OFFICINE ITALIA

B-education: Idee che valgono

FASE 1: ANALISI DEL CONTESTO

Cosa ci aspetta nei prossimi mesi

Aprile | Maggio | Giugno | Luglio | Ago | Settembre

Kickoff | WS1 | WS2 | WS3 | Retrospettiva

Fase di lavoro	**Analisi contesto**	**Progettazione soluzione**	**Preparazione deliverable finali**
Attività	• Ricerca e interviste • Analisi contesto • Problem setting • Definizione personas e customer journey	• Brainstorming idee • Disegno della soluzione • Predisposizione business model canvas • Revisione customer journey	• Predisposizione presentazione finale • Creazione trailer del corso • Public speaking
Incontri	• Kick-off • Check point con tutor • WS *«Problem setting & problem solving»*	• Check point con tutor • WS *«Gestione dei conflitti»* • WS *«Comunicazione efficace»*	• Check point con tutor • WS *«Come costruire una presentazione efficace»* • Retrospettiva
Delive-rable	• Bio del team • Bibliografia • Survey e interview guide • Personas	• Business model canvas • Obiettivi formativi • Modello valutazione • Mappatura stakeholder • Action Plan	• Trailer del corso • Presentazione finale (10 slide + annex)

OFFICINE ITALIA

La fase di analisi del contesto

La fase di analisi del contesto è una delle fasi cruciali di tutto il progetto, molto di ciò che riguarderà le prossime fasi sarà fortemente influenzato dalla cura che metterete nel sviluppare un quadro di conoscenza del tema del progetto e delle aspettative interne che avete come gruppo di lavoro.
Vi consigliamo di prestare molta attenzione a come investirete il tempo e le energie in questa fase iniziale!

Dal punto di vista del progetto, in questa fase vi è richiesto di produrre 4 output che faranno parte della presentazione finale:

1. Bio del team
2. Bibliografia
3. Survey e interview guide
4. Personas e customer journey

Questi 4 output, a cui corrisponderanno 4 template della nostra cassetta, saranno anche corredati di materiali supplementari che potrete utilizzare per approfondire il vostro progetto.
In questa prima fase non vi è richiesto di pensare alla soluzione, concentratevi a capire bene quale potrebbero essere i confini del contesto progettuale in cui vi state muovendo.

FASE 1: ANALISI DEL CONTESTO

ORGANIZZARE IL TEAM E CONOSCERSI MEGLIO

STRUTTURA DEL TEAM, BIO DEI MEMBRI E RUOLI NEL PROGETTO

Nome Membro del Team
Età, Università di provenienza
Ruolo nel Team
4 emoji per descriverti

Nome Membro del Team
Età, Università di provenienza
Ruolo nel Team
4 emoji per descriverti

Nome Membro del Team
Età, Università di provenienza
Ruolo nel Team
4 emoji per descriverti

Nome Membro del Team
Età, Università di provenienza
Ruolo nel Team
4 emoji per descriverti

Nome Membro del Team
Età, Università di provenienza
Ruolo nel Team
4 emoji per descriverti

Nome Membro del Team
Età, Università di provenienza
Ruolo nel Team
4 emoji per descriverti

OFFICINE ITALIA

Team #____

COMPILARE

BIO DEL TEAM

LOGO DEL TEAM O IMMAGINE EVOCATIVA CHE VI RAPPRESENTA

Breve descrizione della vision del team: cosa volete raggiungere in termini di obiettivi (cosa volete portarvi a casa oltre alla possibilità di vincere il contest?), quali valori volete ispirino il vostro lavoro di questi mesi (quali sono quei valori che volete infondere nel vostro lavoro?), cosa assolutamente è importante che sia tenuto a mente in questi mesi di lavoro, cosa volete che non accada in questi mesi di lavoro…

SIATE CREATIVI QUESTO E' IL VOSTRO MANIFESTO

Team #____

COMPILARE

RUOLI NEL TEAM? Il modello Belbin

Il Dottor Meredith Belbin ha sviluppato la teoria dei ruoli in un team a partire da attributi comportamentali comuni. Il modello di Belbin divide i ruoli in categorie orientate all'azione, al pensiero e alle persone per **bilanciare i team e aumentare la produttività.**

- Lavorare in gruppo richiede organizzazione e collaborazione.Affinché i team siano più produttivi, ognuno dovrebbe avere un ruolo specifico che riflette i suoi punti di forza.

