



## Materiali formazione formatori

Unit 1. A proposito di giochi

Unit 2. Sostenere i team di studenti

Unit 3. Le migliori strategie per sviluppare un prodotto

Unit 4. Il piano di marketing

Unit 1

## A proposito di giochi

### Il gioco StartUp\_EU e la competizione

In questa unità imparerai a usare dei giochi formativi per promuovere lo spirito imprenditoriale nella formazione. Imparerai a usare il gioco StartUp\_EU con le tue classi e a organizzare una competizione.

#### **Questa unità**

*Durata*

5 ore

*Obiettivi*

Al termine di questa unità sarai in grado di:

1. Usare dei giochi a fini formativi
2. Usare lo StartUp\_EU Competition Package con la tua classe
3. Organizzare una competizione con i tuoi studenti

*Attività*

In questa unità svolgeremo le seguenti attività:

- Analisi di definizioni di *gioco*, *gioco formativo* and *serious game*.
- Prendere confidenza con lo StartUp\_EU Competition Package.
- Conoscere i passi principali del gioco StartUp\_EU.

*Adattamenti*

Quando si presentano questi contenuti agli studenti è importante adattare i contenuti al contesto regionale e locale, con esempi vicini.

*Valutazione*

Sulla piattaforma è disponibile un questionario di 5 domande a risposta chiusa.

*Materiali*

Useremo i materiali seguenti

Resource 1.1. Articoli sui giochi formativi.

Resource 1.2. StartUp\_EU Competition Package.

Resource 1.3. Informazioni sulla competizione collaborativa.



Resource 1.4. Player Guide e How to Guide (disponibili nella piattaforma del gioco).

Altre risorse utili sono Internet, alcuni video e libri e il glossario (in inglese). Queste risorse sono disponibili sulla piattaforma.

## **Resource 1.1. Articoli sui giochi formativi**

### *Gioco*

Wikipedia offre questa definizione: “In etologia, psicologia, e altre scienze del comportamento, per gioco si intende un'attività volontaria e intrinsecamente motivata, svolta da adulti, bambini, o animali, a scopo ricreativo. Nella lingua italiana, la parola "gioco" viene anche impiegata in modo più specifico, riferendosi ad attività ricreative di tipo competitivo, e caratterizzate da obiettivi e regole rigorosamente definiti (come nel caso dei giochi di società o dei giochi da tavolo). Alcuni giochi possono coinvolgere un solo giocatore (si parla di "solitari"), ma, nella maggior parte dei casi, essi prevedono una competizione tra due o più partecipanti.”

Un buon gioco è sempre una forma di apprendimento: il gioco infatti è avvincente quando ci stimola al limite delle nostre competenze.

Roger Caillois, etnologo e sociologo francese, definisce l'attività del gioco come:

- Libera: il giocatore non può essere obbligato a partecipare;
- Separata: entro limiti di spazio e di tempo;
- Incerta: lo svolgimento e il risultato non possono essere decisi a priori;
- Improduttiva: non crea né beni, né ricchezze, né altri elementi di novità;
- Regolata: con regole che sospendono le leggi ordinarie;
- Fittizia: consapevole della sua irrealtà.

### *Gioco formativo*

Un gioco formativo (educational game) è un gioco specificamente progettato per l'apprendimento di alcuni concetti e pratiche. Giochi di questo tipo possono includere giochi da tavola, giochi di gruppo da svolgere in aula, e videogiochi.

Un gioco formativo è dunque un gioco che si sviluppa su dimensioni cognitive, sociali, emotive, ecc. In relazione a specifici obiettivi di apprendimento.

### *Serious game*

“Serious game” è l'etichetta inglese che designa i giochi formativi, in particolare nell'ambito dei videogiochi. Non si tratta dunque di un genere di gioco (fantasy, sparatutto, corse, ecc.), ma di una categoria di giochi che sono stati progettati con fini formativi. Questi giochi sono anche conosciuti come "game-learning", e sono pensati in particolare per utenti fuori dal sistema formativo o scolastico.

### *Business simulation game*

Le simulazioni aziendali (in inglese, *business simulation games*; anche simulazioni economiche), sono giochi che mettono a tema la gestione dei processi economici. Spesso l'accento viene posto sulla microgestione aziendale. Si tratta di giochi

essenzialmente numerici, che sono interessanti perché cercano di simulare in dettaglio tramite algoritmi all'interno dei quali i giocatori devono prendere decisioni. Alcuni di questi giochi includono elementi di intelligenza artificiale.

