



IO2. Curriculum - Programma dettagliato e materiali di formazione per gli animatori giovanili - Social Kreative Enterprises for Youth Workers

Giovani imprese sociali e creative tramite la mobilitazione delle competenze digitali e il dialogo interculturale



Index

- **Introduzione03**
- **Sezione I: Secondo risultato di progetto. Una Panoramica04**
- **Sezione 2: Quadro delle competenze07**
 - **Standard per gli operatori giovanili14**
- **Sezione 3: Curriculum10**
 - **Contesto teorico: argomenti principali12**
 - **Curriculum: Materiali didattici e metodologia20**
- **Sezione 4: Annexes84**

Introduzione

Il secondo prodotto del programma Young Kreativ Social Enterprise Enterprise è un curriculum dettagliato con un percorso pedagogico pensato non solo per gli animatori giovanili e per gli educatori in generale che lavorano con giovani dal basso rendimento scolastico, che abbandonano precocemente la scuola e con i NEET, ma anche per i giovani interessati all'imprenditorialità sociale creativa.

Il programma di studio comprende due parti fondamentali:

- *Una guida per gli operatori*
- *Un programma di apprendimento modulare dettagliato*

Guida per i professionisti: definisce l'approccio per gli operatori giovanili e consente loro sia di applicare il modello dell'approccio di base sia di adattarlo al proprio contesto e alle esigenze di apprendimento e dei discenti. Si compone di strumenti pratici, metodi di diagnosi dei bisogni, tecniche e risorse, definiti in linee guida dettagliate, quadri di riferimento e indicazioni di valutazione per l'attuazione di questo curriculum e la valutazione dei risultati dell'apprendimento.

Programma di apprendimento modulare: Il programma di apprendimento modulare è costituito da un insieme di 5 materie; il programma di apprendimento è standardizzato attraverso obiettivi di apprendimento, risultati di apprendimento e contenuti pedagogici; inoltre il percorso si avvale di un approccio graduale all'attuazione della metodologia di apprendimento, che incorpora esercizi e casi studio ed è incentrato sulle competenze chiave da sviluppare.

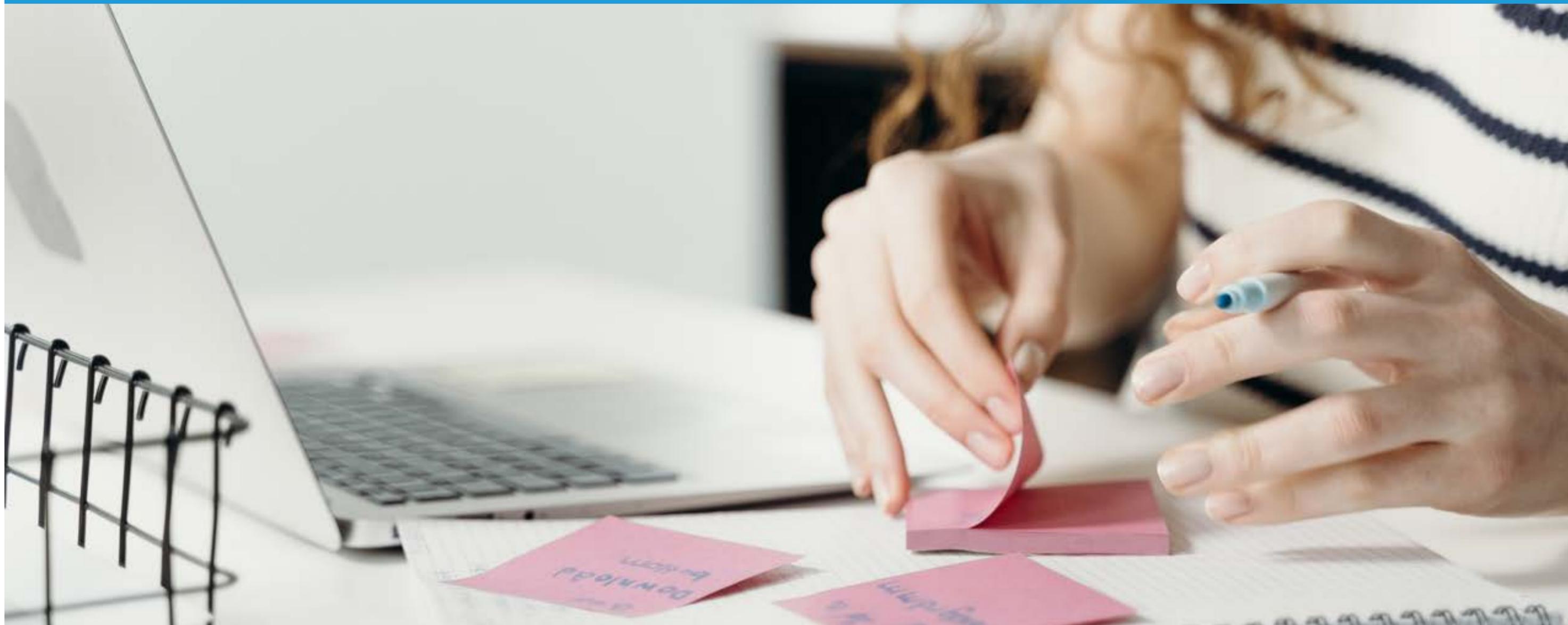
I 5 moduli di formazione innovativi sono:

- Avvio di un'attività commerciale
- Analisi di mercato
- Struttura organizzativa
- Linea di servizi e prodotti nell'era digitale
- Il piano d'impresa sociale creativo

Il curriculum offre un programma completo di conoscenze e informazioni per gli operatori giovanili in merito alle abilità e alle competenze richieste oggi per guidare i Millennials e la Generazione Z.

Inoltre, i partner di YKSE hanno creato un Quadro delle competenze per supportare lo sviluppo del secondo risultato del progetto, che è incluso in questo documento.

SEZIONE I.



SECONDO RISULTATO DI PROGETTO. UNA PANORAMICA

Sezione I.

Secondo risultato di progetto. Una Panoramica

Nel programma Young Kreativ Social Enterprise, il secondo risultato di progetto, cioè un programma curricolare dettagliato con materiali di formazione per operatori giovanili, è stato progettato come strumento di apprendimento imprenditoriale nel settore creativo per aiutare gli operatori giovanili, per gli educatori e per gli Itri professionisti dello sviluppo che sostengono i giovani, in particolare quelli che si sono allontanati dall'istruzione, ma che possono avere un interesse per le industrie creative da una prospettiva imprenditoriale.

Gli animatori giovanili, con l'aiuto del Programma curricolare, impareranno a lavorare con i giovani in modo più efficace, avendo un impatto positivo sulle loro scelte, sul loro comportamento e sulla loro autostima. Una delle innovazioni di questo risultato è che integrerà la parte emotiva, gli approcci e le conoscenze dell'Intelligenza emotiva sviluppati nella metodologia del primo risultato di progetto, per mantenere un atteggiamento positivo. Ad esempio, assumendo una prospettiva vincente in una situazione di insuccesso, trasformandola in un'esperienza di apprendimento. Anche se il Curriculum è dedicato agli operatori giovanili attraverso l'acquisizione di nuove conoscenze e nuove competenze, il programma stesso si concentra su:

- *giovani a basso rendimento, giovani che hanno abbandonato la scuola e giovani NEET;*
- *situazioni imprenditoriali pratiche, utilizzando metodi educativi non formali e informali;*
- *valorizzazione e potenziamento i giovani;*
- *connessione della comunità e del contesto sociale;*
- *uso moderno delle nuove tecnologie (strumenti digitali);*
- *flessibilità nell'adattare i contenuti per diversi gruppi di giovani e per un coaching misto tra pari;*
- *lo SPIRITO (Capacità, Personalità, Intelligenza, Riflessione, Interesse, Tenacia) dei giovani.*

Il programma curricolare per gli operatori giovanili è innovativo in quanto comprende i seguenti elementi:

1. *Modello basato sull'azione: vicino ai problemi della vita reale, sperimentale e orientato all'apprendimento tramite il fare;*
2. *Collegamento a strumenti digitali;*
3. *Concentrazione sulla visione, sulla definizione sulle priorità e sulla riflessione.*

Il Curriculum ha un enorme potenziale di trasferibilità per lo sviluppo di competenze in ogni settore (educazione degli adulti, educazione scolastica, educazione superiore, apprendimento sul posto di lavoro, ecc.)

Sezione I.

Secondo
risultato di
progetto. Una
Panoramica

Ogni modulo offre risultati di apprendimento specifici, progettati per migliorare le conoscenze, le competenze e le attitudini. I diversi moduli e materiali didattici possono essere utilizzati insieme o separatamente. Possono anche essere adattati da diversi educatori che lavorano con i giovani in contesti diversi.

[HOME](#)[ABOUT](#)[PARTNERSHIP](#)[RESULTS](#)[E-LEARNING](#)[NEWS](#)[NEWSLETTER](#)

Skills for Young Social entrepreneurs

[DISCOVER MORE](#)

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

SEZIONE II.



QUADRO DELLE COMPETENZE

Sezione II.

Quadro delle competenze

Standard per gli operatori giovanili: quadro delle competenze

Moduli	Titolo del modulo
Modulo 1	Avviare un'impresa: Strategia creativa Disney
Modulo 2	Analisi di mercato
Modulo 3	Struttura organizzativa
Modulo 4	Linea di servizi e prodotti nell'era digitale
Modulo 5	Il vostro piano d'impresa sociale e creativo

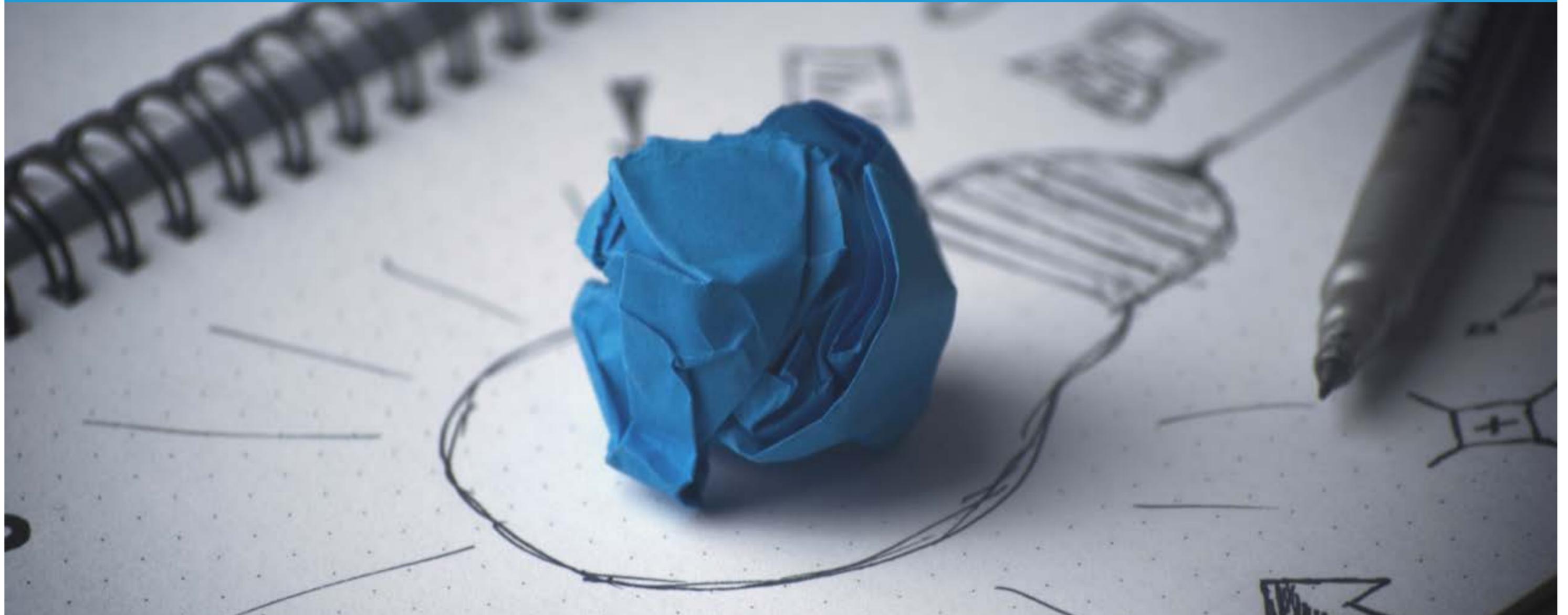
Sezione II.

Quadro delle competenze

Grafico 2 - I moduli per operatori giovanili - Sviluppo delle competenze



SEZIONE III.



CURRICULUM

Sezione III.

Curriculum

Il Curriculum YKSE IO2 è un programma dettagliato e materiali di formazione per animatori giovanili progettato per sviluppare le capacità e le competenze professionali degli animatori giovanili nell'ambito dell'imprenditoria sociale e dell'impresa come via di sviluppo dei giovani.

Il programma, che si avvale di metodi di apprendimento chiave, offre definizioni essenziali, teorie, indicazioni sulla struttura dei moduli, una guida pratica, materiali e metodologie di apprendimento, metodi e strumenti di monitoraggio e valutazione e, naturalmente, i 5 moduli di apprendimento interattivi del programma di studio che si concentrano sull'imprenditorialità sociale e sulle competenze imprenditoriali.

È stato progettato per essere adatto sia agli operatori giovanili esperti che ai nuovi professionisti del settore giovanile. Inoltre, il piano di studi fornisce materiale didattico essenziale per sviluppare le capacità e le competenze degli operatori giovanili in materia di imprenditoria sociale, che a loro volta possono essere mobilitati per sostenere la loro coorte di giovani.

