

IOI - PROGETTAZIONE DEL CURRICULUM





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



Digital
Humanist

IO1

Progettazione del Curriculum

Contenuti

| | |
|---|----|
| 1.1 Metodologia per lo sviluppo del curriculum di formazione..... | 3 |
| 1.2. Progettazione del Curriculum dell'Umanista Digitale | 6 |
| 1.2.1 Gruppi target | 6 |
| 1.2.2 Descrizione del corso | 6 |
| 1.2.4 Risultati dell'apprendimento | 10 |
| 1.2.5 Requisiti di ingresso | 12 |
| 1.2.6 Contenuto | 16 |
| 1.2.7 Metodologia di apprendimento | 16 |
| 1.2.8 Adozione..... | 17 |
| 1.2.9 Valutazione..... | 18 |
| Conclusioni | 19 |

PROGETTAZIONE DEL CURRICULUM

1.1 Metodologia per lo sviluppo del curriculum di formazione

La metodologia per la creazione del modello di curriculum è basata sullo sviluppo del prototipo di curriculum, da cui costruire diversi curriculum nazionali. Lo scopo del prototipo di curriculum è quello di stabilire e definire una serie di discipline (corsi) con aspetti teorici e pratici, aiutando i professori a raggiungere le conoscenze e le abilità appropriate, che soddisferanno gli obiettivi del progetto - costruire, testare e poi distribuire un modello quadro basato sulla ricerca che aiuterà il settore dell'istruzione ad abbinare il curriculum dei loro studenti con i requisiti professionali espressi dalla comunità della gestione del patrimonio digitale.

La metodologia si basa su 4 modelli teorici per la creazione del curriculum:

- a) Modello Tyler;
- b) Modello Taba;
- c) modello Oliva e
- d) Modello Hunkins.

Sono integrati sotto principi comuni:

- Con obiettivi ben definiti
- Con prerequisiti identificati
- Equilibrato - nella materia e coprendo le lacune
- Comprensibile - con discipline ben definite (corsi)
- Con contenuto integrato orizzontalmente - collegamenti e sequenza tra i corsi
- Con contenuto integrato verticalmente - collegamenti e sequenza tra le unità di apprendimento in un corso
- Con l'aumento a spirale delle conoscenze/abilità
- Con rilevanza per età / generazione
- Con durata per il raggiungimento delle conoscenze e delle abilità (lezioni / seminari, ECTS)

Tyler (1949) ha pubblicato Principi di base del curriculum e dell'istruzione

Quattro punti chiave del modello possono essere sintonizzati per lo scopo del progetto: obiettivi - gli scopi dell'educazione attraverso il curriculum, esperienza istruttiva relativa agli scopi, organizzazione dell'esperienza allo scopo di avere il massimo effetto del curriculum (dall'educazione) e valutazione e accertamento degli scopi dell'educazione. Il nostro approccio per l'utilizzo del modello Tyler è quello di creare una mappatura del corso curriculare dell'attuale curriculum istituzionale con la ricerca, anche da IO1. Appliciamo i seguenti metodi di insegnamento e apprendimento: cognitivo, affettivo e psicomotorio. Implementeremo l'apprendimento attraverso l'esplorazione e l'apprendimento attraverso il fare. L'organizzazione dell'esperienza degli studenti sarà dal semplice al complesso, dal generale allo specifico. Le esperienze dovrebbero costruire singole unità di corso. La valutazione e l'accertamento dei risultati saranno fatti attraverso indicatori chiave di performance (KPI).