## Resource 1.2. StartUp\_EU Competition Package

Lo StartUp\_EU Competition Package è composto da tre elementi: 1. il gioco formativo sull'imprenditorialità; 2. la piattaforma tecnologica; e 3. le competizioni collaborative.

### *Il gioco formativo sull'imprenditorialità*

Il gioco StartUp\_EU vuole promuovere lo sviluppo dello spirito imprenditoriale tra i giovani in Europa. Gli obiettivi sono i seguenti:

1. Per gli studenti: promuovere la creatività, migliorare le competenze comunicative, la curiosità e la capacità di indagine.
2. Per i docenti: offrire supporto per insegnare l'imprenditorialità in maniera innovativa.
3. Creare collegamenti con il mondo del lavoro
4. Migliorare l'employability, le competenze chiave per trovare lavoro.

L'obiettivo del gioco StartUp\_EU è quello di stimolare la creatività nel fare impresa, e aiutare gli studenti a sviluppare una forma mentis imprenditoriale (*entrepreneurial mindset*), cioè:

- Vedere opportunità invece che problemi (o anche, trovare soluzioni ai problemi esistenti)
- Stimolare il desiderio di indipendenza professionale
- Investire nelle idee con gli altri come partner, e collegare idee tra loro
- Equilibrare e ridurre i rischi (non aver paura, migliorare la gestione dei rischi)

### *Obiettivi di apprendimento*

Questa definizione di forma mentis imprenditoriale può essere riformulata nei seguenti obiettivi formativi:

1. Quando incontrano un problema, gli studenti
  1. cercano soluzioni (innovative) e opportunità, e non si fermano al lamento o a discuterne le cause (ATTITUDINE)
  2. sono in grado di analizzare il problema nelle sue componenti fondamentali per identificare soluzioni o nuove opportunità (SAPER FARE)
  3. attivano risorse esterne per trovare soluzioni, tra le quali i partner, i membri del team, professionisti e risorse online e offline (SAPER FARE)
2. Quando pensano alla propria vita professionale, gli studenti considerano il lavoro indipendente come una reale opportunità, considerandone rischi e vantaggi (ATTITUDINE)
3. Quando lavorano con altri gli studenti
  1. condividono e collegano le idee, invece che lavorare da soli (ATTITUDINE)
  2. ascoltano le idee degli altri, mediano e le uniscono (COMPETENZA)

4. Quando sono confrontati con potenziali situazioni di presa di rischio, gli studenti
  1. analizzano prima di prendere decisioni, senza escludere a priori la presa di rischio (ATTITUDINE)
  2. identificano i fattori di rischio e di guadagno, e cercano degli equilibri (COMPETENZA)
5. Quando pensano all'imprenditorialità gli studenti
  1. hanno in mente i concetti chiave di business planning (ad esempio, analisi dei bisogni, idea, analisi di mercato, marketing, piano finanziario, ecc.) (CONOSCENZE)
  2. hanno in mente esempi di start-up (CONOSCENZE)

Alcuni obiettivi sono trasversali rispetto alle attività di gioco, in particolare gli obiettivi 2, 3 e 5. Altri obiettivi sono specificatamente messi a tema in alcune sfide (*challenge*).

#### *La piattaforma tecnologica*

Il gioco si svolge su una piattaforma Web2.0: <http://www.startup.odl.org/>. Nella piattaforma i docenti possono trovare i materiali di apprendimento, i mini-games (piccoli videogiochi), uno spazio per il lavoro collaborativo con strumenti come Calendar, File upload, i video che introducono le fasi del gioco e un Forum.

#### *La competizione collaborativa*

Il gioco StartUp\_EU si svolge come una competizione collaborativa, cioè tra square (*teams*). I docenti devono quindi creare dei gruppi di studenti secondo le regole seguenti:

- Un team è composto da 3-6 studenti + un mentore.
  - Gli studenti sono organizzati secondo una specie di organigramma (con ruoli prestabiliti, tra i quali: chi invia i risultati del lavoro), che vengono definiti durante la prima sfida .
  - Il mentore può essere un amico, il docente o un genitore. Il gioco include compiti che possono essere svolti del mentore (dare feedback, ecc.).
- Per la competizione di StartUp\_EU i team possono trovarsi un mentore da sé (scelta consigliata), oppure riceverne uno dal progetto (volontari).

