

INSEGNARE IL PENSIERO IMPRENDITORIALE E CREATIVO parte 1



MENTALITÀ IMPRENDITORIALE E FLUSSO CREATIVO

" Il sostegno della Commissione Europea per la produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono solo le opinioni degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in esso contenute."

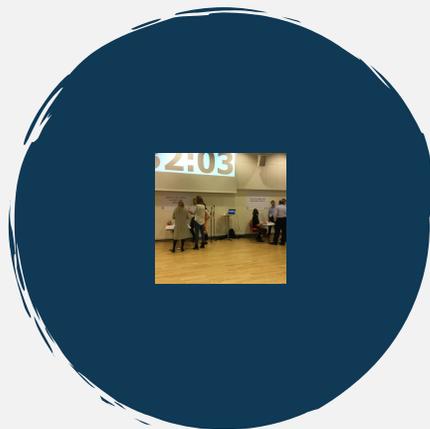


Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



A coppie

Contate 1, 2; 1, 2 e così avrete tutte le coppie casuali



Tempo di condividere

Ogni persona parla per 4 minuti di se stessa e l'altra ascolta attivamente.



In azione

Ogni persona presenta l'altra per 3 minuti al resto del gruppo.

Attività per rompere il ghiaccio

METTERSI NEI PANNI DEGLI ALTRI

Introduzione e descrizione del modulo

INSEGNARE IL PENSIERO IMPRENDITORIALE E CREATIVO

MENTALITÀ IMPRENDITORIALE E
FLUSSO CREATIVO

Obiettivi:

- Capire l'essenza e l'importanza di una mentalità imprenditoriale.
- Analizzare la fattibilità dei concetti di business di una nuova impresa per mezzo di un toolbox imprenditoriale.
- Brainstorming di idee per prodotti o servizi nuovi e innovativi attraverso la fattibilità finanziaria, di marketing, tecnologica e politica, e la sostenibilità.
- Comprendere il bisogno logico di creatività e applicare il processo di creatività strutturato.
- Elaborare l'importanza del pensiero creativo nell'affrontare le sfide globali e negli scenari quotidiani di risoluzione dei problemi





1. Sviluppo di una mentalità imprenditoriale



2. Generazione e valutazione dell'idea di business attraverso l'applicazione del toolbox imprenditoriale



3. Specifiche del pensiero creativo



4. Valutazione e applicazione di tecniche creative

TEMI

Panoramica sull'argomento

- La **mentalità imprenditoriale** è definita come il modo di pensare che aiuta le persone a raggiungere i loro obiettivi (in termini di creazione, sviluppo e gestione del loro business).
- La **mentalità attiva e dinamica** è il nucleo di ciò che fa sì che gli imprenditori di successo si sforzino per più sfide, accettino il fallimento come un nuovo inizio e un'opportunità per avere successo in futuro molto meglio.
- Nel quadro di questo argomento i tirocinanti impareranno **come praticare l'insieme di abilità** che la mentalità imprenditoriale in quanto tale comporta: 1) *capacità di affrontare i dubbi su se stessi*; 2)

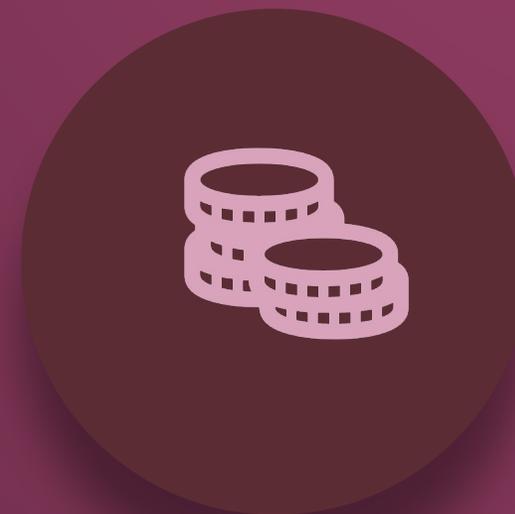
TEMA 1



Panoramica sull'argomento

- All'interno di questo tema saranno esplorati e discussi i seguenti passi significativi per iniziare e sostenere la spedizione imprenditoriale:
- **Preparazione:** Qui vengono analizzate le informazioni di base, lo status quo attuale e l'esperienza e le conoscenze apportate dall'imprenditore. Questa è la fase in cui un imprenditore osserva le tendenze politiche, economiche, sociali, tecnologiche e legali.
- **Incubazione:** L'esplorazione dell'idea o l'immersione nel problema che deve essere risolto.
- **Intuizione:** Il "momento aha" (Eureka) quando si vede la soluzione di un problema o nasce un'idea.
- **Valutazione:** Analisi approfondita e scrupolosa dell'idea.
- **Elaborazione:** Tutto viene messo in moto, tradotto in attuazione con tutti i dettagli elaborati. L'idea si trasforma in un prodotto, un servizio o un concetto di business.

TEMA 2



Panoramica sull'argomento

- Quando si parla di creatività, c'è un'abbondanza di prospettive su come può essere vista come :
- **“La creatività è la capacità di generare idee nuove e di valore per prodotti, servizi, processi e procedure”**
Martins e Terblanche
- “La creatività è la capacità di produrre un lavoro che sia **nuovo (cioè originale) e appropriato (cioè utile)**”.
Sternberg
- All'interno di questo argomento **viene esplorato il pensiero creativo come abilità che permette alle persone di trovare idee originali e non convenzionali.**
Una persona che conosce l'importanza del pensiero creativo ha un approccio aperto. Le loro ipotesi sono imparziali, possiedono la capacità di risolvere i problemi e sono comunicatori verbali e scritti d'impatto. Possono analizzare un brief e distillarlo fino alla sua essenza.

TEMA 3



Panoramica sull'argomento

• “La creatività è inventare, sperimentare, crescere, correre rischi, infrangere le regole, fare errori e divertirsi.” Mary Lou

Cook

• “La creatività include rompere gli schemi stabiliti per guardare le cose in modo diverso.” Edward de Bono

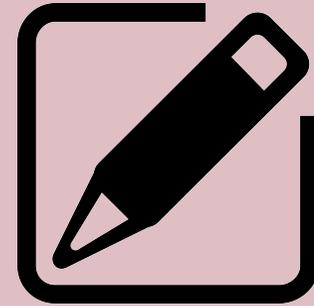
- Come si è visto dalle definizioni precedenti, qui si imparerà qual è il quadro di applicazione delle tecniche creative. Attraverso molta pratica si padroneggiano gli strumenti di divergenza e convergenza per trovare nuove idee e usare diverse tecniche per costruire concetti dalle idee. I tirocinanti impareranno trucchi specifici per esercitare il controllo sull'Ideazione come facilitatori. Svilupperanno anche la proprietà di una cassetta degli attrezzi di tecniche creative che possono essere usate in diversi processi per risolvere problemi individuali e di squadra nell'ambiente di lavoro quotidiano.

TEMA 4



È ora di mettersi alla prova!

- Due attività pratiche che gli studenti possono svolgere per mettere in pratica ciò che hanno imparato in questo modulo.
- Attività 1
 - Progettazione del business model canvas su un caso pratico introdotto durante la formazione.
- Attività 2
 - Testare due tecniche creative su un esempio pratico.



Per riassumere

Questo modulo è progettato per educatori e formatori adulti che lavoreranno con futuri imprenditori e generatori di start-up. È un modulo per coloro che vorrebbero dedicare la loro attenzione al metodo per sviluppare in modo creativo la mentalità imprenditoriale del progetto e i facilitatori di idee commerciali.

Il modulo è progettato come una serie di sessioni dinamiche e co-creative in cui il pensiero critico e creativo sono incorporati.

Il formato del modulo è esperienziale e interattivo con discussioni, esercizi individuali e di gruppo. I partecipanti riceveranno un libro di lavoro con diversi strumenti, riassunti delle sessioni e descrizioni delle attività utilizzate. Le risorse per approfondire la comprensione e la pratica saranno condivise per ulteriori studi.

WE GET WOMEN ENTREPRENEURS GENERATING ENHANCED TRAINING



✉ wegetproject@gmail.com

🌐 we-get.eu

WE GET project n. 2020-1-NL01-KA204-064559



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

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

PROMUOVERE L'IMPREDITORIA FEMMINILE È SAGGIO E NECESSARIO

Al centro della strategia di Lisbona: fare in modo che la percentuale dell'impiego femminile superi il 60% entro il 2010.

Il potenziale imprenditoriale delle donne costituisce una fonte sottosviluppata di crescita economica e di nuovi posti di lavoro.

Le donne costituiscono, in media, il 30% degli imprenditori nell'UE. (36% start-up 20% industria)

Spesso incontrano maggiori difficoltà degli uomini nell'avviare un'impresa e nell'accedere ai finanziamenti e alla formazione.

È essenziale fornire alle donne il sostegno di cui hanno bisogno per avviare e gestire la propria impresa.

Imprenditorialità e inclusione (sociale)

Quando:

1. Controverse leggi/politiche formali, o pratiche sociali informali, valori e credenze....

Permettono ai membri di certi gruppi sociali di avere uguale accesso a :

1. Attività, opportunità e beneficiari
2. Beni pubblici, servizi e diritti
3. Voce e influenza politica

SVILUPPO DELLA MENTALITÀ IMPRENDITORIALE

TEMA 1



Cos'è l'imprenditorialità?



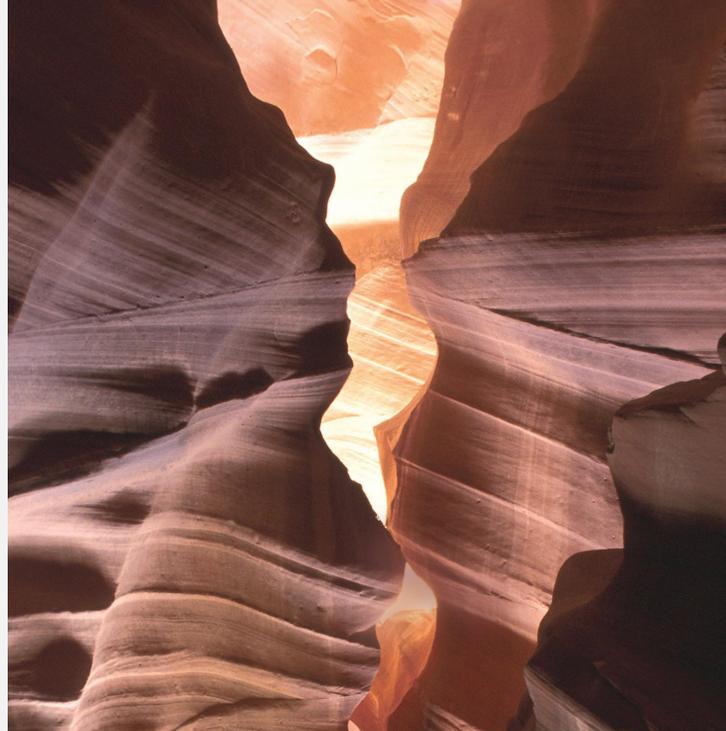
This Photo by Unknown Author is licensed under [CC BY-SA-NC](#)

L'imprenditorialità si riferisce alla capacità di un individuo di trasformare le idee in azione (Commissione)

- *creatività,*
- *innovazione*
- *accettazione del rischio ,*
- *l'abilità di pianificare e gestire progetti per raggiungere obiettivi.*

(Council Recommendation on Key Competences for Lifelong Learning COM(2005)548)





Imprenditorialità

e oltre

- “L'imprenditorialità è un modo di pensare, ragionare e agire focalizzato sulle opportunità, con un approccio olistico e una leadership equilibrata..”
- Qualità imprenditoriali
 - impegno e determinazione, leadership, focalizzato sulle opportunità, tolleranza del rischio, ambiguità e incertezza, creatività, fiducia in se stessi e capacità di adattamento, e la motivazione ad eccellere, capacità di utilizzare l'esperienza del fallimento come un modo per imparare

Donne nell'imprenditoriali tà– possibili ostacoli

Come donne, alcune affrontano abusi emotivi e fisici

Abusi sessuali

Divorzio

Morte di un caro, sia per malattia che per morte violenta

Diagnosi di HIV/aids

Figli in cui hai investito molto, ma non si sono rivelati nel modo in cui ci si aspettava

Rifiuto

L'importanza della responsabilizzazione



L'inizio della responsabilizzazione è nella capacità di affrontare il tuo passato e presente doloroso e di andare avanti verso un futuro più luminoso.