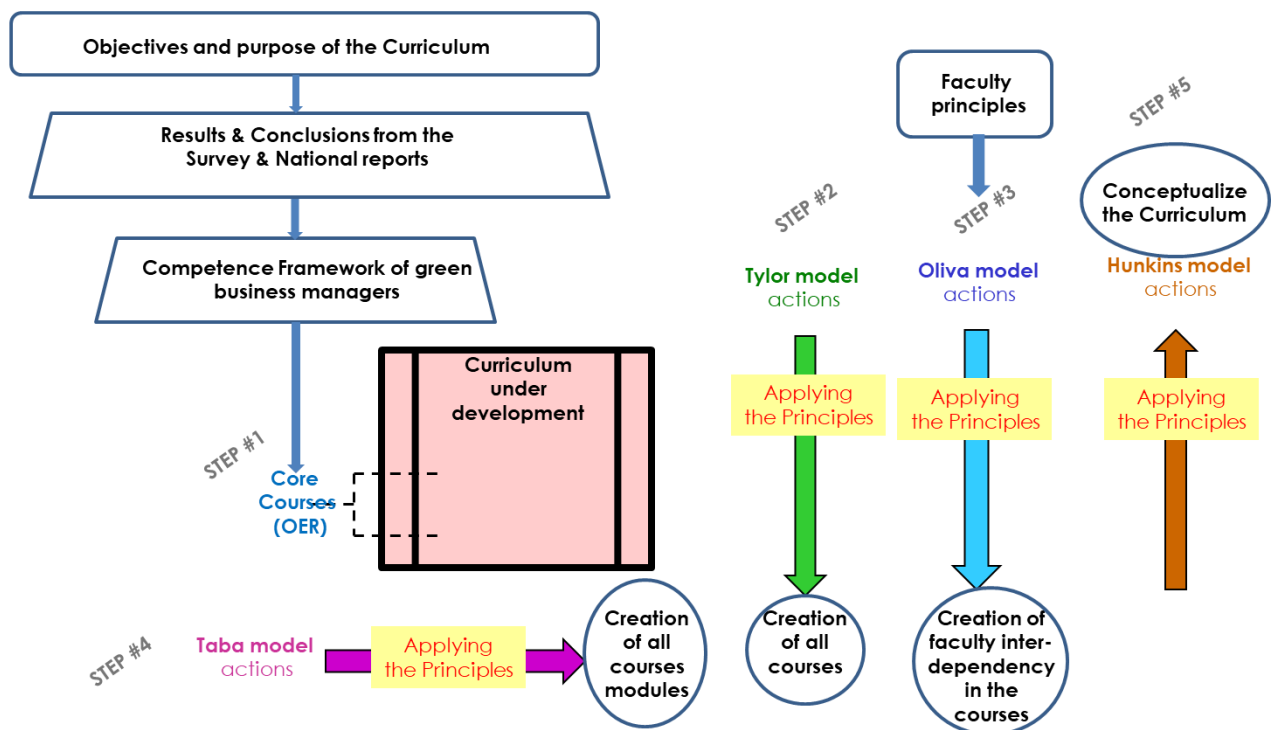
Hilda Taba (1962) in "Sviluppo del curriculum: Teoria e pratica" credeva che coloro che insegnano il curriculum (gli insegnanti/insegnanti), dovrebbero partecipare allo sviluppo del curriculum. Il concetto è che l'insegnamento non si limitava ad un mero trasferimento di fatti, ma era, piuttosto, il mezzo per sviluppare le capacità di pensiero degli studenti, che lei intendeva essere attivo e reciproco tra lo studente e la materia. Il modello Taba è accettato come modello bottom-up. Il nostro approccio per l'utilizzo del modello Taba è: creare un corso come una sequenza di moduli; alcuni moduli hanno delle alternative. Il modello di **Peter Oliva** (2005) offre alle facoltà la possibilità di sviluppare completamente il curriculum di una scuola. I principi di base sono che gli studenti in una facoltà hanno comuni esigenze astratte per l'istruzione. Il modello offre programmi interdisciplinari a livello di facoltà che fanno un breve percorso attraverso le aree di specializzazione della facoltà.

Il modello Oliva si basa sui precedenti modelli di curriculum - il modello Tyler e il modello Taba, sottolineando ulteriormente i "bisogni dello studente e della società". Il modello Oliva dovrebbe fornire una base per la comprensione del suo contributo al curriculum di logistica. Teoricamente, la progettazione e lo sviluppo del curriculum nei programmi di logistica sono basati sugli input costruttivi dei professionisti della logistica. Per il nostro

curriculum i principi di base di Oliva saranno alleati per gli studenti di una facoltà, che hanno comuni esigenze astratte per l'istruzione: incorporare i principi della facoltà; creare interdipendenze della facoltà nei corsi.

Il modello di **Hunkins** (2004) risponde alle preoccupazioni dei concettualisti, mettendo l'accento sulla comprensione della natura e del potere del curriculum. Il modello è costruito sui valori e le credenze della società (comunità). Il modello Hunkins è accettato come modello decisionale, avendo una caratteristica unica chiamata ciclo di feedback e aggiustamento. Questo ciclo permette ai decisori di fare riferimento alle fasi precedenti per fare cambiamenti e modifiche. Questo ciclo contestualizza il processo di creazione e implementazione del curriculum

La metodologia presentata sopra per lo sviluppo del curriculum di formazione può essere applicata attraverso una procedura che consiste in 5 passi:



La procedura sviluppata consiste in 5 passi:

- a) Sulla base dei "Risultati e conclusioni del sondaggio" (deliverable da IO1) e i 5

domini sviluppati di risorse educative aperte (OER)

b) Creare l'insieme principale di corsi nel Curriculum, attraverso la messa a punto dei "corsi di base" e applicando il modello Tyler con i suoi principi

c) Creare l'interdipendenza della facoltà tra i corsi, applicando i principi della facoltà dell'istituzione, che fornirà il processo di istruzione/formazione, applicando il modello Oliva

d) Stabilire moduli nei corsi del Curriculum, applicando il modello Taba

e) Concettualizzare il Curriculum, applicando il modello di Hunkins, così come controllare gli obiettivi del curriculum raggiunti.

1.2. Progettazione del Curriculum dell'Umanista Digitale

1.2.1 Gruppi target

Il Curriculum dell'Umanista Digitale è rivolto a studenti di laurea o di master e alla formazione permanente di esperti impegnati nel settore dei beni culturali, ad esempio, funzionari del patrimonio che non hanno competenze digitali.

