



ENTRE**COMPEDU**

**Modulo 2:**

## **Approfondimento 2.2 Pianificare un progetto imprenditoriale**



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



EntreCompEdu is 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.



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

# Contenuto

Approfondimento 2.2

<b>Pianificare un progetto imprenditoriale .....</b>	<b>3</b>
Fase 1: Esplorare – Qual è il problema? .....	3
Fase 2: Arricchire –Quali sono le opzioni? .....	6
Fase 3: Attuare - Come trasformare la nostra idea in azione? .....	10
Fase 4- Valutare – Abbiamo creato qualcosa di valore? .....	13



## Pianificare un progetto imprenditoriale

Il modello 4E accompagna gli studenti attraverso ogni fase di un progetto "tipico". E in ogni fase ci sono opportunità per gli studenti di mostrare le loro competenze.

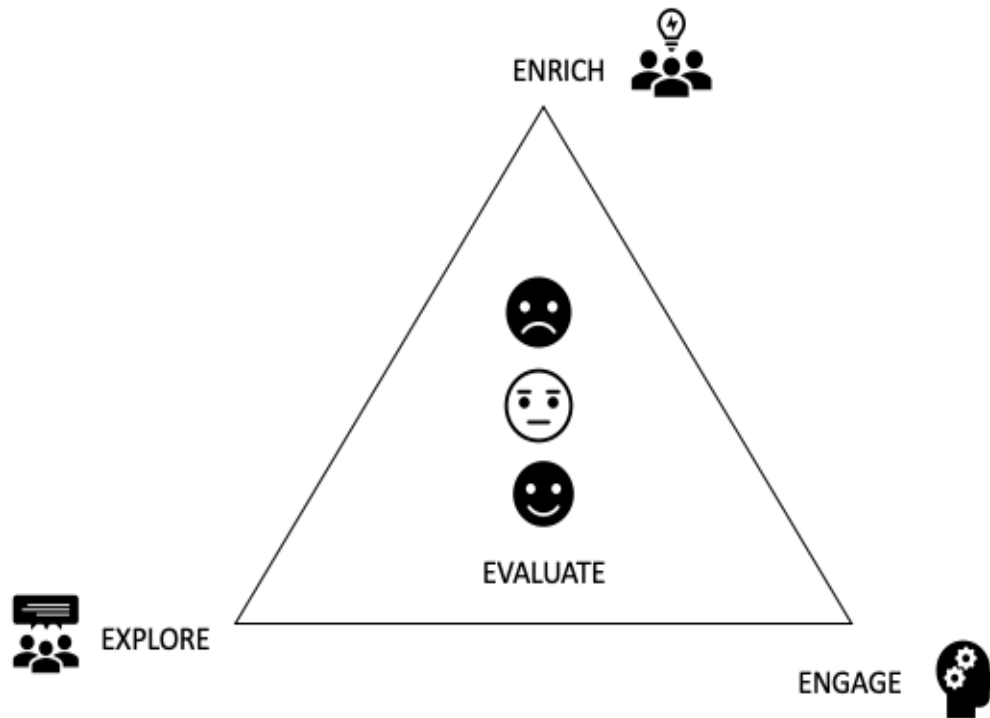


Figura 2.2.1 Il modello 4E per la pianificazione dell'apprendimento delle competenze imprenditoriali

### Fase 1: Esplorare – Qual è il problema?

La maggior parte dei progetti nel mondo imprenditoriale reale nasce con il tentativo di concettualizzare il problema. Spesso si suppone che tutti comprendano il significato della parola "problema". Quando qualcuno grida "Qual è il tuo problema?", di solito non è un grido positivo. Nel mondo imprenditoriale, tuttavia, i problemi sono benvenuti in quanto generano un potenziale business.

A volte, la sfida consiste nell'identificare esattamente qual è il problema principale, poiché possono esserci diversi problemi annidati insieme.



