

Gamify Your Teaching

Analisi dei bisogni Relazione finale

Febbraio 2016

Contents

| | |
|---|-----------|
| Introduzione..... | 3 |
| I PARTE | 4 |
| <i>Il livello di competenza degli insegnanti e dei formatori IFP.....</i> | <i>4</i> |
| 1.1 Competenze degli insegnanti IFP in Romania..... | 5 |
| 1.2 Competenze degli insegnanti IFP in Gran Bretagna..... | 6 |
| 1.3 Competenze degli insegnanti IFP in Lituania | 8 |
| 1.4 Competenze degli insegnanti IFP in Grecia..... | 9 |
| 1.5 Competenze degli insegnanti IFP in Italia | 11 |
| 1.6 Competenze degli insegnanti IFP in Spagna..... | 13 |
| 1.7 Competenze degli insegnanti IFP in Polonia | 14 |
| Conclusioni e raccomandazioni | 18 |
| II PARTE <i>I desideri e le aspettative degli studenti sugli elementi del gioco</i> | <i>20</i> |
| 1.1. <i>Focus group</i> in Romania..... | 21 |
| 1.2. <i>Focus group</i> in Gran Bretagna..... | 22 |
| 1.3. <i>Focus group</i> in Lituania..... | 23 |
| 1.4. <i>Focus group</i> in Grecia | 24 |
| 1.5. <i>Focus group</i> in Italia..... | 25 |
| 1.6. <i>Focus group</i> in Spagna..... | 26 |
| 1.7. <i>Focus group</i> in Polonia..... | 27 |
| Conclusioni e raccomandazioni | 28 |
| Annex 1 Elements of the game..... | 30 |

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

Introduzione

Questo documento è la Relazione dell'analisi dei bisogni. Consta di due parti incentrate sulle due sezioni della ricerca:

1. Il livello di competenza TIC degli insegnanti e dei formatori IFP;
2. I desideri e le aspettative degli studenti sugli elementi di gioco.

Il questionario per identificare il livello di competenza TIC è stato distribuito a insegnanti dei seguenti Paesi: Romania, Gran Bretagna, Lituania, Grecia, Italia, Spagna e Polonia. I focus group sono stati realizzati in tutti i Paesi partner. Tutti i partecipanti rientravano nei limiti di età stabiliti (tra i 13 e i 25 anni). La relazione finale comune verrà tradotta in tutte le lingue.

I PARTE

Il livello di competenza degli insegnanti e dei formatori IFP

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

1.1 Competenze degli insegnanti IFP in Romania

In Romania hanno partecipato alla ricerca gli insegnanti di 4 scuole, 3 università e collaboratori per un totale di 30 persone (16 donne ovvero il 53,33% e 14 uomini, ovvero il 46,67%). Il 56,33% di questi è costituito da insegnanti di scuola superiore, il 36,67% ha lavorato all'università e il 3,33% è impiegato nei licei, impegnato in corsi extrascolastici e in altri luoghi. La maggior parte di essi ha maturato un'esperienza che va dai 6 ai 15 anni di insegnamento in campo imprenditoriale. Il 53,33% di essi non ha mai iniziato o rilevato un'attività imprenditoriale.

In Romania gli strumenti informatici più diffusi sono le e-mail (29 persone hanno selezionato questa risposta), i *browser* (27), le presentazioni (25) e i *social network*.

La domanda successiva chiedeva qual è il *social network* più usato. In Romania il più popolare è Facebook (3 rispondenti su 4 lo utilizzano), seguito da YouTube (70%) e Google+ (60%), nettamente superiori a tutti gli altri per utilizzo.

La terza domanda era: "Fa uso di videogiochi per insegnare imprenditorialità?". Le risposte hanno mostrato che purtroppo in Romania i videogiochi non vengono associati all'apprendimento, infatti non vengono utilizzati durante le lezioni con una percentuale di persone che non li utilizzano del 63,33%. Solo il 23,33% li usa due volte al mese e il 6,67% li usa una volta a settimana.

Le due domande successive sono molto importanti. La prima riguardava la definizione di *gamification* (ovvero "gioco educativo") ed era: "Conosci la definizione di *gamification*?". La seconda era "Utilizzi elementi di *gamification* nell'attività didattica?". Molti interrogati, il 73,33%, sanno che cosa significa insegnare attraverso i giochi, ma solo il 66,67% li utilizza a lezione.

Alla domanda sull'insegnamento attraverso i giochi, i rispondenti hanno citato, tra varie cose: "*giochi di ruolo e casi studio; porre gli studenti in contesti differenti per risolvere problemi differenti, o metterli nella posizione di manager di un dipartimento di un'azienda che prende decisioni*".

La ragione principale per l'utilizzo del gioco in classe è risultata essere la completezza di questa metodologia e il coinvolgimento degli studenti nell'apprendimento che essa favorisce (i giochi sono interessanti, attraggono l'attenzione, e gli studenti desiderano sperimentare forme nuove e diverse da quelle tradizionali).

I rispondenti hanno affermato che per migliorare i giochi e renderli più allettanti sono necessari: "*Un'interfaccia semplice, documentazione dettagliata sui giochi che possono essere insegnati ufficialmente, una correlazione tra i temi del gioco e i temi ufficiali in programma; il coinvolgimento degli studenti nella creazione dei giochi; il dinamismo, l'uso di immagini pertinenti e suggestive che stimolino la curiosità degli studenti; includere la simulazione di situazioni reali come un colloquio con il datore di lavoro, ad esempio*".

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

1.2 Competenze degli insegnanti IFP in Gran Bretagna

In Gran Bretagna i partecipanti ai questionari sono stati 20 (il 55% donne e il 45% uomini). La somministrazione dei questionari è avvenuta tra il 10 gennaio e l'8 febbraio 2016. Quasi la metà dei rispondenti insegna a livello universitario (9 persone), ma troviamo anche insegnanti del *college* (6) e di scuola superiore. La seconda categoria più rappresentata è composta da rispondenti che tengono corsi al di fuori dell'educazione ufficiale (5). La maggior parte degli insegnanti e formatori ha fino a 5 anni di esperienza d'insegnamento nel campo imprenditoriale o in materie legate al business. Il 55% dei rispondenti ha già fondato o rilevato un'attività imprenditoriale, o sta intraprendendo il cammino per crearne una.