Il programma Digital Humanist è aperto a studenti in aree come Antropologia, Storia dell'Arte, Lingua e Letteratura Inglese, Studi Cinematografici, Geografia, Turismo, Storia, Giornalismo, Marketing, Lingue Moderne, Musica e Cultura, Filosofia, Scienze Politiche, Sociologia, ecc.

1.2.2 Descrizione del corso

Il corso di **Digital humanist** sviluppa competenze di promozione culturale e imprenditoriale digitale, con metodologie didattiche innovative e interattive. È pensato per formare la figura professionale di un tipico umanista, specializzato in aree quali letteratura, filosofia, storia, religione, lingue, storia dell'arte, filologia, semiotica e arti visive, con capacità e competenze informatiche.

L'**obiettivo** di questa nuova figura è quello di sfruttare le metodologie teoriche tipiche del mondo umanistico, per poter svolgere collaborazioni scientifiche sviluppando pratiche con l'utilizzo di risorse e strumenti tipici del campo informatico utili in tutti i settori delle

scienze umane e con un occhio di riguardo alla gestione e promozione del patrimonio culturale.

I **profili professionali** più richiesti, descritti nella Classificazione Nazionale delle Professioni e delle Posizioni sono: agente di viaggio, rappresentante di commercio, socio di marketing, economista, mediatore di informazioni, specialista in amministrazione pubblica, specialista in gestione delle informazioni, coordinatore di progetti UE, ecc.

I laureati del programma Digital Humanist trovano **lavoro** in molti settori tra cui agenzie web, aziende di software, aziende di localizzazione di software, biblioteche e musei, e molti campi nelle arti dello spettacolo e della cultura.

1.2.3 Profilo professionale

Diverse fonti sono state utilizzate nello sviluppo del profilo professionale dell'umanista digitale come la revisione della letteratura, la ricerca sui focus group, gli standard nazionali delle competenze professionali, le descrizioni dei lavori e le raccomandazioni delle associazioni professionali. Sono stati costruiti il quadro integrato della **progettazione del profilo, le caratteristiche dell'ulteriore professionista** (competenze, abilità, know-how, indicatori, risultati attesi) e le **caratteristiche della progettazione del curriculum** (moduli, corsi, contenuto OER).

Le capacità dell'umanista digitale, il know how atteso e le relative competenze da sviluppare sono state suddivise in due gruppi. Alcuni sono stati considerati come prerequisiti e altri, sviluppati all'interno del curriculum, come obiettivi di apprendimento.

Cinque blocchi o livelli di attività si riferiscono alle cinque aree di competenza del curriculum Digital Humanist:



Profilo professionale dell'umanista digitale

| Area di competenza | Competenze | Conoscenza |
|---|--|---|
| PIANIFICAZIONE, ELABORAZIONE E GESTIONE DI PIANI E PROGETTI DI SVILUPPO AZIENDALE DEI BENI CULTURALI | <p>Pianificazione, organizzazione, controllo, decisione, risultato e orientamento al cliente</p> <p>Interpretare le esigenze di cambiamento nei modelli di comunicazione culturale in relazione alle identità specifiche dei territori</p> <p>Articolare gli obiettivi di comunicazione rispetto alle finalità individuate per la valorizzazione dei beni culturali territoriali</p> <p>Tradurre le direttive aziendali in strategie adeguate alla propria area di responsabilità/competenza/territorio</p> | <p>Il rapporto tra patrimonio e sviluppo sostenibile</p> <p>Sviluppo della strategia</p> <p>Etica</p> <p>Processo e funzioni di gestione del progetto</p> <p>Sviluppo sostenibile</p> |
| ANALIZZARE IL MERCATO, I BENI CULTURALI E APPLICARE GLI STRUMENTI ICT | <p>Applicare tecniche di analisi del contesto (analisi di mercato, analisi della concorrenza), analisi costi-benefici/opportunità/redditività</p> <p>Identificare e applicare strumenti per un migliore supporto narrativo</p> <p>Applicare gli strumenti per migliorare l'esperienza degli utenti dei contenuti culturali</p> <p>Sviluppa prodotti con Quick Response (QR) Code, Augmented Reality (AR), elementi tridimensionali (3D), Ologrammi, per aumentare i fattori esperienziali nella vita reale</p> | <p>Analisi di mercato</p> <p>Analisi costi benefici</p> <p>Strumenti digitali</p> <p>Multimedia</p> |