Il curriculum sarà digitalizzato e diventerà la base della piattaforma di e-learning YKSE IO3 KreativEnterprise.

Contesto teorico: argomenti principali

Modulo 1: Avviare un'attività di imprenditoria sociale

Avviare un'attività come imprenditore sociale può sembrare una procedura molto impegnativa che richiede un enorme bagaglio di caratteristiche personali, grandi quantità di denaro e il possesso di abilità speciali. Molti ritengono che un imprenditore in grado di perseguire e realizzare una startup di successo in qualsiasi ambito debba avere qualcosa di straordinario dentro di sé.

Ma, secondo Barringer (2008), "non ci sono prove scientifiche che dimostrino che persone con determinate personalità abbiano maggiori probabilità di avviare un'impresa o di avere più successo di chiunque altro". Ciò significa che, grazie alle conoscenze e al background adeguati che possono essere forniti a un discente, un individuo è in grado di avviare un'attività imprenditoriale apprendendo tecniche specifiche senza possedere determinate caratteristiche e attributi connaturati. Quindi, contrariamente a quanto si crede, in realtà per avviare un'impresa sociale o per insegnare alle persone come avviare un'impresa, una persona ha

Sezione III.

Curriculum

solo bisogno di imparare un piano procedurale specifico e le relative competenze.



L'avvio di un'impresa comporta diversi processi. Innanzitutto, secondo Taylor MacLellan Cochrane, è necessario scegliere l'entità da utilizzare per l'attività. Una volta effettuata la scelta, si deve decidere il tipo di società più adatto a una determinata attività. Il primo tipo è la "proprietà", che si presenta quando una persona decide di creare e portare avanti un'impresa individualmente. Il secondo tipo è la "Partnership", che prevede la collaborazione di due o più persone per portare avanti un'attività sotto una denominazione commerciale. Il terzo tipo di impresa è la "Corporation", che di solito comprende una o più persone che portano avanti l'attività, ma con minori responsabilità nell'attività esistente. (Business, 2007)

Secondo la "teoria dell'attribuzione" descritta da Shaver et al. (2001), l'avvio di un'impresa è una scelta individuale di una persona che può basarsi su ragioni esterne o interne e, anche se tutte le persone hanno gli stessi prerequisiti psicologici per lo sviluppo dell'impresa, alcune sfruttano le possibilità di sviluppo dell'impresa più di altre. Pertanto, gli imprenditori tendono ad avere una migliore comprensione delle proprie capacità, delle esperienze passate, delle opportunità e di come utilizzarle rispetto alle persone provenienti da altre carriere.

Quindi, secondo la "teoria dell'attribuzione", gli imprenditori hanno maggiori possibilità di avviare un'impresa e di impegnarsi in attività imprenditoriali, a differenza di altri, grazie a qualità quali l'impegno, le capacità e le competenze di una persona, la complessità di un determinato compito e la fortuna. In conclusione, l'avvio di un'impresa di successo non dipende dal caso, ma dal contributo delle azioni passate, delle attività e degli sforzi di un individuo che nel tempo porteranno a un'impresa di successo.

Sezione III.

Curriculum

Modulo 2: Analisi di mercato

L'analisi di mercato è un processo concepito per fornire una struttura al modo in cui gli imprenditori e/o le imprese già avviate si avvicinano alla definizione del mercato, alla comprensione delle sue esigenze e all'identificazione e alla comprensione della concorrenza. Serve come input per guidare l'imprenditore, la start up e/o l'azienda consolidata, nell'identificazione degli obiettivi di marketing e nella definizione di strategie e piani di marketing. Sebbene la struttura e la prevedibilità possano in qualche misura funzionare per le imprese consolidate e siano richieste da azionisti e creditori, in generale raramente forniscono una buona base di dati e conoscenze quando si tratta dell'analisi di mercato di una startup. Le sfide aumentano se si tratta di un'imprenditoria sociale.

Tradizionalmente, l'analisi di mercato fa parte di una più ampia gestione strategica e di marketing di un'impresa. Comprende l'uso di strumenti e quadri metodologici consolidati, come lo strumento PESTEL per l'analisi del macroambiente, l'uso delle Cinque Forze di Porter per comprendere le dinamiche del settore e la sua attrattiva, e comprende l'identificazione quantitativa delle tendenze di marketing e del panorama dei concorrenti

per individuare chiaramente le opportunità e le minacce del mercato. Si tratta di un'analisi che fornisce un'istantanea del tempo, che gioca con ipotesi che, per quanto logiche, possono essere soggettive e che non funzionano in un contesto di imprenditorialità sociale, dove l'obiettivo principale è quello di individuare le aree di fallimento del mercato, non le sue opportunità.



Il fallimento del mercato è un concetto che, in parole povere, spiega una situazione in cui le entità a scopo di lucro non sono interessate a soddisfare le richieste del mercato a causa dello scarso potenziale di profitto. Di conseguenza, l'analisi del mercato nel concetto più ampio di imprenditorialità sociale si concentra prevalentemente sui bisogni insoddisfatti del mercato e sull'esplorazione delle risorse disponibili per sviluppare servizi o prodotti in grado di soddisfare tali bisogni.

Sezione III.

Curriculum

Non c'è un'attenzione specifica ai concorrenti e ai prodotti e servizi esistenti. Le industrie creative e i settori culturali sono un terreno fertile per gli imprenditori sociali a causa dello scarso interesse delle entità in cerca di profitto.

Di conseguenza, l'analisi di mercato di un imprenditore sociale nel settore creativo e culturale è prevalentemente guidata dall'analisi macro dei driver PESTEL, con particolare attenzione ai fattori di cambiamento socio-demografici e tecnologici della società, seguita dalla ricerca dei bisogni del mercato condotta con metodi di ricerca standard come focus group, interviste, sondaggi e osservazioni.

Quest'ultima permette di identificare chiaramente il cliente e di articolare le sue esigenze, in modo che l'imprenditore non si trovi a sviluppare qualcosa che nessuno vuole. In tal caso, che importanza ha se il progetto viene realizzato nei tempi e nei costi previsti? In questo processo, i principi dell'analisi di mercato dovrebbero essere applicati tenendo presente il loro adattamento al contesto della natura dell'imprenditoria sociale nei settori della creatività e della cultura.

Modulo 3: Struttura organizzativa

Con molteplici interpretazioni della definizione, la struttura organizzativa descrive in modo generale il modo in cui si forma un team e quale sistema viene scelto per l'organizzazione al fine di raggiungere la sua missione. Di solito, la struttura organizzativa comprende 3 pilastri principali:

- Regole dell'organizzazione
- Ruoli nell'organizzazione
- Responsabilità e obblighi nell'organizzazione

Questa definizione tradizionale sta però cambiando, in quanto stiamo entrando in un periodo di agilità, con le start-up che scelgono di abbandonare i vecchi termini e le vecchie strutture a favore di nuovi: il project manager diventa il product owner e, anziché seguire le regole, segue le convenzioni.

Nell'era dell'agilità diventa importante capire che nel mondo di oggi il team gioca un ruolo sempre più importante, mentre l'organizzazione diventa secondaria.

Sezione III.

Curriculum

Che cos'è una squadra?

Un team è un gruppo di persone riunite da una missione, un valore o un obiettivo comune.

Quando si parla di gestione organizzativa, si fa riferimento a due modelli:

1. Modello tradizionale:

- Gestione verticale: 1-2 decisori
- Burocrazia
- Mantenere lo status quo
- Mantenere la forza
- Un'unica comunicazione diretta: dall'alto verso il basso

2. Modalità orizzontale:

- Non ci sono dipartimenti, né capi dipartimento
- I lavoratori sono coinvolti in progetti in cui scelgono di essere coinvolti
- I lavoratori possono avviare da soli nuovi progetti
- Molto buono per le piccole e medie imprese
- Molto impegnativo adottare pienamente il modello orizzontale

Quando si parla di management oggi, si parla di 'Agile'.

Agile è l'abilità di pianificare e lavorare in modo da essere sempre in grado di agire in risposta alle sfide e alle esigenze. In sostanza, Agile è un approccio pragmatico: si segue il piano, ma si è abbastanza agili da cambiare il piano se necessario.



Perché Agile:

- Sviluppo del team
- Sviluppo dell'azienda
- Agilità

La creazione di un prodotto viene costantemente testata e monitorata, quindi aumenta la probabilità di ottenere un risultato migliore con meno sprechi.

Descritta in un'immagine, questa è la principale differenza tra la pianificazione organizzativa verticale (a cascata) e la pianificazione Agile:

Sezione III.

Curriculum



Figure 8: Waterfall vs Agile [5]

Quando parliamo di imprenditorialità, riflettiamo sul fatto che l'ecosistema imprenditoriale si sviluppa in modo caotico, in modo molto simile agli ecosistemi naturali. Come per gli ecosistemi naturali, anche i manager che cercano di immergersi in profondità nella vita imprenditoriale devono essere pronti ad accettare un po' di caos.

Modulo 4: Linee di servizi e di prodotti nell'era digitale

Come già discusso nel Modulo 2, gli imprenditori sociali trovano opportunità nell'imperfezione o nei fallimenti del mercato. Una volta selezionata l'opportunità e progettato un modello di business (Modulo 1), il passo successivo è sviluppare una versione commerciale

dell'opportunità, che nella maggior parte dei casi è un prodotto o un servizio dell'impresa sociale. Tuttavia, in che modo l'era digitale trasforma queste linee di prodotti/servizi degli imprenditori sociali, consentendo loro di avere un business sostenibile e un maggiore impatto sociale?!

Il mondo digitale cambia inequivocabilmente la semplice differenziazione del marketing tradizionale su prodotti e servizi fisici. Introduce il bene digitale che è costituito da una serie di software, notizie, musica, fotografie, quotazioni azionarie, oroscopi, risultati sportivi e consigli sulla salute. Inoltre, la piattaforma digitale riduce il costo marginale di produzione e distribuzione dei prodotti/servizi digitali. Inoltre, consente livelli di personalizzazione di massa dei prodotti digitali e non digitali mai visti nel marketing tradizionale. I clienti online possono scegliere una varietà di combinazioni per i personal computer acquistati via Internet, oppure possono personalizzare il loro nuovo veicolo. Il sistema online di e-teller come Amazon o e-Bay genera raccomandazioni specifiche di libri o altri prodotti in base alle preferenze del cliente. Lo stesso vale per i motori di ricerca come Google e Yahoo.

[5] Kanbanize, July 2022, <https://kanbanize.com/>

Sezione III.

Curriculum

Anche l'impatto delle tecnologie più radicali, come la blockchain, l'Internet delle cose, l'IA, la stampa 3D, è molto importante. Non si tratta solo di un cambiamento nel tipo di offerta di prodotti, ma anche nel modo in cui questi vengono prodotti e consegnati. Queste tecnologie hanno il potenziale di migliorare radicalmente il benessere delle persone e dell'ambiente nel mondo e sono un "meka" per gli imprenditori sociali, grazie al potenziale di impatto sociale più ampio.



L'influenza delle tecnologie emergenti sui modelli di business e sulle strategie delle imprese sociali è ancora in fase preliminare di crescita. I primi segnali mostrano che le tecnologie di intelligenza artificiale e di apprendimento automatico stanno già trasformando il concetto stesso di utilizzo della tecnologia per affrontare le sfide sociali critiche. Tuttavia, la maggior parte delle imprese sociali e dei nuovi imprenditori non sono consapevoli dei cambiamenti che queste nuove

tecnologie comportano, ed è per questo che i giovani dovrebbero essere motivati a esplorare queste tecnologie nei settori della creatività e della cultura e il loro impatto sulla qualità della vita nelle loro comunità.

La tabella 4.1. fornisce un esempio delle più importanti nuove tecnologie che modellano l'offerta di prodotti/servizi delle imprese sociali in tutti i settori e nei settori della cultura e della creatività.

Sapere come riconoscere, introdurre e sfruttare queste tecnologie nelle imprese creative per un maggiore impatto sociale è importante per sostenere i giovani a sviluppare il loro talento e il loro valore nei settori della cultura e della creatività.

Cloud Computing	Tecnologia blockchain	Stampa 3D	Internet degli oggetti (IoT)
Apprendimento automatico	Robotica	VR e AR	Intelligenza artificiale

Figure 9: Table of technologies

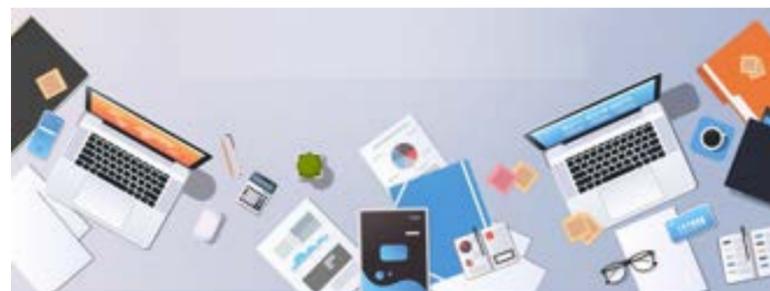
Sezione III.

Curriculum

Modulo 5: Il vostro piano d'impresa sociale creativo

Cosa intendiamo per "Social Creative Business"?

Oggi sta emergendo una nuova "classe" di Imprenditori Sociali Creativi, giovani lavoratori che generano una domanda di mercato per i loro beni e servizi, contribuendo al contempo al cambiamento dinamico della sostenibilità culturale, della giustizia sociale e dello sviluppo economico in tutto il mondo. Si tratta di professionisti creativi che si impegnano per gli stessi obiettivi che guidano gli imprenditori sociali, dalle città sostenibili al benessere e all'inclusione.