In questa fase si tratta anche di esplorare le possibili soluzioni. A volte, per dare una soluzione, il problema deve essere capovolto. Rod Judkins cita l'esempio di una società di immersioni subacquee costretta ad affrontare il fallimento a causa degli squali che hanno infestato la zona. Così, Judkins ha suggerito ai proprietari di aprire la prima scuola di immersione estrema al mondo.<sup>1</sup>

Nella fase di esplorazione, il ruolo dell'insegnante è quello di catturare l'interesse degli studenti. Il nostro istinto è quello di credere che se abbiamo qualcosa di importante da condividere, gli studenti ci ascolteranno. Purtroppo, questo istinto è sbagliato. Nella vita, in generale, le persone non prestano attenzione nemmeno alle informazioni che potrebbero potenzialmente salvare la loro vita. Per esempio, la prossima volta che prendi un volo guardati intorno e vedrai quanti passeggeri ascoltano gli annunci sulla sicurezza prima del volo. Per questo motivo molte compagnie aeree cercano di trasmettere queste informazioni essenziali in modo creativo, dai cartoni animati alla stand-up comedy. Questi nuovi annunci attirano maggiormente l'attenzione perché attivano le emozioni positive delle persone, che è un principio fondamentale per attirare l'attenzione.<sup>2</sup>

Ciò significa che, per catturare l'interesse degli studenti, è necessario pensare in modo creativo fin dai primi minuti di una lezione. Gli insegnanti esperti usano diverse "tecniche" per attirare l'attenzione degli studenti.

Vedi il riquadro 2.2.1 qui sotto.

---

<sup>1</sup> Judkins, R. (2015) *The Art of Creative Thinking*, Hodder & Stoughton.

<sup>2</sup> Sharot, T. (2018) *The Influential Mind*, Abacus.



1. Notizie locali
2. Una domanda o un problema di attualità
3. Un dilemma etico
4. Un'osservazione di passaggio su un aspetto dell'ambiente scolastico
5. Una questione scottante all'interno della comunità
6. Un artefatto come un giocattolo rotto - Charles Lazarus, fondatore di Toys R Us, è stato ispirato da una bambola rotta
7. Una sfida ad es. "Se potessi cambiare una cosa di questa classe, quale sarebbe e perché?"
8. Estratto di una lettera di reclamo sul giornale su un servizio che deve essere migliorato
9. Un puzzle
10. Un oggetto (naturale o fabbricato)
11. Un capo di abbigliamento
12. Utensili per la casa
13. Un liquido
14. Video o audio
15. Un suono, una canzone o una melodia
16. Uno slogan pubblicitario
17. Un dipinto o un'altra opera d'arte
18. Un materiale riciclato
19. Un materiale upcycled
20. Un racconto o una poesia
21. Un indovinello o una barzelletta
22. Titoli di giornale
23. Una domanda aperta ad es. 'Mi chiedo come funziona?'
24. Un'animazione o un cartone
25. Una situazione - 'Cosa faresti se fossi al mio posto?'

*Riquadro 2.2.1 Possibili agganci per coinvolgere gli studenti in opportunità di apprendimento delle competenze imprenditoriali*



È inoltre necessario attingere agli interessi degli studenti e, ove possibile, metterli in relazione con il prodotto o il servizio che deve essere migliorato. Molte nuove idee nascono da piccole modifiche a quelle già esistenti. In questo modo gli studenti devono essere spinti a vedere con uno sguardo diverso ciò che li circonda.

Qualunque sia il punto di partenza, deve avere una certa rilevanza nell'agire come punto d'innescio per la soluzione dei problemi imprenditoriali. Una volta che gli studenti sono "agganciati", potresti incoraggiarli a formulare una dichiarazione di problema, ad esempio

Il problema che stiamo cercando di risolvere è..." o "Il problema che stiamo esplorando è..." Una pianificazione ponderata dovrebbe allinearsi al problema per raggiungere gli scopi e gli obiettivi di apprendimento o i risultati previsti. In altre parole, il problema è il contesto entro il quale gli studenti dovrebbero essere in grado di dimostrare conoscenza, comprensione e abilità (competenze imprenditoriali).

## Fase 2: Arricchire –Quali sono le opzioni?

La seconda fase coinvolge gli studenti che lavorano in gruppo per discutere su come potrebbero aggiungere valore.