Gli strumenti informatici più comuni per gli insegnanti inglesi sono l'uso di *slide* di presentazione (tutti i rispondenti le utilizzano), e-mail, video e *browser* Internet (95%). Anche *social network*, con l'80% delle preferenze, è stata una risposta popolare. Poi è stato domandato se i social network venissero usati anche per lavoro. Facebook, LinkedIn e Twitter sono risultati i più utilizzati, seguiti da Google+ (50%) e Twitter (40%).

Un'altra domanda riguardava l'uso dei videogiochi per l'insegnamento in ambito imprenditoriale. L'indagine ha mostrato che la stragrande maggioranza degli insegnanti non utilizza nessun tipo di gioco nella formazione in ambito imprenditoriale (75%). Solo il 20% dei rispondenti ha dichiarato di farne uso una o due volte durante il semestre. Si può concludere che il gioco nella formazione in ambito imprenditoriale non è una metodologia comune.

Ai partecipanti sono state poste domande anche sugli elementi di *gamification* che usano per insegnare. La maggioranza delle risposte mostra che non hanno idee chiare su che cosa siano effettivamente gli elementi di *gamification*. Tuttavia ne utilizzano alcuni connessi con la competizione e il lavoro di squadra, o come materiale complementare all'apprendimento.

In generale i rispondenti si sono dimostrati favorevoli all'uso di elementi di *gamification* nell'insegnamento. Ecco alcune delle loro risposte: *"Sì, lo proverei come strumento aggiuntivo nell'insegnamento/apprendimento; Credo che potrei usarlo, dato che sono sempre alla ricerca di nuovi modi per migliorare il mio insegnamento e coinvolgere gli studenti; Se potessi accedere a un prodotto adatto e se fossi stato formato su come usarlo, probabilmente lo utilizzerai; Sì, credo che i discenti siano più interessati al mondo attuale"*. I rispondenti sostengono che un gioco online può essere coinvolgente, e che dei contesti di vita reale aiuterebbero gli discenti ad imparare come comportarsi in alcune situazioni professionali, ma rimanendo in un ambiente protetto. I giochi di simulazione di contesti imprenditoriali potrebbero essere utili non solo per sviluppare competenze negli affari, nella direzione strategica, nel marketing e nella finanza ecc., ma anche per rafforzare capacità trasversali, come quella di lavorare in gruppo, la comunicazione e il prendere decisioni.

L'aspetto di competizione insito nel gioco coinvolge gli studenti (di ogni età) e riflettendoci, essi possono rintracciare e notare le competenze che i giochi presentano. Possono inoltre valutare come valutare queste competenze all'interno dei loro moduli e valutazioni o a idee commerciali esterne. Un gioco online può stimolare l'attenzione e rendere divertente l'apprendimento. I rispondenti hanno riferito anche che la dimensione di grande coinvolgimento dei giochi online favorisce la memorizzazione di quanto appreso, più di quanto accada con i metodi tradizionali. Inoltre è stato affermato più volte che stimolare gli studenti con i giochi online ne facilita l'attenzione e l'impegno durante la lezione. I rispondenti hanno infine accennato al



2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

fatto che i giochi possono essere un modo efficace, per i discenti, per verificare la loro comprensione dei temi e la loro capacità di mettere in pratica di quanto appreso.

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

1.3 Competenze degli insegnanti IFP in Lituania

In Lituania ci sono state 21 risposte (6 uomini, ovvero il 25% e 15 donne, il 75%). La maggior parte dei partecipanti (14 persone in totale) ha insegnato nell'ambito dell'imprenditorialità a livello universitario e alla scuola superiore (5 persone). La maggioranza degli insegnanti/formatori rispondenti ha non più di 5 anni di esperienza nel campo dell'imprenditorialità o materie correlate. Ci sono stati 2 rispondenti con 20 anni di esperienza e 1 con 15 anni. Solo il 33% dei rispondenti ha già creato un'attività imprenditoriale, ne ha rilevata una o sta intraprendendo il percorso necessario a fondarla. Ciò significa che la maggior parte dei rispondenti ha soltanto conoscenze teoriche.

Per quanto riguarda gli strumenti online maggiormente utilizzati nell'insegnamento, quasi l'80% di essi utilizza le e-mail (16 persone), più della metà utilizza i messaggi istantanei e le presentazioni con *slide* (12 persone), i *browser* Internet per la ricerca di informazioni (11 persone). Solo 2 rispondenti hanno dichiarato di non utilizzare nessuno di questi strumenti.

Le risposte alla domanda successiva sull'utilizzo dei *social network* hanno mostrato che Facebook, LinkedIn, Youtube e Google+ sono i più popolari e sono utilizzati da più di 10 rispondenti. Di nuovo, 2 rispondenti hanno affermato di non usare *social network*.

Agli intervistati è stato anche chiesto se usano i videogiochi per la didattica nel campo dell'imprenditorialità. L'indagine ha rivelato che quasi il 40% dei rispondenti (8 persone) non utilizza alcun tipo di gioco per la formazione in questo campo, e che 7 rispondenti li usano solo una volta l'anno. Soltanto 2 di loro li utilizzano almeno una volta a settimana.