| | | |
|--|--|--|
| <p>COMUNICAZIONE E PROMOZIONE CULTURALE</p> | <p>Gestire la narrazione non convenzionale sui social network generata nel campo della comunicazione digitale</p> <p>Ideazione e sviluppo di un progetto di comunicazione digitale Sviluppo di una campagna di social media marketing</p> <p>Progettare la comunicazione digitale dei beni culturali</p> <p>Gestire i metodi e gli strumenti secondo una logica cross media e transmediale</p> <p>Progettare strutture di comunicazione narrativa</p> | <p>Processo di comunicazione Supporto narrativo</p> <p>Social media e reti</p> <p>Narrativa</p> <p>Post narrativi</p> <p>Strutture narrative</p> |
| <p>IMPRENDITORIALITÀ NELLE INDUSTRIE CREATIVE</p> | <p>Competenze logiche e metodologiche nello sviluppo di modelli di business imprenditoriali per la promozione del patrimonio culturale</p> <p>Capacità di gestire entità imprenditoriali in industrie creative</p> <p>Gestione del team, stabilità emotiva e gestione dei conflitti</p> <p>Favorire l'interazione con gli altri, la comunicazione interpersonale e l'efficacia, la gestione di gruppi e riunioni, il parlare in pubblico, la persuasione, la negoziazione, la leadership, la stabilità emotiva e la gestione dei conflitti</p> | <p>Pianificazione aziendale</p> <p>Modelli di business</p> <p>Gestione finanziaria</p> <p>Gestione della squadra</p> <p>Stili di leadership</p> <p>Risoluzione del conflitto</p> |



1.2.4 Risultati dell'apprendimento

I risultati di apprendimento attesi possono essere strutturati in due gruppi principali:

- Dominio specifico (gestione e promozione del patrimonio culturale) e
- Competenze digitali.

Gli studenti conosceranno i principi, i metodi e le tecniche della linguistica, compresi i suoi aspetti computazionali, la ricerca storica, la comunicazione, la codifica dei testi, la gestione dei documenti, i contenuti e i dati semi-strutturati, le tecnologie e i servizi legati al web, la produzione grafica e multimediale, le interfacce grafiche e la loro usabilità.

Competenze umanistiche

Essere in grado di elaborare collezioni d'archivio, curare mostre, trascrivere e annotare documenti storici;

- Essere in grado di formulare domande di ricerca, raccogliere dati e applicare metodi di ricerca per trovare le informazioni di cui hai bisogno;
- Essere in grado di leggere criticamente, scrivere efficacemente, analizzare i problemi e risolverli;
- Essere in grado di applicare la retorica visiva e orale, la grammatica e i principi di composizione per migliorare la leggibilità e l'estetica della presentazione;
- Essere consapevole delle questioni sociali, politiche ed etiche relative al problema;
- Essere consapevoli dei principi della proprietà intellettuale e della dottrina dell'uso equo;
- Essere consapevoli dei problemi di proprietà intellettuale come si applicano al multimedia;
- Essere in grado di applicare i principi legislativi;
- Essere in grado di collaborare con i colleghi assegnando e dividendo diversi compiti;
- Essere in grado di affrontare i conflitti;
- Essere in grado di negoziare e costruire forti reti sociali;

- Essere in grado di gestire, amministrare e preventivare progetti;
- Avere familiarità con il panorama dei media, compresi i media tradizionali e sociali.

Competenze tecniche

- Creare e studiare un testo elettronico;
- Creare musica elettronica e comporre al computer;
- Progettare un carattere tipografico;
- Creare bit-map e grafica vettoriale;
- Creare e manipolare fotografie digitali;
- Progettare il layout e la composizione di una pubblicazione;
- Creare un'animazione;
- Creare uno spazio virtuale;
- Creare materiale didattico;
- Creare una presentazione elettronica.
- Costruire un sofisticato sito WWW;
- Creare un CD-ROM interattivo;
- Creare media dipendenti dal tempo (audio e video);
- Impostare e mettere in rete un PC o un Mac;
- Utilizzare un server WWW;
- Creare opere interattive;
- Sviluppare banche dati;
- Condurre un'analisi elettronica del testo;
- Usare la modellazione dei dati per creare risorse digitali;
- Usare metadati per descrivere i tuoi contenuti in modo che le persone possano trovarli facilmente;
- Usare la trascrizione per creare contenuti online;

- Applicare Cascading Style Sheets (CSS) per una semplice rappresentazione dei dati;
- Creare annotazioni per aggiungere interattività al tuo contenuto;
- Utilizzare strumenti di collaborazione online (documenti Google e software wiki) per stimolare;
- l'impegno e la condivisione delle conoscenze;
Essere in grado di scannerizzare, condividere e fornire accesso a materiali digitali;
- Applicare le linee guida della Text Encoding Initiative (TEI) per codificare i testi;
- Sviluppare strumenti di mappatura per indicare i luoghi;
- Usare i tag QR (codici a barre 3D), combinati con applicazioni per iPhone per permettere a luoghi e oggetti di raccontare le proprie storie;
- comprendere l'editing digitale come un processo olistico e conoscere le fasi tipiche di un progetto di editing digitale, i metodi e le tecnologie applicate e gli standard utilizzati in ogni fase;
- conoscere strumenti selezionati che supportano le varie fasi dell'editing digitale. *porting the various phases in digital editing.*

1.2.5 Requisiti di ingresso

Gli studenti o i dipendenti che si iscrivono al programma dovrebbero avere conoscenze e competenze di base nel campo dell'amministrazione aziendale, della gestione e del marketing

Il curriculum di Digital Humanist comprende un **insieme di corsi**, metodologie ed esperienze suggerite che indicheranno agli studenti la migliore combinazione per raggiungere conoscenze e competenze avanzate nel campo della comunicazione culturale digitale

Questo è coerente con l'obiettivo principale del progetto Digital Humanist, di progettare, pilotare e diffondere un nuovo programma di apprendimento avanzato su base universitaria, destinato a perfezionare e mettere a punto il business e il marketing dei beni



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



culturali, per creare professionisti preparati, competenti ed esperti.