#### *Come usare il gioco in classe?*

Il docente deve iscrivere al gioco una classe di studenti tra i 14 e i 17 anni. In seguito:

1. Accedere alla piattaforma di StartUp\_EU.
2. Iscrivere alla formazione formatori.
3. Seguire la formazione e leggere in particolare la Player Guide e la HowTo Guide.
4. Seguire le fasi del gioco con gli studenti.



### **Resource 1.3. Informazioni sulla competizione collaborativa**

#### *Valutazione*

Durante la competizione collaborativa, gli studenti prepareranno il loro Elevator pitch per il loro business plan. Questo è composto da un breve video (max 3 min.) e da un summary o da delle diapositive. La valutazione sarà effettuata unicamente sulla base di questi documenti.

#### *Giuria*

La competizione avrà una giuria che sarà composta da imprenditori, venture capitalists, consulenti di business e gestori di incubatori aziendali. Il giudizio della giuria è insindacabile.

#### *Premiazione*

La Awards Ceremony si terrà in Spagna tra Ottobre e Novembre 2013.

#### *Premi*

Saranno assegnati due premi: il premio della giuria e il premio della community.

### **Altre risorse utili (in inglese)**

#### *Learn4good.com*

This website is a site for free fun online games & interesting business strategy simulation activities.

<http://www.learn4good.com/games/for-high-school-students.htm>

#### *Profitania*

Profitania is a fun business simulation game.

<http://www.learn4good.com/games/high-school-students-games/business-strategy-simulation.htm>

#### *Business dictionary*

<http://www.businessdictionary.com/definition/game-theory.html>

#### *Serious game*

[http://en.wikipedia.org/wiki/Serious\\_game](http://en.wikipedia.org/wiki/Serious_game)

#### *Business simulation game*

[http://en.wikipedia.org/wiki/Business\\_simulation\\_game](http://en.wikipedia.org/wiki/Business_simulation_game)

## Unit 2

# Sostenere i team di studenti

**Motivazione, creatività e innovazione: aiutare gli studenti a trovare la loro idea.**

Nell'Unità 2 imparerai come organizzare un team di studenti e come motivarli. Trovare indicazioni sui principi e le strategie per promuovere la creatività e l'innovazione, per aiutare gli studenti a generare la loro idea di business.

Questa unità si riferisce alle sfide 1, 2 e 3 del gioco.

### **Questa unità**

#### *Durata*

5 ore

#### *Obiettivi*

Al termine di questa unità sarai in grado di:

1. Organizzare un team di studenti
2. Motivare gli studenti e stimolare la loro creatività imprenditoriale
3. Aiutare gli studenti e definire un'idea di business

#### *Attività*

In questa unità svolgeremo le seguenti attività:

- Creare un gruppo con ruoli e compiti distinti
- Esercizi per promuovere la creatività e sviluppare nuove idee
- Analisi di storie di idee di business di successo

#### *Adattamenti*

Nelle sfide relative ai temi della Unit 2 raccomandiamo estrema flessibilità e attenzione alle idee di business degli studenti.

#### *Valutazione*

Sulla piattaforma è disponibile un questionario di 5 domande a risposta chiusa.

#### *Materiali*

Useremo i materiali seguenti

Resource 2.1. Templates per organizzare un team (disponibile sulla piattaforma)

Resource 2.2. Scheda per creare nuove idee

Resource 2.3. Fonti di ispirazione

Altre risorse utili sono Internet, alcuni video e libri e il glossario (in inglese). Queste risorse sono disponibili sulla piattaforma.

## Resource 2.2. Scheda per creare nuove idee

### *Pensa oltre i tuoi limiti*

Molti dei prodotti che oggi diamo per scontati sono il risultato dell'attività di persone che hanno pensato oltre i propri limiti. John Lynn ha raccontato di aver assistito a una conferenza sui computer negli anni '80, durante la quale qualcuno aveva fatto una battuta dicendo che il prossimo passo sarebbe stato quello di pensare a porte computerizzate. 20 anni dopo, quando è tornato nell'hotel dove si era tenuta la conferenza, tutte le porte erano computerizzate e si aprivano con tessere elettroniche.