L'imprenditorialità riguarda la creatività; è far nascere un sogno di business. Significa che hai radici nel terreno in cui gli altri hanno avuto paura a piantare. Si tratta di correre rischi. Si tratta di credere in te stesso.

Capacità di affrontare i dubbi su se stessi

Crescere oltre la paura e l'esitazione



DI BASTA

Evita di lasciarti andare alla disperazione e smettila di pensare negativamente.



PARLANE CON QUALCUNO

Lascia che i tuoi pensieri ed emozioni escano allo scoperto condividendoli.



ESCI DALLA TRAPPOLA DEL PARAGONE

Segui la tua strada, non quella degli altri.



TIENI UN DIARIO

Tieni un registro realistico della tua vita e rifletti continuamente.



NON SEMPRE SI TRATTA DI TE

Le persone parlano spesso di altre persone o cose, non trovano nelle loro parole qualcosa che non hanno mai detto/inteso.

Responsabilità



Descrive la volontà di accettare la responsabilità delle nostre azioni e del loro impatto.

Resilienza

Che cos'è?



La resilienza è ciò che dà alle persone la forza psicologica per affrontare lo stress e le difficoltà.



È la riserva mentale di forza a cui le persone possono fare appello nei momenti di bisogno per portarle avanti senza cadere a pezzi.



Le persone resilienti sono in grado di utilizzare le loro abilità e i loro punti di forza per affrontare e riprendersi da problemi e sfide. Tali problemi e sfide possono includere la perdita del lavoro, problemi finanziari, malattie, disastri naturali, emergenze mediche, divorzio o la morte di una persona cara..

Cosa rende le persone resilienti?

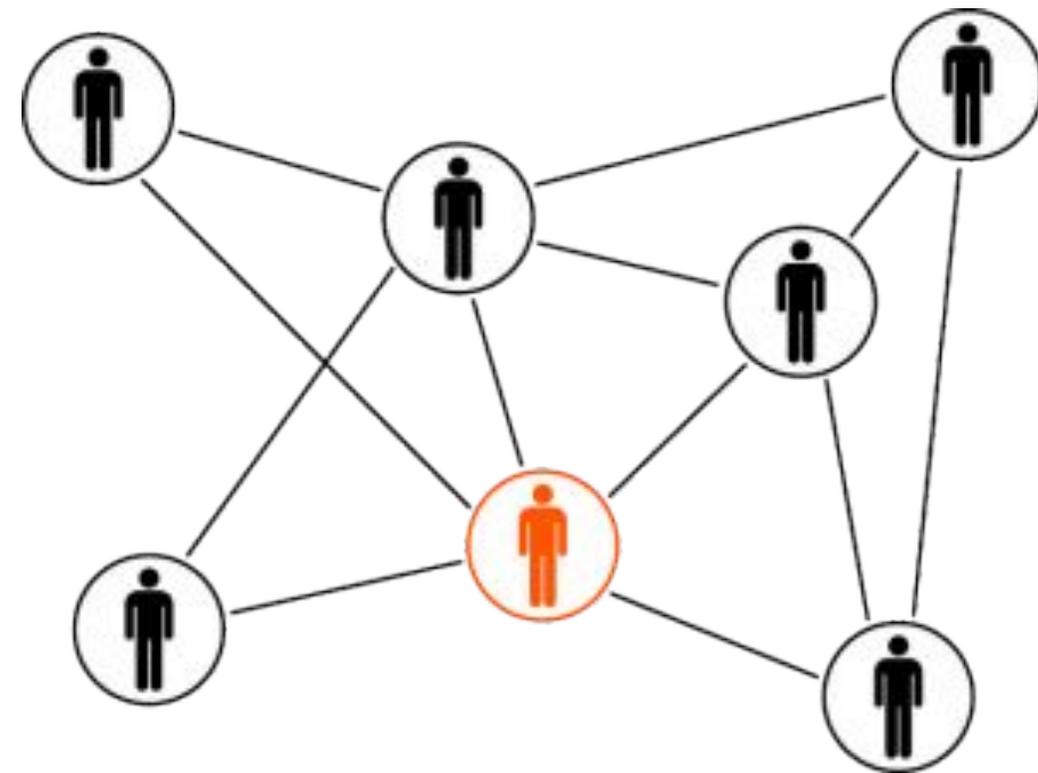
- Mix di caratteristiche e abilità personali:
- Quattro caratteristiche personali che contribuiscono ai 'naturali' livelli di resilienza:
 - Autostima
 - Propositività
 - Adattabilità
 - Supporto sociale (quanto ne sviluppi)
- Le abilità e le strategie per migliorare ulteriormente i livelli di resilienza possono essere sviluppate attraverso la formazione, l'autosviluppo ecc..



E come può essere alimentato
ulteriormente?

Reti sociali di supporto

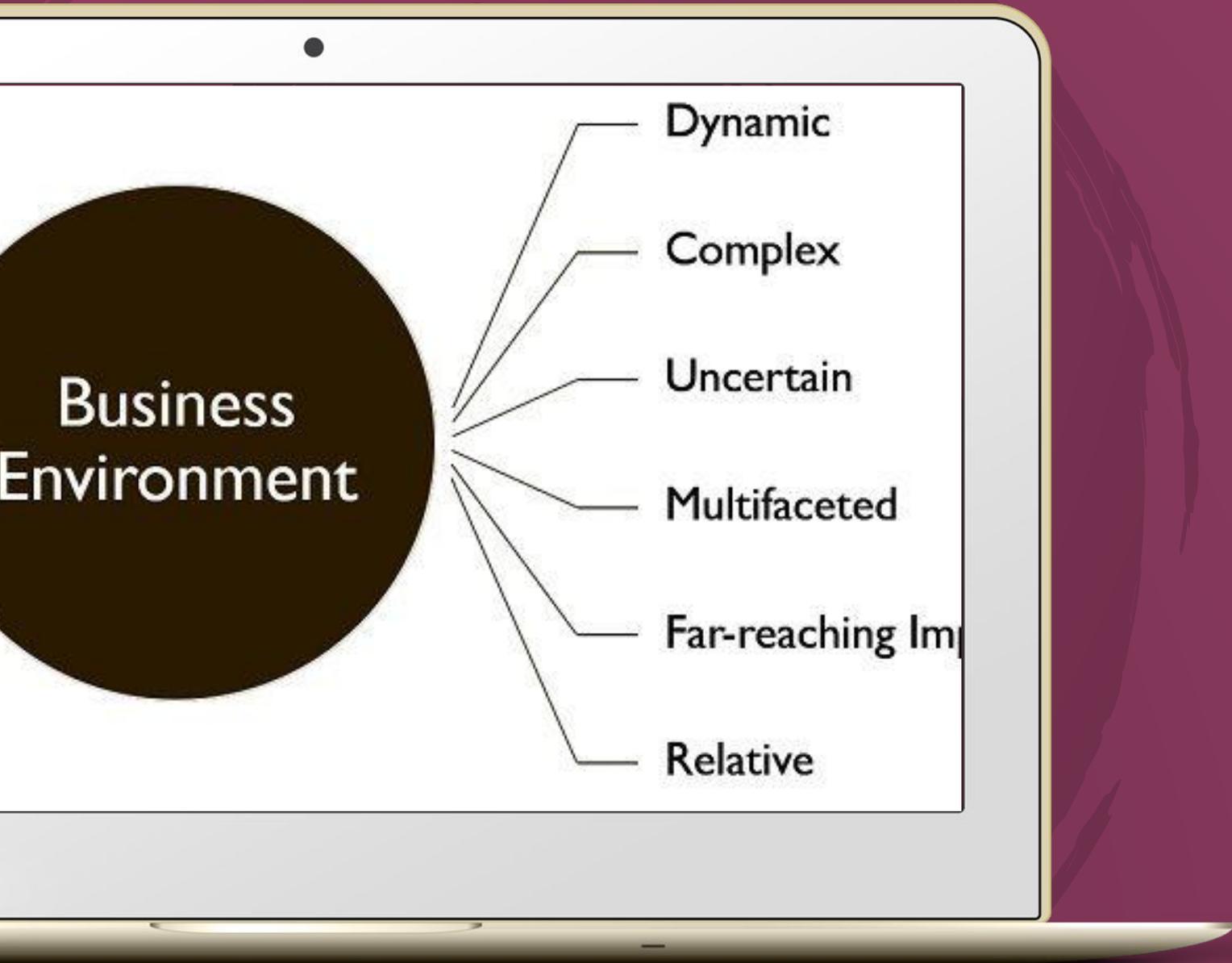
- Essere indipendenti non significa essere isolati
- Assumersi la responsabilità di tenersi in contatto
- Costruire relazioni forti che sopravvivono al contatto poco frequente
- Coltivare le tue reti sociali informali



BUSINESS IDEA GENERATION

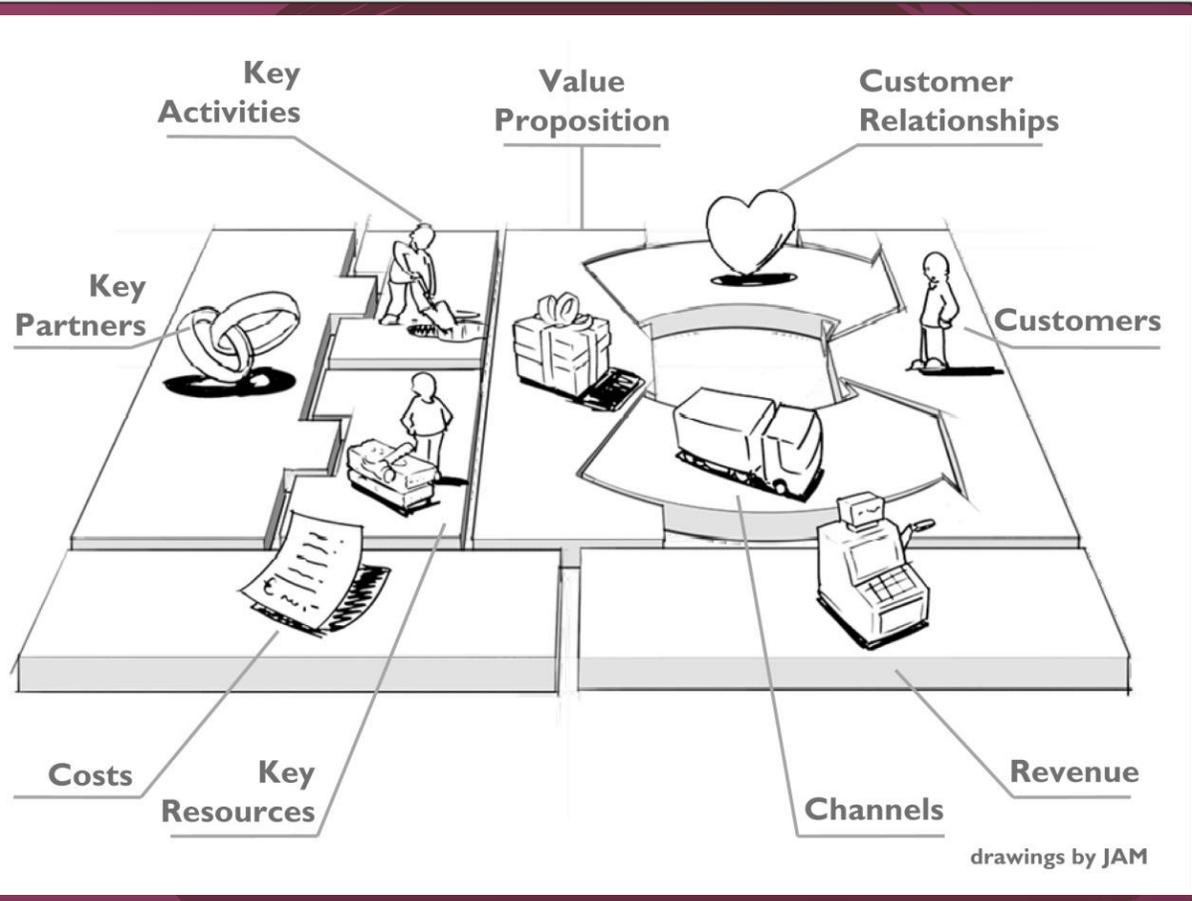
TOPIC 2





Analizzare l'ambiente

Fuori e dentro, dentro e fuori



Il modello business Canvas

Generazione di idee

Profilo

- Business in periodi complessi
- Modello di business Canvas
- Come posso innovare?