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



POZNAN UNIVERSITY
OF ECONOMICS
AND BUSINESS

CONFORM





Progettazione del curriculum

| OER | Unità di apprendimento individuali | Corsi suggeriti |
|--|---|---|
| OER1 PIANIFICARE, ELABORARE E GESTIRE PIANI E PROGETTI DI SVILUPPO COMMERCIALE DEL PATRIMONIO CULTURALE | <p>1.1 Evoluzione delle Digital Humanities: fonti e metodi</p> <p>1.2 Imprese culturali e creative</p> <p>1.3 Patrimonio digitale: il passato in un presente digitale</p> <p>1.4 Accesso aperto ed etica digitale</p> <p>1.5 Gestione del patrimonio culturale e sviluppo sostenibile</p> | <p>Metodi digitali per le scienze umane</p> <p>Gestione strategica</p> <p>Innovazione e imprenditorialità</p> <p>Marketing</p> <p>Amministrazione aziendale</p> |
| OER2 ANALIZZARE IL MERCATO, I BENI CULTURALI E APPLICARE GLI STRUMENTI ICT | <p>2.1 Ricerca di marketing digitale dei beni culturali</p> <p>2.2 Pubblico digitale e analisi</p> <p>2.3 Contenuti digitali del patrimonio culturale</p> <p>2.4 Strumenti digitali per la produzione di contenuti multimediali</p> <p>2.5 Animazione e gamification: possibilità creative per la comunicazione digitale dei beni culturali</p> | <p>Analisi dei dati</p> <p>Mobile e social media</p> <p>Elaborazione di immagini digitali</p> <p>Leadership</p> <p>Software di tecnologia dell'intrattenimento e mondi virtuali</p> |
| OER3 COMUNICAZIONE E PROMOZIONE CULTURALE | <p>3.1 Marketing digitale e dei social media dei beni culturali</p> <p>3.2 Campagna di social media marketing</p> <p>3.3 Curation digitale - biblioteche digitali, musei e istituzioni culturali</p> | <p>Data mining e data warehousing</p> |



| | | |
|---|---|--|
| | <p>3.4 Storytelling</p> <p>3.5 Struttura narrativa e scrittura web</p> <p>3.6 I media mobili nella comunicazione culturale</p> | |
| <p>OER4</p> <p>IMPRENDITORIALITÀ</p> <p>NELLE INDUSTRIE</p> <p>CREATIVE</p> | <p>4.1 Sviluppo del modello di business</p> <p>4.2 Avvio di un nuovo business</p> <p>4.3 Gestione dell'avviamento</p> <p>4.4 Gestione del team</p> <p>4.5 Opzioni e scenari finanziari per le industrie creative e culturali</p> | |



1.2.6 Contenuto

Il curriculum di Digital Humanist comprende tre elementi strutturali:

Blocco 1: n corsi, 15 ECTS

I partner scelgono i corsi esistenti come caratteristiche di apprendimento suggerite