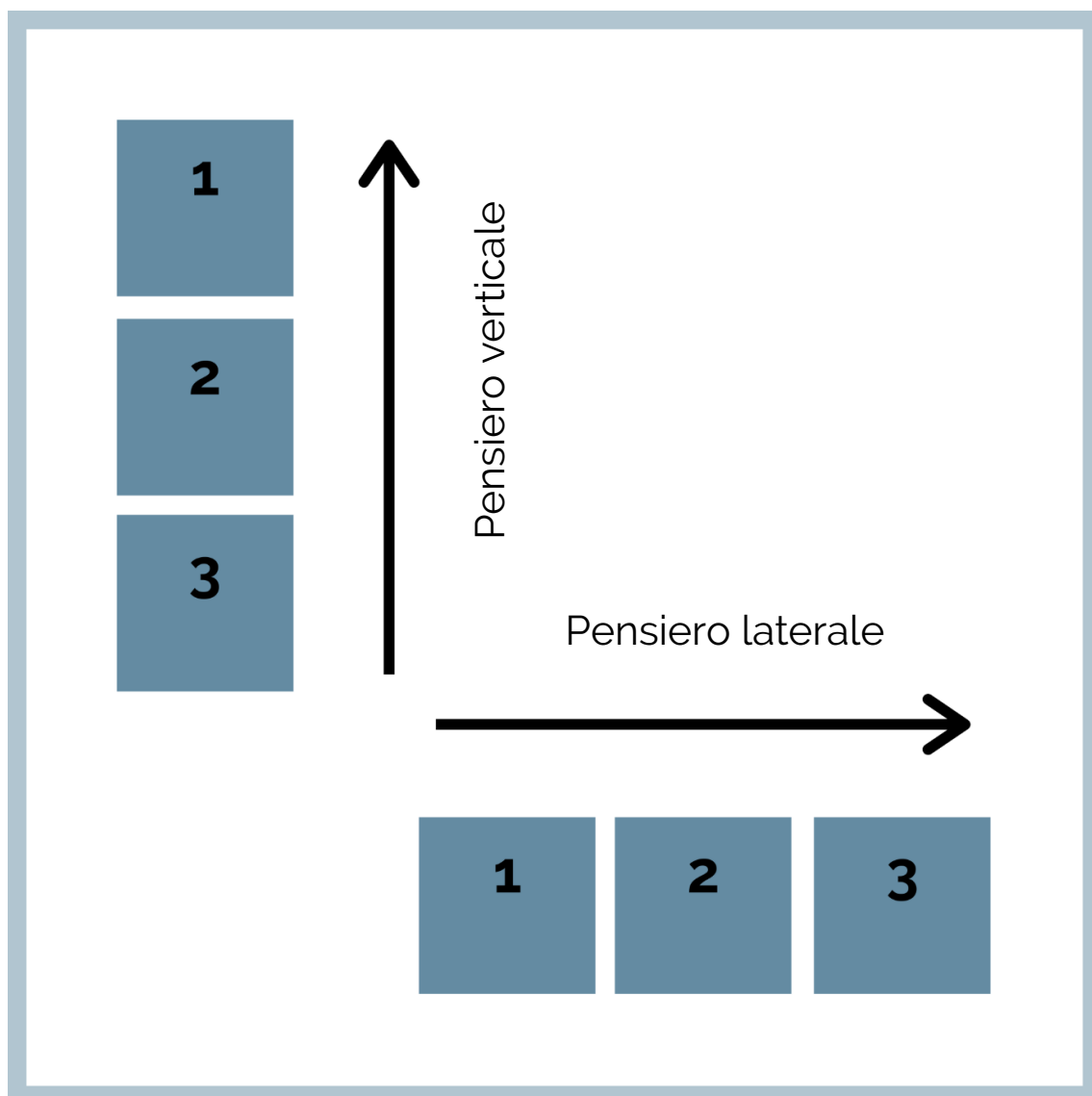
La fase di arricchimento consiste nell'incoraggiare gli studenti ad individuare le opportunità. Edward de Bono (1970) ha coniato la frase 'pensiero laterale' per descrivere il processo di esplorazione dei vari modi di guardare alle cose (Figura 2.2.1). Piuttosto che cercare la migliore risposta possibile, simile al pensiero verticale, de Bono ha suggerito di esplorare il maggior numero possibile di approcci diversi.<sup>3</sup> Nella ricerca naturale di alternative, ci fermiamo all'approccio più promettente. Nel pensiero laterale, ogni approccio promettente è riconosciuto,

---

<sup>3</sup> De Bono, E. (1970) Lateral Thinking, Penguin.



ma la ricerca continua e include idee che in superficie possono essere considerate irragionevoli. Per de Bono, ciò che conta è allentare il processo di pensiero in modo che sia meno rigido e più fluido. Anche se la ricerca si rivela una perdita di tempo, essa comunque sviluppa l'abitudine di cercare alternative piuttosto che accettare ciecamente l'approccio più ovvio. Anche la nozione di Anna Craft di "pensiero delle possibilità" è rilevante in questo caso, immaginando mondi diversi attraverso domande "E se...?"