Modello aziendale– L'URS per ogni imprenditore

Il giusto modello aziendale può dare l'equilibrio per il successo...



...diversificherà il rischio associato al problema del ROI infinito



...ti aiuterà a navigare intorno a gorilla di 500 chili



Osterwalder & Pigneur, 2010

- Un modello di business descrive la logica di come un'organizzazione **crea, fornisce e cattura valore.**

Attività: Il Modello di Business Canvas

The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

One Two Three Four
Iterations

<p>Key Partners </p> <p>Who are our Key Partners? Who are our key suppliers? Which Key Resources are we acquiring from partners? Which Key Activities do partners perform? <small> • Suppliers • Distribution channels • Strategic alliances • Co-branding • Joint ventures • Franchising </small></p>	<p>Key Activities </p> <p>What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue streams? <small> • Production • Logistics • Distribution • Sales • Marketing • Service </small></p>	<p>Value Propositions </p> <p>What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we satisfying? <small> • Newness • Performance • Customization • Design • Price • Convenience • Availability • Consistency • Reliability </small></p>	<p>Customer Relationships </p> <p>What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they? <small> • Personalized • Self-service • Automated • Community-based • Co-creation • Partnerships </small></p>	<p>Customer Segments </p> <p>For whom are we creating value? Who are our most important customers? <small> • Mass • Niche • Segments • Markets </small></p>	
<p>Key Resources </p> <p>What Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams? <small> • Human • Financial • Intellectual • Physical • Social </small></p>				<p>Channels </p> <p>Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? How are our Channels integrated? Which ones work best? Which ones are most cost-efficient? How are we integrating them with customer routines? <small> • Retail • Direct sales • Partners • Resellers • Agents • Distributors • Wholesalers • Retailers • Franchises • Co-ops • Other </small></p>	
<p>Cost Structure </p> <p>What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive? <small> • Variable costs • Fixed costs • Semi-variable costs • Overhead costs • Infrastructure costs • Personnel costs • Marketing costs • Research and development costs • Distribution costs • Other </small></p>			<p>Revenue Streams </p> <p>For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues? <small> • Transactional • Recurring • Lumpy • Subscription • Usage-based • Advertising • Commission • Brokerage • Other </small></p>		

I nove blocchi di costruzione

Creare l'essenziale



1. Partnership chiave
2. Attività chiave
3. Risorse chiave
4. Proposta di valore
5. Segmenti di clientela
6. Relazioni con il cliente
7. Canali
8. Flussi di entrate
9. Costi strutturali

Segmenti di clientela

Chi sono tutte le persone e le organizzazioni per le quali stai creando valore?

Questi possono essere sia clienti paganti che non paganti.



Relazioni con il cliente

- Che tipo di relazione ogni segmento di clienti si aspetta che stabiliamo e manteniamo con loro?
 - Assistenza personale
 - Assistenza personale dedicata
 - Self-service
 - Servizi automatici
 - Comunità
 - Co-creazione



Proposta di valore

- Quali bisogni dei client stiamo soddisfacendo?
- Che valore diamo al cliente?



Partnerships chiave

Chi può aiutarci a sfruttare il nostro
modello di business?

Chi sarebbe interessato ai nostri utenti?



Attività chiave

Quali sono le attività più importanti che un'organizzazione deve fare per far funzionare il suo modello di business?



Risorse chiave

Di quali risorse chiave ha bisogno la nostra organizzazione per fornire il servizio/prodotto?

Fisiche

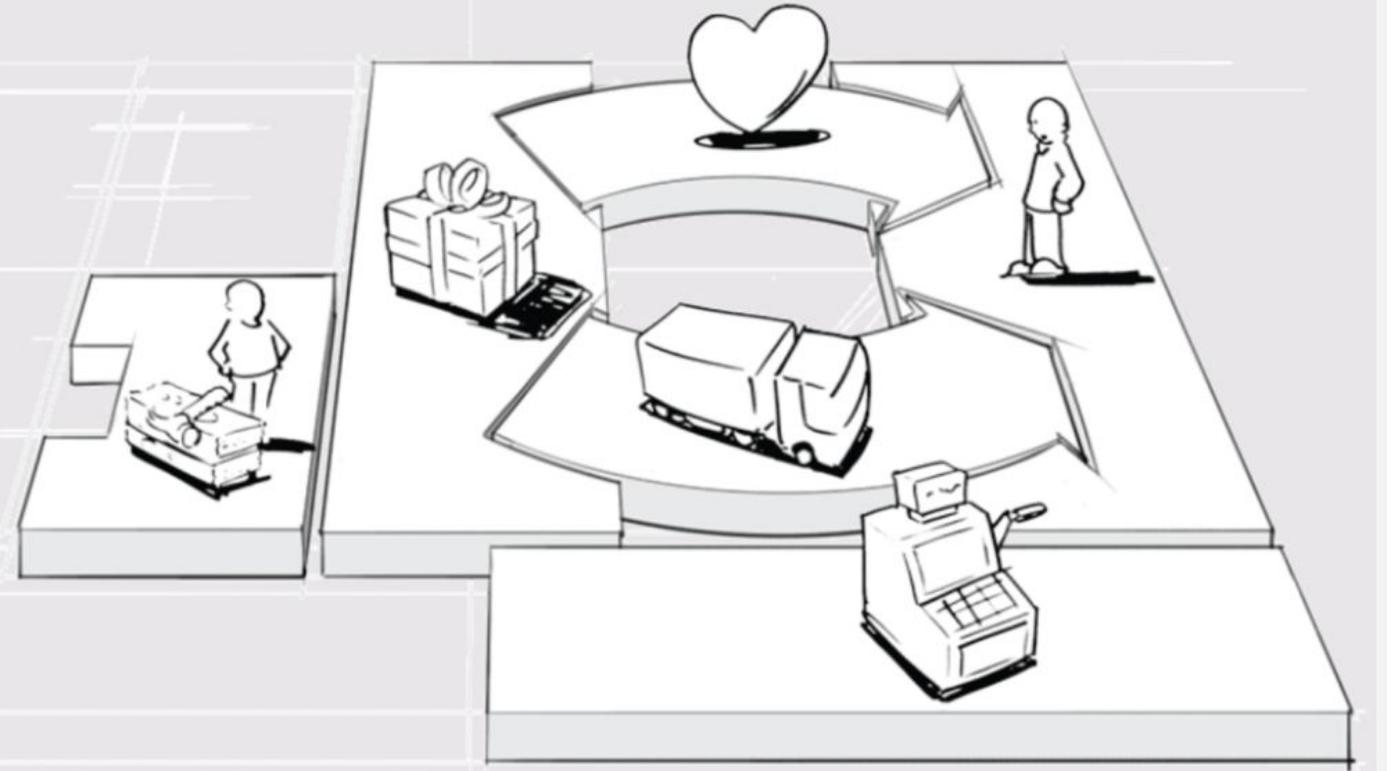
Intellettuali

Umane

Finanziarie

Tecnologiche

KEY RESOURCES



Canali



- Attraverso ³ quali canali i nostri segmenti di clienti vogliono essere raggiunti?
- Come li stiamo raggiungendo ora?
- Come sono integrati i nostri canali?
- Quali funzionano meglio?
- Quali sono più co-efficienti?
- Come li stiamo integrando con le routine del cliente?

Flussi di entrate

- Per essere in affari, prima o poi qualcuno deve pagarci. Chi è che paga?
- Probabilmente la persona che effettivamente beneficia di più del prodotto/servizio - e potrebbe non essere la persona che lo usa!





COSTI STRUTTURALI

QUALI SONO I COSTI PIÙ IMPORTANTI
INERENTI AL NOSTRO MODELLO DI
BUSINESS?

- Assumiamo soluzioni per portare a termine i lavori
- Per il lavoro di mantenimento di denti e gengive sane:
- Ci affidiamo a dentisti e strumenti di tortura associati
- Ci affidiamo a spazzolini e dentifrici
- **Creiamo valore quando permettiamo ai clienti di realizzare un determinato lavoro più velocemente, più facilmente e/o a un costo inferiore**

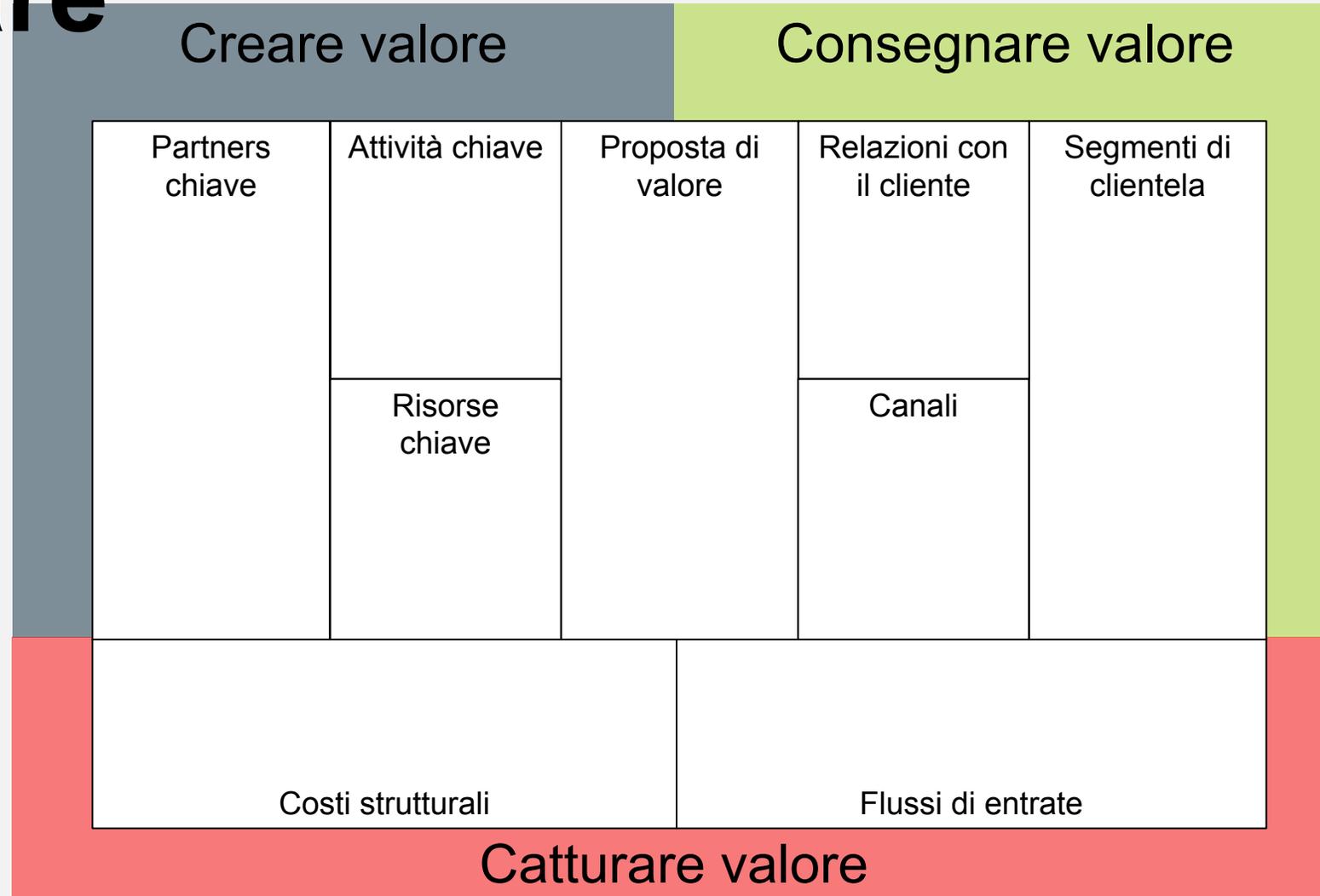


"La gente non vuole comprare un trapano da un quarto di pollice. Vogliono un buco di un quarto di pollice!"