Blocco 2: 1 corso, 6 ECTS

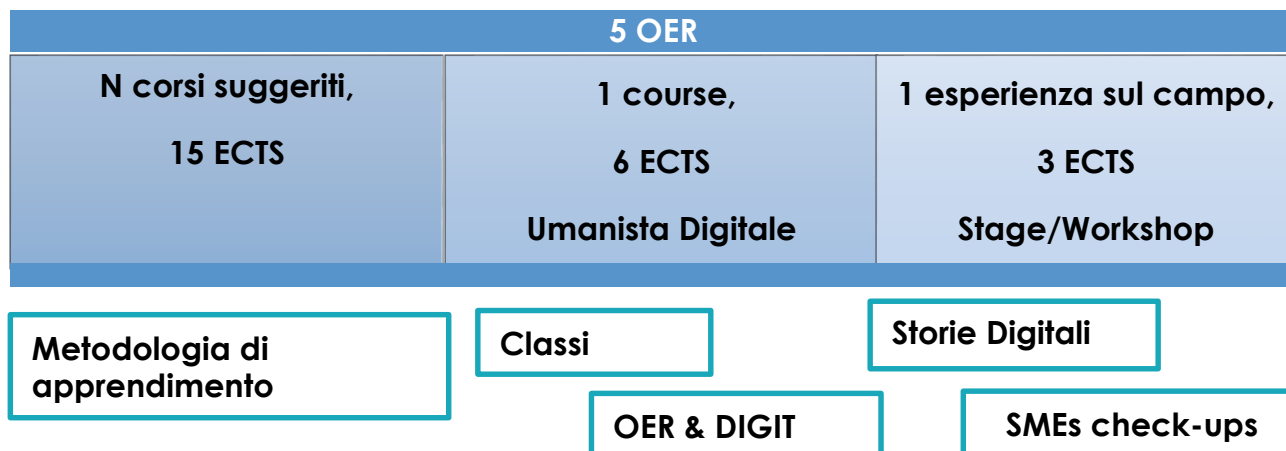
Corso di Umanista Digitale

Blocco 3: esperienza sul campo, 3 ECTS

Laurea - stage

Master - laboratorio

Curriculum dell'Umanista digitale– 24 ECTS



1.2.7 Metodologia di apprendimento

La prospettiva di apprendimento incentrata sullo studente contribuirà a concentrarsi sull'apprendimento attivo

Curriculum, corsi e moduli avranno una **struttura flessibile**

Materiali di apprendimento basati sul web e **accesso aperto** a tutte le singole unità di apprendimento per la revisione di alcune parti per ulteriori fonti di letteratura, esempi ecc.

Gli studenti saranno coinvolti nel processo completo di creazione, pubblicazione e gestione di un'edizione digitale.

Le parti pratiche permetteranno agli studenti di applicare le tecniche apprese in precedenza e di utilizzare gli strumenti introdotti dagli istruttori.

Le verifiche PMI permetteranno di mettere in pratica, favorire la professionalità e facilitare l'impiego.

I **media scelti** includono l'insegnamento tradizionale (lezioni), materiali didattici multimediali basati sul web (OER e altro materiale DIGIT), storie digitali ed esperienza sul campo (check-up delle PMI).

1.2.8 Adozione

Suggeriamo nel curriculum Digital Humanist diverse alternative di adozione. Può essere un nuovo programma universitario o programmi esistenti adattati/arricchiti con questo curriculum umanista digitale.

Adozione

| | Bachelor | Master | Life-long learning |
|------------|--|--|--|
| Corsi | A = 6 ECTS B C Stage = 3 ECTS | A1 – aggiornato nel contenuto e nelle diverse competenze, B1 C1 = 6 ECTS | Qualsiasi di A,B,C o A1 offerto o Pacchetto speciale per le persone che già lavorano in questo campo |
| Competenze | Pratico, da sapere usare, ecc. | Comprensione, utilizzo nel contesto internazionale, ecc. | Specifico - focalizzato sulla conoscenza e sulle competenze |

Esempio di adozione: L'Università di Economia e Commercio di Atene offre il programma MSc: Metodi digitali per le scienze umane. Include corsi obbligatori e opzionali. Unità di apprendimento separate o l'intero corso Digital humanist può essere utilizzato nel programma MSc esistente:

Metodi digitali per le scienze umane (MSc)

(curriculum)

| | Titolo | ECTS | Periodo | Unità dell'umanista digitale |
|----|--|-------------|----------------|---|
| | Corsi richiesti | | | |
| Y1 | Elementi di programmazione con Python | 6 | A | |
| Y2 | Rappresentazione e organizzazione di informazioni e conoscenza | 6 | A | |
| Y3 | Gestione, editing e rilascio di risorse digitali | 6 | A | |
| Y4 | Gestione dei dati | 6 | B | Unità pubblico e analisi digitale |
| Y5 | Applicazioni dei metodi digitali nelle scienze umane | 6 | B | |
| | Corsi Opzionali | | | |
| E1 | Tecnologia linguistica | 6 | B | |
| E2 | Tecnologie, tecniche e applicazioni di digitalizzazione | 6 | B | |
| E3 | Design interattivo e multimedia | 6 | C | |
| | | | | |
| E7 | Argomenti speciali in metodi digitali in materie umanistiche | 6 | C | Corso di umanista digitale tutte le unità) |

1.2.9 Valutazione

Gli studenti saranno valutati considerando diversi approcci educativi, vale a dire:

- Test dopo ogni unità di apprendimento. Gli studenti devono passare attraverso tutti i materiali caricati sulla piattaforma DIGIT (documenti, presentazioni e video) per ogni unità e alla fine devono rispondere a domande relative all'argomento.

- Controlli in azienda. Gli studenti devono condurre una ricerca in un'azienda o istituzione selezionata nel settore dei beni culturali e preparare una breve relazione che includa i loro risultati.

Il voto finale degli studenti/tirocinanti sarà una combinazione tra i test dopo ogni unità sulla piattaforma e-learning DIGIT e i check-up aziendali come segue

FG = 50% T + 50% Ch-up,

where: **FG** = Punteggio finale;

T = Test;

Ch-up = Check-up.

Conclusioni

Questo compito e questa fase di ricerca sono stati fondamentali per allineare gli spunti, le evidenze e gli obiettivi per perseguire il design del curriculum e i passi successivi del progetto Digital Humanist. Qui vengono riassunte le principali questioni e soluzioni relative al Digital Humanist. campo di ricerca e gli obiettivi.

