze) - działania upowszechniające - działania ewaluacyjne 	<ul style="list-style-type: none"> - rekrutacja uczestników projektu (słuchaczy), w zależności od wysokości grantu ich liczba wahała się od 3 do 4. Rekrutacja w Polsce polegała na rozesłaniu zaproszenia do udziału w projekcie do wszystkich muzeów Małopolski wraz z ankietą i „zadaniem” do wykonania (case study). W ten sposób mogliśmy ocenić czy dany uczestnik ma odpowiednie przygotowanie i nastawienie oraz odpowiednią znajomość języka angielskiego, by wziąć udział w projekcie; - dobór moderatorów – w zależności od tematu warsztatu znalezione zostały odpowiednie osoby, ich „przygotowanie zawodowe” było bardzo różnorodne, nie byli to tylko eksperci ściśle związani z pracą w muzeum, co stanowiło dodatkową wartość; - przygotowanie merytoryczne warsztatów, materiałów warsztatowych etc. – we współpracy z moderatorami w każdym kraju partnerskim przygotowano osobny, wiążący się z tematem wiodącym projektu, warsztat; - przeprowadzenie 3 warsztatów dla wszystkich uczestników projektu (po 1 w każdym z krajów partnerskich); - ewaluacja warsztatów – po każdym warsztacie przeprowadzona była ich ewaluacja przy pomocy ankiet, rozmów, wymiany maili; - strona internetowa – podczas trwania projektu powstała i na bieżąco uzupełniana była jego strona internetowa (www.prospectatore.pl). Znajdują się na niej przede wszystkim materiały warsztatowe używane podczas warsztatów, ale także informacje o projekcie, jego realizatorach i przebiegu; - rozpowszechnianie informacji o projekcie – poprzez stronę internetową (linki do niej znajdują się na kilku stronach związanych z muzeami), w Polsce – poprzez spotkania z cyklu seminariów dla muzealników prowadzonych przez MIK „Dynamika Ekspozycji”, poprzez stronę internetową MIK, na forum Ptolomeusza (międzynarodowe spotkanie pt. Dziedzictwo kulturowe i muzea we współczesnym obiegu kultury w Paryżu); - stworzenie folderu podsumowującego projekt – folder pomyślany został jako inspiracja dla muzealników, opisane zostały w nim różne narzędzia marketingowe i inne, o których była mowa na warsztatach w ten sposób, by zarówno uczestnicy projektu, jak i inni zainteresowani mogli z nich skorzystać, jego treść zostanie zamieszczona także na stronie www projektu; - 12 marca i 6 kwietnia 2004 w Krakowie - dotatkowe warsztaty dla polskich uczestników projektu i innych zainteresowanych muzealników pogłębiające wiedzę nt. metod badania potrzeb i opinii odbiorców inspirowane warsztatami Pro Spectatore; - 14 czerwca 2004 w Krakowie - spotkanie informacyjne o programie Socrates – akcjach Grundtvig i o projekcie – rozpowszechnienie ulotek o programie dostarczonych przez Agencję Narodową, opis doświadczeń własnych z realizacji projektu.