Ecco alcuni consigli:

- lascia perdere i vecchi modi di pensare e di fare
- metti in discussione quello che vedi, e ricorda che distorciamo quello che vediamo con le nostre percezioni
- sii cosciente che pensare in modi a noi familiari limita le nostre opzioni e ciò che riteniamo possibile
- smetti di giudicare subito le tue idee
- prova a trovare un flusso di nuove idee pensando come un bambino
- prendi dei rischi e osa fare ciò che fai in maniera diversa (ma non per questo in maniera stupida)
- credi che puoi farcela

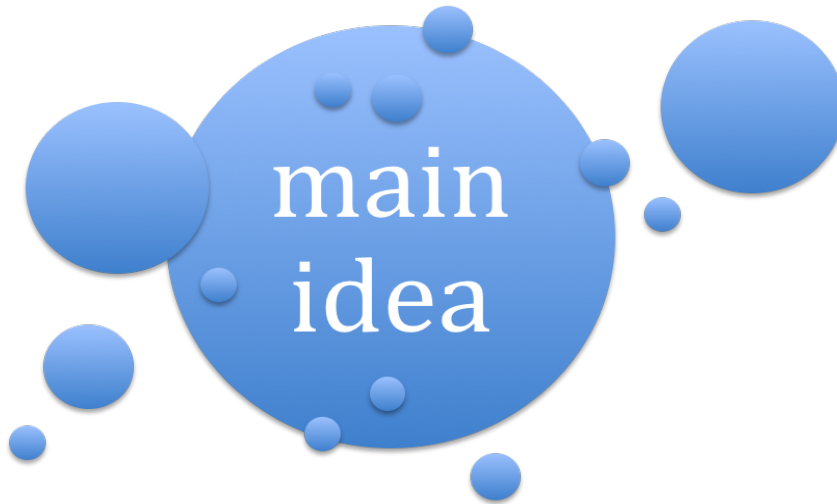
Ecco alcuni strumenti utili.

Annota le tue idee dopo una sessione di brainstorming:

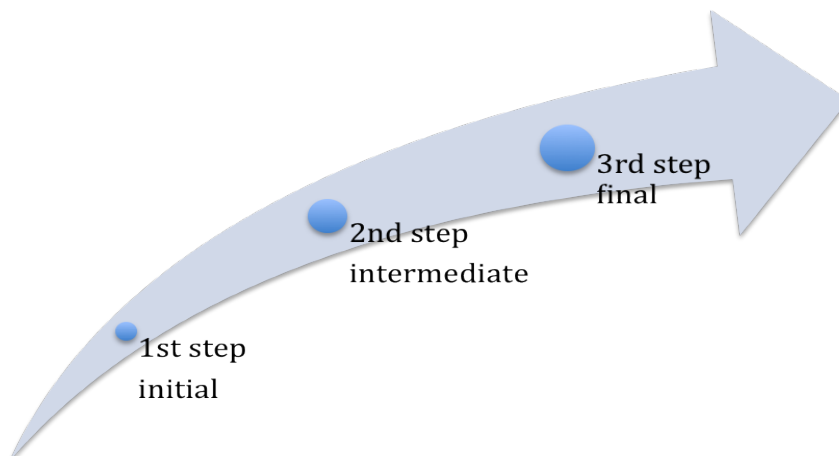
<b>Idea 1</b>	
<b>Idea 2</b>	
<b>Idea 3</b>	

Scrivi la tua idea al centro e altre idee collegate intorno (puoi usare la lavagna o

PowerPoint per fare questo diagramma).



Immagina l'idea e il processo che porta a realizzarla:



Sintetizza la tua idea:

### Resource 2.3. Fonti di ispirazione

(da businessdictionary.com)

#### Storia 1

Due tizi che avevano solo \$8,000 di risparmi e un prestito di \$4,000, hanno affittato una vecchia pompa di benzina a Burlington nel Vermont – una città universitaria senza un gelataio, e hanno aperto una gelateria. L'unica formazione che avevano ricevuto era un corso per corrispondenza su come fare il gelato. Hanno comprato la macchina per fare il gelato e hanno iniziato a produrre dei gusti “unici” – ad esempio “Red Velvet Cake” o “Late Night Snack” – che erano diversi da quelli offerti dalle altre gelaterie negli Stati Uniti come Baskin-Robbins. Vent'anni dopo, il gelato di Ben Cohen e Jerry Greenfield ice, *Ben & Jerry's*, è un affare da \$237 milioni all'anno.