Theodore Levitt

Il compito di mantenere sani denti e gengive è svolto bene con le soluzioni esistenti?

Creare, consegnare, catturare



Continuare a cercare attraverso ulteriori domande

La vostra opportunità di destinazione ha un modello prevalente che può essere sfidato?

- Questo modello massimizza il valore del cliente?

Potete creare nuovo valore per il cliente servendo i lavori da fare in modo più efficace?

- Utilizzare nuovi canali per il mercato? Diversi modelli di prezzo?

Ci sono aspetti del modello di business che sono completamente radicati?

- Proposta di valore? Partnering?

Puoi semplificare la consegna e/o la proposta di valore per eliminare un'intera fetta di costi?

È tutto lì per te!!!

Panoramica sul prodotto/servizio

Cosa nello specific stai fornendo, vendendo, o facendo che risolve il problema e affronta i lavori da fare per il cliente?

Qual è l'esperienza del cliente?

Modello di business



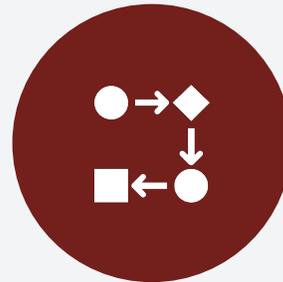
Come creerai un modello di business robusto?



Qual è il tuo “ingiusto” vantaggio competitivo che creerà un punto di controllo per il tuo modello di business?



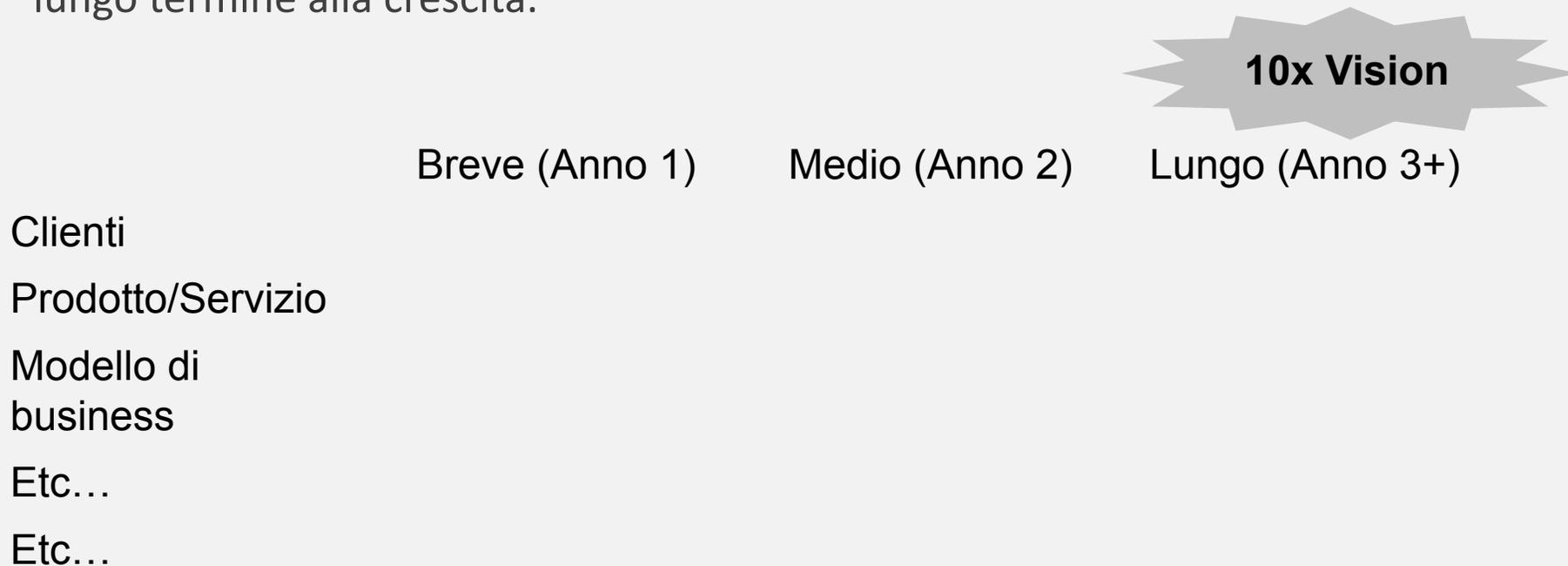
Come creerai profitti in modo sostenibile?



Includi un semplice ed intuitivo diagramma o immagine di come funziona il tuo modello di business.

Vai alla strategia di mercato

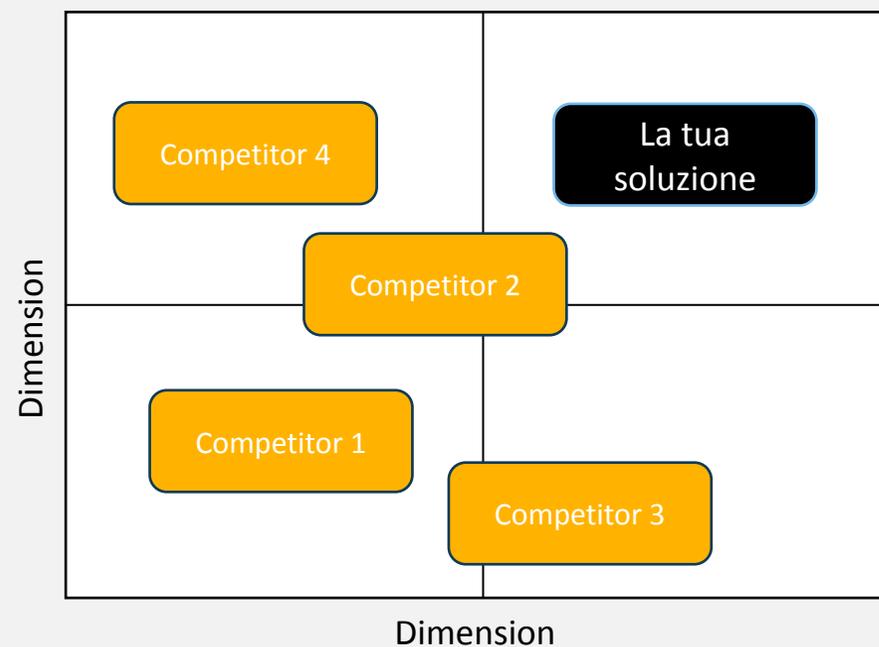
- Qual è la tua "strategia di adozione" per guadagnare scala?
- Da dove comincerai e come guadagnerai trazione e ti espanderai nel tempo?
- Quali realtà del mondo reale dovrai affrontare e come saranno affrontate?
- Traccia il tuo piano di gioco per mostrare il tuo approccio a breve, medio e lungo termine alla crescita.



Competizione

- Qual è il panorama competitivo?
- Quali scelte hanno i clienti come alternative alla vostra soluzione?
- Mappa la differenza convincente in modo da evidenziare chiaramente il panorama competitivo e il motivo per cui ti distingui.

	La tua soluzione	Competitor 1	Competitor 2	Competitor 3	Competitor 4
Dimensione 1					
Dimensione 2					
Dimensione 3					
Dimensione 4					
Dimensione 5					



Vantaggio competitivo

Cosa rende la tua soluzione 10 volte meglio della concorrenza?



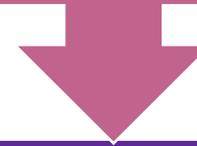
Cosa ti darà un vantaggio competitivo sleale rispetto ad altre soluzioni alternative?



Quali dati qualitativi o quantitativi hai che supportano questo?

Finanze

Quali sono le tue proiezioni base, migliori e peggiori da qui a 5 anni, e le ipotesi chiave dietro di esse?



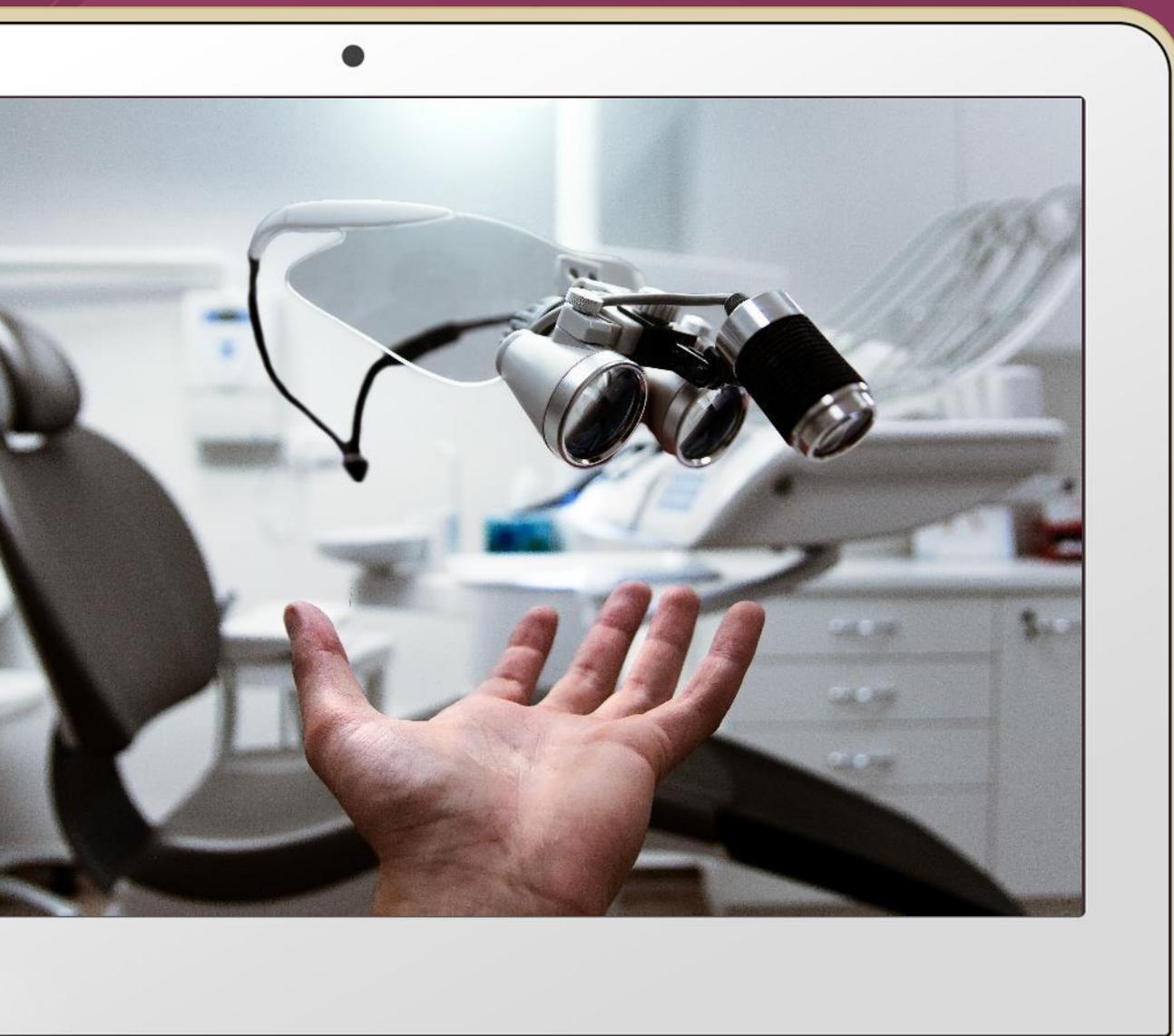
C'è una chiara corrispondenza tra i tuoi dati finanziari e il tuo modello di business?