Le risposte alle domande successive riguardanti la definizione di *gamification* mostrano che solo 1/3 dei rispondenti sa di che cosa si tratti, e che soltanto il 20% di essi utilizza elementi di *gamification* nell'attività didattica (4 persone). 1 dei rispondenti sostiene di usare dei giochi incentrati sugli affari, come *Hard Nut*, un gioco di simulazione e-commerce, anche per il piacere di accumulare bonus e ricevere premi. 2 utilizzano simulazioni di situazioni d'affari reali e 1 usa elementi di *gamification* nelle lezioni pratiche. 4 rispondenti tra quelli che hanno dichiarato di non usare elementi di *gamification* hanno affermato che inizieranno ad utilizzarli poiché favoriscono lo sviluppo, la ricerca di risultati sempre migliori, perché motivano, appassionano, perché accrescono l'interesse degli studenti nella materia e perché sarà il risultato di questo progetto. 2 partecipanti vorrebbero maggiori informazioni e comprensione sui vantaggi di questo metodo, e 1 ne estenderebbe l'utilizzo anche a altre materie (oltre al campo imprenditoriale).

I rispondenti hanno espresso le seguenti opinioni su come i giochi possono rafforzare l'apprendimento dei contenuti formali: *"Coinvolgono maggiormente nel programma come parte pratica; Motivano lo sviluppo personale; Ampliano il programma stesso; Sviluppano la creatività; Possono essere uno strumento pratico per la simulazione; Rendono più interessanti gli esercizi pratici; Portano diversificazione; Rendono l'apprendimento più interessante, allettante, accessibile, giocoso, istruttivo e meno noioso; Potrebbero far parte dei programmi di apprendimento formali; Sono strumenti moderni e innovativi"*.

1.4 Competenze degli insegnanti IFP in Grecia

In Grecia sono stati compilati 20 questionari in totale, di cui 14 da rispondenti uomini (il 70%) e 6 da rispondenti donne (30%). Più della metà dei partecipanti (11 su 20) insegna materie dell'ambito imprenditoriale a livello universitario, 7 sono insegnanti di corsi formativi non ufficiali, 1 insegna al liceo e 1 ha risposto "Altro", specificando che insegna come consulente. In media hanno tutti circa quattro anni di esperienza. Va sottolineato che molti tra gli insegnanti che hanno partecipato al questionario, in percentuale il 65% di loro, hanno creato un'azienda propria, ne hanno rilevata una o stanno intraprendendo il percorso per crearne una.

Tutti i rispondenti fanno ampio uso di strumenti informatici, innanzi tutto dei *browser* Internet per la ricerca di informazioni e delle e-mail (19 persone, ovvero il 95%), dei *social network* (85%) di presentazioni con *slide* e di messaggi istantanei (80%). Inoltre utilizzano le *newsletter* e mostrano video. 1 di loro ha menzionato anche Skype. Tutti usano ampiamente i *social network*. Facebook domina su tutti, seguito da LinkedIn, You Tube e Twitter. Metà dei partecipanti utilizza Google+, mentre pochi usano BlogSpot e Pinterest.

È molto significativo che la maggioranza dei rispondenti, cioè il 70%, non usi videogame per insegnare nell'ambito dell'imprenditorialità. Il restante 30% (6 rispondenti) di solito non li usa, ad eccezione di 2 che li utilizzano almeno una volta a settimana. 1 li utilizza due volte a settimana, 2 rispondenti una o due volte a semestre e 1 usa i giochi solo una volta l'anno.

Come ci si aspettava, la maggior parte degli insegnanti conosce la definizione di *gamification* (80%). Solo 4 di loro hanno risposto di non conoscerne il significato. Il 40% dei rispondenti usano elementi di *gamification* nella loro attività didattica, vale a dire premi, gare, sviluppo passo per passo del risultato finale, distintivi, classifiche, *role play* e simulazioni di competizione sul mercato, ecc.

Alcuni hanno affermato che utilizzerebbero il gioco nell'insegnamento, in particolare per: *"stimolare l'interesse dei propri studenti sugli argomenti; per dare una possibilità in più alle classi adatte, con la giusta età e livello educativo e gli strumenti giusti che dovrebbero essere compatibili con il programma didattico; perché la gamification può aumentare il livello di interattività, di riconoscimenti e consapevolezza; perché migliora la comprensione e l'apprendimento, e rende il corso più divertente da seguire; perché è un metodo innovativo e allettante che aiuterebbe gli discenti ad accrescere le proprie competenze."*

La domanda successiva è molto importante. "In che modo i videogiochi possono rafforzare quei contenuti che dovrebbero essere appresi tramite l'insegnamento formale". Qui di seguito citiamo alcune risposte interessanti: *"Potrebbero aiutare a far affrontare agli studenti i problemi della vita reale e la decisione di creare e portare avanti un'attività imprenditoriale; I videogiochi semplificano ai formatori il compito di tenere i partecipanti motivati e coinvolti; La Gamification può anche essere utilizzata come giusta transizione tra un modulo e un altro; Giocando, il discente fa esperienza di ciò che il corso cerca di insegnargli; Credo, rendendo lo studio più piacevole grazie alla pratica; I videogiochi utilizzati come strumenti didattici possono rendere le persone più interessate e concentrate sui contenuti, diversamente da quanto avviene studiando sui libri o leggendo alla lavagna; Potenziano al massimo l'aspetto pratico, e allo stesso tempo tengono alto l'interesse"*



2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

degli discenti. Inoltre, i giochi “impacchettano” il contenuto dentro una modalità più simile a quelle del business, portando all’imitazione di un contesto imprenditoriale.”

1.5 Competenze degli insegnanti IFP in Italia

In Italia sono stati 21 i rispondenti in totale (13 uomini, il 62%, e 8 donne, il 38%). 7 di loro insegnano in programmi di formazione non ufficiali, 4 nelle scuole superiori, 4 all'università e 1 all'interno di un percorso formativo post laurea, mentre 5 in altri tipi di corso. Il questionario è stato somministrato tra il 10 gennaio e l'8 febbraio 2016. Il periodo di esperienza medio nella didattica nel campo dell'attività imprenditoriale è risultato essere di più di 8 anni. Il 52% dei rispondenti ha dichiarato di non aver mai fondato una propria attività imprenditoriale o di non aver mai intrapreso il percorso che porta alla creazione di un'attività.