- Il modello di Belbin divide i ruoli in categorie orientate 1) all'azione, 2) al pensiero e 3) alle persone.

I membri di team orientati all'azione sono pronti ad agire e se la cavano bene con scadenze rigide. I membri di team orientati al pensiero esercitano il pensiero critico per contribuire con nuove idee. I membri di team orientati alle persone hanno spiccate doti comunicative, che possono aiutarli a dare supporto all'intero team.

RUOLI NEL TEAM? Il modello Belbin

OFFICINE ITALIA

1.Trascinatore, Realizzatore, Perfezionista (AZIONE)

- I **trascinatori** sono i membri che fanno avanzare il team. Sono orientati all'azione, motivano se stessi e gli altri nonostante i problemi che si presentano. Quando si verifica una situazione critica, questi individui trovano rapidamente una soluzione.
- I **realizzatori** sono anch'essi membri del team orientati all'azione e mantengono l'ordine nei loro ambienti. Sono pratici e trasformano le idee in azioni pratiche, oltre a essere molto disciplinati. Questi individui possono costituire la spina dorsale di un team, perché possono supportare con sicurezza altri membri del team.
- L'ultimo dei ruoli di un team orientati all'azione sono i **perfezionisti**. Come dice il nome, sono individui che analizzano i più minuti dettagli e cercano la perfezione. Possono essere introversi, ma sono preziosi negli ambienti di lavoro perché spingono i membri del team a produrre un lavoro di alta qualità.

2.Creativo, Valutatore, Specialista (PENSIERO)

- È un membro del team orientato al pensiero che sa essere **innovativo e creativo**. Sebbene aiutino a bilanciare la squadra, i creativi preferiscono fare brainstorming e consolidare le proprie idee prima di condividerle con il team. Preferiscono lavorare da soli, ma apportano un prezioso contributo anche se non sono diretti come altri membri del team.
- Un altro ruolo del team orientato al pensiero è il **valutatore**, una figura razionale che può mettere da parte le proprie emozioni quando si tratta di risolvere problemi. Risultano particolarmente utili quando i progetti richiedono conoscenze avanzate e pianificazione strategica. Valutano le idee per determinare se sono valide e realizzabili, per poi fare il necessario per portarle avanti.
- L'ultimo ruolo del team orientato al pensiero è quello dello **specialista.** Gli specialisti hanno una conoscenza approfondita nel loro campo e amano contribuire a un'area di competenza. Come tutti i ruoli del team orientati al pensiero, anche gli specialisti lavorano meglio da soli che in gruppo. Sebbene questi individui siano più indipendenti, apportano grande valore ai team con le loro competenze specifiche.

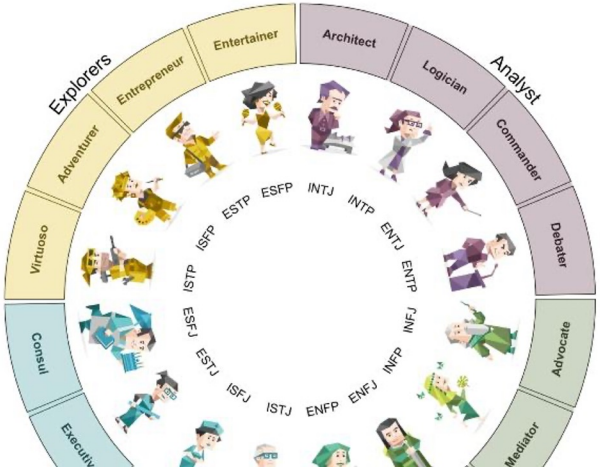
3. Coordinatore, Sostenitore del team, Ricercatore di risorse (PERSONE)