Dal momento che ci riferiamo a settori economici specifici, ovvero l'Imprenditoria Sociale e le Industrie Creative e Culturali, iniziamo con l'identificare "tecnicamente" lo spettro delle Imprese Sociali, che comprende una varietà di organizzazioni, da quelle non profit che svolgono attività economiche, alle cooperative, o alle organizzazioni a responsabilità limitata con finalità sociali.

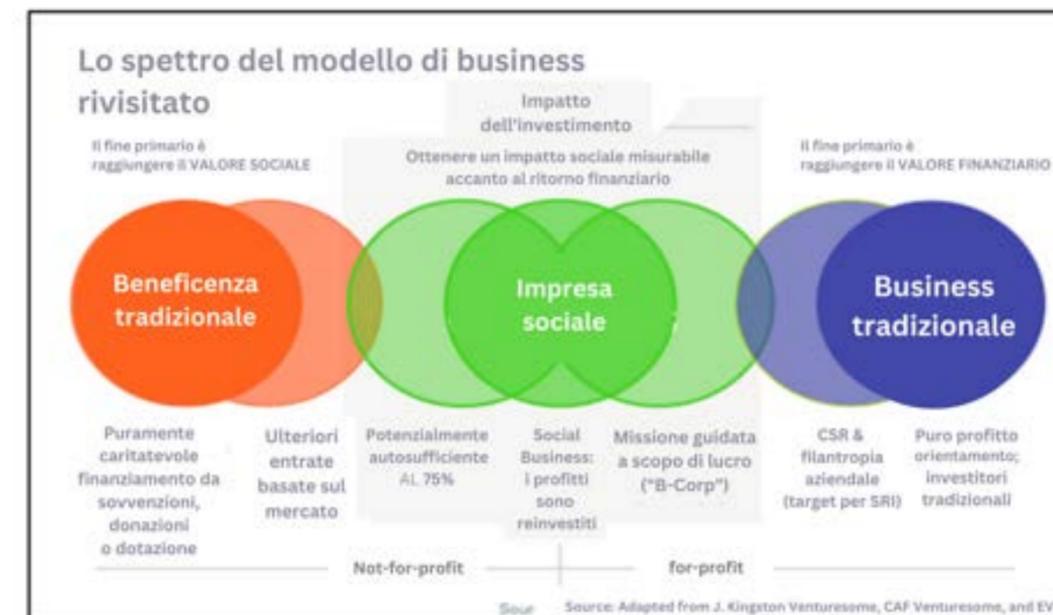


Figure 10: Business Model Spectrum[6]

D'altra parte, le Industrie Creative e Culturali (ICC) si riferiscono a una serie di attività economiche che trasformano gli input culturali e creativi in beni e servizi che incarnano valori sia culturali che economici.

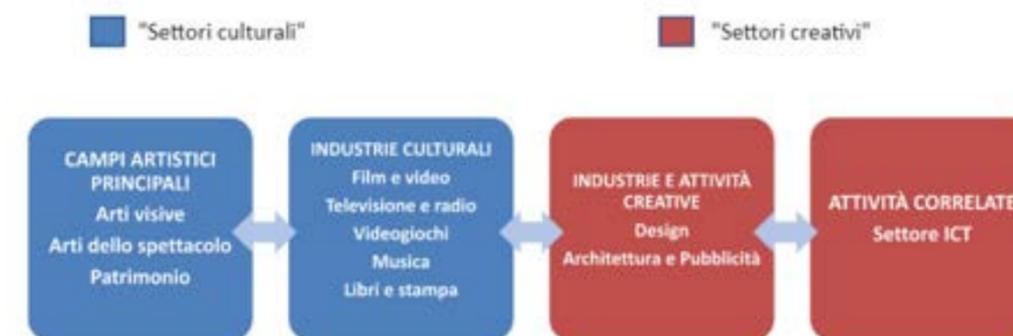


Figure 11: Cultural and Cultural Industries

[6] Source: <https://impactenterprises.org/impact-stories/can-social-entrepreneurship-succeed/>

Sezione III.

Curriculum

Da un punto di vista "imprenditoriale", l'imprenditoria sociale è una combinazione di tre tappe fondamentali: business, impegno sociale e impresa sociale che coinvolge il terzo settore, l'economia solidale, l'economia alternativa, il settore non profit e il settore del volontariato.

Nonostante le differenze nazionali nelle forme giuridiche e nella terminologia, le imprese dell'economia sociale si ispirano tutte agli stessi valori: solidarietà, coesione sociale e predominio dell'individuo sul capitale, responsabilità sociale e gestione democratica.

L'imprenditorialità culturale (definita anche imprenditorialità culturale o imprenditoria artistica) è un processo di gestione attraverso il quale gli operatori culturali cercano di sostenere la propria creatività e autonomia, di far progredire la propria capacità di adattamento e di creare valore artistico, economico e sociale. (Throsby, 2001).

In altre parole, la cultura rappresenta un mezzo per raggiungere specifici obiettivi imprenditoriali, promuovendo al contempo la cultura nel suo complesso come sostegno alla crescita socioeconomica locale attraverso l'arte, l'artigianato, la lingua e la letteratura.

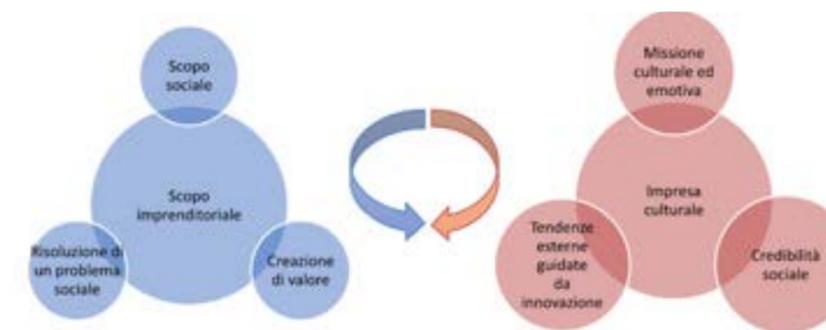


Figure 12: Social Entrepreneurship vs Cultural Entrepreneurship

Le imprese sociali (SE) e le ICC (Industrie creative e culturali) contribuiscono al benessere sociale favorendo la coesione sociale ed economica, la crescita intelligente e inclusiva e la costruzione di un'economia di mercato mista e resiliente.

Entrambi promuovono la crescita economica attraverso la creazione di posti di lavoro, l'innovazione, lo sviluppo intelligente, inclusivo e territoriale:

- Le ICC contribuiscono allo sviluppo sostenibile stimolando la competitività, l'occupazione giovanile, la fertilizzazione intersettoriale, lo sviluppo urbano e sociale,
- Le SE hanno un impatto più mirato sulle comunità e sui loro territori, occupandosi dei loro bisogni reali e cercando soluzioni attraverso un approccio integrato e in modo cooperativo.

Entrambi contribuiscono allo sviluppo locale grazie alla loro forte dimensione territoriale.

Sezione III.

Curriculum



Figure 13: Impresa sociale vs Impresa culturale

Struttura del modulo e guida pratica

Curriculum: Materiali didattici e metodologia

Il Curriculum si basa sul quadro di competenze elaborato dai partner nella Sezione 2 ed è concepito in modo tale che gli operatori giovanili possano sviluppare tutte le competenze necessarie per sostenere i giovani nell'avvio e nello sviluppo di imprese sociali. Il Quadro europeo delle competenze imprenditoriali (EntreComp) identifica 3 dimensioni principali delle competenze imprenditoriali:

Idee e opportunità

Mobilizzazione delle risorse

In azione

Oltre alle 3 dimensioni principali di EntreComp, il programma di studi tiene conto anche degli aspetti sociali di questo prodotto intellettuale, progettato specificamente per gli operatori giovanili che sviluppano futuri giovani imprenditori sociali e degli aspetti di impresa sociale del programma di apprendimento.

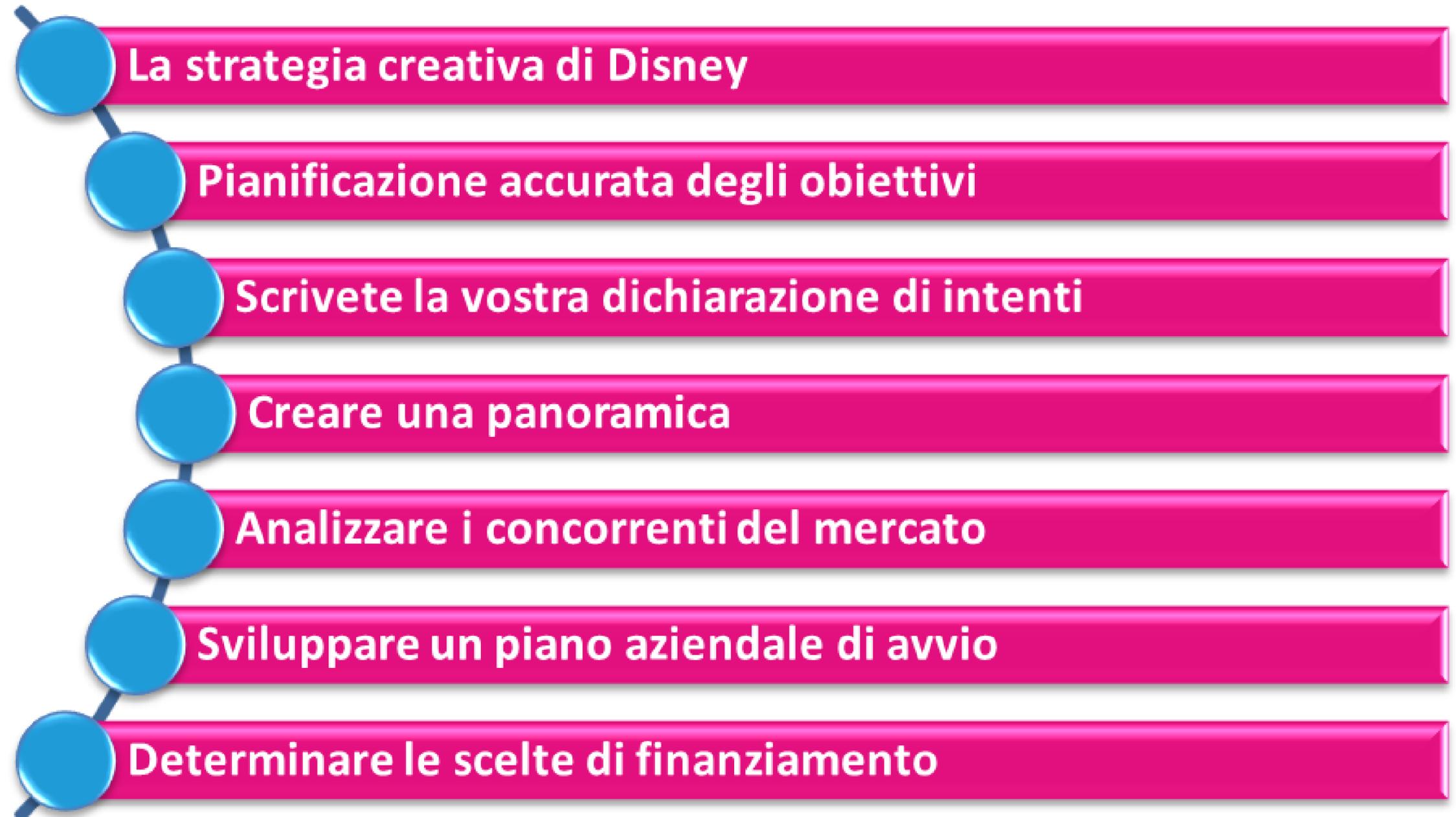
Il programma di studi traduce queste 3 dimensioni principali e i requisiti dell'imprenditorialità sociale in 5 argomenti principali, richiesti dagli operatori giovanili:

- Avvio di un'impresa (idee e opportunità)
- Analisi del mercato (idee e opportunità/mobilizzazione delle risorse)
- Struttura organizzativa (mobilizzazione delle risorse)
- Linea di servizi e prodotti nell'era digitale (Into Action)
- Il vostro piano d'impresa sociale e creativa (Into Action/Mobilizzazione delle risorse)

I 5 moduli supportano gli operatori giovanili e i giovani a mettere in pratica la teoria, sviluppando al contempo le loro capacità, la comprensione e le competenze più ampie in materia di imprenditoria sociale.