Le risposte alla prima domanda "Quali dei seguenti strumenti informatici utilizza?" sono state le seguenti: quasi tutti i rispondenti (20 su 21) utilizzano le mail, la gran parte di loro (18 persone) usa *browser* Internet per reperire informazioni, oltre a presentazioni *slide* e video (17 persone in entrambi i casi), i *social network* (16) e i messaggi istantanei (15). 2/3 dei rispondenti utilizzano le *newsletter*. 4 persone usano altri strumenti informatici ma non hanno specificato quali.

Per quanto riguarda i *social network* più utilizzati dai partecipanti, Facebook è in cima alla lista (80% dei rispondenti), immediatamente seguito da LinkedIn (16 su 21). Esattamente 2/3 del gruppo (14 persone) utilizza YouTube mentre i numeri decrescono per Google+ (9), Twitter (7), Pinterest (4), BlogSpot (solo 1). Soltanto 1 rispondente ha dichiarato di non utilizzare alcun *social network*. Tre usano altre tipologie di *social network* ma non hanno fornito ulteriori dettagli.

Più della metà dei rispondenti (13 su 21) non include videogame nei propri metodi didattici. Il resto dei rispondenti li utilizza come segue: 1 di loro li usa almeno una volta a settimana, 4, una o due volte al mese, e 3 li usano solo una o due volte per semestre.

La metà più uno del totale dei rispondenti al questionario sa che cosa significhi *gamification*, cioè 11 persone, mentre 10 non conoscono la definizione del termine. Il 76,2% (16 persone) non include elementi di *gamification* nell'insegnamento. Tra il 24% di rispondenti che invece lo fanno, solo 1 ha specificato che utilizza Quizlet per il lessico inglese.

A chi ha risposto che non utilizza elementi di *gamification* è stato chiesto se vorrebbero farlo e se sì, perché. L'informazione più rilevante è che tutte le persone che vorrebbero farlo pensano che questo metodo di insegnamento sarebbe più allettante e coinvolgerebbe più profondamente i discenti. Pertanto ritengono che la *gamification* sia uno strumento per motivare gli studenti e rendere l'insegnamento più efficace.

Alla domanda su come i videogiochi possono rafforzare i contenuti formali da imparare, i rispondenti hanno sottolineato i seguenti aspetti: "Creano curiosità attirando l'attenzione dei discenti; Maggior facilità nell'individuare le capacità e perciò maggior facilità nell'apprendimento; Il valore aggiunto sta nella rappresentazione più grande che offre la realtà virtuale (simulazione), i giochi coinvolgono e sono dinamici; I giochi sono un linguaggio di apprendimento potente persino per gli adulti; L'apprendimento attraverso i giochi si avvicina di più alla "normalità" degli studenti di oggi; Coinvolgimento emozionale maggiore dei discenti, minor bisogno di attenzione per lungo tempo, sviluppo delle capacità degli studenti, sfruttamento delle loro grandi abilità "digitali"; Aumento della motivazione ad apprendere, sono strumenti vicini al mondo degli studenti, focalizzano la l'attenzione sul contenuto offerto; L'applicazione pratica di un corso formale permette



2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

all'apprendente di registrare e fare esperienza di quanto ha appreso; È un passo critico, che se fatto attraverso il gioco rende l'apprendimento divertente e dinamico”.

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

1.6 Competenze degli insegnanti IFP in Spagna

In Spagna il numero totale di 22 rispondenti era diviso tra il 63.64% di uomini e il 36.36% di donne. La maggior parte di essi insegna a livello universitario anche se moltissimi tengono corsi al di fuori della formazione ufficiale. Alcuni dei rispondenti lavorano nella scuola secondaria e primaria. Gli anni di esperienza nell'insegnamento di materie imprenditoriali e ambiti ad esse relativi variano da un massimo di 25 anni a un minimo di 2 anni, con una media di 7 anni circa. A proposito dell'attività imprenditoriale dei rispondenti, il 54,55% ha fondato una propria attività imprenditoriale, si è occupato di un'attività o sta intraprendendo il percorso per avviare una.

Gli strumenti informatici più utilizzati sono le e-mail e i browser Internet (77,27%), i messaggi istantanei e le presentazioni (72,73%), ma anche le notizie e i video sono risultati popolari tra i rispondenti (59,09%). In generale, i risultati hanno mostrato che gli strumenti informatici sono piuttosto popolari, dato che nessuno ha risposto di non usarne alcun tipo. Parlando più specificamente dei *social network* usati a lavoro, i rispondenti hanno eletto Facebook e LinkedIn come i più utilizzati, con quasi l'82%, seguiti da Twitter (59%) e YouTube (45%), mentre Pinterest e BlogSpot sono i meno usati. Quanto all'uso dei videogiochi, le risposte variano in base alla frequenza di utilizzo: dalla maggioranza dei rispondenti (50%) che non li utilizza, si passa a chi li utilizza una volta all'anno o a semestre (14%). È stato interessante osservare se il gruppo di partecipanti conoscesse o meno il concetto di *gamification*. I risultati hanno mostrato che la maggioranza dei rispondenti ne conosceva la definizione (68%). Alla domanda sull'uso della *gamification*, la maggioranza degli insegnanti ha risposto che attualmente non utilizza giochi nell'insegnamento (82%).

In caso di risposta affermativa, i rispondenti avevano la possibilità di specificare i tipi di elementi di *gamification* utilizzati. La risposta è stata *"Dinamiche di gioco su casi di studio reali"*. In caso di risposta negativa, gli è stato chiesto se avrebbero voluto utilizzarli e perché. Ecco le risposte ottenute: *"Sì, vorrei introdurre elementi di gamification nei miei corsi per permettere ai miei studenti di applicare le nozioni teoriche apprese in classe"*, *"Non ne ho trovati, la mia università non offre la possibilità di introdurli all'interno dei programmi ufficiali"*, *"La quantità di contenuti da trattare non permette di spendere tempo utilizzando altri tipi di strumenti"*.