- Fra i ruoli del team orientati alle persone, il **coordinatore** è un membro del team con ottime capacità comunicative. I coordinatori occupano spesso posizioni di leadership perché promuovono la collaborazione e motivano il team a raggiungere gli obiettivi. Gli altri membri del team apprezzano i coordinatori e si fidano della loro capacità di prendere una decisione.
- Anche i **sostenitori del team** sono orientati alle persone. Le loro personalità estroverse li aiutano a interagire con naturalezza con i colleghi del team. Si adattano facilmente ai cambiamenti nel loro ambiente e sanno come creare armonia in caso di conflitto. Se un membro del team è oberato di lavoro o un altro ha un'emergenza familiare, i sostenitori del team sono i primi a intervenire e offrire supporto.
- L'ultimo dei nove ruoli del team è il **ricercatore di risorse**. Orientato alle persone, ama esplorare nuove opportunità di marketing per l'azienda o parlare con gli stakeholder del lancio di un nuovo prodotto. Ha un atteggiamento positivo, il che lo aiuta a crearsi una rete di contatti o procacciare nuovi affari.

RUOLI NEL TEAM? Il test delle 16 personalità

https://medium.com/@iris_sim/the-characters-of-our-world-ce5f3ec8020c

https://www.16personalities.com/it



OFFICINE ITALIA

FASE 1: ANALISI DEL CONTESTO

DELINEARE IL CONTESTO DEL TEMA DEL PROGETTO E CAPIRE QUALI SONO I CONFINI DEGLI ASPETTI CHE TRATTERETE

BIBLIOGRAFIA

TEMATICA DEL PROGETTO

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
9.
10.
…

INSERITE IN QUESTA SLIDE ALMENO 10 FONTI BIBLIOGRAFICHE CHE AVETE SCELTO COME FONTI RIGOROSE E SCIENTIFICAMENTE VALIDE PER DESCRIVERE L'AREA TEMATICA SU CUI SVILUPPERETE IL VOSTRO PROGETTO (POSSONO ESSERE ARTICOLI, VIDEO, TEDTALK ,ETC). STATE MOLTO ATTENTI ALLE FAKE NEWS, ALL'AUTOREVOLEZZA DELLE FONTI CHE AVETE SELEZIONATO E AL PERCHE' LE AVETE SELEZIONATE PER COMPILARE IL PROSSIMO TEMPLATE…

DESCRIZIONE DEL CONTESTO E BISOGNO FORMATIVO/EDUCATIVO

BREVE DESCRIZIONE DEL CONTESTO IN CUI SVILUPPERETE IL PROGETTO

USATE QUESTO SPAZIO PER DESCRIVERE BREVEMENTE IL CONTESTO SPECIFICO DEL TEMA CHE AVETE SCELTO. COSA SI INTENDE PER CONTESTO SPECIFICO? ES. SE AVETE SELEZIONATO L'AREA SULLE CRIPTOCURRENCY CERCATE BREVEMENTE DI SPIEGARE: COSA SONO; QUAL E' IL LORO UTILIZZO, QUALI SONO I RISCHI ASSOCIATI A QUESTA TECNOLOGICA, QUAL E' L'ASPETTO SPECIFICO CHE VOLETE TRATTARE ALL'INTERNO DELLA RICCHEZZA DI QUESTO ARGOMENTO

USATE QUESTO SPAZIO PER DESCRIVERE BREVEMENTE PERCHE'E' IMPORTANTE SVILUPPARE UN CORSO DI FORMAZIONE/PRODOTTO FORMATIVO SU QUESTO TEMA, QUALI SONO LE COMPETENZE DA SVILUPPARE? QUALI

FASE 1: ANALISI DEL CONTESTO

CAPIRE CHE TIPOLOGIA DI PROGETTO/PRODOTTO FORMATIVO E CAPIRE IL TARGET DI RIFERIMENTO

CAPIRE IL TARGET DEL PRODOTTO/PROGETTO FORMATIVO

DESCRIZIONE DEL PRODOTTO/PROGETTO FORMATIVO IN BREVE

TARGET GROUP

A chi è rivolto questa tipologia di prodotto/progetto?