I diversi tipi di entrate, servizi e costi sono tutti contabilizzati?

La domanda





DOMANDE?

WE GET project n. 2020-1-NL01-KA204-064559



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

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

INSEGNARE IL PENSIERO IMPRENDITORIALE E CREATIVO parte 2

MENTALITÀ IMPRENDITORIALE E
FLUSSO CREATIVO

" Il sostegno della Commissione Europea per la produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono solo le opinioni degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in esso contenute ."

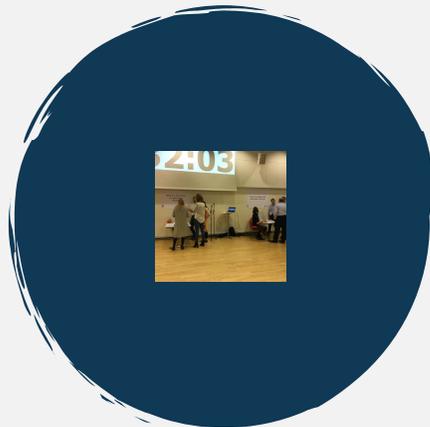


Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



A coppie

Contate 1, 2; 1, 2 e così avrete tutte le coppie casuali



Tempo di condividere

Ogni persona parla per 4 minuti di se stessa e l'altra ascolta attivamente.



In scena

Ogni persona presenta l'altra per 3 minuti al resto del gruppo.

Attività per rompere il ghiaccio

METTERSI NEI PANNI DEGLI ALTRI

Introduzione e descrizione del modulo

INSEGNARE IL PENSIERO IMPRENDITORIALE E CREATIVO

MENTALITÀ IMPRENDITORIALE E
FLUSSO CREATIVO

Obiettivi:

- Capire l'essenza e l'importanza di una mentalità imprenditoriale.
- Analizzare la fattibilità dei concetti di business di una nuova impresa per mezzo di un toolbox imprenditoriale.
- Brainstorming di idee per prodotti o servizi nuovi e innovativi attraverso la fattibilità finanziaria, di marketing, tecnologica e politica, e la sostenibilità.
- Comprendere il bisogno logico di creatività e applicare il processo di creatività strutturato.
- Elaborare l'importanza del pensiero creativo nell'affrontare le sfide globali e negli scenari quotidiani di risoluzione dei problemi





1. Sviluppo della
mentalità imprenditoriale



2. Generazione e
valutazione dell'idea di
business attraverso
l'applicazione del toolbox
imprenditoriale



3. Specifiche del
pensiero creativo



4. Valutazione e
applicazione di tecniche
creative

TEMI

Panoramica sull'argomento

- La **mentalità imprenditoriale** è definita come il modo di pensare che aiuta le persone a raggiungere i loro obiettivi (in termini di creazione, sviluppo e gestione del loro business).
- La **mentalità attiva e dinamica** è il nucleo di ciò che fa sì che gli imprenditori di successo si sforzino per più sfide, accettino il fallimento come un nuovo inizio e un'opportunità per avere successo in futuro molto meglio.
- Nel quadro di questo argomento i tirocinanti impareranno **come praticare l'insieme di abilità** che la mentalità imprenditoriale in quanto tale comporta: 1) *capacità di affrontare i dubbi su se stessi*; 2) *responsabilità*; 3) *resilienza* e 4) *volontà di sperimentare*.

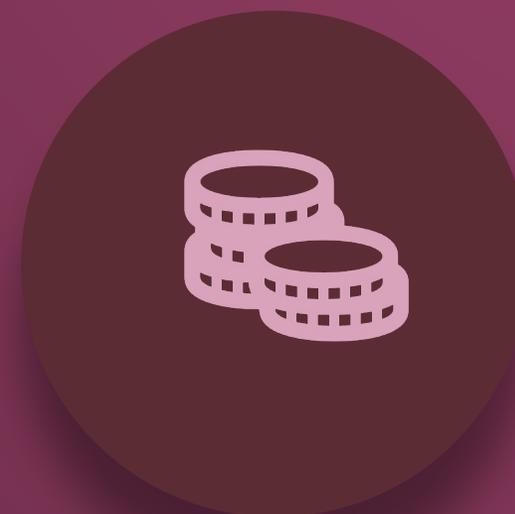
TEMA 1



Panoramica sull'argomento

- All'interno di questo tema saranno esplorati e discussi i seguenti passi significativi per iniziare e sostenere la spedizione imprenditoriale:
- **Preparazione:** Qui vengono analizzate le informazioni di base, lo status quo attuale e l'esperienza e le conoscenze apportate dall'imprenditore. Questa è la fase in cui un imprenditore osserva le tendenze politiche, economiche, sociali, tecnologiche e legali.
- **Incubazione:** L'esplorazione dell'idea o l'immersione nel problema che deve essere risolto.
- **Intuizione:** Il "momento aha" (Eureka) quando si vede la soluzione di un problema o nasce un'idea.
- **Valutazione:** Analisi approfondita e scrupolosa dell'idea.
- **Elaborazione:** Tutto viene messo in moto, tradotto in attuazione con tutti i dettagli elaborati. L'idea si trasforma in un prodotto, un servizio o un concetto di business.

TEMA 2



Panoramica sull'argomento

- Quando si parla di creatività, c'è un'abbondanza di prospettive su come può essere vista come :
- **“La creatività è la capacità di generare idee nuove e di valore per prodotti, servizi, processi e procedure”**
Martins e Terblanche
- “La creatività è la capacità di produrre un lavoro che sia **nuovo (cioè originale) e appropriato (cioè utile)**”.
Sternberg
- All'interno di questo argomento **viene esplorato il pensiero creativo come abilità che permette alle persone di trovare idee originali e non convenzionali.**
Una persona che conosce l'importanza del pensiero creativo ha un approccio aperto. Le loro ipotesi sono imparziali, possiedono la capacità di risolvere i problemi e sono comunicatori verbali e scritti d'impatto. Possono analizzare un brief e distillarlo fino alla sua essenza.

TEMA 3



Panoramica sull'argomento

• “La creatività è inventare, sperimentare, crescere, correre rischi, infrangere le regole, fare errori e divertirsi.” Mary Lou

Cook

• “La creatività include rompere gli schemi stabiliti per guardare le cose in modo diverso.” Edward de Bono

- Come si è visto dalle definizioni precedenti, qui si imparerà qual è il quadro di applicazione delle tecniche creative. Attraverso molta pratica si padroneggiano gli strumenti di divergenza e convergenza per trovare nuove idee e usare diverse tecniche per costruire concetti dalle idee. I tirocinanti impareranno trucchi specifici per esercitare il controllo sull'Ideazione come facilitatori. Svilupperanno anche la proprietà di una cassetta degli attrezzi di tecniche creative che possono essere usate in diversi processi per risolvere problemi individuali e di squadra nell'ambiente di lavoro quotidiano.

TEMA 4



È ora di mettersi alla prova!

- Due attività pratiche che gli studenti possono svolgere per mettere in pratica ciò che hanno imparato in questo modulo.
- Attività 1
 - Progettazione del business model canvas su un caso pratico introdotto durante la formazione.
- Attività 2
 - Testare due tecniche creative su un esempio pratico.



Per riassumere

Questo modulo è progettato per educatori e formatori adulti che lavoreranno con futuri imprenditori e generatori di start-up. È un modulo per coloro che vorrebbero dedicare la loro attenzione al metodo per sviluppare in modo creativo la mentalità imprenditoriale del progetto e i facilitatori di idee commerciali.

Il modulo è progettato come una serie di sessioni dinamiche e co-creative in cui il pensiero critico e creativo sono incorporati.

Il formato del modulo è esperienziale e interattivo con discussioni, esercizi individuali e di gruppo. I partecipanti riceveranno un libro di lavoro con diversi strumenti, riassunti delle sessioni e descrizioni delle attività utilizzate. Le risorse per approfondire la comprensione e la pratica saranno condivise per ulteriori studi.

WE GET DONNE IMPRENDITRICI CHE GENERANO UNA MAGGIORE FORMAZIONE



✉ wegetproject@gmail.com

🌐 we-get.eu

WE GET project n. 2020-1-NL01-KA204-064559



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

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

PROMUOVERE L'IMPREDITORIA FEMMINILE È SAGGIO E NECESSARIO

Al centro della strategia di Lisbona: fare in modo che la percentuale dell'impiego femminile superi il 60% entro il 2010.

Il potenziale imprenditoriale delle donne costituisce una fonte sottosviluppata di crescita economica e di nuovi posti di lavoro.

Le donne costituiscono, in media, il 30% degli imprenditori nell'UE. (36% start-up 20% industria)

Spesso incontrano maggiori difficoltà degli uomini nell'avviare un'impresa e nell'accedere ai finanziamenti e alla formazione.

È essenziale fornire alle donne il sostegno di cui hanno bisogno per avviare e gestire la propria impresa.

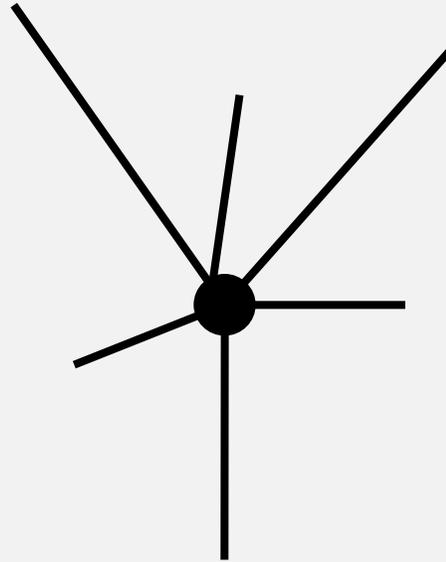
SPECIFICHE DEL PENSIERO CREATIVO

TEMA 3



Testare la tua creatività

Cosa potrebbe essere questo?