*Figura 2.2.2 Pensiero verticale e laterale (secondo De Bono, 1970).*



Il punto è che nulla è perfetto in questo mondo. Tutto può essere migliorato. Come suggerisce Rod Judkins "Se qualcosa non ha bisogno di essere migliorato, miglioralo". Il miglioramento potrebbe riguardare il modo in cui le cose vengono fatte, cioè il metodo, piuttosto che il contenuto stesso.<sup>4</sup>

La tecnica SCAMPER di Bob Eberle è una delle più utili nel supportare gli studenti in modo che possano concentrarsi sugli aspetti di qualcosa che potrebbe aver bisogno di essere migliorato. SCAMPER si basa sull'idea che le cose che sono nuove, sono in realtà modifiche di ciò che esiste attualmente attraverso l'applicazione di uno o più dei seguenti elementi:

**(S) substitute (sostituire)**

**(C) combine (combinare)**

**(A) adapt (adattare)**

**(M) modify (modificare)**

**(P) put to another use (utilizzare in un altro modo),**

**(E) eliminate (eliminare)**

**(R) reverse (invertire)**

Prendiamo come esempio la combinazione. Il pensiero imprenditoriale comporta la formazione di nuove combinazioni. Steve Jobs una volta ha descritto la creatività

---

<sup>4</sup> Judkins, R. (2015) *The Art of Creative Thinking*, Sceptre.



come "collegare le cose".<sup>5</sup> Quando ha lanciato il nuovo iPhone nel 2007, è stato soprannominato dai blogger "Jesus phone" per le sue caratteristiche miracolose. In realtà, la maggior parte dei componenti erano già in uso all'inizio degli anni Novanta - l'iPhone li ha combinati in un'unica unità economica (per alcuni).

Il processo di realizzazione di questi collegamenti può essere insegnato agli studenti. Supponiamo che tu abbia lavorato nel settore della pubblicazione di libri e voglia esplorare nuovi mercati. Potresti iniziare elencando le tue variabili e i componenti chiave sotto ognuno di essi (Riquadro 2.2.2):

Prodotti	Mercati	Tecnologia	Funzioni	Servizi
Riferimento	Librerie	Stampa	Informazione	Club del libro
CD_ROM	Industria	Modulare	Formazione	Website
Libri di testo	Università	Audio	Istruzione	Laboratori
E-book	Vendite Online	Internet	Risorse	

*Riquadro 2.2.2 Indice di componenti chiave*

Producendo un indice delle parole chiave è possibile esplorare nuove combinazioni, ad esempio libri di riferimento-università-intranet-informazioni.

Qualcosa di simile a SCAMPER è sostenuto da Brandt, un neuroscienziato, e da Eagleman, un acclamato compositore. Entrambi suggeriscono che tutte le innovazioni possono essere ricondotte alle 3 B: **blend(fondere), bend(piegare) e break(rompere)**. Si dice che queste siano lo specchio del modo in cui funziona il nostro cervello.

---

<sup>5</sup> Citata per Brandt, A. and Eagleman, D. (2017) *The Runaway Species*, Canongate, p.37.



Durante la fase di arricchimento, gli studenti hanno bisogno di tempo per discutere le loro idee. Nella storia le buone idee, i momenti di ispirazione o di Eureka! sono molto rari. Le idee spesso si sono sviluppate lentamente e in maniera discontinua, mentre i creatori di successo intrattenevano un dialogo continuo con il loro lavoro. Lottavano con le loro idee - selezionando, combinando, aggiungendo, rimuovendo, capovolgendo e stravolgendo le idee. <sup>6</sup>

Le buone idee richiedono tempo per svilupparsi. Una rassegna storica di 14 delle più significative innovazioni della società ha rilevato che il tempo medio è stato di 39 anni dal concepimento all'adozione da parte del pubblico. L'automobile ha la durata più lunga di 70 anni, mentre le batterie al litio, i bancomat e i telefoni cellulari hanno la durata più breve. <sup>7</sup> Le idee degli studenti sono probabilmente più modeste per cui, quando si pianifica una discussione di questo tipo, è importante che gli insegnanti diano agli studenti il tempo e lo spazio per condividere le loro idee, apportare cambiamenti ed effettuare le ricerche necessarie.