NEED

Che problema risolve questo progetto/prodotto (es. che competenza vuole far sviluppare in chi lo fruisce?)

CHI SONO GLI ATTORI COINVOLTI

Che tipologia di attori coinvolge?

QUALE CAMBIAMENTO POSITIVO VUOLE APPORTARE IL VOSTRO PROGETTO/PRODOTTO?

OFFICINE ITALIA

Team #____

COMPILARE

FASE 1: ANALISI DEL CONTESTO

CAPIRE CHE TIPOLOGIA DI PROGETTO/PRODOTTO FORMATIVO E CAPIRE IL TARGET DI RIFERIMENTO

QUESTIONARIO DI 5-10 DOMANDE PER VALUTARE LA VOSTRA IDEA

LISTA DI DOMANDE DA PORRE AD UN PICCOLO CAMPIONE DI UTENTI IN TARGET:

1.
2.
3.
4.
5.
…

DESCRIZIONE DEL CAMPIONE INTERVISTATO (DATI GENERICI TIPO ETA', PROFESSIONE, ESPERIENZE PREGRESSE ETC)

OFFICINE ITALIA

Team #____

COMPILARE

FASE 1: ANALISI DEL CONTESTO

ANALISI DEGLI INSIGHTS DELLE INTERVISTE

INSIGHTS/RISULTATI DELLE INTERVISTE

COSA AVETE IMPARATO DALLE INTERVISTE?

INFORMAZIONI DA TENERE A MENTE PER MIGLIORARE LA BOZZA DI IDEA

OFFICINE ITALIA

Team #____

COMPILARE

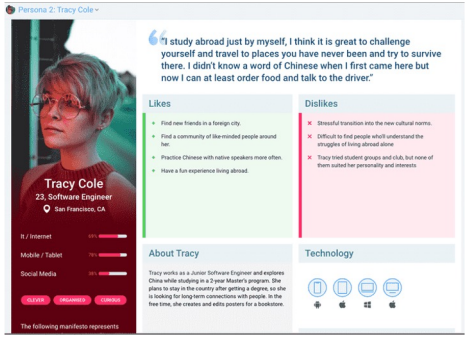
FASE 1: ANALISI DEL CONTESTO
SVILUPPO DELLA PERSONAS

PERSONAS DEL PROGETTO/PRODOTTO FORMATIVO

Le personas sono profili ideali e immaginari, creati sulla base di ricerche, che rappresentano un particolare gruppo dei tuoi utrenti che potrebbe utilizzare il tuo prodotto/progetto formativo in modo simile.

Delineare le caratteristiche delle tue personas può essere vantaggioso per molti motivi, tra cui il fatto che permette di conoscere e **comprendere i tuoi utenti, i loro bisogni, paure e obiettivi.**

Questo è importante perché in qualsiasi strategia di creazione di un prodotto l'elemento centrale è l'utente (nel nostro caso il fruitore del prodotto formativo) e l'esperienza da lui vissuta nel relazionarsi con esso: quindi la costruzione delle personas ti permette di avere un approccio human-centered (vd. workshop 1)