Module 1

Avvio dell'attività



Modulo 1

Avvio dell'attività

La strategia creativa di Disney	
Modulo	Avvio dell'attività
Obiettivi di apprendimento	Al termine di questa attività, i partecipanti saranno in grado di: <ul style="list-style-type: none">sviluppare un'idea creativa di startup e di crescere come imprenditori sociali.
Razionale	In questa attività, il discente svilupperà un'idea imprenditoriale come imprenditore sociale, basandosi sulla propria mentalità creativa.
Obiettivo dell'attività	Walt Disney era noto per aver trasformato la fantasia in realtà e per aver fatto della creatività una strategia aziendale. La strategia della creatività di Disney mira a modellare le strategie di pensiero di persone di successo come Walt. In questo esercizio dovrete assumere tre ruoli.
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)
Numero di studenti	Senza limiti specifici

Modulo 1

Avvio dell'attività

Breve descrizione	<p>Questo esercizio consiste in 3 tattiche di sviluppo delle idee:</p> <ul style="list-style-type: none">• Sognatore - Lasciate che la vostra immaginazione scorra liberamente e pensate alle idee più fantastiche che vi vengono in mente. Non ci sono limiti in questo ruolo. È come sognare a occhi aperti e non deve essere basato sul senso della realtà.• Realista - Prendete l'idea fantastica che avete avuto nel ruolo di sognatore e cercate di fondarla sulla realtà. Prendete le componenti dell'idea che sembrano ridicole e pensate a come trasformarla in qualcosa che possa funzionare e che sia pratico. Ora date a questa idea più realistica tempi e tappe per tracciarne i progressi.• Critico - Cerca tutte le cose che non vanno nell'idea del realista. Il critico cerca appunto di criticare l'idea, esamina i modi per migliorarla e si chiede cosa potrebbe eventualmente andare storto.
Risorse	https://www.onsightapp.com/blog/simple-creative-exercises-business-minded-individual
Attrezzatura	fogli, penne, lavagna a fogli
Durata	30-60 minuti
Referenze	https://www.onsightapp.com/blog/simple-creative-exercises-business-minded-individual

Modulo 1

Avvio dell'attività

Pianificazione accurata degli obiettivi	
Module	Avvio dell'attività
Obiettivi di apprendimento	Al termine di questa attività, i partecipanti saranno in grado di: <ul style="list-style-type: none">• Riflettere sui propri valori e obiettivi personali• Pianificare come integrare i propri valori e obiettivi personali nell'idea del business plan e nell'autovalutazione come imprenditori sociali.
Razionale	In questa attività, il discente svilupperà un'idea imprenditoriale come imprenditore sociale, basandosi sulla propria mentalità creativa.
Obiettivo dell'attività	Lo scopo di questo esercizio è quello di concentrarsi sui futuri obiettivi di business, sui valori e sulle conseguenze sociali di una particolare startup, al fine di stimare le sue fasi di sviluppo e il suo impatto personale e sociale.
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)
Numero di studenti	Senza limiti specifici

Modulo 1

Avvio dell'attività

Breve descrizione	<p>Questo esercizio è composto da 2 parti:</p> <ul style="list-style-type: none">• Agli studenti verrà chiesto di iniziare tenendo già a mente la fine. In altre parole, invece di pianificare qualcosa dal solito punto (l'inizio), iniziate dalla fine o dall'obiettivo che volete raggiungere. Questo aiuterà gli studenti a visualizzare gli obiettivi e i valori della loro azienda e a stimare il suo impatto sull'imprenditoria sociale,• Poi gli studenti devono pianificare al contrario. Può sembrare strano, ma può aiutare gli studenti a vedere le cose da una nuova prospettiva e toglie le congetture dalla pianificazione perché si sa già dove si vuole arrivare.
Risorse	<p>https://www.onsightapp.com/blog/simple-creative-exercises-business-minded-individual</p>
Attrezzatura	<p>fogli, penne, lavagna a fogli</p>
Durata	<p>30-60 minuti</p>
Referenze	<p>https://www.onsightapp.com/blog/simple-creative-exercises-business-minded-individual</p>

Modulo 1

Avvio dell'attività

Scrivete la vostra dichiarazione di intenti	
Modulo	Avvio dell'attività
Obiettivi di apprendimento	<p>Al termine di questa attività, i partecipanti saranno in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none">• Creare una panoramica dell'intero piano aziendale• Riflettere sui passi mancanti cui gli studenti non avevano pensato prima.
Razionale	<p>In questo esercizio, uno studente svilupperà un'idea del perché sta facendo ciò che sta facendo, poiché una dichiarazione di intenti efficace è il modo migliore per metterli in mostra. Le dichiarazioni di intenti sono un modo per indirizzare un'azienda nella giusta direzione e contribuiscono ad aiutare un'azienda a prendere decisioni valide che possono essere utili per il flusso di entrate economiche. Senza una dichiarazione di intenti, le aziende possono avere difficoltà quando si tratta di pianificare il futuro.</p>
Obiettivo dell'attività	<p>Lo scopo di questo esercizio è quello di aiutare gli studenti a capire:</p> <ul style="list-style-type: none">• Quale messaggio vogliono inviare?• Come vorrebbero avere un impatto sugli altri attraverso la loro attività?• Cosa li ha spinti ad avviare un'attività?
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)

Modulo 1

Avvio dell'attività

Numero di studenti	Senza limiti specifici
Breve descrizione	<p>Questo esercizio si compone di 3 parti:</p> <ul style="list-style-type: none">• Spingete i discenti ad andare online e a leggere le dichiarazioni di missione delle aziende che ammirano e rispettano, nonché di quelle dello stesso settore. Assicuratevi che i discenti non si limitino a copiare ciò che dice la concorrenza, ma che si facciano un'idea di ciò che funziona e di ciò che non funziona.• Aiutate gli studenti a capire chi è il target di una dichiarazione di intenti (clienti, dipendenti, investitori aziendali) per includere punti per tutti i destinatari.• Gli studenti devono capire che le dichiarazioni di intenti possono essere sempre modificate durante il processo di sviluppo dell'azienda.
Risorse	Link.
Attrezzatura	fogli, matite, lavagna a fogli
Durata	Almeno 60 minuti
Referenze	https://www.createcultivate.com/blog/business-plan-exercises/

Modulo 1

Avvio dell'attività

Creare una panoramica	
Modulo	Avvio dell'attività
Obiettivi di apprendimento	Al termine di questa attività, i partecipanti saranno in grado di: <ul style="list-style-type: none">• Creare una panoramica dell'intero piano aziendale• Riflettere sui passi mancanti cui gli studenti non avevano pensato prima.
Razionale	In questa attività, il discente svilupperà un business plan che servirà come modello per l'intero avvio dell'attività.
Obiettivo dell'attività	L'obiettivo di questo esercizio è quello di esaminare con precisione i passi da compiere per realizzare l'idea imprenditoriale sviluppata in precedenza, elaborando una panoramica di business plan, poiché la panoramica ne è considerata la sua stessa sostanza.
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)
Numero di studenti	Senza limiti specifici

Modulo 1

Avvio dell'attività

Breve descrizione	<p>Questo esercizio è composto da 3 parti:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gli imprenditori sociali, in altre parole, devono determinare molti fattori prima di procedere alla stesura della panoramica. La chiave di volta è individuare finalmente ciò che la loro attività fornirà agli altri, e poi continuare da lì.• Gli studenti devono anche determinare di cosa avranno bisogno per operare con successo (personale, supporto finanziario, strumenti, ecc.) e perché.• Per sviluppare una visione d'insieme gli studenti devono anche visualizzare i loro clienti.
Risorse	<p>https://www.createcultivate.com/blog/business-plan-exercises/</p>
Attrezzatura	<p>fogli, penne, lavagna a fogli</p>
Durata	<p>30-60 minuti</p>
Referenze	<p>https://www.createcultivate.com/blog/business-plan-exercises/</p>

Modulo 1

Starting a Business

Analizzare i concorrenti del mercato

Modulo	Avvio dell'attività
Obiettivi di apprendimento	<p>Al termine di questa attività, i partecipanti saranno in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none">• Familiarizzare con le tendenze di mercato del proprio settore e sapere se sono costanti oppure in continua evoluzione.• Comprendere le risorse di cui avranno bisogno per essere utili in quel mercato• Determinare e analizzare gli attuali concorrenti dell'azienda.
Razionale	<p>In questa attività, il discente svilupperà una comprensione del mercato del settore scelto e come analizzarlo.</p>
Obiettivo dell'attività	<p>L'analisi del mercato è un punto cruciale di qualsiasi business plan. Una volta stabilito qual è il proprio mercato, l'allievo dovrà determinare anche gli altri mercati potenziali. Dovrà anche misurare il suo mercato, per capire le risorse di cui avrà bisogno per servirlo.</p>
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)
Numero di studenti	Senza limiti specifici

Modulo 1

Starting a Business

Breve descrizione	<p>Questo esercizio consiste in 3 parti che gli studenti devono svolgere:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ricercare la situazione del settore scelto.• Identificare i clienti target e le abitudini nell'acquisto del servizio.• Stabilire chi sono gli attuali concorrenti della loro azienda e analizzate tutti i loro comportamenti, le campagne, gli strumenti di marketing, gli account sui social media e altro ancora. Cosa possono fare di diverso gli studenti? Cosa possono fare di meglio? Tutto questo entra in gioco.
Risorse	<p>https://www.businessnewsdaily.com/15751-conduct-market-analysis.html</p>
Attrezzatura	<p>fogli, penne, lavagna a fogli</p>
Durata	<p>30-60 minuti</p>
Referenze	<p>https://www.createcultivate.com/blog/business-plan-exercises/</p>

Modulo 1

Avvio dell'attività

Sviluppare un piano aziendale di avvio	
Modulo	Avvio dell'attività
Obiettivi di apprendimento	<p>Al termine di questa attività, i partecipanti saranno in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none">• Sviluppare un business plan per la startup• Comprendere tutti gli strumenti necessari per lo sviluppo del business• Comprendere la portata e il peso di un'azienda• Calcolare il budget per un business plan di imprenditoria sociale
Razionale	<p>Ogni iniziativa imprenditoriale in fase di avvio con un potenziale di guadagno dovrebbe sempre essere accompagnata da un business plan completo e ben costruito, in modo da raccogliere con successo i capitali.</p>
Obiettivo dell'attività	<p>L'obiettivo di questa attività è quello di incrementare notevolmente le opportunità dei discenti di ottenere un sostegno finanziario per la loro impresa in fase di avviamento attraverso la creazione di un business plan solido e ben preparato.</p>
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)
Numero di studenti	Senza limiti specifici

Modulo 1

Avvio dell'attività

Breve descrizione	<p>Questo esercizio consiste in 3 parti:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gli studenti devono fornire dettagli sul loro percorso formativo e sulle loro qualifiche, spiegare in che modo le loro competenze possono aggiungere valore alla loro impresa e concentrarsi su ogni dettaglio per capire quanto siano necessarie le risorse esterne e interne per avviare un'attività come imprenditore sociale.• Gli studenti devono Cercare le norme di legge in un determinato Paese per l'avvio di un'impresa o chiedere l'aiuto di professionisti come avvocati o commercialisti, per sviluppare ulteriormente un preciso piano di imprenditoria sociale.• Un foglio di lavoro finanziario dovrebbe essere incorporato nel piano.
Risorse	<p>https://www.onsightapp.com/blog/simple-creative-exercises-business-minded-individual</p>
Attrezzatura	<p>fogli, penne, lavagna a fogli</p>
Durata	<p>Minimo 60 minuti</p>
Referenze	<p>https://www.glennlouisparker.com/three-exercises-for-the-startup-business-owner.html</p>

Modulo 1

Avvio dell'attività

Determinare le scelte di finanziamento	
Modulo	Avvio dell'attività
Obiettivi di apprendimento	Al termine di questa attività, i partecipanti saranno in grado di capire: <ul style="list-style-type: none">• Che tipo di finanziamento esiste• Dove possono ottenere i finanziamenti per le loro startup
Razionale	In questa attività, il discente riconoscerà le varie fonti di finanziamento e cercherà di soddisfare le condizioni desiderate.
Obiettivo dell'attività	Il finanziamento è una parte importante della stesura del business plan, ma conoscere il budget è ancora più importante. Molte imprese falliscono perché non guadagnano soldi o perché non hanno il controllo sulla loro mission. Entrambe le situazioni non sono ideali, ed è proprio per questo che gli imprenditori sociali hanno bisogno di un budget. Questo esercizio li aiuterà a capire come realizzarlo.
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)
Numero di studenti	Senza limiti specifici

Modulo 1

Avvio dell'attività

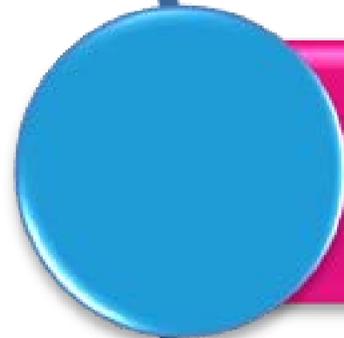
Breve descrizione	<p>Questo esercizio consiste in ricercare Fonti di finanziamento per le imprese in fase di avviamento, che comprendono:</p> <ul style="list-style-type: none">• Finanziamento personale.• Finanziamento azionario - si tratta di un tipo di finanziamento in cui c'è un investitore.• Scambio di capitale con una quota di proprietà della startup.• Finanziamento da parte degli investitori.• Amici e famiglia.• Finanziamento del debito - prestito da parte di una banca o di un'agenzia governativa.• Finanziamenti governativi e potenziali aiuti per lo sviluppo di piccole imprese.
Risorse	<p>https://www.glennlouisparker.com/three-exercises-for-the-startup-business-owner.html</p>
Attrezzatura	<p>fogli, penne, lavagna a fogli</p>
Durata	<p>30-60 minuti</p>
Referenze	<p>https://www.glennlouisparker.com/three-exercises-for-the-startup-business-owner.html</p>

Modulo 2

Analisi di
mercato



Macroambiente e fattori di cambiamento



Comprendere le comunità



Conduzione delle interviste

Modulo 2

Analisi di mercato

Macroambiente e fattori di cambiamento	
Modulo	Analisi di mercato
Obiettivi di apprendimento	<p>Al termine di questa attività, i partecipanti saranno in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none">• Comprendere le forze trainanti nel macro contesto dei settori creativi e culturali a livello locale/regionale/nazionale;• Identificare ed esplorare le opportunità del settore per un'impresa sociale nella vostra comunità..
Razionale	<p>Questa attività è un input per lo sviluppo di un'analisi di mercato completa. L'attenzione si concentra sulla comprensione delle tendenze del settore in questione in un contesto geografico specifico e sull'identificazione dei fattori trainanti che aprono opportunità per lo sviluppo di nuovi prodotti e servizi.</p>
Obiettivo dell'attività	<p>I partecipanti sviluppano una consapevolezza del macroambiente e sono in grado di vedere le dinamiche del settore creativo e culturale identificando facilmente i fattori di cambiamento che possono aiutarli a sviluppare prodotti e servizi di valore.</p>
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)
Numero di studenti	6 - 20 allievi, gruppi di 2 - 4 persone

Modulo 2

Analisi di mercato

Breve descrizione

L'attività prevede l'utilizzo del tradizionale strumento PESTEL per la scansione del macro contesto del settore creativo e culturale in un contesto geografico predefinito. Può trattarsi della comunità locale dei tirocinanti, della regione o della nazione. PESTEL è l'acronimo di Political, Economic, Socio-cultural, Technological, Environmental, and Legal environment.