### Fase 3: Attuare - Come trasformare la nostra idea in azione?

La fase prevede la selezione delle idee migliori da parte degli studenti e un successivo lavoro per realizzarle al meglio, stabilendo una chiara visione e un piano. Gli studenti possono essere invitati a redigere una tavola di pianificazione per mostrare la sequenza della loro idea, dal concepimento alla sua adozione e i passaggi coinvolti lungo il percorso. In questo modo, gli studenti possono discutere le possibili sfide, i costi e i limiti, nonché i risultati previsti. Nel mondo imprenditoriale, non è raro che gli imprenditori passino da una prima idea perché per qualche motivo non funziona; forse non è scalabile o il feedback su un elemento o l'altro è troppo negativo.

---

<sup>6</sup> Sawyer, K. (2013) *Zig Zag: The Surprising Path to Greater Creativity*, Jossey Bass.

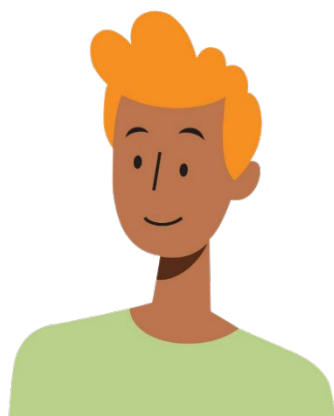
<sup>7</sup> Hanna, R. Et al (2015) *UKERC Technology and Policy Assessment Innovation timelines from invention to maturity*, UKERC.



Le idee inutilizzate dovrebbero essere conservate perché potrebbero rivelarsi preziose, ad esempio come punti di innesco per altri progetti. Vale la pena ricordare agli studenti le idee che inizialmente erano state rifiutate e che successivamente si sono trasformate in servizi o prodotti di grande successo. È importante soprattutto per l'autostima degli studenti, le cui idee non vengono sostenute in questa fase.

Una volta che le idee sono state discusse, è necessario concentrarsi su quelle che vale la pena perseguire per il loro potenziale valore. È importante che gli studenti riflettano sul perché le idee si diffondono. L'influenza sociale o il passaparola è particolarmente importante nella velocità con cui le idee "diventano virali". È più probabile che i medici prescrivano un nuovo farmaco se sanno che altri medici lo hanno prescritto. Una recensione a cinque stelle su amazon.com porta a circa venti libri venduti in più rispetto a una recensione a una stella. Le persone hanno più probabilità di smettere di fumare o di perdere peso se lo fanno i loro amici.

Berger (2014) sottolinea che, per diventare virali, le cose non devono necessariamente essere interessanti o nuove (contrariamente a quanto si potrebbe pensare). Distingue tra passaparola immediato e continuo (prodotti e servizi di cui si continua a parlare per settimane e mesi). Per la maggior parte dei prodotti o delle idee, è il passaparola continuo che conta. Ad esempio, una campagna anti-bullismo deve essere sostenuta fino a quando il bullismo non viene eliminato.