#### Storia 2

Negli stessi anni, due signore Pamela Skaist-Levy e Gela Nash Taylor, avevano prelevato \$200 e avevano aperto una piccola linea di credito con una banca. Ambedue sono rimaste senza salario per due anni mentre promuovevano il loro business. Le loro giacche alla fine vennero notate e usate da gente come Madonna, che la portò a diventare una moda negli anni '90. Il fatto che la produzione fosse limitata la rese ancora più ricercata come “moda economica” e alla fine la loro marca arrivò a essere venduta da *Saks Fifth Avenue*, Neiman-Marcus e Bloomingdales (tre importanti negozi di moda di New York). L'impresa, Juicy Couture, fece \$47 milioni di utile nel 2002, prima di essere acquistata da un gigante della moda come Liz Claiborne.

#### Storia 3

Mentre i primi due esempi hanno avuto bisogno di un capitale iniziale, anche se ridotto, al storia di Dana Levy è ancora più incredibile: tutto è incominciato semplicemente con un computer e un collegamento internet. Dana iniziò una newsletter, *Daily Candy*, che informava gli abitanti di New York sulle aperture degli ultimi ristoranti, le offerte e gli eventi della città, il tutto scritto con uno stile informale tipo “Gossip Girl”. La prima newsletter fu inviata in Marzo 200 a 700 persone. In poco tempo la newsletter fece trend, e si espande anche in altre città. Dana Levy ha poi venduto la newsletter a un gruppo di venture capitalists per \$3 milioni nel 2003. La newsletter fu poi rivenduta a Comcast, un gruppo di comunicazione, per \$125 milioni nel 2008.

**Altri materiali utili**

*12 tips for building a winning team*

<http://www.businessknowhow.com/manage/12winteam.htm>

*Creative thinking tips: become more creative*

<http://bookboon.com/blog/2012/08/become-more-creative-7-creative-thinking-tips/>

*Sources of Inspiration: Entrepreneur Success Stories*

<http://www.businessdictionary.com/article/518/sources-of-inspiration-entrepreneur-success-stories/>



## Unit 3

# Le migliori strategie per sviluppare un prodotto

## La SWOT analysis & altre buone pratiche

In questa unità imparerai le buone pratiche per sviluppare un prodotto e l'uso dell'analisi SWOT.

Questa unità si riferisce in particolare alle sfide 2 e 3 nel gioco.

### **Questa unità**

#### *Durata*

5 ore

#### *Obiettivi*

Al termine di questa unità sarai in grado di:

1. Sviluppare un'idea di prodotto
2. Conduct a SWOT analysis
3. Get valuable information using Best Practices

#### *Attività*

In questa unità svolgeremo le seguenti attività:

- I passi principali per sviluppare l'idea di un prodotto
- Condurre una analisi SWOT
- Imparare alcune best practice

#### *Adattamenti*

Sarà importante adattare linguisticamente i contenuti di questa unità per evitare di usare linguaggio troppo tecnico per gli studenti.

#### *Valutazione*

Sulla piattaforma è disponibile un questionario di 5 domande a risposta chiusa.

#### *Materiali*

Useremo i materiali seguenti

Resource 3.1. Your ideas template (disponibile sulla piattaforma)

Resource 3.2. Idee SMART e analisi SWOT (nella HowTo Guide, 2.3)

### Resource 3.3. Buone pratiche

Altre risorse utili sono Internet, alcuni video e libri e il glossario (in inglese). Queste risorse sono disponibili sulla piattaforma.

### **Resource 3.3. Best Practices**

Una buona pratica è un'indicazione che arriva dall'esperienza su come condurre un processo o risolvere un problema. Il tema qui è come aiutare gli studenti a generare idee e a valutarne il potenziale per sviluppare un business plan.

Nella HowTo Guide puoi trovare indicazioni su come condurre una sessione di brainstorming (HowTo 2.2) e su come valutare le idee (HowTo 2.3). Senza avere esperienza diretta di queste tecniche di gruppo, sarà difficile poter dare sostegno agli studenti. Per questo, può essere utile identificare qualche problema in ambito non scolastico e condurre, con qualche amico, una sessione di brainstorming. Successivamente, a partire dai risultati, puoi fare un'analisi SWOT e vedere qualche idea risulta più SMART.