OFFICINE ITALIA

https://www.youtube.com/watch?v=rIwoweiC3n4&ab_channel=NNgroup

PERSONAS DEL PROGETTO/PRODOTTO FORMATIVO

FOTO

CITAZIONE

BISOGNO DA COLMARE CON IL PROGETTO/PRODOTTO FORMATIVO

INFO DELLA BIO

INTERESSI

FRUSTRAZIONI

OFFICINE ITALIA

Team #____

COMPILARE

Cosa ci aspetta nei prossimi mesi

Aprile | Maggio | Giugno | Luglio | Ago | Settembre

Kickoff | WS1 | WS2 | WS3 | Retrospettiva

Fase di lavoro	Analisi contesto	**Progettazione soluzione**	Preparazione deliverable finali
Attività	• Ricerca e interviste • Analisi contesto • Problem setting • Definizione personas e customer journey	• Brainstorming idee • Disegno della soluzione • Predisposizione business model canvas • Revisione customer journey	• Predisposizione presentazione finale • Creazione trailer del corso • Public speaking
Incontri	• Kick-off • Check point con tutor • WS *«Problem setting & problem solving»*	• Check point con tutor • WS *«Gestione dei conflitti»* • WS *«Comunicazione efficace»*	• Check point con tutor • WS *«Come costruire una presentazione efficace»* • Retrospettiva
Delive-rable	• Bio del team • Bibliografia • Survey e interview guide • Personas	• Business model canvas • Obiettivi formativi • Modello valutazione • Mappatura stakeholder • Action Plan	• Trailer del corso • Presentazione finale (10 slide + annex)

OFFICINE ITALIA

La fase di progettazione della soluzione

Benvenuti nella seconda fase del progetto, se siete arrivati fin qui vuol dire che siete già a metà dell'opera! Non vediamo l'ora di vedere le vostre soluzioni, cioè i progetti concreti che avete sviluppato.
La fase di analisi di progettazione della soluzione infatti è quella fase di progettazione di dettaglio della soluzione in cui è arrivato il momento di andare in profondità rispetto alla prima bozza di progetto/prodotto che avete testato e che adesso deve prendere forma dettagliatamente.

Dal punto di vista del progetto, in questa fase vi è richiesto di produrre 5 output che faranno parte della presentazione finale:

1. Business model canvas
2. Obiettivi formativi
3. Modello valutazione
4. Mappatura stakeholder
5. Action Plan

Questi 5 output, a cui corrisponderanno 5 template della nostra cassetta, saranno anche corredati di materiali supplementari che potrete utilizzare per approfondire il vostro progetto.
In questa seconda fase vi è richiesto di concentrarvi sulla soluzione e di disegnarne tutti i dettagli.

FASE 2: PROGETTAZIONE DELLA SOLUZIONE

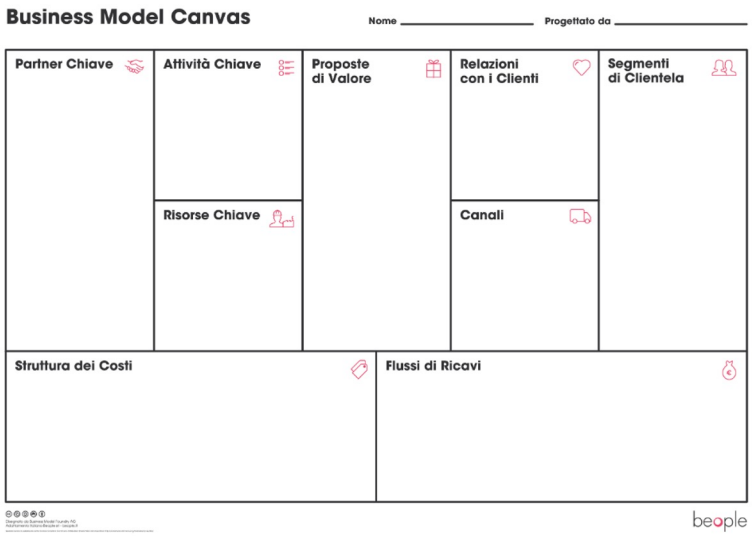
DISEGNARE IL BMC DELLA SOLUZIONE

BUSINESS MODEL CANVAS

Il Business Model Canvas è uno **strumento strategico di Business Design che utilizza il linguaggio visuale per creare e sviluppare modelli di business innovativi, ad alto valore.**
Il Business Model Canvas consente di rappresentare visivamente il modo in cui un'organizzazione crea, distribuisce e cattura valore per i propri utenti.