- I fattori politici comprendono le tendenze delle politiche e dei meccanismi governativi, in particolare l'uso di sovvenzioni e denaro pubblico per sostenere prodotti e servizi nei settori culturali e creativi;
- I fattori economici comprendono la crescita economica attuale e prevista, l'inflazione e i tassi di interesse, la crescita dei posti di lavoro e la disoccupazione, il reddito disponibile delle comunità. L'aumento dell'inflazione e la diminuzione dei tassi di occupazione colpiscono in particolare il reddito disponibile per i servizi nei settori creativi e culturali;
- I fattori sociali comprendono i dati demografici (età, sesso, razza, dimensione della famiglia); gli atteggiamenti, le opinioni e i modelli di acquisto dei consumatori; il tasso di crescita della popolazione e i modelli di occupazione; i cambiamenti socioculturali; le tendenze etniche e religiose; gli standard di vita. Identificare quelli che rappresentano una forza di cambiamento nei settori della cultura e della creatività, ad esempio il cambiamento generazionale nel modo in cui la cultura viene consumata.
- I fattori tecnologici influenzano la fornitura di servizi e beni nei settori creativi e culturali. Come influiscono su di essi, come influiscono sulla distribuzione di questi servizi e sulla comunicazione con le comunità e i mercati di riferimento.
- I fattori ambientali sono importanti a causa della crescente scarsità di materie prime; gli obiettivi di riduzione dell'inquinamento; fare business come azienda etica e sostenibile; gli obiettivi di riduzione di emissione di carbonio.
- Fattori legali protezione della proprietà intellettuale, pari opportunità; standard pubblicitari

Modulo 2

Analisi di mercato

Risorse	Handout 1 - <u>PESTEL Analysis</u>
Attrezzatura	Carta e penna, lavagna a fogli mobili
Durata	45 - 50 minuti
Referenze	

Modulo 2

Analisi di mercato

Comprendere le comunità	
Modulo	Analisi di mercato
Obiettivi di apprendimento	<p>Al termine di questa attività, i partecipanti saranno in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none">• Identificare le diverse comunità all'interno della comunità• Documentare le loro esigenze attraverso l'osservazione• Identificare una comunità su cui concentrarsi per l'ulteriore sviluppo del Prodotto Minimo di Valore.
Razionale	Questa attività mira a restringere il mercato a comunità mirate.
Obiettivo dell'attività	Questa attività mira a spingere i tirocinanti a esplorare le comunità con cui interagiscono o a cui appartengono, a osservare e documentare i loro bisogni e a identificare quale comunità, ovvero quale mercato target, vorrebbero raggiungere con la loro impresa sociale.
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)
Numero di studenti	6 - 20 allievi, gruppi di 2 - 4 persone

Modulo 2

Analisi di mercato

Breve descrizione	<p>Una comunità è un gruppo di persone che ha qualcosa in comune. Può trattarsi di persone che vivono nello stesso luogo o di un gruppo che condivide interessi simili, come le comunità basate sulla posizione, sugli interessi, sulla religione. È importante capire le esigenze della comunità. A tal fine si può fare un brainstorming di almeno quattro comunità diverse a cui si appartiene. L'analisi successiva dovrebbe concentrarsi su due comunità con la documentazione delle seguenti caratteristiche per ciascuna di esse: Età, Lingua, Culture o Tradizioni, Interessi.</p> <p>Una comunità viene selezionata per le fasi successive dell'analisi, cioè per la raccolta di dati e informazioni sulla comunità in modo da poterne comprendere meglio le esigenze. L'attività comprende anche l'osservazione della comunità selezionata, prendendo appunti e cercando le cose meno ovvie. Una volta documentati i comportamenti, è bene riflettere sulle seguenti domande:</p> <ul style="list-style-type: none">• Cosa l'ha sorpresa di più della comunità?• Ci sono sfide specifiche che riguardano la comunità? Se sì, chi ne risente e come?• Di cosa ha bisogno questa comunità per risolvere il/i problema/i? Chi sarebbe responsabile di questo cambiamento e come? In che modo le esigenze della comunità potrebbero essere risolte dalla tecnologia?
Risorse	Handout 2 - Capire le comunità
Attrezzatura	fogli, penne, lavagna a fogli
Durata	45 - 50 minuti
Referenze	

Modulo 2

Analisi di mercato

Conduzione delle interviste	
Modulo	Analisi di mercato
Obiettivi di apprendimento	Al termine di questa attività, i partecipanti saranno in grado di: <ul style="list-style-type: none">• Capire come utilizzare le interviste per la raccolta dei dati dagli utenti finali• Saper applicare il feedback dei clienti per migliorare i processi e i servizi.
Razionale	L'attività fornisce un modello generico su come affrontare lo sviluppo di interviste e come riflettere sui dati ricevuti dai clienti, utilizzandoli per l'ulteriore sviluppo dell'offerta di prodotti/servizi. È un'attività che dovrebbe essere utilizzata nel processo di sviluppo di prodotti e servizi di nuove imprese.
Obiettivo dell'attività	L'attività mira a creare strumenti per mettere in contatto il futuro imprenditore con il suo mercato di riferimento, fornendo semplici passaggi su come ascoltare e comprendere le esigenze del mercato di riferimento alla luce di un prototipo di offerta.
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)
Numero di studenti	2-4 persone, idealmente un team di giovani in fase di avvio.

Modulo 2

Analisi di mercato

Breve descrizione	I formatori e i mentori dovrebbero utilizzare questa attività quando lavorano con imprenditori che hanno identificato e sviluppato il primo Prodotto Minimo Sostenibile. Al futuro imprenditore deve essere chiesto di pensare a come condurre interviste con i rappresentanti del suo mercato di riferimento, in modo da poter apprendere il valore del prodotto/servizio per i clienti.
Risorse	Handout 3 - <u>Conduzione delle interviste</u>
Attrezzatura	e.g. carte di moderazione, fogli e penne, lavagna a fogli mobili
Durata	20 minuti
Referenze	

Modulo 3

Struttura
organizzativa

Dalla formazione all'esecuzione

Analisi SWOT personale

Team Canvas

Trasformazione agile

Modulo 3

Struttura organizzativa

Dalla formazione all'esecuzione	
Modulo	Struttura organizzativa
Obiettivi di apprendimento	I partecipanti imparano a conoscere se stessi e a posizionare meglio i propri punti di forza.
Razionale	In questa attività, gli studenti svilupperanno nuove conoscenze sul lavoro di squadra e sulla formazione delle squadre.
Obiettivo dell'attività	Consentire ai partecipanti di iniziare a lavorare sulle strutture di squadra attraverso la parte teorica.
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)
Numero di studenti	15 - 25 allievi

Modulo 3

Struttura organizzativa

Breve descrizione

In primo luogo possiamo aprire una discussione di brainstorming con la domanda: quali sono, secondo voi, le fasi della formazione di un team?

Il formatore scrive le risposte sul foglio e poi fa una presentazione sulle fasi di formazione della squadra:

Fase 1: Formazione

Sentimenti

Durante la fase di formazione dello sviluppo del team, i membri del team sono solitamente entusiasti di farne parte e desiderosi del lavoro che li attende. I membri hanno spesso grandi aspettative positive per l'esperienza del team. Allo stesso tempo, possono anche provare una certa ansia, chiedendosi come si inseriranno nel team e se le loro prestazioni saranno all'altezza.

Comportamenti

I comportamenti osservati durante la fase di formazione possono includere molte domande da parte dei membri del team, che riflettono sia l'eccitazione per il nuovo team sia l'incertezza o l'ansia che potrebbero provare riguardo al loro posto nel team.

Compiti del team

Il lavoro principale per il team durante la fase di formazione consiste nel creare un team con una struttura, obiettivi, direzione e ruoli chiari, in modo che i membri inizino a creare fiducia. Un buon processo di orientamento/inizio può aiutare a radicare i membri in termini di missione e obiettivi del team e può stabilire le aspettative del team sia sul prodotto che, soprattutto, sul processo. Durante la fase di formazione, gran parte dell'energia del team è concentrata sulla definizione della squadra, per cui la realizzazione dei compiti può essere relativamente bassa.

Modulo 3

Struttura organizzativa

Breve descrizione

Fase 2: Tempesta

Sentimenti

Quando il team inizia a muoversi verso i suoi obiettivi, i membri scoprono che il team non può essere all'altezza di tutte le loro aspettative ed entusiasmi iniziali. La loro attenzione può spostarsi dai compiti da svolgere a sentimenti di frustrazione o rabbia per i progressi o il processo del team. I membri possono esprimere la preoccupazione di non essere in grado di raggiungere gli obiettivi del team. Durante la fase di Storming, i membri cercano di capire come il team risponderà alle differenze e come gestirà i conflitti.

Comportamenti

I comportamenti durante la fase di Storming possono essere meno educati rispetto alla fase di Forming, con frustrazioni o disaccordi su obiettivi, aspettative, ruoli e responsabilità che vengono espressi apertamente. I membri possono esprimere frustrazione per i vincoli che rallentano i loro progressi individuali o quelli del team; questa frustrazione può essere diretta verso altri membri del team, la leadership del team o lo sponsor del team. Durante la fase di Storming, i membri del team possono discutere o criticare la missione o gli obiettivi originali del team.

Compiti del team

I compiti del team durante la fase di Storming richiedono che il team si concentri nuovamente sugli obiettivi, magari suddividendo gli obiettivi più grandi in fasi più piccole e realizzabili. Il team potrebbe aver bisogno di sviluppare sia le competenze relative ai compiti che quelle relative ai processi di gruppo e alla gestione dei conflitti. Una ridefinizione degli obiettivi, dei ruoli e dei compiti del team può aiutare i membri del team a superare la frustrazione o la confusione che hanno sperimentato durante la fase di Storming.

Modulo 3

Struttura organizzativa

Breve descrizione

Fase 3: fase di normalizzazione

Sentimenti

Durante la fase di normalizzazione dello sviluppo del team, i membri iniziano a risolvere la discrepanza che sentivano tra le loro aspettative individuali e la realtà dell'esperienza del team. Se l'équipe riesce a stabilire norme e aspettative più flessibili e inclusive, i membri dovrebbero provare un maggiore senso di comfort nell'esprimere le loro idee e i loro sentimenti "reali". I membri del team sentono una crescente accettazione degli altri, riconoscendo che la varietà di opinioni ed esperienze rende il team più forte e il suo prodotto più ricco. Le critiche costruttive sono possibili e ben accette. I membri iniziano a sentirsi parte di una squadra e possono trarre piacere dalla maggiore coesione del gruppo.

Comportamenti

I comportamenti nella fase di normalizzazione possono includere uno sforzo consapevole dei membri per risolvere i problemi e raggiungere l'armonia del gruppo. La comunicazione tra i membri del team potrebbe essere più frequente e più significativa e potrebbe aumentare la disponibilità a condividere idee o a chiedere aiuto ai compagni di squadra. I membri del team si concentrano nuovamente sulle regole di base e sulle pratiche del team e tornano a concentrarsi sui compiti del team. I team possono iniziare a sviluppare un proprio linguaggio (soprannomi) o battute interne.

Compiti del team

Durante la fase di normalizzazione, i membri spostano la loro energia sugli obiettivi del team e mostrano un aumento della produttività, sia nel lavoro individuale che collettivo. Il team può ritenere che questo sia il momento giusto per una valutazione dei processi e della produttività del team.

Modulo 3

Struttura organizzativa

Breve descrizione

Fase 4: Esecuzione

Sentimenti

Nella fase di esecuzione dello sviluppo del team, i membri provano soddisfazione per i progressi del team. Condividono intuizioni sul processo personale e di gruppo e sono consapevoli dei propri punti di forza e di debolezza. I membri si sentono legati al team come qualcosa di "più grande della somma delle sue parti" e provano soddisfazione per l'efficacia del team. I membri si sentono sicuri delle loro capacità individuali e di quelle dei loro compagni.

Comportamenti

I membri del team sono in grado di prevenire o risolvere problemi nel processo del team o nei suoi progressi. È visibile un atteggiamento di "capacità di fare", così come le offerte di assistenza reciproca. I ruoli all'interno del team possono essere diventati più fluidi, con i membri che assumono diversi ruoli e responsabilità a seconda delle necessità. Le differenze tra i membri sono apprezzate e utilizzate per migliorare le prestazioni del team.

Compiti del team

Nella fase di esecuzione, il team compie progressi significativi verso i propri obiettivi. L'impegno verso la missione del team è elevato e anche la competenza dei membri del team è elevata. I membri del team devono continuare ad approfondire le proprie conoscenze e competenze, anche lavorando per migliorare continuamente lo sviluppo del team. I risultati del processo o dei progressi del team vengono misurati e celebrati.