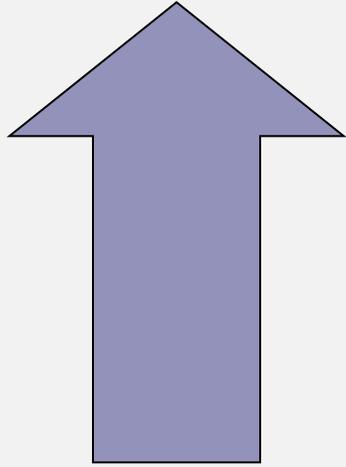
Risolvere un problema generando idee

Può essere fatto in molti modi:

<i>Pensiero logico tradizionale, meglio conosciuto come</i>	<i>Pensiero creativo</i>
<i><u>pensiero verticale:</u></i>	<i><u>pensiero laterale:</u></i>
<i>è selettivo</i>	<i>è generativo</i>
<i>(e piuttosto facile, perché ti è stato insegnato come usarlo)</i>	<i>(e piuttosto difficile, perché <u>non</u> ti è stato insegnato come usarlo)</i>

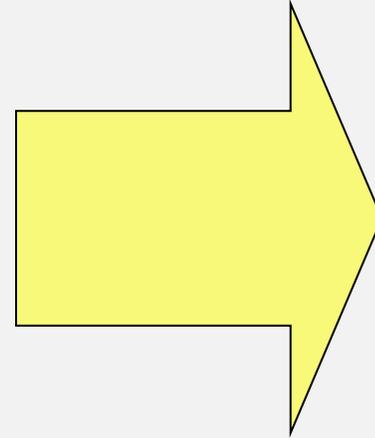
sono **complementari**, non opposti

Pensiero vertical VS pensiero laterale



Pensiero verticale

si muove in avanti



Pensiero laterale

si muove lateralmente

Passi logici

'pensiero verticale'

È un processo a tappe

Ogni tappa deve essere giustificata

Utilizza informazioni rilevanti

si tratta di provare o sviluppare gli schemi nella tua mente

È analitico

si usa per scavare più a fondo

Struttura creativa

'pensiero laterale'

è un processo deliberato verso l'intuizione

si tratta di guardare le cose in un modo diverso

Può utilizzare informazioni irrilevanti

Può saltare qualcosa

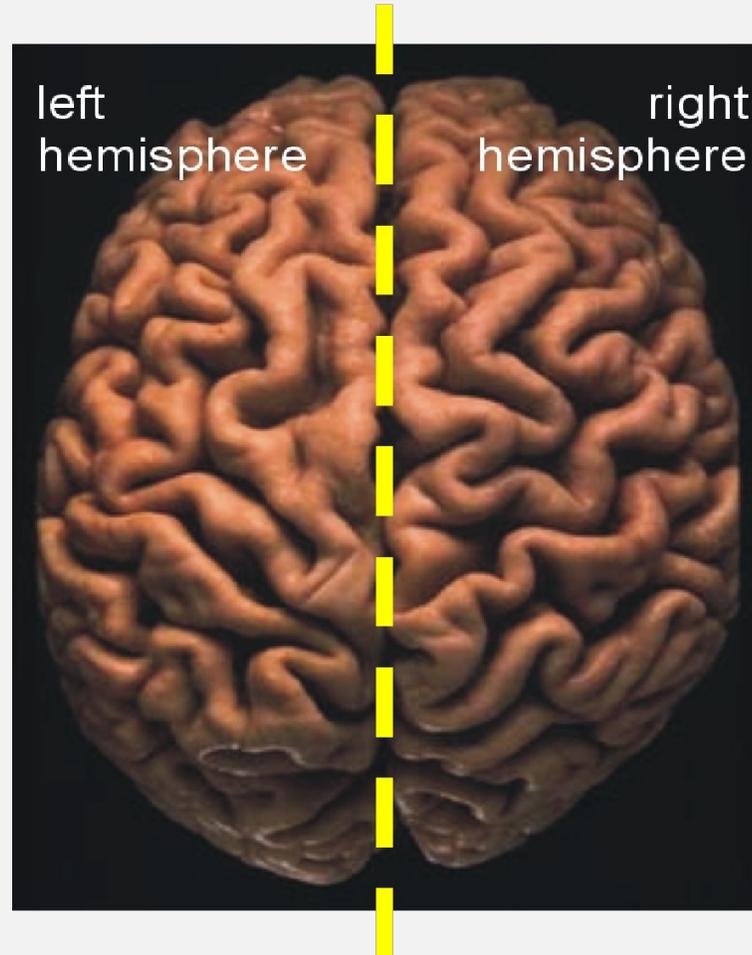
Si tratta di ristrutturare, provocare e scappare dal tuo schema mentale

si usa per scavare più a fondo in un posto diverso

Struttura del cervello

Coordinazione della parte destra del corpo

- *digitale*
- *Processa informazioni*
- *dominanti !!*
- *verbale*
- *logicalo*
- *Usa gli schemi*



Coordinazione della parte sinistra del corpo

- *analogico*
- *Processa informazioni subalterne !!*
- *non-verbale*
- *intuitivo*
- *Cerca gli schemi*

Essenziale per la creatività



APRIRE SFIDE



COMPORAMENTO
ESPLORATIVO



RICOMPENSE INCLUSE
NEL PROCESSO

Creatività

è...

Domande

Definire la
creatività?



Accademi

ci

“La creatività è il risultato dell’interazione di tre elementi di un sistema:

- Una cultura che contiene regole simboliche,*
- una persona che porta novità nel campo simbolico,*
- e un campo di esperti che riconoscono e convalidano l'innovazione.”*

Mihály Csíkszentmihályi

“La creatività è la capacità di generare idee nuove e di valore per prodotti, servizi, processi e procedure” Martins e Terblanche

“La creatività è la capacità di produrre un lavoro che sia nuovo (cioè originale) e appropriato (cioè utile).”

Sternberg

“La creatività è l'insieme delle qualità di prodotti o risposte che sono giudicate creative da osservatori appropriati.” Amabile

Altri

" Essere creativi è vedere la stessa cosa di tutti gli altri ma pensare a qualcosa di diverso"

Anonimo

" La creatività è inventare, sperimentare, crescere, correre rischi, infrangere le regole, fare errori e divertirsi." Mary Lou Cook

"La creatività è permettersi di fare errori. L'arte è sapere quali tenere." Scott Adams, Fumettista americano

"Ogni atto di creazione è prima di tutto un atto di

distruzione." Pablo Picasso "La creazione del nuovo o la

riorganizzazione del vecchio in modo nuovo."

Mike Vance, Walt Disney Corporation

"La creatività implica la rottura degli schemi stabiliti per guardare le cose in modo diverso." Edward de Bono

La creatività

è...

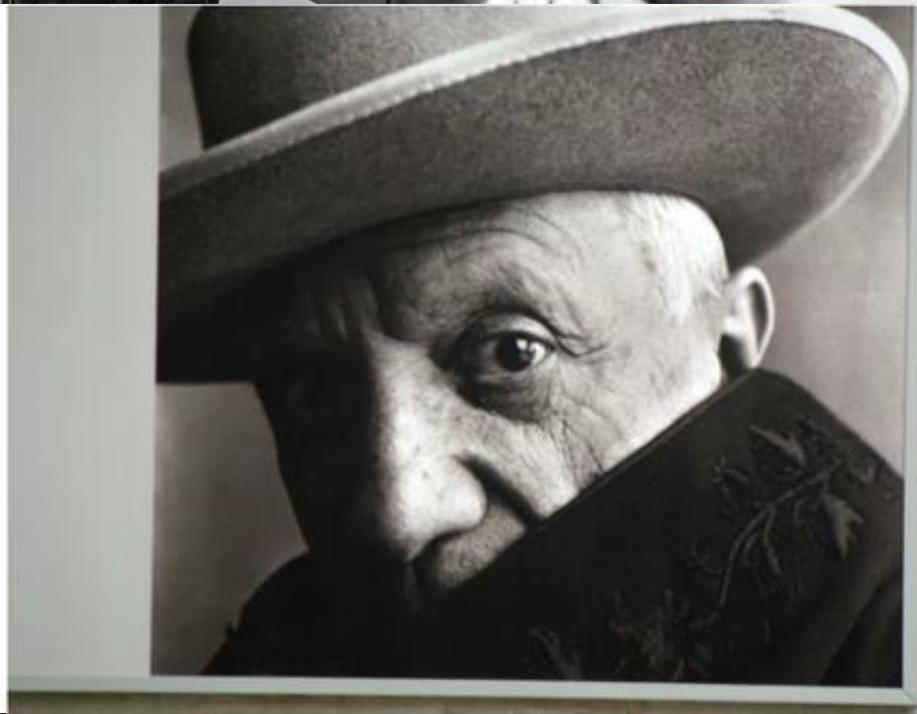
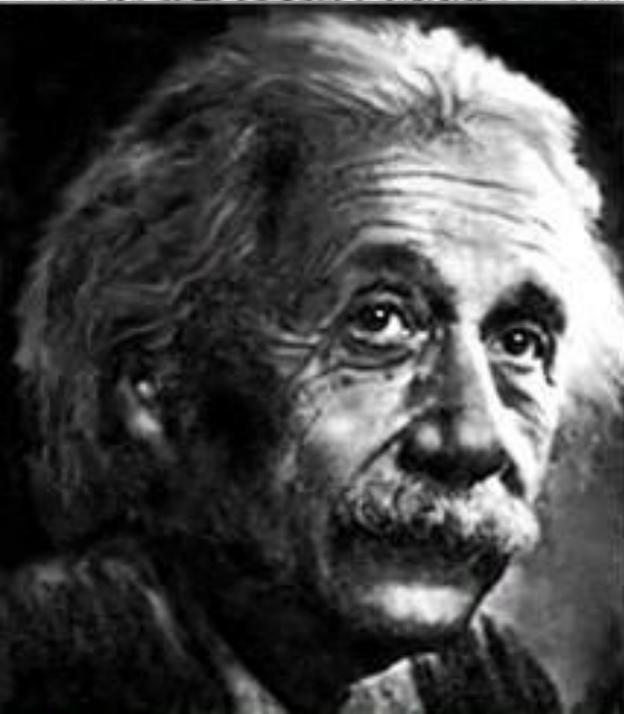
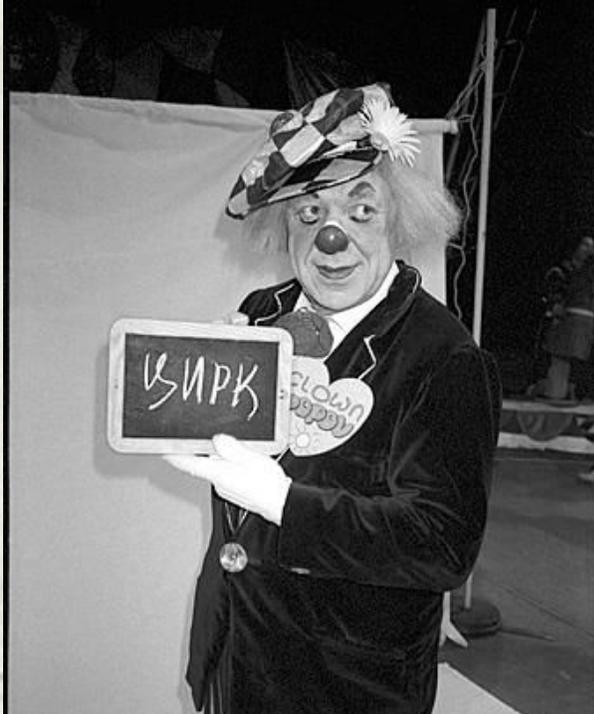
uno stato
d'animo

Geoff Marée

Domanda

Quali modelli creativi hai?