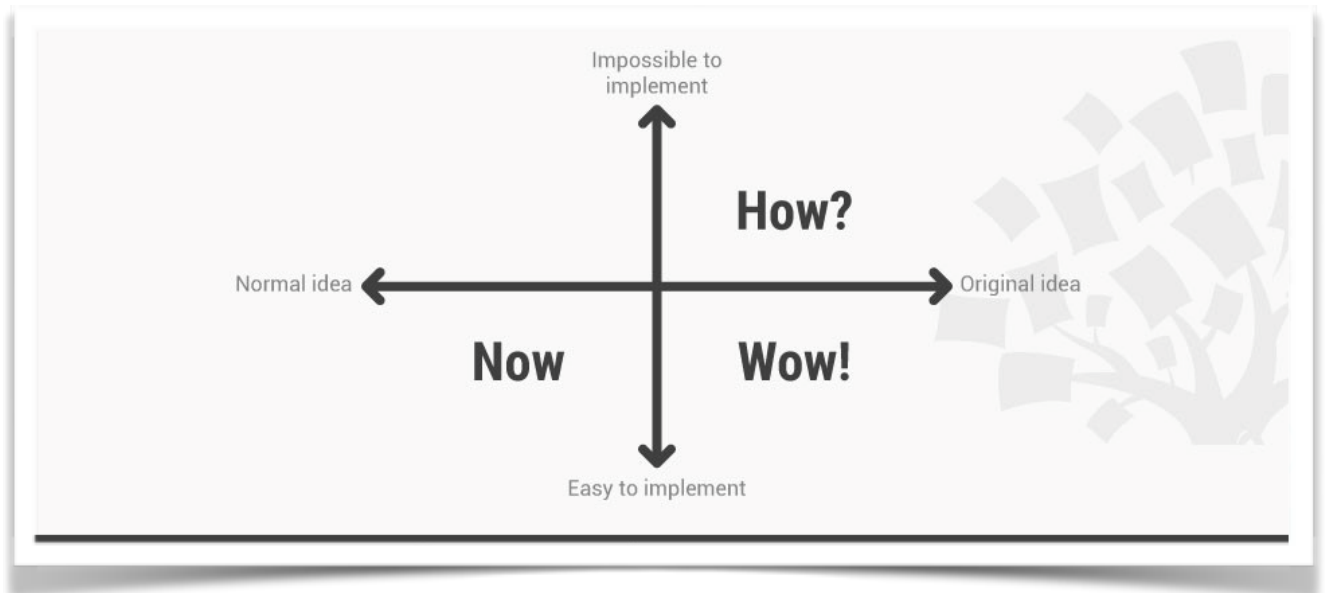


Il Metodo delle quattro categorie (Figura 2.2.3) viene usato per dividere le idee nella loro relativa astrattezza, che va dalla scelta più razionale alla più attraente ('deliziosa'), a quella amata e a lunga durata.



Figura 2.2.3 Metodo delle quattro categorie<sup>8</sup>

Il metodo Now How Wow viene usato per giudicare la fattibilità di un'idea (Figura 2.2.4). Gli studenti collocano sulla griglia dei punti adesivi colorati, ognuno dei quali rappresenta una delle categorie, per rappresentare la posizione delle idee sulla scala.



<sup>8</sup> Fonte: <https://www.interaction-design.org/literature/article/how-to-select-the-best-idea-by-the-end-of-an-ideation-session>

Figura 2.2.4 Metodo Now How Wow<sup>9</sup>

### Attività - Design thinking

Visita il sito web della [Interaction Design Foundation](https://www.interaction-design.org) e leggi i loro suggerimenti di design thinking su come selezionare l'idea migliore entro la fine di una sessione.

Puoi scaricare una guida più dettagliata e modelli gratuiti come il Metodo delle Quattro Categorie e la matrice Now Wow How.

#### Fase 4- Valutare – Abbiamo creato qualcosa di valore?

La valutazione consiste semplicemente nel valutare il valore di qualcosa. La valutazione dovrebbe passare attraverso l'esperienza di apprendimento imprenditoriale, piuttosto che essere vista come una fase separata e limitata solo alla fine del processo. L'obiettivo principale è quello di far riflettere gli studenti su come la loro idea potrebbe fare la differenza per gli utenti finali e quali prove potrebbero sostenere questa linea di pensiero. Gli studenti dovrebbero essere incoraggiati a fare ricerche e a rivedere la loro idea, a seconda di ciò che l'evidenza rivela. Bisognerebbe insegnare loro come raccogliere e interpretare le prove, per esempio, attraverso sondaggi, questionari, interviste, osservazioni e uso delle tecnologie.

---

<sup>9</sup> Fonte: <https://www.interaction-design.org/literature/article/how-to-select-the-best-idea-by-the-end-of-an-ideation-session>



Si possono elaborare semplici moduli di criteri per incoraggiare gli studenti a presentare e difendere le loro idee di fronte ad un consiglio. Gli studenti possono considerare chi potrebbe essere in grado di offrire un feedback e quale forma dovrebbe assumere, ad esempio un breve sondaggio, un'intervista e la creazione dei cosiddetti gruppi di "controllo", dopo di che gli studenti dovrebbero tornare ai loro piani per apportare le modifiche necessarie in base ai feedback ricevuti.

È importante che gli studenti comprendano che spesso la valutazione è un'attività relativa e una questione di valore personale e di soggettività. Mentre possiamo insegnare agli studenti a giudicare il merito di qualcosa attraverso semplici liste di controllo che mostrano criteri di valutazione oggettivi, le emozioni giocano un ruolo importante nel determinare il valore delle cose.