9 blocchi:

- **Segmenti di clientela**: i segmenti ai quali l'organizzazione si rivolge
- **Proposta di valore**: la proposta di valore contenente i prodotti/servizi che l'organizzazione vuole offrire
- **Canali:** i canali di distribuzione e contatto con gli utenti
- **Relazioni con gli utenti :** il tipo di relazioni che si instaurano con gli utenti
- **Flussi di ricavi**: il flusso di ricavi generato dalla vendita di prodotti/servizi
- Risorse chiave: le risorse chiave necessarie perché l'azienda funzioni
- Attività chiave: le attività chiave che servono per rendere funzionante il modello di business aziendale
- Partner chiave: I partner chiave con cui l'impresa può stringere alleanze
- Struttura dei costi: la struttura dei costi che l'azienda dovrà sostenere.



OFFICINE ITALIA

10. Problem Statement

What problem(s) do you want to find a solution to?

11. Mission Statement

What is the mission of the proposed idea?

6. Key Partners

What are your key partners to get competitive advantage?

7. Key Activities

What are the key steps to move ahead to your customers?

8. Key

What resources do you need to make your idea work?

1. Value proposition

How will you satisfy your users ?

4. Users relationship

How often will you interact with your users?

3. Channels

How are you going to reach your users?

2. Users segments

Who are your users? Describe your target audience in a couple of words.

9. Cost Structure

What are the intended cost that you forecast to have?

5. Revenue Streams

What could be the revenues streams? Divide it in tangible (money or benefits…) and intangible (reputation, users's engagements…)

12. Intended Impact

What impact do you want to have on the community for shape a purposeful future?

OFFICINE ITALIA

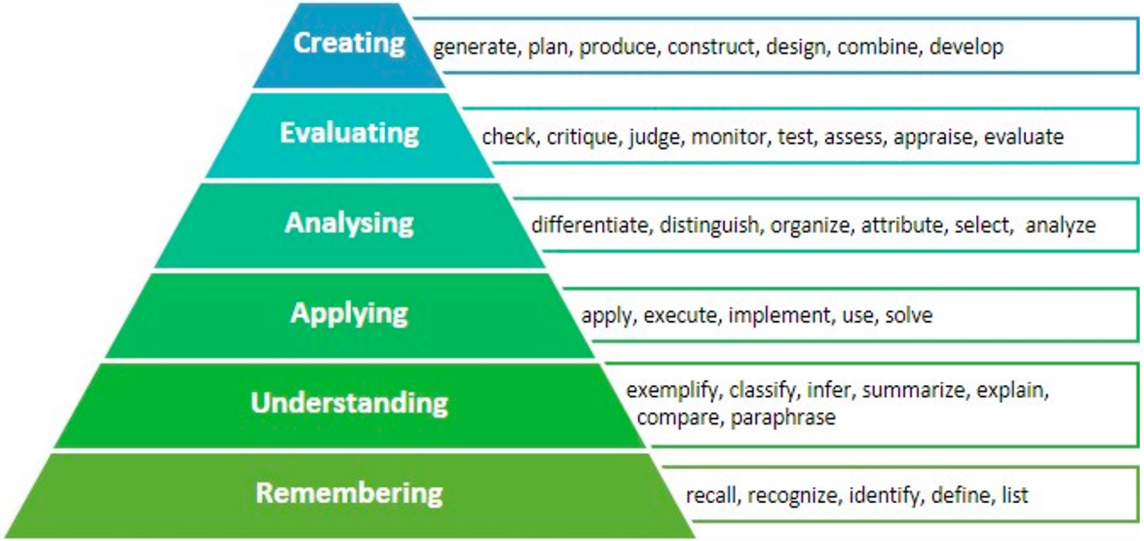
Team #____

COMPILARE

FASE 2: PROGETTAZIONE DELLA SOLUZIONE

DISEGNARE GLI OBIETTIVI FORMATIVI

OBIETTIVI FORMATIVI DEL PRODOTTO/PROGETTO FORMATIVO: LA TASSONOMIA DI BLOOM



https://www.youtube.com/watch?v=cb6yBeXJ8nE&ab_channel=PolimiOpenKnowledge (GUARDARE IL VIDEO)