Modulo 3

Struttura organizzativa

Breve descrizione

La fase di "Performing" è la fine del processo?

Sebbene lavorare in un team ad alte prestazioni possa essere un'esperienza davvero piacevole e di crescita, non è la fine dello sviluppo del team. È ancora necessario che il team si concentri sia sul processo che sul prodotto, fissando nuovi obiettivi a seconda dei casi. I cambiamenti, come l'ingresso o l'uscita dei membri o i cambiamenti su larga scala nell'ambiente esterno, possono portare il team a tornare a una fase precedente. Se questi cambiamenti - e i comportamenti che ne derivano - vengono riconosciuti e affrontati direttamente, i team possono rimanere con successo nella fase di esecuzione per un tempo indefinito.

Fase 5: Termine/Conclusione

Alcuni team giungono alla fine, quando il loro lavoro è completato o quando le esigenze dell'organizzazione cambiano. Anche se non fa parte del modello originale di Tuckman, è importante per qualsiasi team prestare attenzione al processo di fine o terminazione.

Sentimenti

I membri del team possono provare una serie di preoccupazioni per l'imminente scioglimento del team. Possono provare ansia a causa dell'incertezza sul loro ruolo individuale o sulle loro responsabilità future. Possono provare tristezza o un senso di perdita per i cambiamenti in arrivo nelle loro relazioni di gruppo. Allo stesso tempo, i membri del team possono provare un senso di profonda soddisfazione per i risultati ottenuti dal team. I singoli membri possono provare tutte queste cose allo stesso tempo, oppure possono passare attraverso sentimenti di perdita seguiti da sentimenti di soddisfazione. A causa di questi sentimenti contrastanti, il morale individuale e di squadra può aumentare o diminuire durante la fase finale. È molto probabile che in qualsiasi momento i singoli membri del team provino emozioni diverse riguardo alla fine del team.

Modulo 3

Struttura organizzativa

Breve descrizione	<p>Comportamenti Durante la fase di conclusione, alcuni membri del team possono diventare meno concentrati sui compiti del team e la loro produttività può diminuire. In alternativa, alcuni membri del team possono scoprire che concentrarsi sul compito da svolgere è una risposta efficace alla tristezza o al senso di perdita. La loro produttività può aumentare.</p> <p>Compiti del team Il team deve riconoscere l'imminente transizione e la varietà di modi in cui gli individui e il team possono sentirsi riguardo all'imminente scioglimento del team. In questa fase, il team deve concentrarsi su tre compiti:</p> <ul style="list-style-type: none">• Completamento di tutte le consegne e chiusura di qualsiasi lavoro di squadra rimanente• Valutazione del processo e del prodotto del team, con particolare attenzione all'identificazione delle "lezioni apprese" e alla loro trasmissione allo sponsor per l'utilizzo da parte dei team futuri.• Creare una festa di chiusura che riconosca i contributi dei singoli e i risultati del team e che concluda formalmente l'esistenza di questo particolare team. <p>Al termine, ai partecipanti viene offerta una sessione di domande e risposte</p>
Attrezzatura	Proiettore, laptop, PPT
Durata	60 minuti
Referenze	https://hr.mit.edu/learning-topics/teams/articles/stages-development

Modulo 3

Struttura organizzativa

Analisi SWOT personale	
Modulo	Struttura organizzativa
Obiettivi di apprendimento	<p>Al termine di questa attività, i partecipanti saranno in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none">• Riflettere sui propri valori e obiettivi personali• Pianificare come integrare i propri valori e obiettivi personali nell'idea del business plan e nell'autovalutazione come imprenditori sociali.
Razionale	<p>In questa attività, i discenti analizzeranno i loro punti di forza, le loro debolezze e le loro possibilità, oltre a vedere come possono utilizzarli nel loro contesto lavorativo.</p>
Obiettivo dell'attività	<p>Ciò che rende la SWOT particolarmente potente è che, con un po' di riflessione, può aiutarvi a scoprire opportunità che altrimenti non avreste individuato. E comprendendo i vostri punti deboli, potete gestire ed eliminare le minacce che altrimenti potrebbero compromettere la vostra capacità di andare avanti.</p>
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)
Numero di studenti	15 - 25 allievi

Modulo 3

Struttura organizzativa

Breve descrizione

I partecipanti ricevono un compito per lavorare sulla SWOT personale:
Se vi osservate utilizzando il quadro SWOT, potete iniziare a distinguervi dai vostri colleghi e a sviluppare ulteriormente i talenti e le capacità specialistiche di cui avete bisogno per avanzare **nella vostra carriera.**

Per eseguire un'analisi SWOT personale, scrivete le risposte alle seguenti domande.

FORZE

Considerate questo aspetto dal vostro punto di vista e dal punto di vista delle persone che vi circondano. Non siate modesti o timidi: siate il più obiettivi possibile.

E se avete difficoltà a farlo, scrivete un elenco delle vostre caratteristiche personali. Si spera che alcune di queste siano punti di forza!

Pensate ai vostri punti di forza in relazione alle persone che vi circondano. Ad esempio, se siete un ottimo matematico e le persone intorno a voi sono anch'esse bravissime in matematica, è probabile che questo non sia un punto di forza nel vostro ruolo attuale, ma una necessità.

DEBOLEZZA

Anche in questo caso, consideratelo da una prospettiva personale/interna e da una prospettiva esterna. Gli altri vedono punti deboli che voi non vedete? I colleghi di lavoro vi superano costantemente in alcune aree chiave? Siate realistici: è meglio affrontare le verità spiacevoli il prima possibile.

Modulo 3

Struttura organizzativa

Breve descrizione

OPPORTUNITÀ

Potreste trovare opportunità utili nei seguenti ambiti:

- Eventi di networking, corsi di formazione o conferenze.
- Un collega va in congedo prolungato. Potreste occuparvi di alcuni progetti di questa persona per fare esperienza?
- Un nuovo ruolo o progetto che vi costringa ad apprendere nuove competenze, come parlare in pubblico o intrattenere relazioni internazionali.
- Un'espansione o un'acquisizione aziendale. Avete competenze specifiche (come una seconda lingua) che potrebbero aiutarvi nel processo?

Inoltre, è importante osservare i propri punti di forza e chiedersi se questi aprono delle opportunità, e osservare i propri punti di debolezza e chiedersi se si potrebbero aprire delle opportunità eliminando tali punti di debolezza.

Minacce

L'esecuzione di questa analisi fornisce spesso informazioni chiave, indicando ciò che è necessario fare e mettendo i problemi in prospettiva.

Modulo 3

Struttura organizzativa

Breve descrizione	Figura 14: Foglio di lavoro dell'analisi SWOT Dopo aver terminato il compito personale, i partecipanti possono scambiarsi le loro SWOT personali a coppie o a tre al massimo (con i numeri del piccolo gruppo per mantenere uno spazio sicuro).
Risorse	https://www.businessnewsdaily.com/4245-swot-analysis.html
Attrezzatura	fogli, penne per ogni partecipante, stampa della tavola SWOT
Durata	30 - 60 minutes
Referenze	https://hr.mit.edu/learning-topics/teams/articles/stages-development

Modulo 3

Struttura organizzativa

Team Canvas	
Modulo	Struttura organizzativa
Obiettivi di apprendimento	Al termine di questa attività, i partecipanti saranno in grado di: <ul style="list-style-type: none">• Creare una panoramica del proprio team e del suo valore• Capire le connessioni e le possibilità per i propri collaboratori
Razionale	
Obiettivo dell'attività	<ul style="list-style-type: none">• creare una squadra;• l'avvio di un progetto;• dare il benvenuto a un nuovo membro del team (ad esempio un freelance che si unisce al team);• riunione di base per l'allineamento del team.
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)
Numero di studenti	15 - 25 allievi,

Modulo 3

Struttura organizzativa

Breve descrizione

Esecuzione della sessione

Introdurre il team canvas come strumento per allineare i membri del team e comprendere meglio obiettivi, ruoli e valori del team.

Esaminate ogni fase con il team, assicurandovi di porre le domande per ogni segmento. Incoraggiate le persone a scrivere le loro risposte su foglietti adesivi e a parlarne con il team. Assicuratevi di essere d'accordo su tutti i campi.

Utilizzate un timer per ogni fase, in modo che il team si concentri davvero sul raggiungimento del punto in ogni sezione della discussione.

Se alcune conversazioni richiedono molto tempo o sembrano toccare questioni più importanti, prendete in considerazione la possibilità di mettere in attesa queste domande durante la sessione di Team Canvas e di programmare una riunione separata per affrontarle in modo specifico.

1. Obiettivi [5 minuti]

Chiedete ai membri del team di concordare gli obiettivi comuni e di menzionare i loro obiettivi personali per il progetto.

Domande:

- Che cosa vogliamo veramente raggiungere come gruppo? Qual è il nostro obiettivo chiave, fattibile, misurabile e limitato nel tempo?
- Quali sono i nostri obiettivi personali che vogliamo condividere con gli altri?

Esempi:

- Diventare la società di car sharing leader nella nostra regione entro il 2017.
- Creare un'azienda da 100 milioni di euro nel settore di Internet entro l'autunno 2016.

Modulo 3

Struttura organizzativa

Breve descrizione

2. Ruoli e competenze [5 minuti]

Chiedete alle persone di mettere i loro nomi sui post-it e i loro ruoli. Se una persona ha più ruoli, usate post-it separati.

Domande:

- Quali sono i nostri nomi?
- Quali sono i ruoli che abbiamo nel team?
- Come siamo chiamati come squadra?

Esempi:

- Max: CEO; Marie: Design e programmazione
- Nome della squadra: BoldCar

3. Scopo [10 minuti]

Chiedete al team di andare un passo oltre il loro obiettivo comune e chiedete loro perché fanno quello che fanno.

Domande:

- Perché stiamo facendo quello che stiamo facendo?
- Cosa c'è di più importante, che ci fa perseguire il nostro obiettivo comune?

Esempi:

- Creare un impatto positivo sulla vita delle persone attraverso l'innovazione sociale
- Rendere la vita delle persone più facile e senza stress attraverso l'innovazione nel campo di Internet

Modulo 3

Struttura organizzativa

Breve descrizione

4. Valori [5 minuti]

Chiedete al team quali sono i valori fondamentali - i principi più importanti - che vogliono condividere all'interno del team. Il team deve essere d'accordo sui valori, in modo che tutti accettino l'insieme finale.

Domande:

- Per cosa ci battiamo?
- Quali sono i principi guida?
- Quali sono i nostri valori comuni che vogliamo siano al centro del nostro team?

Esempi:

- Fiducia
- Creatività
- Qualità
- Trasparenza
- Comprensione reciproca
- Uguaglianza
- Il rispetto

5. Regole e attività [10 minuti].

Chiedete al team di concordare regole e attività comuni. Considerate questo come il risultato delle sezioni precedenti: un insieme concreto di regole e attività che si vogliono implementare.

Modulo 3

Struttura organizzativa

Breve descrizione

Domande:

- Quali sono le regole che vogliamo introdurre dopo aver fatto questa sessione?
- Come possiamo comunicare e tenere tutti aggiornati?
- Come prendiamo le decisioni?
- Come eseguiamo e valutiamo ciò che facciamo?

Esempi:

- Mantenere la riservatezza all'interno del gruppo
- Aggiornamenti di stato settimanali
- Comunicazione su Slack + Skype per le chiamate
- Cene insieme ogni due settimane (Max come organizzatore)
- Giornata lavorativa: dalle 9 alle 10, le riunioni iniziano alle 10.
- Mantenere la giornata lavorativa a 8 ore, tranne quando è necessario accorciarla un po'.

Conclusione [5 minuti]

Al termine del workshop The Team Canvas, chiedete ai membri del team di raccontare una singola intuizione importante che hanno acquisito durante il workshop.

Si raccomanda di ripetere la sessione di Teamwork Canvas con ogni nuovo membro che si unisce al team.

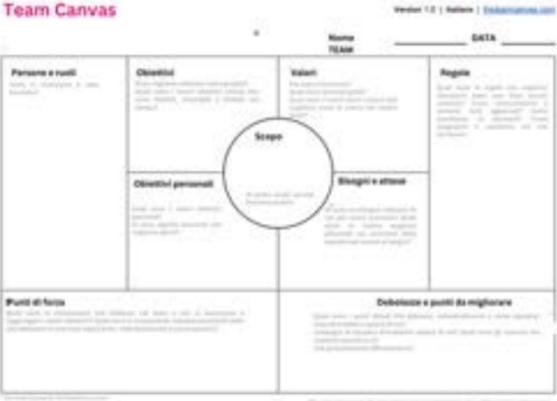
Strategia

Team Canvas Basic è composto da 3 aree chiave:

- Cos'è il team: ruoli e obiettivi
- Perché il team sta facendo quello che sta facendo: scopo e valori
- Come il team realizzerà ciò che deve realizzare: regole e attività.