Per valutare le loro idee gli studenti possono utilizzare o elaborare le proprie liste di controllo.



Supponiamo che si invitino gli studenti a inventare una nuova sedia nell'ambito di una ristrutturazione della biblioteca scolastica. I criteri oggettivi potrebbero includere: "Ha quattro gambe?" o "Rientra nel budget?", ma deve soddisfare anche determinati criteri estetici che si riducono all'opinione personale. Nella scelta finale entra inevitabilmente in gioco una serie di criteri oggettivi e sentimenti soggettivi.

La tabella 2.2.1 include esempi di suggerimenti in ogni fase del modello. Quelli scelti potrebbero essere esposti sulla bacheca dell'aula ed essere consultati durante la lezione.



Fase	Suggerimenti per gli insegnanti	Possibili strategie	Collegamenti ad altre competenze
<b>Esplorare e Definire il problema o la questione</b>	<p>Qual è il problema o la questione?</p> <p>...con il nostro pensiero</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Qual è esattamente il problema o la questione?</li> <li>• Perché non è stato risolto prima?</li> <li>• Cosa ne sappiamo?</li> <li>• Quali sono i fatti e le cifre che sappiamo di X?</li> <li>• Quali prodotti/servizi simili (concorrenza) esistono?</li> <li>• Cosa hanno fatto gli altri in precedenza?</li> <li>• Cosa dicono le ricerche su questo prodotto/servizio?</li> </ul> <p>...con i nostri sentimenti</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se non risolviamo il problema, cosa succede? Chi ne risentirà?</li> <li>• In che modo ne risentirà?</li> <li>• I nostri sentimenti cambiano se noi...?</li> <li>• Come potrebbe sentirsi X?</li> <li>• Chi viene più/meno influenzato dal problema?</li> </ul> <p>...con i nostri sensi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cosa si può vedere, sentire, percepire, toccare?</li> <li>• Ci hai mai fatto caso?</li> <li>• Come funziona?</li> <li>• Possiamo mettere queste cose insieme?</li> </ul> <p>...con la nostra immaginazione</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• E se e lo facessimo?</li> <li>• Quale sarebbe la soluzione ideale?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>La tecnica delle 5 W</u></li> <li>• Griglie KWL (Cosa sappiamo, cosa vogliamo imparare e cosa abbiamo imparato)</li> <li>• Dichiarazioni di problemi</li> <li>• Mappe mentali</li> <li>• Routine di pensiero, ad esempio: vedere, pensare, meravigliarsi</li> <li>• Le tecniche di riformulazione, ad esempio, resistono alla parola "ma"... e insistono sul "sì, e..." il più a lungo possibile</li> <li>• Introduzione di tutta la classe, lavoro di gruppo, discussioni in coppia</li> </ul>	<p>3.3 Insegnare attraverso i contesti del mondo reale</p> <p>3.4 Incoraggiare l'autoconsapevolezza e la fiducia in se stessi per sostenere l'apprendimento</p>





Fase	Suggerimenti per gli insegnanti	Possibili strategie	Collegamenti ad altre competenze
Arricchire	<p>Quali sono le nostre opzioni?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Come possiamo migliorare?</li> <li>• Cosa si potrebbe cambiare? Perché?</li> <li>• Cosa manca?</li> <li>• E se capovolgessimo o mettessimo tutto sottosopra?</li> <li>• Chi ci guadagnerebbe o perderebbe?</li> <li>• Chi potrebbe essere interessato alla nostra idea? Perché?</li> <li>• E se guardassimo la cosa in un altro modo?</li> <li>• Cosa si può aggiungere, sostituire, o adattare?</li> <li>• Se cambiamo x (il colore, la misura, la forma, i destinatari) cosa potrebbe succedere?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lavoro di gruppo e discussioni in coppia</li> <li>• visualizzazione delle regole di discussione di gruppo e assegnazione dei ruoli</li> <li>• mettere da parte un "muro di lavoro" per individuare le idee emergenti</li> <li>• l'uso di note adesive codificate a colori (rosso per quelle rifiutate, giallo per le idee "in forse" e verde per quelle "buone" )</li> <li>• Tecnica SCAMPER</li> <li>• 3 Bs: blend, bend or break (fondere, piegare o rompere)</li> <li>• raggruppare o creare collegamenti tra le diverse idee suggerite</li> <li>• visualizzazione della tecnica giornalistica: domande delle 5W e 1H: Who? What? When? Where? Why? and How? (Chi? Cosa? Quando? Dove? Perché? e come?)</li> <li>• domande sull'etica e la sostenibilità, ad esempio: "Quale impatto avrà sugli altri e sull'ambiente?", "È la cosa giusta da fare?", "Potrebbe nuocere a qualcuno?", "Come lo salvaguardiamo?"</li> <li>• Considerare le opinioni degli altri e tutti i fattori (tecniche di de Bono)</li> <li>• Fare ricerca online per vedere se idee simili sono già state menzionate e cosa ci possono insegnare</li> </ul>	<p>3.2 Creare valore per gli altri</p>