<p>Liczba słuchaczy aktywnie uczestniczących w projekcie</p> <ul style="list-style-type: none"> - w działaniach krajowych - w wyjazdach zagranicznych 	<ul style="list-style-type: none"> - 5 - 4
<p>Produkty projektu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - strony internetowe (proszę podać adres) - publikacje (proszę podać nazwę) - materiały dydaktyczne i inne wspierające cele projektu (w tym CD, filmy) - programy szkoleniowe, scenariusze - prace artystyczne, przedstawienia - inne... 	<ul style="list-style-type: none"> - strona internetowa projektu www.prospectatore.pl – mogą z niej korzystać wszyscy zainteresowani projektem – umieszczone tam zostały wszystkie materiały merytoryczne używane w trakcie projektu, a także relacje z niektórych przeprowadzanych przez uczestników badań oraz „mind mapa” marketingu muzealnego stworzona w trakcie warsztatu w Krakowie - folder – zbiór narzędzi marketingowych, a także służących do efektywnego zarządzania projektem oraz wspomagających kreatywną pracę zespołową i wskazówek dotyczących ich użycia w muzeum

Które z powyższych produktów wykorzystano po zakończeniu projektu, upowszechniono?	www i folder
Wpływ udziału w projekcie na organizację polską i jej pracowników (co dała współpraca międzynarodowa bezpośrednio, a co z perspektywy czasu, czy wdrożono nowe programy nauczania, rozwinęto ofertę edukacyjną, poprawiono sposób zarządzania organizacją, pracownicy nabrali nowych umiejętności?)	<ul style="list-style-type: none"> - umiejętność zarządzania projektem międzynarodowym - umiejętność nawiązywania kontaktów międzynarodowych - nowe kontakty
Wpływ udziału w projekcie na polskich słuchaczy (proszę podać bezpośredni wpływ oraz obserwacje Państwa z perspektywy czasu, tzn. czy udział w projekcie zmienił coś w życiu niektórych słuchaczy, np. na skutek rozwinięcia kompetencji kluczowych, nabrania pewnych umiejętności?)	Dla polskich uczestników, którzy po raz pierwszy uczestniczyli w międzynarodowym projekcie, jego wartość była nie do przecenienia. Nauczyli się pracy w środowisku wielokulturowym. Poznali metody pracy, które w Polsce są zupełnie nieznanymi. Rozszerzyło się ich myślenie o roli muzeum w procesie edukacji dorosłych i budowania społeczeństwa otwartego. Poznali nowoczesne, interaktywne muzea, które bawia, uczą, inspirują, są przyjazne dla odwiedzających. Zrozumieli, że dobry muzealnicy musi łączyć różne kompetencje i potrafić pracować w zespole, również międzynarodowym.
Opinie słuchaczy i pracowników o projekcie – cytaty z wypowiedzi	<p>„Pracuję w Dziale Edukacji Muzeum Narodowego w Krakowie; informacje dotyczące działalności edukacyjnej i upowszechniającej powinny być dla mnie najbardziej interesujące. Tymczasem okazało się, że inne – dotyczące marketingu, reklamy, kryteriów ułatwiających m.in. wybór dzieł na organizowane wystawy – były równie cenne. Można je porównać do narzędzi, którymi warto się posługiwać nie tylko w obrębie działalności edukacyjnej, ale również kompleksowej pracy muzeum” Jolanta Gumula, Muzeum Narodowe w Krakowie</p> <p>„W warsztatach prowadzonych dla młodych dorosłych przez cały rok szkolny w Galleria d'Arte Moderna of Bologna pomagają, w ramach praktyki, studenci tamtejszej Akademii Sztuk Pięknych. Planujemy od września 2004 podjąć podobną współpracę między krakowską Akademią Sztuk Pięknych a Muzeum. Od września 2004 planujemy ponadto prowadzić regularnie, co pół roku badania ankietowe wśród młodych dorosłych uczestniczącej w warsztatach, oraz raz w roku, po zakończeniu cyklu wykładów „Arcydzieła sztuki” badania dotyczące opinii uczestników na temat spotkań.” Monika Wlezień, Muzeum Narodowe w Krakowie</p> <p>„Odwiedzałam kolejne muzea Europy zawsze z pewnym przygotowaniem, bazując na wiedzy którą posiadałam, lub którą uzupełniałam w trakcie zwiedzania. Nie przyglądałam się natomiast zwiedzającym miejscom z punktu widzenia ludzi zupełnie nie przygotowanych do odbioru sztuki, a jednak szukających z nią kontaktu. Wydaje mi się, że z takimi osobami wielokrotnie spotykamy się w muzeum. Warsztaty Pro Spectatore dały mi pewne podstawy (narzędzia) do pracy bezpośrednio ze zwiedzającymi lub do pracy dla nich (np. w trakcie planowania wystawy). Spotkania Pro Spectatore sprowokowały mnie do postawienia samej sobie wielu pytań dotyczących mej pracy. Wynikają one ze spojrzenia z nowej perspektywy (nowej dzięki temu, czego nauczyłam się w trakcie Pro Spectatore) na całą przestrzeń ekspozycji muzealnej.” Magdalena Świszczowska, Muzeum St. Wyspiańskiego</p>
Ew. inne uwagi dotyczące realizacji projektu	
Przedstawiciel organizacji wypełniająca Kartę	Imię i nazwisko: Joanna Hajduk Data wypełnienia: 25.09.08