### **Altre risorse utili**

*SWOT analysis*

[http://en.wikipedia.org/wiki/SWOT\\_analysis](http://en.wikipedia.org/wiki/SWOT_analysis)

Top 12 Low-Cost Technology Solutions for Small Business

<http://sbinformation.about.com/od/ecommerce/tp/techsolutions.htm>

Promoting the adoption and use of Best Practices

<http://ctb.ku.edu/en/tablecontents/MainSection19.6.aspx>

## Unit 4

# Il piano di marketing

## La pubblicità e come aiutare gli studenti a vendere il loro prodotto o servizio

In questa unità imparerai a creare il piano di marketing, a organizzare una campagna pubblicitaria che aiuti gli studenti a vendere il loro prodotto o servizio.

Questa unità fa riferimento alle sfide 4 e 6 nel gioco.

### **Questa unità**

#### *Durata*

5 ore

#### *Obiettivi*

Al termine di questa unità sarai in grado di:

1. Creare un piano di marketing
2. Organizzare una campagna pubblicitaria
3. Aiutare gli studenti a vendere il loro prodotto o servizio

#### *Attività*

In questa unità svolgeremo le seguenti attività:

- Creare una sintesi del piano di marketing con i passi principali
- Organizzare una campagna pubblicitaria usando i social networks come canale principale
- Preparare l'elevator pitch

#### *Adattamenti*

Sarà importante adattare le proposte di uso degli strumenti alle idee degli studenti. Inoltre, sarà bene considerare che per gli studenti i social network sono una realtà prossima e ben conosciuta – cosa che può giocare a loro favore ma anche impedire loro di pensare in maniera originale.

#### *Valutazione*

Sulla piattaforma è disponibile un questionario di 5 domande a risposta chiusa.

#### *Materiali*

Useremo i materiali seguenti:

Resource 4.1. Come sviluppare un piano di marketing (disponibile nella HowTo Guide)

Resource 4.2. Che cosa è una campagna pubblicitaria?

Resource 4.3. Un buon elevator pitch (disponibile nella HowTo Guide)

Altre risorse utili sono Internet, alcuni video e libri e il glossario (in inglese). Queste risorse sono disponibili sulla piattaforma.

## **Resource 4.2. Che cosa è una campagna pubblicitaria?**

Per campagna pubblicitaria s'intende una serie coordinata di messaggi pubblicitari che, veicolati attraverso uno o più media, mirano a raggiungere un obiettivo prefissato.

Una campagna pubblicitaria ottiene risultati migliori rispetto a un insieme scoordinato di annunci, in quanto tutti i messaggi comunicano una stessa idea, sono ben coordinati tra loro e mirano a uno stesso obiettivo. Essendo i messaggi fondati su di una stessa idea di base, il ricordo del target group viene facilitato. I vari comunicati devono essere tra loro coordinati, ossia presentare elementi di somiglianza e di continuità (tratto da Wikipedia).

Una campagna pubblicitaria solitamente si svolge combinando diversi canali e media, e si concentra su un tema o brand particolare, o su un segmento specifico del mercato. Il potenziale impatto di una campagna pubblicitaria è molto più importante che la pubblicità sporadica o su un solo canale o media.

Ecco alcuni esempi (se non conosci queste campagne, puoi cercarle su internet)

### *Nike – Just do it*

Faceva riferimento allo spirito di azione tipico di quel periodo, in particolare in relazione allo sport: raggiungere un risultati nella vita senza esitazione o dubbi. Lo slogan, combinato con il nuovo logo di Nike, è diventato un'icona globale.

### *Apple – Get a Mac*

Le grandi campagna di Apple sono state tante, ma questa ha fatto storia perché nessun altra campagna ha catturato lo spirito dei consumatori come "I'm a Mac." Conosci quel tipo, sapevi subito di chi stavano parlando non appena arrivavano sullo schermo: tu volevi essere il Mac.

### **Altre risorse utili**

#### *Marketing*

<http://en.wikipedia.org/wiki/Marketing>

#### *Advertising campaign*

<http://www.businessdictionary.com/definition/advertising-campaign.html>