



# The Human Centered Design School

## Syllabus

# Cos'è

## No blasoni, ma zaino in spalla

(dal Manifesto The HCD School)

Alla The HCD School si impara a progettare prodotti e servizi a partire dalle aspettative e dall'aspirazione delle persone. Per questo saranno prodotti e servizi più competitivi anche sul mercato.

### The HCD School:

- Dà vita a una nuova figura professionale, quella che in un'azienda o un'amministrazione connette la spinta dall'esterno - problemi, bisogni, aspirazioni del mercato e dei clienti - con l'organizzazione interna, attraverso lo **Human Centered Design Strategist**.
- Ribalta la didattica: ogni partecipante costruisce il proprio percorso, che segue insieme al suo team.
- Permette di esercitarsi attraverso un progetto reale, di un'organizzazione reale, che partecipa al lavoro dei team.
- Premia il migliore progetto restituendo ai partecipanti la metà del costo di iscrizione al corso, che è di 3.200 euro + IVA.

# Con chi

## No guru, ma guide esperte e presenti

(dal Manifesto The HCD School)

Ogni iscritto sarà in contatto diretto con il tutor che organizza le attività di ogni docente.

I team saranno creati con l'obiettivo di dare vita a gruppi funzionali al progetto: la collaborazione sarà facilitata dagli strumenti messi a disposizione di ogni singolo team.

Maggiori dettagli sugli aspetti tecnici e operativi verranno forniti prima dell'inizio delle attività formative.

**Coordinatore didattico Maria Cristina Lavazza**

**Maria Cristina Lavazza** (HCD strategist)

**Mantra:** Life is about the people you meet and the things you create with them

**Stefano Dominici** (HCD strategist)

**Mantra:** Le persone passano, le cose che hanno fatto sono quelle che restano, che parlano per loro

**Paolo Lorini** (Product strategist)

**Mantra:** Good Design is Good Business

**Vincenzo Di Maria** (Service designer)

**Mantra:** Be ready to change

**Nicola Bonora** (Content designer)

**Mantra:** What's past is prologue

**Nima Gazestani** (Technology expert)

**Mantra:** Make things, not slides

**Francesca Pannuti** (Brand designer)

**Mantra:** Se puoi sognarlo puoi farlo

**Flavia Rubino** (Strategic marketing designer)

**Mantra:** Things never go as planned, but to get them started you need a plan

# Per chi

## No expertise, ma mente da principianti

(dal Manifesto The HCD School)

**Responsabili della comunicazione, marketing manager, product e business manager, altri ruoli che connettono con l'esterno un'organizzazione: The HCD School è rivolta soprattutto a loro.**

Per arricchire ed espandere le loro competenze verticali verso un mindset e una visione dell'azienda o dell'amministrazione come un insieme connesso, fluido, felice, in cui le persone progettano e realizzano pensando alle persone che sceglieranno e acquisteranno.

Il valore è in processi e sistemi più semplici, scoperta di risorse inaspettate, una voce nuova per parlare al mercato.

# Come

## No mission, ma solo mani in pasta

(dal Manifesto The HCD School)

Solo 12 partecipanti, suddivisi in 4 team, alternano formazione online con i docenti ad attività sul campo. Ogni team ha il suo obiettivo, il suo progetto da tirare su.

**6 mesi**, oltre **144 ore** di attività insieme al gruppo, ai docenti e all'azienda committente. Scegliendo di volta in volta strategia, strumenti, metodi. Anche sbagliando e riprendendo la rotta.

Confrontandosi con l'organizzazione sulle decisioni strategiche e le consegne, con i fornitori per le risorse da mettere in campo, con i clienti finali soprattutto nella fase iniziale di ricerca.

Una giuria dei docenti valuterà il progetto migliore in termini di strategia, processi, collaborazione e idee.

# Programm

# Modulo 1

# Modulo 2

## Apertura e presentazione challenge

**Durata 4 ore**

Nel primo modulo viene introdotto il percorso progettuale, i singoli progetti da affrontare, saranno dettagliati gli argomenti e presentati gli esperti. In questo primo incontro i partecipanti interagiranno così da formare i team di lavoro.

**Imparerete a:** orientarvi nel percorso, conoscere docenti e argomenti, fare squadra con i membri del vostro team.

**Con chi:** Maria Cristina Lavazza, Stefano Dominici

## Identificare la sfida e la strategia di esplorazione

**Durata 14 ore**

Il secondo modulo è dedicato al problem setting, all'identificazione delle sfide da affrontare in ogni singolo progetto, dal coinvolgimento operativo degli stakeholder nella raccolta di bisogni e aspettative, fino all'analisi della sfida e agli ostacoli da affrontare.