Ai partecipanti è stato domandato anche in che modo, secondo loro, l'uso di videogame migliorerebbe l'apprendimento dei contenuti formali. I risultati sono stati i seguenti: *"Permettono un focus sulla pratica, aiutano a visualizzare i problemi e le decisioni della vita reale e attirano l'attenzione degli studenti; Possono essere utili per simulare situazioni tipiche che gli studenti possono incontrare nella vita reale; La possibilità di insegnare divertendosi."* Riassumendo, i rispondenti non utilizzano elementi di *gamification* nella maggior parte dei casi, ma la considerano una proposta interessante, specialmente per quanto riguarda gli studenti giovani, per invogliarli a imparare nel processo di diventare imprenditori.

1.7 Competenze degli insegnanti IFP in Polonia

In Polonia la ricerca è stata condotta tra 24 partecipanti. 5 erano uomini (il 21%) e 19 erano donne (79%). Tra essi, 21 persone sono insegnanti di materie riguardanti l'imprenditorialità nelle scuole superiori (88%), solo 1 persona insegna al liceo e due all'università (8%). Gli anni di insegnamento sono di media 11. Esattamente i 2/3 dei rispondenti (16 persone) hanno indicato di non aver mai fondato un'attività imprenditoriale o intrapreso il percorso per l'avviamento di un'attività.

Tutti i rispondenti usano e-mail e browser Internet per reperire informazioni. Solo 3 persone nel gruppo hanno dichiarato di non aver mai utilizzato *slide* nelle presentazioni (12,5%) e 4 non ha mai usato contenuti video o messaggi istantanei. Circa il 71% dei partecipanti usa le *newsletter* e un po' più della metà, i *social network*. 2 persone hanno nominato altri strumenti informatici, come i giochi di simulazione e le piattaforme *e-learning*.

I partecipanti hanno sottolineato che utilizzano vari tipi di *social network*. Più della metà dei rispondenti (il 62,5%) usa il portale YouTube, seguito da Facebook e Google+. Un po' più di ¼ ha dichiarato di non usare nessun *social network*. Questo elemento va confrontato con le risposte alla domanda precedente, da cui risultava che i rispondenti che non utilizzavano nessun *social network* fossero più del 50%. Una discrepanza simile in realtà è tipica delle ricerche sui *social network*: infatti, nella maggior parte dei casi, i rispondenti non sono consapevoli del fatto che il portale che stanno usando sia un *social network*. ¼ dei partecipanti utilizza anche il portale LinkedIn.

Più della metà dei rispondenti non utilizza videogiochi per la didattica nel campo dell'imprenditorialità. Quelli che lo fanno, li utilizzano occasionalmente, per lo più una o due volte a semestre (5 rispondenti). Esattamente la metà dei partecipanti conosce il significato di *gamification*. L'altra metà non lo conosce affatto. ¼ dei rispondenti ha dichiarato di utilizzarla nell'insegnamento con attività come: *"Gare tra studenti basate su esercizi da svolgere (come progetti di studenti); Usando giochi di simulazione (ad esempio Innowacyjne Przedsiębiorstwo Produkcyjne dal progetto EU Przedsiębiorcze szkoły), Assumendo il ruolo di investitore di azioni di mercato"*. Purtroppo i ¾ non usano elementi di *gamification* nell'insegnamento. I rispondenti osservano che introdurli aumenterebbe la motivazione degli studenti a imparare, a sviluppare abilità imprenditoriali di base e che sono strumenti più interessanti di quelli tradizionali. *"Questo metodo è interessante, ma mancano gli strumenti, un insegnante non può preparare il suo corso senza le basi, gli strumenti e i materiali per l'insegnamento."* Il commento è particolarmente significativo perché testimonia la grande necessità di avere a disposizione dei giochi adatti all'insegnamento in campo imprenditoriale. I rispondenti hanno anche dichiarato che c'è bisogno di più possibilità di accesso ai computer per gli studenti durante i corsi e le lezioni)

Alla domanda su come i video game possono rafforzare i contenuti formali da imparare, è stato risposto così: *"Rendono le lezioni più allettanti, Accrescono l'interesse per la materia, Aiutano a implementare la teoria nella pratica, Aiutano a rafforzare la conoscenza, Sviluppano le capacità necessarie per il lavoro, come l'utilizzo di strumenti informatici, il lavoro in gruppo e l'essere imprenditore; Mostrano i risultati del processo decisionale; Ampliano il modo di vedere e di pensare"*.

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

Affermazioni a proposito dei videogiochi

Gli intervistati dovevano esprimere il proprio punto di vista sui videogiochi usando questi parametri: “molto d'accordo”, “d'accordo”, “non so”, “in disaccordo”, “fortemente in disaccordo”. Ecco i risultati in questa tabella.

Tabella 1: Affermazioni a proposito di videogiochi (rispondono tutti formatori/insegnanti)

| Affermazioni | molto d'accordo | d'accordo | non so | in disaccordo | fortemente in disaccordo |
|---|-----------------|-----------|---------------|---------------|--------------------------|
| Sono strumenti efficaci che aiutano i giocatori a sviluppare le loro abilità imprenditoriali di base | 47 (29.55) | 75 (47.5) | 29 (18.35) | 7 (4.4) | 0 |
| Incoraggiano l'attenzione dei discenti rispetto all'educazione convenzionale | 52 (32.9) | 73 (46.2) | 24 (15.2) | 8 (5.1) | 1 (0.6) |
| Sono più adatti per gli discenti giovani | 41 (26) | 65 (41.1) | 32 (20.25) | 17 (10.75) | 3 (1.9) |
| Richiedono che l'insegnante conosca approfonditamente gli strumenti informatici | 33 (20.9) | 60 (38) | 31 (16.6) | 28 (17.7) | 6 (3.8) |
| La maggior parte degli discenti li apprezza più dei materiali tradizionali | 41 (26) | 61 (38.6) | 44 (27.8) | 12 (7.6) | 0 |

Note: [numero di rispondenti in percentuale]

Circa il 50% dei rispondenti (75 persone) sono d'accordo con la prima affermazione, secondo la quale i giochi sono mezzi efficaci che aiutano i giocatori a sviluppare le loro abilità imprenditoriali di base. Quasi il 30% è molto d'accordo (47 persone) e solo 7 partecipanti su 158 (il 4,4%) sono in disaccordo. 29 di essi non hanno opinioni precise sul fatto che i giochi siano più adatti ad discenti giovani e che vengano apprezzati più dei materiali tradizionali dalla maggior parte degli studenti (risposte “non so”: 18.35%).