Modulo 3

Struttura organizzativa

Breve descrizione	<p>Come facilitatori della sessione, potreste sentirvi chiedere qualcosa del genere: "Come dovremmo rispondere a questa domanda? Che cosa si aspetta che diciamo qui?", ecc. È importante capire che il Team Canvas crea un contesto per il team, piuttosto che un contenuto, e quindi tutte le risposte sono valide. Rispondete delicatamente a queste domande: "Come risponderesti se lo sapessi? Quale pensi che dovrebbe essere la risposta?".</p>  <p>Figure 15: Team Canvas - Annex 2</p> <p>Team Canvas Basic funziona bene con progetti a breve termine e per l'avvio di un nuovo team. Se volete allinearvi su una visione comune e risolvere i conflitti, o creare un grande legame di squadra per un progetto più lungo, prendete in considerazione l'uso di Team Canvas Complete.</p>
Attrezzatura	fogli, penne, stampe del canvas
Durata	1,5 - 2 ore
Referenze	http://theteamcanvas.com/

Modulo 3

Struttura organizzativa

Trasformazione agile	
Modulo	Struttura organizzativa
Obiettivi di apprendimento	At the end of this activity, learners will be able to: <ul style="list-style-type: none">• I partecipanti praticano la trasformazione Agile e la capiscono facendola
Razionale	In questa attività, gli studenti imparano a conoscere meglio cos'è il lavoro agile e come funziona.
Obiettivo dell'attività	Permettere ai partecipanti di scegliere se l'agilità è ciò di cui hanno bisogno nel loro lavoro e se possono effettivamente stabilizzarla nelle loro organizzazioni.
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)
Numero di studenti	20 - 25 allievi,

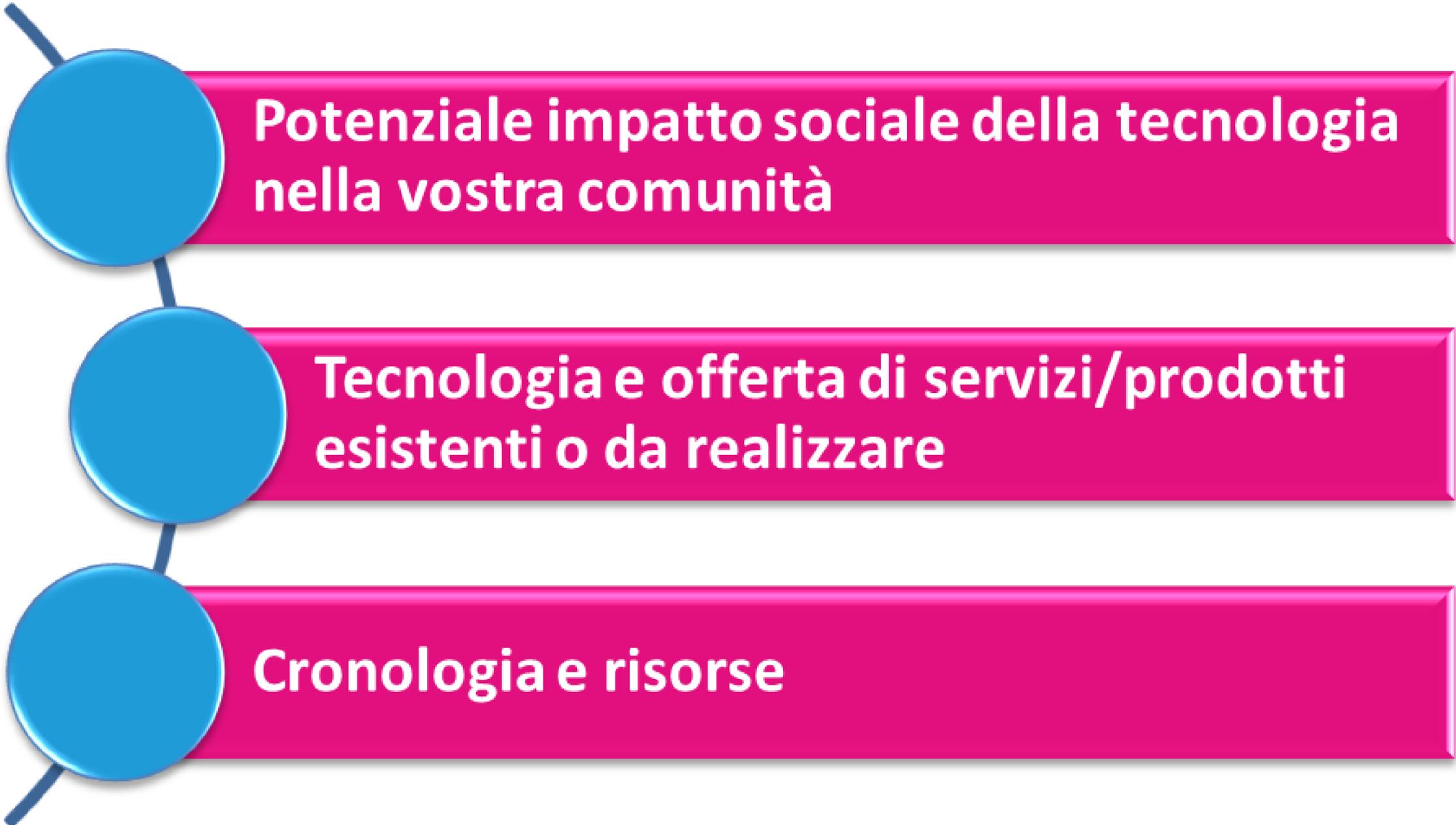
Modulo 3

Struttura organizzativa

Breve descrizione	<p>Ai partecipanti viene presentato il concetto di Agile: si consiglia di preparare la presentazione sulla base di questi materiali: https://plan.io/blog/agile-transformation/</p> <p>In seguito, i partecipanti vengono divisi (per team o organizzazioni, o per idee comuni, le migliori) e lavorano sulla lista di controllo Agile: https://assets.plan.io/files/Planio-Agile-Transformation-Checklist.pdf</p> <p>Lasciate ai partecipanti il tempo necessario per completare la lista di controllo e poi lasciateli presentare:</p> <ul style="list-style-type: none">• Risultati• Sfide• I "do's and dont's" di un'azienda agile• Sì e no: perché può o non può funzionare per loro.
Risorse	https://assets.plan.io/files/Planio-Agile-Transformation-Checklist.pdf
Attrezzatura	Penne e stampe delle checklist
Durata	2-3 ore a seconda delle dimensioni del gruppo
Referenze	https://plan.io/blog/agile-transformation/

Modulo 4

Linee di servizi e
di prodotti
nell'era digitale



Potenziale impatto sociale della tecnologia
nella vostra comunità

Tecnologia e offerta di servizi/prodotti
esistenti o da realizzare

Cronologia e risorse

Modulo 4

Linee di servizi e di prodotti nell'era digitale

Potenziale impatto sociale della tecnologia nella vostra comunità	
Modulo	Linee di servizi e di prodotti nell'era digitale
Obiettivi di apprendimento	<p>Al termine di questa attività, i partecipanti saranno in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none">• Comprendere le opportunità e le sfide che le nuove tecnologie portano nell'affrontare le sfide sociali critiche (conoscenza)• Saper utilizzare quadri analitici per analizzare il potenziale della tecnologia per la creazione di impatto sociale (abilità)• Sviluppare l'entusiasmo e l'accettazione delle nuove tecnologie (atteggiamento)
Razionale	Questa attività è un input per sviluppare un'analisi completa delle opportunità di impatto sociale della tecnologia nelle comunità locali.
Obiettivo dell'attività	I partecipanti sviluppano una consapevolezza delle nuove tecnologie esistenti e della loro rapida diffusione in ogni settore e industria e di come le stesse possano essere utilizzate per risolvere le sfide nelle comunità locali.
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)
Numero di studenti	6 - 8 allievi, gruppi di 2 - 4 persone

Modulo 4

Linee di servizi e di prodotti nell'era digitale

Breve descrizione	<p>Ai tirocinanti viene chiesto di esplorare e discutere ciascuna delle tecnologie delineate nella Tabella 4.1. in termini di applicazione nel settore culturale e creativo da un lato e di impatto sociale dall'altro. I tirocinanti utilizzano una tabella in cui delineano le possibili applicazioni, le sfide e il valore dell'impatto sociale delle tecnologie esplorate. Ai tirocinanti viene chiesto di selezionare le 1 o 2 tecnologie più importanti che possono essere facilmente introdotte nella loro offerta di prodotti/servizi, che possono essere facilmente accettate dalla comunità locale e che hanno il più alto impatto sociale.</p> <p>Una dispensa allegata all'Allegato 1 fornisce il modulo per l'esercizio, con domande campione per le interviste, consente al tirocinante di aggiungere altre domande rilevanti per la sua soluzione e fornisce una buona base per discutere le possibilità con il formatore, il team o altri tirocinanti.</p>
Risorse	Handout 4 - <u>Potential Social Impact of Technology in your Community</u>
Attrezzatura	Penne, fogli, lavagna a fogli mobili
Durata	45 – 50 minuti
Referenze	None- activity developed by CKM

Modulo 4

Linee di servizi e di prodotti nell'era digitale

Tecnologia e offerta di servizi/prodotti esistenti o da realizzare	
Modulo	Linee di servizi e di prodotti nell'era digitale
Obiettivi di apprendimento	<p>At the end of this activity, learners will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none">• Sapere come la tecnologia può essere utilizzata per sviluppare l'offerta di prodotti/servizi (abilità);• Sviluppare l'entusiasmo e l'accettazione delle nuove tecnologie (atteggiamento).
Razionale	Questa attività si concentra sull'introduzione di una tecnologia selezionata nell'attività 4.1. nella loro offerta di prodotti/servizi esistenti o futuri.
Obiettivo dell'attività	Questa attività mira a sviluppare le competenze dei tirocinanti nell'introduzione della tecnologia nelle loro linee di prodotti/servizi.
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)
Numero di studenti	6 - 8 allievi, gruppi di 2 - 4 persone

Modulo 4

Linee di servizi e di prodotti nell'era digitale

Breve descrizione	<p>Ai tirocinanti viene chiesto di identificare la tecnologia da utilizzare nell'impresa esistente o da creare e di tracciare il processo di sviluppo del prodotto/servizio intorno ad essa.</p> <p>Una dispensa, riportata nell'Allegato 1, fornisce il modulo per l'esercizio e costituisce una buona base per discutere le possibilità con il formatore, il gruppo o altri partecipanti.</p>
Risorse	Handout 5 - <u>Technology and Existing, or To-be, Service/Product offer</u>
Attrezzatura	fogli, penne, lavagna a fogli
Durata	45 – 50 minuti
Referenze	None- activity developed by CKM

Modulo 4

Linee di servizi e di prodotti nell'era digitale

Cronologia e risorse	
Modulo	Linee di servizi e di prodotti nell'era digitale
Obiettivi di apprendimento	At the end of this activity, learners will be able to: <ul style="list-style-type: none">• Saper utilizzare i quadri di riferimento per la pianificazione dei tempi e delle risorse (competenze);• Sviluppare l'entusiasmo e l'accettazione delle nuove tecnologie (atteggiamento).
Razionale	Una volta identificate le fasi dell'introduzione della tecnologia nell'offerta di prodotti/servizi (attività 4.2.), ai tirocinanti viene chiesto di esplorare i costi e le risorse per la sua introduzione.
Obiettivo dell'attività	Develop knowledge and awareness on the available technologies and new technological trends.
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)
Numero di studenti	6 - 8 allievi, gruppi di 2 - 4 persone

Modulo 4

Linee di servizi e di prodotti nell'era digitale

Breve descrizione	<p>Ai partecipanti viene chiesto di esplorare la fattibilità in termini di tempo e risorse delle attività di sviluppo di prodotti/servizi che hanno identificato nell'Attività 4.2. Sono inoltre incoraggiati a esplorare le possibilità di sviluppare una piattaforma tecnologica generale (linea) che potrebbe essere utilizzata per molti prodotti e servizi attuali e futuri dell'impresa.</p> <p>Dispensa 6, fornisce il modulo per l'esercizio e costituisce una buona base per discutere le possibilità con il formatore, il gruppo o altri partecipanti.</p>
Risorse	Handout 6 - Timeline and Resources
Attrezzatura	e.g. carte di moderazione, cfogli e penne, lavagna a fogli
Durata	30 minuti
Referenze	none developed by CKM

Modulo 5

Il vostro piano
d'impresa
sociale creativo

Il vostro percorso di valori

Pensiero etico e sostenibile

Schede di visione e missione

I vostri obiettivi SMART

Il vostro Creative project canvas

Modulo 5

Il vostro piano d'impresa sociale creativo

Il vostro percorso di valori	
Modulo	Il vostro piano d'impresa sociale creativo
Obiettivi di apprendimento	Al termine di questa attività, i partecipanti saranno in grado di: <ul style="list-style-type: none">• Riflettere sui propri valori personali• Pianificare come integrare i propri valori personali nelle proprie attività imprenditoriali
Razionale	In questa attività i discenti riflettono sui loro valori personali nella vita e su come questi possano fondersi con i loro valori imprenditoriali.
Obiettivo dell'attività	I nostri valori influenzano le nostre azioni, i nostri comportamenti, le decisioni che prendiamo e le scelte che facciamo. Per questo motivo, è fondamentale dare loro priorità per capire cosa conta davvero nella nostra vita personale e professionale. Attraverso questo esercizio, i partecipanti potranno riflettere e visualizzare i propri valori personali e aziendali.
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)
Numero di studenti	Gruppi di 2 - 4 persone

Modulo 5

Il vostro piano d'impresa sociale creativo

Breve descrizione	<p>Poiché i valori aziendali sono strettamente collegati e nascono dai valori personali, questo esercizio è diviso in due parti:</p> <ul style="list-style-type: none">• La Parte 1 (individuale) riguarda l'esplorazione e l'identificazione dei propri valori personali.• La seconda parte (che può essere svolta come attività di gruppo indipendentemente dalla parte precedente) riguarda l'identificazione dei propri valori professionali/imprenditoriali.• Azione finale: in questa parte finale, i partecipanti rifletteranno sui loro valori personali e aziendali integrandoli in una panoramica più completa del loro percorso valoriale.
Risorse	<p>Handout 7 - Module 5 Your values pathway-A1 including detailed instructions</p> <p>Further readings: https://www.mindtools.com/pages/article/newTED_85.htm</p>
Attrezzatura	<p>fogli, penne, lavagna a fogli</p>
Durata	<p>30 - 60 minuti</p>
Referenze	<p>Entrepreneurship Resources - https://www.ucc.ie/en/entrepreneurship/</p>