**Imparerete a:** scandagliare un progetto, ad identificare e classificare i problemi da risolvere, a coinvolgere i committenti nella definizione condivisa degli obiettivi, a progettare e facilitare sessioni collaborative in remoto e in presenza.

**Con chi:** Maria Cristina Lavazza, Stefano Dominici

# Modulo 3

## Coinvolgere dei destinatari finali

**Durata 10 ore**

Il terzo modulo prevede un'immersione nelle tecniche di ricerca con i destinatari del servizio: dalla strategia alla pratica, dove i partecipanti sperimenteranno la raccolta delle informazioni. La parte finale del modulo è dedicata all'organizzazione dei risultati della ricerca ai fini del progetto.

**Imparerete a:** progettare l'attività di ricerca più indicata per il progetto, elaborare un piano di recruiting, a programmare checklist, materiali e strumenti per andare su campo, a condurre interviste, a gestire le persone durante la ricerca, a raccogliere i risultati.

**Con chi:** Maria Cristina Lavazza, Stefano Dominici

# Modulo 4

## Mappare e rappresentare i risultati della ricerca

**Durata 16 ore**

Il quarto modulo è dedicato alla trasformazione dei risultati in strumenti azionabili come personas, scenari e mappe, dai dati alla rappresentazione semantica e visiva delle informazioni specifiche.

**Imparerete a:** organizzare e classificare i risultati della ricerca, a creare empathy map, personas e scenari, a elaborare ecosystem, touchpoint, customer e opportunity map, a progettare sessioni collaborative per l'elaborazione condivisa di tutti gli strumenti.

**Con chi:** Maria Cristina Lavazza, Stefano Dominici



# Modulo 5

# Modulo 6

## Approfondire argomenti specifici

**Durata 48 ore**

Nel quinto modulo vengono affrontati aspetti specifici di ogni progetto. Gli esperti dei differenti ambiti accompagneranno i partecipanti in approfondimenti verticali inerenti il design di prodotto, di servizio, di contenuto, di brand, tecnologico e onlife. Verranno alternate sessioni plenarie a specifici affiancamenti su richiesta del team: coaching del docente dedicato alla singola sfida progettuale.

**Imparerete a:** affinare la capacità di analisi dei singoli aspetti di un progetto, identificare opportunità e criticità di approfondimento, comprendere quando e cosa deve essere arricchito e supportato da expertise verticali.

**Con chi:** Paolo Lorini, Vincenzo Di Maria, Nicola Bonora, Nima Gazestani, Francesca Pannuti, Flavia Rubino

## Elaborazione delle soluzioni progettuali

**Durata 14 ore**

Il sesto modulo accompagna i partecipanti nell'esplorazione e nella sintesi delle idee più efficaci per il progetto assegnato. Ogni team viene guidato nell'elaborazione e la messa a sistema di quanto prodotto, verificato e convalidato insieme agli esperti.

**Imparerete a:** identificare e raffinare le soluzioni emerse per convogliarle nella costruzione del progetto definitivo. Ad interagire con gli esperti nella comunicazione e la sintesi dei risultati finali. A costruire report e documentazione efficace e coinvolgente.

**Con chi:** Maria Cristina Lavazza, Stefano Dominici

# Modulo 7

# Modulo 8

## Valutazione delle idee

**Durata 14 ore**

Il settimo modulo è dedicato alla presentazione del progetto. Parte della sessione sarà indirizzata alla comunicazione efficace delle informazioni e parte alla rappresentazione del percorso progettuale di ogni singolo team.

**Imparerete a:** presentare e condividere il lavoro condotto attraverso supporti e modalità differenti. Ad elaborare presentazioni, poster, infografiche e narrazioni che catturino l'attenzione dello spettatore.

**Con chi:** Maria Cristina Lavazza, Stefano Dominici

## Chiusura challenge

**Durata 4 ore**

Ogni gruppo è chiamato a presentare il lavoro elaborato, al termine del quale verrà decretato il progetto e il team vincitore della sfida.

**Imparerete a:** governare da subito un progetto camminare con le vostre gambe sul mercato.

**Con chi:** Maria Cristina Lavazza, Stefano Dominici



Per informazioni:  
[segreteria@thehcdschool.it](mailto:segreteria@thehcdschool.it)