I rispondenti ritengono anche che i videogiochi sollecitano l'attenzione degli discenti più dei metodi educativi convenzionali. Quasi l'80% dei partecipanti ha espresso questo punto di vista (125 persone, 73 delle quali sono d'accordo e 52 fortemente d'accordo). Solo il 15,35% non si esprime a riguardo, e non si rilevano opinioni contrarie in merito (24 “non so”, 8 “in disaccordo” e 1 “fortemente in disaccordo”). La maggior parte dei rispondenti ritiene che i giochi siano più adatti ai discenti giovani (67,1%), il 26% di essi è “fortemente d'accordo”, il 41,1% è “d'accordo” con quest'affermazione. Quasi 1/5 dei rispondenti non ha opinioni precise in materia (20,25%). Per 20 partecipanti i giochi non sono adatti per i discenti giovani: infatti 17 di essi sono “in disaccordo” e 3 sono “fortemente in disaccordo” con l'affermazione.

Quanto alla necessità di competenze informatiche elevate degli insegnanti per l'utilizzo dei videogiochi in classe, le risposte sono molto varie. Più della metà dei partecipanti (66.7%) è “d'accordo”. 1 su 5 non ha idee precise ma quasi 1 su 5 ritiene che non siano necessarie competenze informatiche particolarmente elevate (17,7%). La maggioranza dei rispondenti sostiene che i giochi sono più apprezzati dei materiali tradizionali dalla

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l’uso del gioco educativo

maggior parte degli discenti (64.6%) e quasi 1/3 si esprime con un “non so” (il 27,8%). Quasi l’8% dei partecipanti sostiene che i giochi non sono più apprezzati degli altri materiali (12 persone).

Importanza per il business

Il gioco online si baserà su sette aree tematiche previste nella proposta progettuale. In una domanda si chiede ai rispondenti di valutare ogni area tematica in base alla sua rilevanza per l’imprenditorialità. Qui sotto il riepilogo delle risposte. Quasi tutte le aree tematiche sono considerate importanti nella gestione di un’attività imprenditoriale, e le risposte “abbastanza importante” e “meno importante in assoluto” sono state le meno selezionate.

| Affermazione | Più importante in assoluto | Molto importante | Importante | Abbastanza importante | Meno importante in assoluto |
|---|----------------------------|------------------|------------|-----------------------|-----------------------------|
| Accrescere la fiducia in se stessi e l’autostima | 64 (40.5) | 29 (18.35) | 23 (14.55) | 27 (17.1) | 15 (9.5) |
| Capire se l’attività autonoma fa per me | 33 (21) | 48 (30.4) | 22 (14) | 23 (14.6) | 31 (20) |
| Stabilire gli obiettivi e visualizzarli | 42 (31) | 48 (35.3) | 30 (22) | 9 (6.6) | 7 (5.1) |
| Come iniziare e gestire un’attività da casa | 19 (12.1) | 25 (15.8) | 36 (22.8) | 20 (12.6) | 58 (36.7) |
| Sviluppare un modello di business | 30 (19) | 30 (19) | 44 (27.8) | 19 (12.1) | 35 (22.1) |
| Ricerca di mercato | 51 (37.2) | 24 (17.5) | 20 (14.6) | 29 (21.2) | 12 (8.8) |
| Ruolo dei <i>social media</i> nel fondare un business | 21 (13.3) | 29 (18.3) | 30 (19) | 18 (11.4) | 60 (38) |

Note: [numero di rispondenti in percentuale]

L’area tematica più importante per gestire un’attività è risultata essere “Accrescere la fiducia in se stessi e l’autostima”. Il 40,5% dei rispondenti la indica come la più rilevante in assoluto. Il secondo fattore in ordine di importanza è la ricerca di mercato. Il 37,2 % dei rispondenti ha sottolineato l’importanza di stabilire e visualizzare gli obiettivi (31%). Per 1/5 dei rispondenti è fondamentale capire se un business è adatto o meno a se stessi.

La minoranza dei rispondenti ritiene che sviluppare un modello di business sia il fattore più importante nella gestione di un’impresa. Interessante notare che l’area tematica risultata meno significativa in assoluto sia il ruolo dei *social media* (13%) e la conoscenze su come iniziare e gestire un’attività da casa (12.1%).

Nella disposizione dei vari fattori, capire se l’attività autonoma è adatta alla propria personalità risulta importante per almeno 1/3 dei rispondenti (30.4%). “Stabilire gli obiettivi e visualizzarli” è un aspetto molto

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

significativo per il 35,3%, solo il 5.1% dei partecipanti non lo ritiene un fattore rilevante. “Sviluppare un modello di business” è considerato importante dal 19% dei rispondenti, ma quasi il 25% di essi gli assegna una priorità bassa (1/4 dei rispondenti). “Iniziare e gestire un business da casa”, invece, è piuttosto secondario: solo il 22,8% lo ritiene importante, mentre il 36,7% sostiene il contrario. La stessa situazione si verifica per il ruolo dei *social media* nella creazione di un'attività imprenditoriale, che solo in 30 casi (il 19%) viene considerato un fattore determinante, e non troppo importante, invece, in 60 casi (38%). Accrescere la fiducia in se stessi e l'autostima è ritenuto fondamentale dal 23% dei rispondenti, e non troppo da quasi il 10% di essi.

Le aree segnalate come più importanti sono in particolare “Accrescere la fiducia in se stessi e l'autostima”, “Ricerca di mercato” e “Stabilire gli obiettivi e visualizzarli”. “Capire se l'attività autonoma fa per me” è ritenuto fondamentale. Le tematiche “Ruolo dei *social media* nel fondare un business” e “Come iniziare e gestire un business da casa” vengono considerate solo importanti.