TECNICHE CREATIVE

TEMA 3



Tecniche creative

Sfidare i presupposti

Analogia

Un altro punto di vista

Supereroe

Analogia personale

Lampo di genio

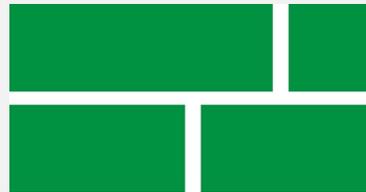
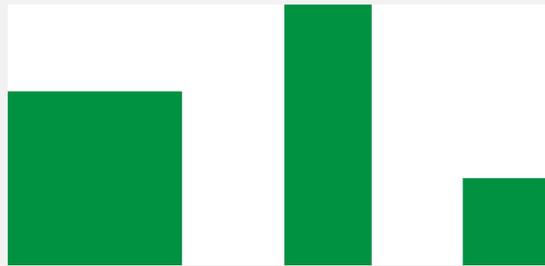
Incubazione

Scenario fantasy

Sfidare i presupposti

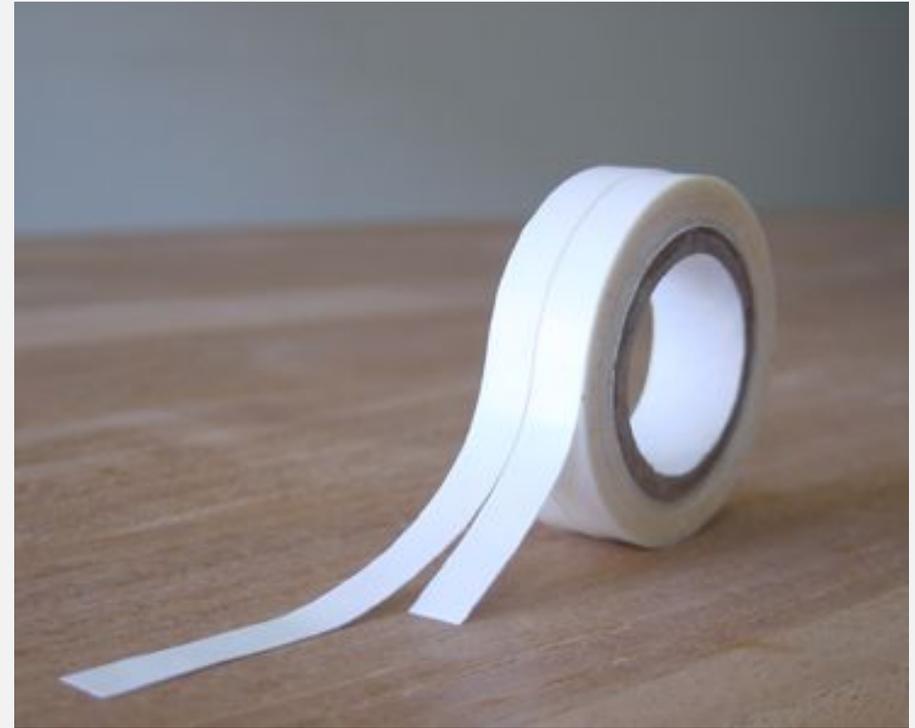
Rintracciali e sfidali

Come organizzare queste forme in una forma complessiva facile da descrivere?



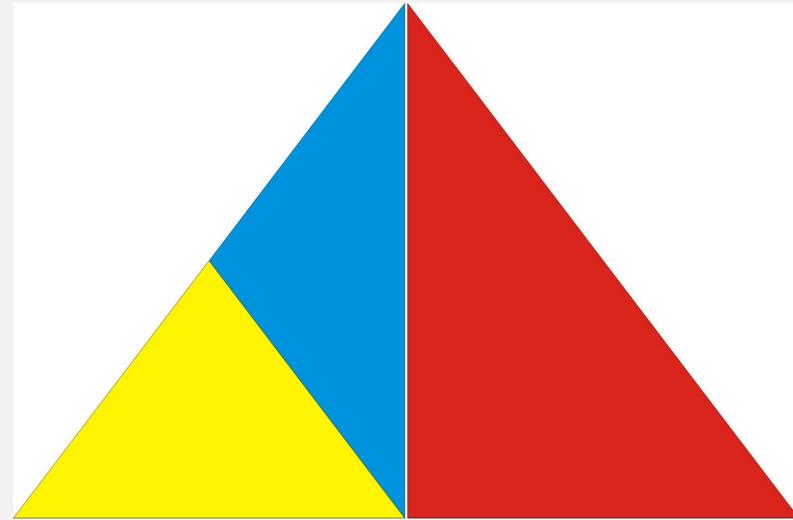
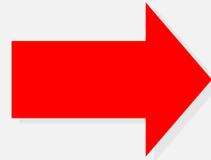
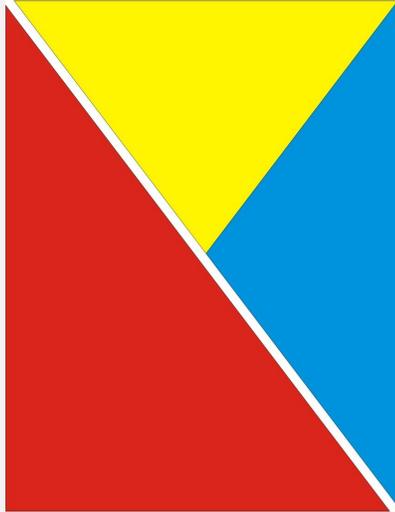
Analogia

Dita di rana



Scegli da un altro punto di vista

Dividi un triangolo in tre parti in modo tale che le parti possano essere rimesse insieme per formare un rettangolo o un quadrato ...



Supereroe

*Come risolverebbe il
problema Spiderman?*

O Trump?

*O Cher,
o.....?*

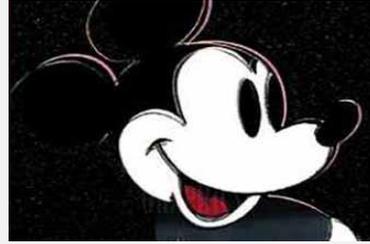


Analogia personale

esempio: piattello

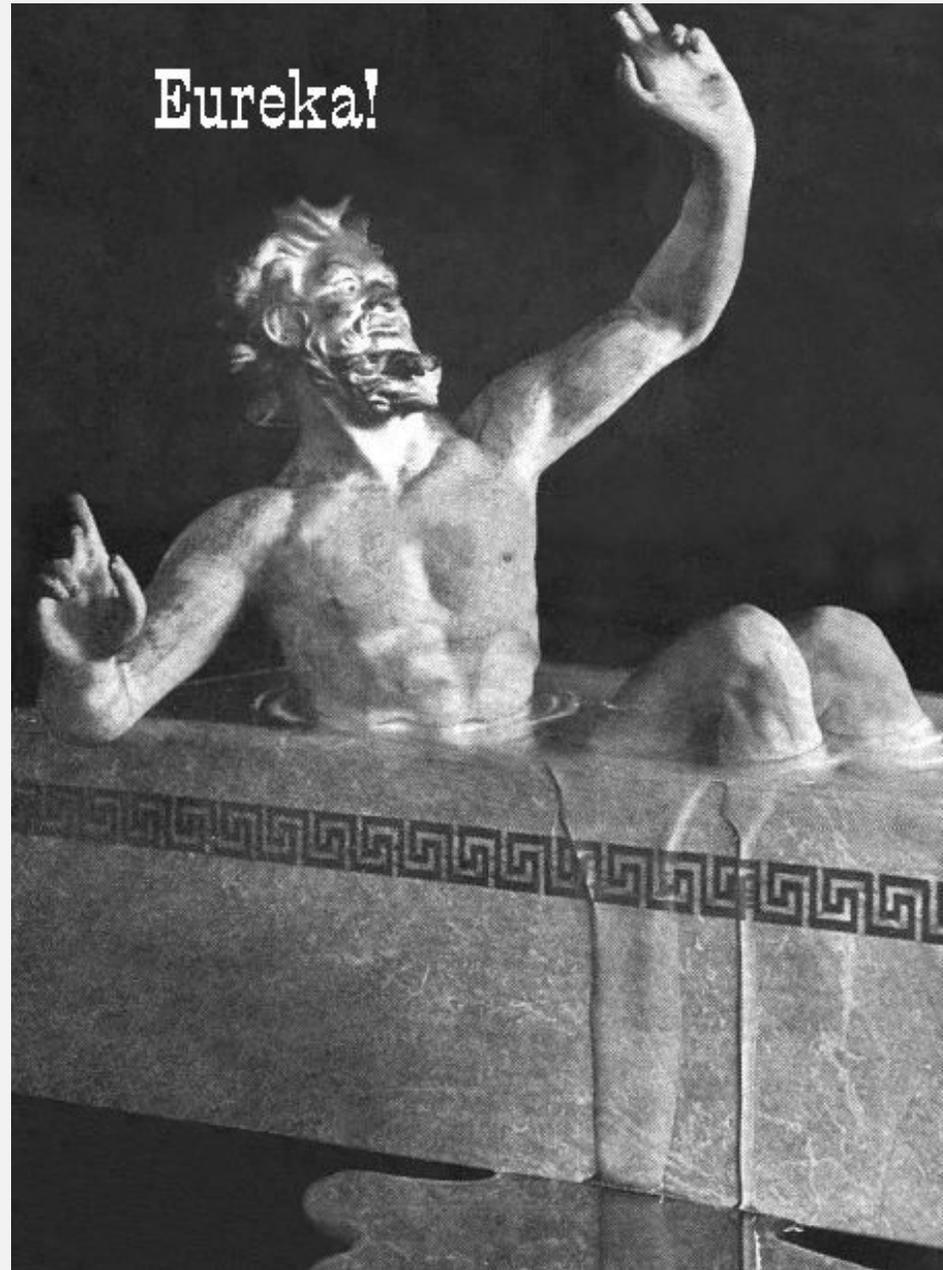


Lampo di genio



*montagna, birra, scimmia,
Venerdì, \$, forte, blu, casa, stanco,
1984, Amsterdam,
supercalifragilistichepsiralidoso,
Hopmans, €, ospedale,
Mamma, o....*

Incubazione



Scenario fantasy



Chindogu



Società Chindogu ;
<http://chindogu.com/chindogu/>



TECNICHE CREATIVE NEI PROCESSI DI GRUPPO

FACILITARE, DISCUTERE, BRAINSTORM,
GENERARE AND VALUTARE IDEE, CREAZIONE
E DESIGN

L'essenza del World Café

Lo scopo di ogni World Cafè è facilitare il dialogo per grandi gruppi.

Il primissimo World Café fu il risultato spontaneo di un incontro a casa di Brown e Isaacs in California nel 1995.

Secondo i suoi fondatori è “più di un metodo, un processo o una tecnica— è un modo di pensare e stare insieme radicata in una filosofia di leadership conversazionale”.

- Il World Café è basato su **sette principi di progettazione**:

- (1) stabilire un contesto chiaro (cioè il motivo e l'obiettivo della riunione devono essere chiari);
 - (2) Creare uno spazio ospitale;
 - (3) Esaminare questioni rilevanti;
 - (4) Incoraggiare il contributo di tutti;
 - (5) Connettere diverse prospettive;
 - (6) ascoltare insieme i modelli e le intuizioni;
- E (7) condividere scoperte collettive.



