

UF4 - UFCom - Comunicazione efficace e ICT

Obiettivi

L'UF ha l'obiettivo di fornire abilità e strumenti agli studenti specificamente per migliorare le loro performance nelle presentazioni delle loro idee e prodotti, aspetto fondamentale in un contesto competitivo e veloce come quello attuale, in cui è strategico far comprendere in poco tempo e con mezzi efficaci quanto si vuole comunicare. Non si tratta solo di affinare le modalità espositive e di dotarle di tools attuali, ma soprattutto di tener fede al modello DT in cui è indispensabile ricevere feedback dai destinatari del prodotto/servizio progettato, in una maniera non puntuale ma ricorsiva e reiterata, anche in ottica di market-test testando su potenziali *end-users*.

Requisiti di accesso nessuno

Sono previste attività iniziali di recupero di conoscenze di base? No

Durata 56 ore; anche in CLIL

Modalità di valutazione

Al termine del modulo è previsto una performance in cui attivare le abilità acquisite.

Relativamente alle competenze, nei PW gli studenti devono dimostrare durante la presentazione finale di saper applicare le tecniche apprese, anche attraverso strumenti digitali.

Situazioni formative

L'unità si svolge in sessioni di applicazione di tecniche di comunicazione e in presentazione di prodotti. Alla fine di ogni PW è prevista nel modello DT una presentazione di fronte al committente e agli stakeholders. Per poterla effettuare efficacemente gli studenti devono aver svolto una documentazione del processo, una selezione delle informazioni da mostrare, una traduzione di queste in maniera il più possibile visuale e una scelta e utilizzo di strumenti (digitali e non) di effetto e coerenti con il contenuto.

Il modello è rappresentato dai cosiddetti *pitch*: format di presentazione di pochi minuti (max 20), molto attuale, attraverso presentazioni molto visive e coinvolgenti, finalizzate alla promozione del prodotto, in stretta correlazione con logiche di Marketing (impatto sul mercato, *revenue*, posizionamento, *break even point* dell'investimento ecc.) e di Customer Care (legame con vision, mission e personalità, nonché bisogni dei potenziali o reali destinatari).