Conclusioni e raccomandazioni

Gli strumenti informatici in generale sono molto popolari: quasi tutti gli insegnanti/formatori intervistati li utilizzano. I più usati nella lista sono le e-mail, i *browser* Internet per la ricerca di informazioni, le presentazioni per mezzo di *slide*, la messaggistica istantanea e i *social network*. I partecipanti alla ricerca hanno affermato di usare diversi *social network*, i più popolari sono Facebook, LinkedIn, YouTube, Google+ e Twitter, seguiti con percentuali molto minori da tutti gli altri. Solo pochi rispondenti hanno dichiarato di non usare nessun tipo di *social network*.

L'indagine ha riscontrato che la maggior parte degli intervistati non usa videogiochi per l'insegnamento nel campo dell'imprenditorialità, quelli che li usano non lo fanno di frequente. Si può concludere che il gioco in questo ambito non è una metodologia molto diffusa.

La maggior parte dei partecipanti sostiene che i giochi siano strumenti efficaci che aiutano i giocatori a sviluppare le loro abilità imprenditoriali di base e ritiene che, rispetto ai metodi convenzionali, essi innalzino il livello di attenzione. Più della metà dei rispondenti ha stabilito che è necessaria una competenza elevata degli strumenti informatici da parte dell'insegnante, per poter introdurre videogiochi nella didattica. La maggior parte dei rispondenti sostiene che i giochi vengano apprezzati più dei materiali didattici tradizionali e che essi, tuttavia, sono più adatti a studenti giovani.

È stato importante osservare che in generale gli intervistati sono a conoscenza del significato di *gamification*. La maggior parte di essi ne conosce la definizione. Stando alle risposte, solo 1/3 degli insegnanti utilizza elementi di *gamification* nella propria attività didattica.

In caso di risposta affermativa, gli intervistati avevano la possibilità di specificare quali tipi di elementi di *gamification* usassero. I più utilizzati sono: *role play* e casi studio, premi, gare, sviluppo passo dopo passo del risultato finale, puzzle, quiz, distintivi. Questi giochi fanno calare gli studenti in scenari diversi per risolvere diversi problemi, o li mettono nella posizione di dover prendere decisioni come se fossero manager del dipartimento di un'azienda.

In caso di risposta negativa, cioè in caso di non utilizzo di elementi di *gamification* nell'insegnamento, gli veniva chiesto se avrebbero voluto utilizzarli e perché. Tutti hanno affermato che vorrebbero utilizzare elementi di *gamification*, tutti credono che i giochi online siano metodi innovativi e interessanti che aiuterebbero gli discenti ad accrescere le loro competenze. Pensano anche che innalzino il livello di attenzione e favoriscano un apprendimento divertente. Inoltre, gli elementi di *gamification* sono più coinvolgenti e facilitano la memorizzazione rispetto ai metodi tradizionali. I rispondenti hanno accolto l'idea di integrare i giochi online e i videogiochi nell'insegnamento, poiché li ritengono un modo interessante ed efficace di coinvolgere gli studenti aumentandone la motivazione.

Alla domanda su come i videogiochi possono rafforzare i contenuti formali da imparare, gli intervistati hanno risposto che i giochi renderebbero le lezioni più allettanti e innalzerebbero il livello di interesse su quei temi. Gli insegnanti li ritengono utili anche per creare simulazioni di situazioni della vita reale e per integrare la teoria nella pratica, oltre che per mostrare i risultati di un processo decisionale. Inoltre i giochi online favorirebbero la creatività e la motivazione degli studenti. Tra gli aspetti positivi, i rispondenti hanno anche citato che i giochi

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

sono un mezzo efficace per verificare la comprensione dei temi, e che grazie ad essi si possono mettere in pratica le nozioni apprese.

Secondo gli insegnanti le aree tematiche fondamentali nella gestione di un'attività imprenditoriale sono la crescente fiducia in se stessi, l'autostima e la ricerca di mercato, è molto importante stabilire e visualizzare gli obiettivi e capire se si è tagliati per il lavoro autonomo, è abbastanza importante sviluppare un modello di business, mentre l'aspetto meno significativo è il ruolo dei *social media* e come iniziare e gestire un'attività da casa.

II PARTE

I desideri e le aspettative degli studenti sugli elementi del gioco

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

1.1. Focus group in Romania

I partecipanti al focus group in Romania erano studenti delle tre scuole superiori di Arad. La loro età è compresa tra i 14 e i 18 anni e tutti frequentano corsi dal profilo economico e imprenditoriale. Ci sono state 7 sessioni di discussione e 55 partecipanti (il 25% di ragazzi e il 75% di ragazze). Tra essi, c'erano anche persone che non giocano ai giochi online o ai videogame.

La prima domanda riguardava i tipi di videogioco conosciuti, giocati o amati dai giovani. In Romania le tipologie più popolari sono quelle dei giochi di avventura (*Remember Me, Mad Max, Tomb Raider*), Sparatutto/combattenti in prima persona (*Counter Strike, Modern Combat, Battlefield*), MMORPG ovvero Gioco di Ruolo in Rete Multigiocatore di Massa (*Massively Multiplayer Online Role-playing Game*) come *World of Warcraft*, quelli di strategia (*Age of Kingdoms, Pharaoh, Age of Empire*), i videogiochi per browser, i videogiochi da sala gioco, giochi di memoria e logica, MOBA ovvero Arena di Battaglia Multigiocatore in Linea (*Multiplayer Online Battle Arena*), i simulatori di guida o i giochi di simulazione.

Dalle risposte alla domanda successiva: "Quanto utilizzi/giochi ai videogiochi (a scopo privato o per l'apprendimento)?" emerge in particolare il bisogno di rilassarsi, di disconnettersi dalla vita reale, si fa riferimento al fatto che altri amici giocano e alla possibilità di vincere diversi premi.