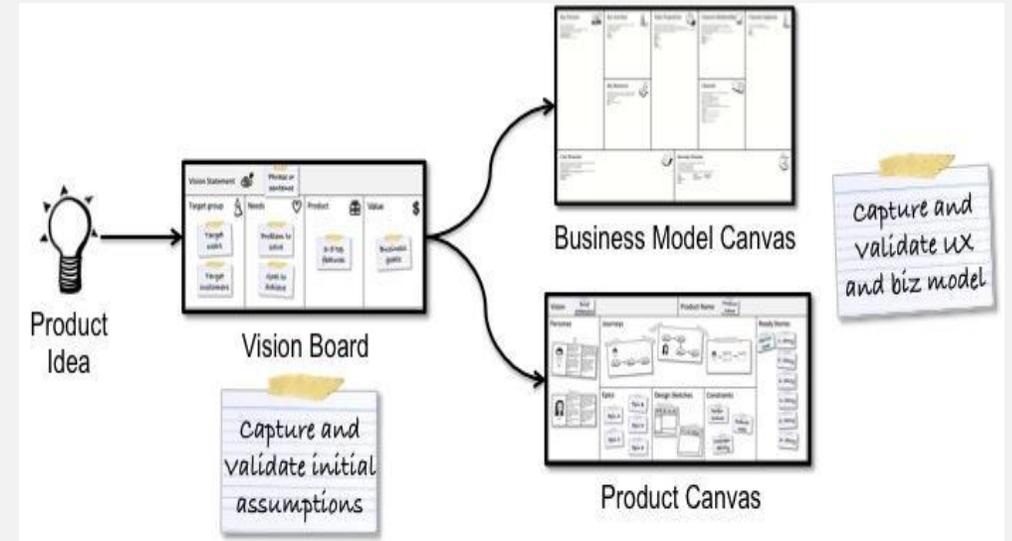
World Café

L' Idea Canvas

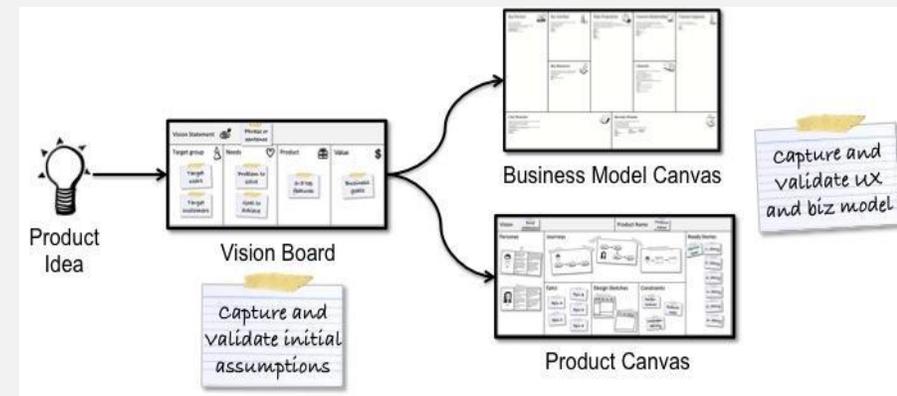
uno strumento di progettazione che aiuta i partecipanti al workshop a esprimere la loro storia (la storia da raccontare non è necessariamente quella di un utente finale del servizio specifico);

si raccomanda di includere i membri del personale/dipendenti del fornitore di servizi e possibilmente anche altre parti interessate

È uno strumento per descrivere, analizzare e (fare un primo passo per) risolvere i problemi.



L' Idea Canvas

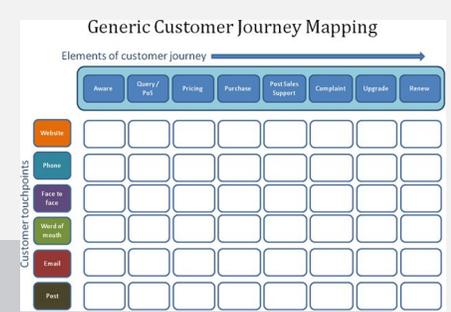


Un'Idea Canvas è una grande tela (o un pezzo di carta) che invita i partecipanti a raccontare la loro storia chiedendo loro di inventare un titolo/slogan per la storia, una descrizione degli eroi della storia, una trama, una scena finale, punti salienti, drammi, un lieto fine e persino oggetti di scena.

È un processo iterativo: gli oggetti di scena vengono aggiunti o rimossi a seconda dei drammi e dei punti salienti. I personaggi possono essere aggiunti o eliminati nel processo, ecc.

Offre l'opportunità di presentare e confrontare diverse **direzioni concettuali** in modo chiaro e **semplice.**

Mappatura del viaggio del cliente



La mappatura del viaggio del cliente è una tecnica usata per **informarsi sull'esperienza del cliente customers' mentre sta realmente "utilizzando" un servizio.**



Questo rivela i bisogni e i desideri dei clienti in un modo che non sarebbe possibile attraverso un'intervista standard in stile domande e risposte.



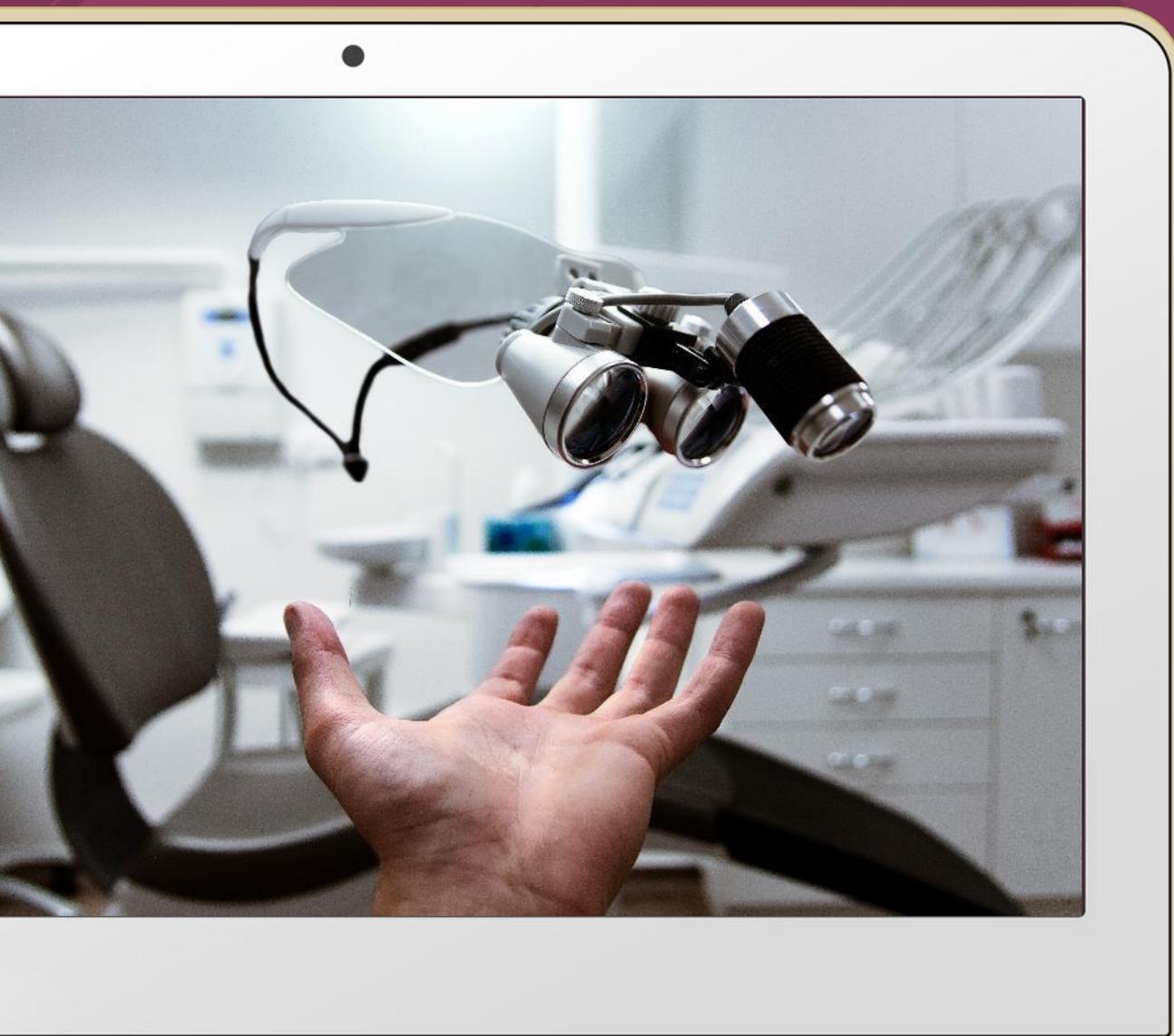
Uno studio del viaggio del cliente può essere usato per informarsi sul processo primario dell'esperienza del cliente (es. la visita ad un parco a tema o la partecipazione ad un concerto) così come sul processo secondario (es. Il check-in e l'imbarco su un aereo). I risultati possono essere usati per migliorare the l'esperienza di uno specific prodotto/servizio.

L'approccio a quattro passi:

- Acquisizione delle Intuizioni del cliente,
- Sviluppo del concetto,
- implementazione e misurazione della linea di base,
- garantire una nuova politica e un follow-up attraverso la misurazione costante della soddisfazione del cliente (quantitativa).



Mappatura del viaggio del cliente



DOMANDE?

WE GET project n. 2020-1-NL01-KA204-064559

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

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

Bibliografia 1

- ❖ Promuovere le donne imprenditrici
https://ec.europa.eu/growth/smes/supporting-entrepreneurship/women-entrepreneurs_en
- ❖ Creatità: La necessità del gioco finto nello sviluppo del bambino. (n.d.). Il post creativo. Recuperato il 14 Maggio, 2014, da http://www.creativitypost.com/education/the_need_for_pretend_play_in_child_development
- ❖ <https://www.coursera.org/learn/creative-thinking-techniques-and-tools-for-success>
- ❖ https://www.ownr.co/blog/what-is-entrepreneurship/#Entrepreneurship_Definition
- ❖ Chindogu <https://www.tofugu.com/japan/chindogu-japanese-inventions/>
- ❖ Esercizi creative https://www.mindtools.com/pages/article/newCT_02.htm e <https://www.skillsconverged.com/FreeTrainingMaterials/tabid/258/articleType/ArticleView/articleId/982/Creativity-Exercise-Introducing-Random-Associations.aspx>
- ❖ Tutte le immagini hanno il luogo da cui sono state recuperate o sono foto personali o immagini PowerPoint installate

Bibliografia 1

- ❖ Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Generazione del modello di business. John Wiley & Sons.
- ❖ Generazione idea di business: <https://www.viima.com/blog/idea-generation>
- ❖ Taking Your Business to the Next Level – An Essential Step-by-Step Success Plan for Small Business di Frances McGuckin (Sourcebooks, Inc.)
- ❖ International Entrepreneurship in Small and Medium Size Enterprises- Orientation, Environment and Strategy di Haid Etemad (The McGill University International Entrepreneurship Series)
- ❖ Essentials of International Management: A Cross-Cultural Perspective di David C. Thomas (Sage Publishers)
- ❖ Kuratko, Donald F. and Richard M. Hodgetts, Entrepreneurship: A Contemporary Approach, Fifth Edition, South-Western, 2001 ISBN 0-03-019604-3
- ❖ Council Recommendation on Key Competences for Lifelong Learning COM(2005)548
- ❖ Promuovere l'imprenditorialità femminile
https://ec.europa.eu/growth/smes/supporting-entrepreneurship/women-entrepreneurs_en
- ❖ https://www.ownr.co/blog/what-is-entrepreneurship/#Entrepreneurship_Definition

Bibliografia 2

- ❖ Social Impact Strategy: Tools for Entrepreneurs and Innovators, University of Pennsylvania
<https://www.coursera.org/lecture/social-impact/4-3-business-models-along-the-business-model-spectrum-17tQ3>
- ❖ Growth mindset versus Fixed mindset Dweck, C., 2016. What having a “growth mindset” actually means. *Harvard Business Review*, 13, pp.213-226.
<https://leadlocal.global/wp-content/uploads/2016/12/Dweck-What-Having-a-%E2%80%9CGrowth-Mindset%E2%80%9D-Actually-Means-HBR.pdf>
- ❖ Il serbatoio del benessere
<https://www.robertsoncooper.com/blog/how-different-aspects-of-your-work-and-life-can-affect-your-wellbeing-reservoir/>
- ❖ PESTLE Analisi <https://pestleanalysis.com/what-is-pestle-analysis/>
- ❖ Modello d'affari <https://aim.gov.in/pdf/Business-pitch-template.pdf>
- ❖ Le migliori qualità di leadership <https://2021.ai/top-10-critical-leadership-skills/>

thank
you