Modulo 5

Il vostro piano d'impresa sociale creativo

Pensiero etico e sostenibile	
Modulo	Il vostro piano d'impresa sociale creativo
Obiettivi di apprendimento	<p>Al termine di questa attività, i partecipanti saranno in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none">• Valutare le conseguenze delle idee che apportano valore e l'effetto dell'azione imprenditoriale sulla comunità di riferimento, sul mercato, sulla società e sull'ambiente.• Riflettere su quanto siano sostenibili gli obiettivi sociali, culturali ed economici a lungo termine.• Il discente imparerà a conoscere meglio il significato di "agire in modo responsabile".
Razionale	Con questa attività, gli studenti acquisiranno conoscenze sulla competenza del pensiero etico e sostenibile e la metteranno in pratica.
Obiettivo dell'attività	L'obiettivo generale di questa attività è aiutare gli studenti a prendere coscienza di cosa significhi pensare in modo etico e sostenibile e di come agire di conseguenza.
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)

Modulo 5

Il vostro piano d'impresa sociale creativo

Numero di studenti	Gruppi di 2 - 4 persone
Breve descrizione	<p>Questo esercizio è suddiviso in 3 parti:</p> <ul style="list-style-type: none">• La prima parte fornisce conoscenze sul pensiero etico e sostenibile come competenza imprenditoriale.• La seconda parte è l'esercizio vero e proprio, basato sull'analisi di uno degli scenari dilemmatici proposti, che comprende due compiti per i discenti che devono discutere e rispondere ad alcune domande chiave e poi prendere una decisione in seguito a uno schema di intervista.• La parte finale guida gli studenti in un percorso di riflessione sul proprio progetto imprenditoriale.
Risorse	Handout 8 - Module 5 Ethical and sustainable thinking-A2 including detailed instructions
Attrezzatura	fogli, penne, lavagna a fogli
Durata	45 minuti
Referenze	The European Entrepreneurship Competence Framework (EntreComp) . The Entrepreneurship Competence Framework Implementation

Modulo 5

Il vostro piano d'impresa sociale creativo

Schede di visione e missione

Modulo	Il vostro piano d'impresa sociale creativo
Obiettivi di apprendimento	<p>Questa attività mira a supportare gli studenti nello sviluppo della visione e della missione di un'azienda, riflettendo su:</p> <ul style="list-style-type: none">• perché l'azienda esiste, quali sono i suoi valori fondamentali, gli scopi e i piani e come l'azienda vuole che la società veda l'azienda in un arco di tempo (3 - 10 anni o più nel futuro) (visione)• cosa fa l'azienda, come lo fa e perché lo fa (mission)• Alcuni esempi e passi specifici aiuteranno gli studenti a completare questa attività.
Razionale	<p>Attraverso questo esercizio, i partecipanti saranno in grado di "pianificare" il loro percorso di visione aziendale e di vedere come saranno i loro prossimi passi nel tentativo di raggiungere la loro visione aziendale finale.</p> <p>Impareranno che la missione e la visione si riferiscono entrambe allo scopo e alle aspirazioni di un'organizzazione e sono tipicamente comunicate in forma di brevi dichiarazioni scritte.</p>

Modulo 5

Il vostro piano d'impresa sociale creativo

Obiettivo dell'attività	<p>Questa attività mira a:</p> <ul style="list-style-type: none">• sostenere i discenti nello sviluppo della visione e della missione di un'azienda.• riflettere sul motivo per cui l'azienda esiste, su quali sono i suoi valori fondamentali, i suoi scopi e i suoi piani e su come l'azienda vuole che la società la veda in un arco di tempo (3 - 10 anni o più nel futuro) (visione).• riflettere su ciò che l'azienda fa, come lo fa e perché lo fa (missione).
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)
Numero di studenti	Gruppi da 3 – 5 studenti
Breve descrizione	<p>Questa attività è divisa in due parti:</p> <ul style="list-style-type: none">• La prima parte fornisce le conoscenze sui concetti di visione e missione aziendale, che saranno integrate con alcuni esempi di dichiarazioni di visione e missione famose (ad esempio, https://www.oberlo.com/blog/inspiring-mission-vision-statement-examples).• La seconda parte propone un caso di studio per creare le relative dichiarazioni di vision e mission sulla base di un modello dato e seguita da un momento di condivisione e discussione.
Risorse	Handout 9 - <u>Module 5 Ethical and sustainable thinking-A3 including detailed instructions</u> Altre letture: <u>Economy – Topic n°4 Corporate Social Responsibility</u> .

Modulo 5

Il vostro piano d'impresa sociale creativo

Risorse	<u>What is a vision statement</u> <u>What is a mission statement</u>
Attrezzatura	fogli, penne, lavagna a fogli
Durata	60 minuti
Referenze	<u>How to write a vision statement for your business</u> <u>How to write a mission statement</u>

Modulo 5

Il vostro piano d'impresa sociale creativo

I vostri obiettivi SMART	
Modulo	Il vostro piano d'impresa sociale creativo
Obiettivi di apprendimento	<p>Al termine di questa attività i partecipanti saranno in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none">• Comprendere perché e come creare un obiettivo personale o aziendale fattibile e accurato.• Riflettere su ciò che vogliono raggiungere e pianificare come raggiungere questi obiettivi.• Acquisire motivazione alla crescita, alla pratica riflessiva, all'autovalutazione e al pensiero analitico strutturato.• Identificare i problemi che potrebbero incontrare, come ad esempio se il loro calendario è realistico o se sono stati sufficientemente specifici.
Razionale	<p>La definizione degli obiettivi aiuta a sviluppare una visione per il miglioramento personale. Senza obiettivi chiari, non c'è una direzione chiara e condivisa verso il successo. Grazie a questo strumento, gli studenti potranno definire i loro obiettivi e chiarirli nella loro mente.</p>
Obiettivo dell'attività	<p>Considerando che la visione imprenditoriale immagina un futuro, mentre gli obiettivi si concentrano su un risultato desiderato, gli obiettivi sono importanti per aiutarvi a realizzare i passi necessari per trasformare la visione della vostra azienda in realtà. Questa attività ha lo scopo di aiutarvi a creare un elenco di possibili azioni che vi aiuteranno a raggiungere il successo e a realizzare la vostra visione. Per farlo, è necessario fissare obiettivi SMART, ovvero obiettivi ben strutturati e definiti che siano specifici, misurabili, raggiungibili, realistici e tempestivi.</p>

Modulo 5

Il vostro piano d'impresa sociale creativo

Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)
Numero di studenti	Gruppi da 3 – 5 studenti
Breve descrizione	<p>Questo esercizio è diviso in due parti:</p> <ul style="list-style-type: none">• La prima parte fornisce nozioni su cosa sia un obiettivo "intelligente" e suggerimenti e consigli su come fissarlo.• La seconda parte propone un foglio di lavoro che gli studenti possono utilizzare per definire il loro obiettivo/i intelligente/i.
Risorse	<p>Handout 10 - Module 5 Your SMART goals-A4 including detailed instructions Altre letture</p> <ul style="list-style-type: none">• 5 SMART Goal Example For Business Development• How to write SMART Goals v2.pdf
Attrezzatura	fogli, penne, lavagna a fogli
Durata	circa 20 minuti e altri 15 minuti per la discussione.
Referenze	Entrepreneurial Vision and Goals

Modulo 5

Il vostro piano d'impresa sociale creativo

Il vostro Creative project canvas	
Modulo	Il vostro piano d'impresa sociale creativo
Obiettivi di apprendimento	<p>Al termine di questa attività, i partecipanti saranno in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none">• Riflettere sui diversi aspetti di un progetto imprenditoriale/di business.• Scoprire come interagire con le persone che desiderano vedere, impegnarsi o partecipare al progetto.• Visualizzare e dettagliare il progetto e costruire un piano d'azione efficace.• Identificare il potenziale impatto del progetto da diverse prospettive.• Arricchire il progetto con idee o approcci nuovi.
Razionale	<p>Può essere utilizzato come: a) strumento di riflessione individuale per esplorare, visualizzare e sviluppare la propria idea/progetto imprenditoriale; b) strumento di riflessione di gruppo per aiutare tutti i membri a esplorare, pianificare e gestire tutti gli aspetti principali del progetto/idea imprenditoriale condivisa.</p> <p>Il CPC è uno strumento di riflessione imprenditoriale composto da 4 parti principali che comprendono 9 temi/blocchi e domande che aiutano a chiarire e riflettere sul progetto.</p> <p>Rispondendo a tutte le domande chiave elencate in ogni tema, i discenti costruiranno il proprio Creative Project Canvas e visualizzeranno un piano breve ma chiaro e diretto del loro progetto/idea creativa. La Tela del progetto creativo è disponibile nell'Allegato 1.</p>

Modulo 5

Il vostro piano d'impresa sociale creativo

Obiettivo dell'attività	Questa attività mira a introdurre e utilizzare il Creative Project Canvas, uno strumento di riflessione imprenditoriale implementato da Materahub per aspiranti imprenditori, nuovi ed esistenti, con un approccio "sociale" aggiuntivo che fornisce ulteriori spunti di riflessione e indicazioni per integrare l'impatto sociale e l'approccio sostenibile nell'idea di progetto imprenditoriale di base.
Modalità	Face-to-Face (adattabile anche online)
Numero di studenti	Gruppo di circa 5 persone, ognuna con un caso studio (vedi sotto), o individualmente partendo dalla propria sfida aziendale/progettuale.
Breve descrizione	<p>Questa attività è divisa in due parti:</p> <ul style="list-style-type: none">• La prima parte fornisce uno scenario di caso studio per l'attività di gruppo (se individuale, ogni discente può partire dalla propria impresa/progetto) per costruire il Creative Project Canvas .• Nella seconda parte i partecipanti avranno a disposizione 45 minuti per costruire il loro Creative Project Canvas e poi presentarlo a tutti i compagni e condividere feedback e opinioni.

Modulo 5

Il vostro piano d'impresa sociale creativo

Risorse	<p>Handout 11 - Module 5 Your Creative Project Canvas-A5 including detailed instructions Handout 12 - Module 5 Your Creative Project Canvas blank-A5 Questo strumento è implementato da Materahub.</p> <p>Il Creative Project Canvas originale e le relative linee guida sono disponibili su https://www.creativeprojectcanvas.com/</p>
Attrezzatura	<p>fogli, penne, lavagna a fogli</p>
Durata	<p>60-80 minuti, compreso il tempo di discussione</p>
Referenze	<p>Creative Project Canvas, Luglio 2022, https://www.creativeprojectcanvas.com/</p>

SEZIONE IV.



ALLEGATI

Sezione IV.

Team Canvas

Team Canvas

Version 1.0 | Italiano | theteamcanvas.com

e

Nome
TEAM

DATA

Persone e ruoli Come ci chiamiamo e cosa facciamo?	Obiettivi Cosa vogliamo ottenere come gruppo? Quali sono i nostri obiettivi chiave che sono fattibili, misurabili e limitati nel tempo?	Valori Per cosa ci battiamo? Quali sono i principi guida? Quali sono i nostri valori comuni che vogliamo siano al centro del nostro team?	Regole Quali sono le regole che vogliamo introdurre dopo aver fatto questa sessione? Come comunichiamo e teniamo tutti aggiornati? Come prendiamo le decisioni? Come eseguiamo e valutiamo ciò che facciamo?
	Obiettivi personali Quali sono i nostri obiettivi personali? Ci sono agende personali che vogliamo aprire?	Scopo Al primo posto perchè facciamo questo	Bisogni e attese Di cosa ha bisogno ciascuno di noi per avere successo? Quali sono le nostre esigenze personali nei confronti della squadra per essere al meglio?
Punti di forza Quali sono le competenze che abbiamo nel team e che ci aiuteranno a raggiungere i nostri obiettivi? Quali sono le competenze interpersonali/soft skills che abbiamo? In che cosa siamo bravi, individualmente e come squadra?		Debolezze e punti da migliorare Quali sono i punti deboli che abbiamo, individualmente e come squadra? Cosa dovrebbero sapere di noi i compagni di squadra dovrebbero sapere di noi? Quali sono gli ostacoli che vediamo davanti a noi che probabilmente affronteremo?	

The Team Canvas by TheTeamCanvas.com
Alexey Ivanov

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License.
To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>

102. Curriculum – Detailed programme and training materials for Youth Workers - Social Kreativ Enterprises for Youth Workers

Young Kreativ Social Enterprises through the mobilisation of Digital skills and Inter-cultural dialogue

KA2 Strategic partnership project - 2020-1-UK01-KA227-YOU-094485

Document designed by: Emina Hasanagić

Images by: Freepik.com

This publication is financed by the European Union.

The views expressed in this publication are those of the authors solely and may not under any circumstances be regarded as an official position of the European Union.

The Italian version of the brochure YKSE: Young Kreativ Social Enterprises through the mobilisation of Digital skills and Inter-cultural dialogue has been translated by Materahub.

The brochure YKSE: Young Kreativ Social Enterprises through the mobilisation of Digital skills and Inter-cultural dialogue under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY ND NC 4.0) Licence. This license allows reusers to copy and distribute the material in any medium or format in unadapted form only, for noncommercial purposes only, and only so long as attribution is given to the creator.

Methodology and content created by:



anthro p o l i s