La tassonomia dell'apprendimento di Bloom è stata introdotta da Benjamin Bloom nel 1956 come **un sistema gerarchico a livelli, partendo dalle abilità cognitive base e andando via via a sviluppare abilità più complesse**

DISEGNARE GLI OBIETTIVI FORMATIVI (ALMENO 3)

Descrizione dell’obiettivo usando un verbo attivo della tassonomia di Bloom

OBIETTIVO 1	OBIETTIVO 2	OBIETTIVO 3
ATTIVITA’ FORMATIVE PER RAGGIUNGERE OBIETTIVO 1	ATTIVITA’ FORMATIVE PER RAGGIUNGERE OBIETTIVO 1	ATTIVITA’ FORMATIVE PER RAGGIUNGERE OBIETTIVO 1
MODALITA’ DI EROGAZIONE	MODALITA’ DI EROGAZIONE	MODALITA’ DI EROGAZIONE
ATTORI COINVOLTI	ATTORI COINVOLTI	ATTORI COINVOLTI

OFFICINE ITALIA

COMPILARE

FASE 2: PROGETTAZIONE DELLA SOLUZIONE
DISEGNARE IL MODELLO DI VALUTAZIONE

MODELLO DI VALUTAZIONE DEL PROGETTO

DISEGNO DEL MODELLO DI VALUTAZIONE DEL RAGGIUNGEMENTO DEGLI OBIETTIVI FORMATIVI

TIPOLOGIA DI ASSESSMENT (SURVEY, ESAME ORALE, PROGETTO DI GRUPPO ETC)

MODALITA' DI FREQUENTAZIONE DEL PRODOTTO/PROGETTO FORMATIVO

OFFICINE ITALIA

COMPILARE

FASE 2: PROGETTAZIONE DELLA SOLUZIONE

MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER COINVOLTI DURANTE IL LANCIO, FRUIZIONE, ASSESSMENT, FOLLOW-UP DEL PROGETTO/PRODOTTO FORMATIVO

MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER

STAKEHOLDER	RUOLO	TIPOLOGIA DI ASSETT INVESTITO NEL PROGETTO
…		
…		
…		
…		

OFFICINE ITALIA

COMPILARE

FASE 2: PROGETTAZIONE DELLA SOLUZIONE
ACTION PLAN

ACTION PLAN

PROSSIMI PASSI: ASPETTI LOGISTICI/FORMATIVI

PROSSIMI PASSI: ASPETTI COMUNICATIVI/DISSEMINAZIONE

POSSIBILI RISCHI DA ANTICIPARE/MITIGARE/EVITARE

OFFICINE ITALIA

COMPILARE

CHECK-LIST SU CUI RIFLETTERE DURANTE IL PROGETTO: BRAINSTORMING

- E’ CHIARO L’ASPETTO DEL MACRO-TEMA SU CUI IL CORSO DI FORMAZIONE SI CONCENTRA?
- E’ CHIARO QUALE SIA IL TARGET? E’ ABBASTANZA SPECIFICO? HA Già UN UN NUMERO INDICATIVO?
- GLI USER A CUI VI SIETE RIVOLTI HANNO UN «NEED» Già ESPRESSAMENTE DICHIARATO OPPURE E’ TACITO?
- CI SONO GIA’ ALTRI PROGETTI/CORSI CHE RISPONDONO ALLO STESSO «NEED»? COSA POSSIAMO IMPARARE DA QUELLE ESPERIENZE PREGRESSE? COME SI PUO’ CREARE SINERGIA?
- E’ CHIARO CHI SIANO GLI ATTORI COINVOLTI PER LA REALIZZAZIONE DEL CORSO?
- SONO DEGLI ATTORI DI FACILE COINVOLGIMENTO? QUAL E’ LA STRATEGIA PER COINVOLGERLI?
- CI SONO DEI COSTI? SONO FATTIBILI?
- CHI COPRE QUESTI COSTI?
- CI SONO DELLE TECNOLOGIE COINVOLTE? SONO REALIZZAZABILI E DI FACILE FRUIZIONE?
- LA DURATA DEL CORSO E’ CHIARA?
- QUAL E’ L’EFFORT PREVISTO PER IL CORSO?
- LA MODALITA’ DI VALUTAZIONE E’ CHIARA?
- GLI OBIETTIVI FORMATIVI SONO CHIARI?
- IL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI FORMATIVI E’ TRACCIATO?
- QUAL E’ L’IMPATTO CHE SI VUOLE REALIZZARE CON QUESTO CORSO? COME E’ MISURABILE?
- QUALI SONO I NEXT STEP UTILI PER FAR SI CHE QUESTO PROGETTO DIVENTI REALTA’?
- QUALI SONO I MAGGIORI RISCHI NEL REALIZZARLO?
- QUALI SONO LE MODALITA’ DI COMUNICAZIONE CON CUI COINVOLGERE IL TARGET DEGLI USER? E LA DISSEMINAZIONE DEI RISULTATI OTTENUTI?
- …

FASE 3: PREPARAZIONE DELIVERABLE FINALE

Cosa ci aspetta nei prossimi mesi

Aprile | Maggio | Giugno | Luglio | Ago | Settembre

Kickoff | WS1 | WS2 | WS3 | Retrospettiva

Fase di lavoro	Analisi contesto	Progettazione soluzione	**Preparazione deliverable finali**
Attività	• Ricerca e interviste • Analisi contesto • Problem setting • Definizione personas e customer journey	• Brainstorming idee • Disegno della soluzione • Predisposizione business model canvas • Revisione customer journey	• Predisposizione presentazione finale • Creazione trailer del corso • Public speaking
Incontri	• Kick-off • Check point con tutor • WS *«Problem setting & problem solving»*	• Check point con tutor • WS *«Gestione dei conflitti»* • WS *«Comunicazione efficace»*	• Check point con tutor • WS *«Come costruire una presentazione efficace»* • Retrospettiva
Delive-rable	• Bio del team • Bibliografia • Survey e interview guide • Personas	• Business model canvas • Obiettivi formativi • Modello valutazione • Mappatura stakeholder • Action Plan	• Trailer del corso • Presentazione finale (10 slide + annex)

OFFICINE ITALIA

La fase di preparazione del deliverable finale

Benvenuti nella terza fase del progetto, ci siamo quasi!
La fase di analisi di progettazione dei deliverable finali implica preparare gli output finali sui quali verrete giudicati.

Dal punto di vista del progetto, in questa fase vi è richiesto di produrre 2 output DI ESTREMA IMPORTANZA che faranno parte della presentazione finale:

1. **Trailer del corso**: un video di 60-90 secondi che possa essere utilizzato come «spot» pubblicitario per il vostro progetto. A chi vi state rivolgendo? Quale problema state risolvendo? Quali sono gli elementi che rendono il vostro corso unico?
2. **Presentazione finale** (10 slide + annex): una presentazione di massimo 10 slide con cui sintetizzare gli elementi più importanti del vostro progetto. QUI IL FORMAT E LA GRAFICA DELLE 10 SLIDE SARA' A SCELTA DEL GRUPPO. Tuttavia, caricheremo nella cartella una proposta di quali contenuti utilizzare nelle diverse slide e un deck che potrete utilizzare qualora voleste usare quello ufficiale del progetto. Questa tipologia di dettaglio verrà discusso durante il workshop «Come costruire una presentazione efficace». In annex vi chiediamo invece di inserire i template sviluppati nel corso di tutto il progetto (anche questo sarà parte della valutazione finale).

Buon lavoro :-)

OFFICINE
ITALIA

www.officineitalia.org
team@officineitalia.org