Il mercato del lavoro e il contesto complesso e in evoluzione del patrimonio culturale richiedono professionisti altamente qualificati e motivati per guidare lo sviluppo contemporaneo di questo settore nell'era digitale. L'istruzione superiore e la formazione permanente nel campo dell'umanesimo digitale sono importanti per formare giovani professionisti motivati e qualificati.

I corsi universitari di Digital humanist e i curricula nel campo del patrimonio culturale sono pochi, sporadici e marginali all'interno dei vari corsi di laurea e master in Europa.

I corsi e i curricula esistenti sono impartiti attraverso le tradizionali lezioni frontali, mentre una solida preparazione avanzata è costituita da un mix equilibrato di metodi di insegnamento tradizionali e innovativi che coinvolgono la conoscenza, la costruzione delle competenze, l'osservazione e l'esperienza sul campo.

L'apprendimento universitario è vitale per fornire ulteriori professionisti (studenti) con conoscenze avanzate, abilità ed esperienza per essere facilmente impiegabili in istituzioni e aziende legate alla promozione del patrimonio culturale o nelle industrie creative. Ci si aspetta che essi soddisfino i bisogni delle aziende e favoriscano la creazione di valore e la crescita del business in modo più veloce, più economico e più efficace e strategico.

Le organizzazioni moderne nel settore dei beni culturali hanno bisogno di avere un approccio strategico sullo sviluppo delle competenze comunicative e imprenditoriali dei loro dipendenti. Le competenze del profilo professionale dell'umanista digitale evoluto includono capacità relazionali, manageriali, analitiche, strategiche e imprenditoriali.

RIFERIMENTI

I riferimenti per la preparazione di questo rapporto saranno dati come indicato dai paesi partner:

Anderson, L. W., Krathwohl, David R., and Bloom, Benjamin, S. (2001). *A Taxonomy for Learning, Teaching, and Assessing: A Revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives*. New York: Longman.

Bloom, B. S. (1956). *Taxonomy of Educational Objectives, Handbook I: The Cognitive Domain*. New York: David McKay.

Borrissova, V. (2010). *Digitizing Cultural Heritage in Bulgaria: A Survey of Intellectual Property-related Experiences and Practices*: World Intellectual Property Organization

Busa, R. (2004). *Foreword: Perspectives on the Digital Humanities* (S. Schreibman, R. Siemens & J. Unsworth Eds. Companion to Digital Humanities ed.). Oxford: Blackwell Publishing.

Caffo, R. (2014). *Digital cultural heritage and tourism: recommendations for cultural institutions*. The Italian Ministry of Cultural Heritage and Activities and Tourism, in cooperation with the AthenaPlus Consortium.

Cohen, D., & Scheinfeldt, T. (2012). *Hacking the Academy: The Edited Volume*. Ann Arbor: University of Michigan Press.

Dalbello, M. (2011). A Genealogy of Digital Humanities. *Journal of Documentation*, 67(3), 480–506. doi: 10.1108/00220411111124550

Gold, M. K. (2012). *Debates in the Digital Humanities*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Hirsch, B., D. (2012). *Digital Humanities Pedagogy: Practices, Principles and Politics*: Open Book Publishers.

Kirschenbaum, M. (2004). *Interface, Aesthetics, and Usability* (S. Schreibman, R. Siemens & J. Unsworth Eds. A Companion to Digital Humanities ed.). New York: Blackwell Publishing.

- Kirschenbaum, M. G. (2010). What Is Digital Humanities and What's It Doing in English Departments? *ADE Bulletin*, 150, 55-61.
- Lancashire, I. (2009). *Teaching Literature and Language Online*. New York: Modern Language Association of America.
- McCarty, W., & Kirschenbaum, M. (2003). Institutional Models for Humanities Computing. *Literary and Linguistic Computing* 18(4), 465-489.
- McGann, J. (2006). *The Scholar's Art: Literary Studies in a Managed World*. Chicago Chicago University Press.
- Pannapaker, W. (2011a). Big Tent Digital Humanities, Part 1. *Chronicle of Higher Education*, 31(June).
- Pannapaker, W. (2011b). Big Tent Digital Humanities, Part 2. *Chronicle of Higher Education*, 18(Sept).
- Scholz, T. (2011). *Learning Through Digital Media: Experiments in Technology and Pedagogy*. New York: Institute for Distributed Creativity.
- Sula, C., A., & Hill, H. (2016). The Early History of Digital Humanities. School of Information, Pratt Institute, United States of America.
- Svensson, P. (2009). Humanities Computing as Digital Humanities. *Digital Humanities Quarterly*, 3(3).
- Svensson, P. (2010). The Landscape of Digital Humanities. *Digital Humanities Quarterly*, 4(1).
- Svensson, P. (2012). *Beyond the Big Tent* (M. K. Gold Ed. Debates in the Digital Humanities ed. Vol. 3). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- S. D. Oliner and D. E. Sichel, "The resurgence of growth in the late 1990s: is information technology the story?," *J. Econ. Perspect.*, vol. 14, no. 4, pp. 3-22, 2000.
- I. Dey, *Qualitative data analysis: A user friendly guide for social scientists*. Routledge, 2003.
- A. Mislove, M. Marcon, K. P. Gummadi, P. Druschel, and B. Bhattacharjee, "Measurement and analysis of online social networks," in *Proceedings of the 7th ACM SIGCOMM conference on Internet measurement*, 2007, pp. 29-42.
- P. N. Massimo De Santo Francesco Colace, *Informatica per le arti visive, la musica e lo spettacolo*. McGraw-Hill, 2012.
- I. Duncan, A. Miller, and S. Jiang, "A taxonomy of virtual worlds usage in education," *Br. J. Educ. Technol.*, vol. 43, no. 6, pp. 949-964, 2012.