Fase	Suggerimenti per gli insegnanti	Possibili strategie	Collegamenti ad altre competenze
Attuare	<p>Come possiamo trasformare la nostra idea in azione?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quali sono i nostri obiettivi principali?</li> <li>• Qual è il nostro piano per raggiungerli?</li> <li>• Cosa dobbiamo fare prima di tutto, secondo, ecc. (priorità)</li> <li>• Cosa si trova fuoritempo?</li> <li>• Cosa succede se qualcosa va storto?</li> <li>• Quali sono i piani di emergenza?</li> <li>• Chi farà cosa? (ruoli e responsabilità per ogni membro del gruppo)</li> <li>• Entro quando?</li> <li>• Di quali risorse abbiamo bisogno?</li> <li>• Quanto potrebbero costare?</li> <li>• Come possiamo tenere il passo?</li> <li>• Quali sono le nostre regole di base per lavorare bene insieme?</li> <li>• Come possiamo garantire che in ogni fase della nostra idea ognuno faccia la sua parte? (accordi di garanzia della qualità)</li> <li>• A cosa dobbiamo pensare nel presentare e comunicare la nostra idea? Che forma dovrebbe assumere questo rapporto? Presentazione in Powerpoint? File audio? App?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lavoro di gruppo e discussioni in coppia</li> <li>• visualizzazione delle regole di discussione di gruppo e assegnazione dei ruoli</li> <li>• Storyboard</li> </ul>	<p>2.1 Fissare obiettivi imprenditoriali che siano etici e sostenibili</p> <p>3.5 Promuovere il lavoro produttivo con gli altri</p>



Fase	Suggerimenti per gli insegnanti	Possibili strategie	Collegamenti ad altre competenze
<b>Valutare</b>	<p>Abbiamo creato qualcosa di valore?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vale la pena di risolvere il problema o di approfondirlo?</li> <li>• Qual è l'idea migliore da portare avanti? Come la spieghiamo?</li> <li>• Abbiamo raggiunto i nostri obiettivi?</li> <li>• Quale valutazione (punteggio, voto) daremmo (a) al nostro lavoro di squadra (b) alla nostra idea?</li> <li>• Come possiamo ottenere un feedback? Da chi?</li> <li>• Cosa succede se questo non funziona?</li> <li>• Quanto ci è costato (tempo, denaro, fatica)?</li> <li>• Ne è valsa la pena per il tempo e gli sforzi?</li> <li>• Ognuno ha fatto la sua parte di lavoro?</li> <li>• Cosa abbiamo imparato?</li> <li>• Cosa faremo di diverso la prossima volta? Perché?</li> <li>• Abbiamo aggiunto valore?</li> <li>• In che modo?</li> <li>• Come facciamo a saperlo?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisi SWOT (Forze, Debolezze, Opportunità, Minacce)</li> <li>• Tecnica PMI (più, meno, interessante)</li> <li>• Due stelle e un desiderio (due punti di forza e un desiderio per la volta successiva - per gli studenti più giovani)</li> <li>• Giuria interna o esterna</li> <li>• Elenchi di controllo e rubriche con criteri</li> <li>• Feedback da potenziali clienti/utenti</li> <li>• Sondaggi e questionari</li> <li>• Metodo delle quattro categorie</li> <li>• Strategia Now How Wow</li> <li>• Storie di "brillanti fallimenti" ed esempi di persone le cui idee sono state rifiutate, ad esempio JK Rowling</li> </ul>	<p>4.2 Feedback di condivisione</p> <p>5.1 Valutazione dell'impatto</p>