J. D. Novak and D. B. Gowin, *Learning how to learn*. Cambridge University Press, 1984.

Addis M., (2005), New technologies and cultural consumption – edutainment is born!, *European Journal of Marketing*, Vol. 39 Issue: 7/8, pp.729-736, retrieved from <https://doi.org/10.1108/03090560510601734>, access on Feb 12th 2019.

Banasiak A., (2017), Nowe modele w szkole podstawowej (ang. New models in the elementary school), *Lubelski Rocznik Pedagogiczny*, T. XXXVI, z 1.

Bomba R., (2013), Narzędzia cyfrowe jako wyznacznik nowego paradygmatu badań humanistycznych, In: in: Radomski A., Bomba R. (ed.) *Zwrot cyfrowy w humanistyce* (ang. Digital return in humanistics), E-naukowiec, Lublin.

Celiński P. (2013), Renesansowe korzenie cyfrowego zwrotu (ang. The Renaissance roots of digital return), in: Radomski A., Bomba R. (ed.) *Zwrot cyfrowy w humanistyce* (ang. Digital return in humanistics), E-naukowiec, Lublin.

Doueihi M., (2013), About Digital Humanism, translated from French by Moss P., Retrieved from <https://www.inaglobal.fr/en/ideas/article/about-digital-humanism> access on Feb 12th 2019.

Dziak A., (2014), Cyfrowe strategie badań i edukacji humanistycznej (ang. Digital strategies for humanistic research and education), *Postscriptum Polonistyczne*, 2(14), pp. 185-204.

Fry, H., Ketteridge, S., Marshall, S., (2009), Understanding Student Learning. In: Fry, H., Ketteridge, S., Marshall, S. (eds.), *A Handbook for Teaching and Learning in Higher Education. Enhancing Academic Practice*. Routledge Taylor & Francis Group, New York and London

Kolb, D.A., Boyatzis, R.E., Mainemelis Ch., (2001), *Experiential Learning Theory: Previous Research and New Directions*. In: Sternberg, R.J., Zhang, L.-F., (eds.), *Perspectives on Thinking, Learning, and Cognitive Styles*. Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah.

Kolb, D.A., (1984), *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Englewood Cliffs, Prentice Hall, New York.

Meehan P., Prentice B., (2015), Digital Humanism makes people better, nit technology better, Gartner, Retrieved from http://docs.media.bitpipe.com/io_12x/io_124023/item_1150156/digital-humanism-makes-peopl_276733.pdf access on Feb 12th 2019.

Pieriegud J., (2016), Cyfryzacja gospodarki i społeczeństwa – wymiar globalny, europejski i krajowy (ang. Digitalisation of the economy and society – global, European and national dimension), in: Gajewski J., Paprocki W., Pieriegud J. ed., Cyfryzacja gospodarki i społeczeństwa. Szanse i wyzwania dla sektorów infrastrukturalnych (ang. Digitization of the economy and society. Opportunities and challenges for infrastructure sectors), Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową – Gdańska Akademia Bankowa, Gdańsk.

Pritchard, A., (2009), Ways of Learning: Learning Theories and Learning Styles in the Classroom. David Fulton Publishers

Puentedura, R. R. (2006, November 28). Transformation, technology, and education in the state of Maine [Web log post]. Retrieved from

http://www.hippasus.com/rrpweblog/archives/2006_11.html, access on Feb 12th,2019.

Radomski A., (2014), O potrzebę wizualizacji w naukach o kulturze, (ang. For the need of visualization in the sciences of culture), Retrieved from

https://www.academia.edu/4081117/135865161_O_potrzebe_wizualizacji_wiedzy_w_naukach_o_kulturze, access on 11.02.2019

Recke M. (2019), What is Digital Humanism? Next Conference, retrieved from <https://nextconf.eu/2017/11/what-is-digital-humanism/#gref> access on Feb 12th,2019.

Wach-Kąkolewicz A., (2016), Constructivist Approach in Teaching in Higher Education, in: Wach-Kakolewicz A., Muffoletto R., (ed.) Perspectives on Computer Gaming in Higher Education, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.

Zorica M., B., (2014), Edutainment at the Higher Education as a new element for the learning success, Proceedings of EDULEARN14 Conference 7th-9th July 2014, Barcelona, Spain.



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



The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



POZNAŃ UNIVERSITY
OF ECONOMICS
AND BUSINESS