Agli studenti è stata posta anche una domanda sull'utilizzo dei giochi nell'apprendimento in campo imprenditoriale. Il 70% dei partecipanti è d'accordo nel sostenere che un gioco strategico è un gioco imprenditoriale a tutti gli effetti. Non è possibile sviluppare la tua città, esercito, fattoria a qualsiasi altra cosa senza qualche abilità imprenditoriale, abilità che tutti hanno pur non essendone consapevoli. Gli esempi migliori sono *Triviador* (con questioni multiculturali), *Starcraft, Age of Empire* (costruzione di eserciti e città), *FarmVille, HeyDay, Farm Play* (sviluppo di fattorie, piantare e raccogliere, comprare e vendere a un costo più alto), *Metin* (avventura e negoziazione, compravendita nel proprio negozio) o *Monopoly*.

1.2. Focus group in Gran Bretagna

L'attività del focus group in Gran Bretagna ha avuto luogo il 27 gennaio 2016. Dieci studenti vi hanno preso parte insieme a tre facilitatori, Inova ha ospitato in tutto 13 persone. Tutti i partecipanti appartenevano al gruppo di età target (tra i 13 e i 25 anni). Per assicurarsi che gli studenti rientrassero nel target, i facilitatori gli hanno chiesto di firmare un formulario di consenso in cui andava indicata anche l'età. La sessione è durata due ore, dalle 13 alle 15. La maggior parte dei partecipanti studia imprenditorialità o materie legate al business o ha studiato imprenditorialità in passato.

Quando ai partecipanti è stato chiesto se giocano ai videogiochi o ai giochi online, 6 su 10 hanno affermato di non giocare più (60%). Alcuni di loro giocavano ma hanno smesso per mancanza di tempo o per altri impegni. I partecipanti hanno riferito di giocare o aver giocato più spesso con giochi di simulazione come *Zoo Tycoon*, *Roller Coaster Tycoon*. I cosiddetti giochi *Tycoon* sono dunque particolarmente popolari. In essi il giocatore deve gestire un certo tipo di business, ricavare un profitto e superare gli ostacoli. È interessante notare che non tutti i partecipanti comprendono che giocando a questo tipo di giochi stanno sviluppando diverse competenze trasversali e imprenditoriali. Giocano o giocavano anche a *Monopoly*, *Poker* e giochi di strategia (*World of Warcraft*) o *SIMS*.

La versione online di *Monopoly* è stato uno dei primi giochi venuto in mente ai partecipanti quando gli è stato domandato di indicare giochi adatti a sviluppare capacità imprenditoriale. Hanno raccontato che *Monopoly* li ha aiutati a imparare come gestire le proprie risorse, a sviluppare competenze di *leadership* e di pianificazione finanziaria, tutte importanti nel campo del business. Anche il poker online è stato una risposta comune tra gli intervistati. Hanno affermato che insegna allo stesso tempo a rischiare e gestire le proprie risorse. I partecipanti hanno citato anche i giochi sullo sport, quelli di strategia e avventura.

La maggior parte degli studenti concorda sul fatto che i giochi sull'imprenditorialità online dovrebbero focalizzarsi sul lavoro di squadra, poiché è un aspetto essenziale per l'imprenditorialità.

Nella parte successiva dell'attività di gruppo, ai partecipanti sono state rivolte domande per conoscere la loro opinione sugli elementi del gioco. Sono convenuti sul fatto che un gioco focalizzato sull'imprenditorialità all'interno di una lezione universitaria sarebbe davvero positivo per gli studenti. Hanno sottolineato che nell'implementazione di un gioco si deve tener conto dell'importante aspetto del divertimento, dato che spesso le persone giocano per staccare e prendersi una pausa dallo studio/lavoro.

1.3. Focus group in Lituania

L'attività del focus group in Lituania si è svolta il 20 febbraio 2016 a Kaunas. Hanno partecipato 10 studenti, tutti di età compresa tra i 13 e i 25 anni come previsto. C'era soltanto 1 studente e 9 studentesse. Tutti stanno attualmente studiando imprenditorialità o materie correlate al business.

Una delle prime domande è stata sull'utilizzo o meno dei giochi online e videogiochi da parte dei partecipanti ed è stato sorprendente scoprire che 7 su 10 non giocano. Una delle ragioni condivise dai partecipanti è la mancanza di tempo. Quelli che giocano online o con i videogame, giocano soprattutto con RPG (giochi di ruolo), videogiochi da sala gioco, giochi di logica o corse di auto.

Quanto allo scopo del gioco, i rispondenti hanno dichiarato di giocare principalmente per piacere durante il tempo libero. 2 di loro hanno riportato di giocare su un *social network*, Facebook. 1 membro del focus group ha detto di giocare per apprendere, soprattutto per sviluppare il pensiero strategico oltre che per piacere.

Quanto all'utilizzo di giochi online e videogame per l'apprendimento nel campo dell'imprenditorialità solo 1 membro del gruppo ha dichiarato di usarli. I partecipanti hanno espresso l'opinione che *"ci sono giochi in cui, giocando, si acquisiscono nuove competenze, ma non tutti ci pensano, credono che si giochi solo per divertimento"*. I giochi *City* e *Civilization* sono stati citati come quelli che, per esperienza personale, rafforzano le competenze necessarie agli imprenditori.

Ai partecipanti è stata posta una domanda sugli elementi importanti in un gioco. Precedentemente gli erano stati spiegati la ragione e il piano, gli obiettivi del progetto. I membri del gruppo hanno dichiarato che il gioco dovrebbe essere divertente e interessante così da invogliare i giocatori a giocare ancora il giorno dopo, ma il divertimento non dovrebbe essere il suo unico scopo.

Gli insegnanti utilizzerebbero assolutamente i giochi nella loro didattica, e se il gioco avesse elementi interessanti per gli studenti, lo proporrebbero. Se esso avesse un valore addizionale, cioè imparare qualcosa di nuovo oltre a divertirsi, varrebbe assolutamente la pena di provarlo.

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

1.4. Focus group in Grecia

Il focus group in Grecia ha avuto luogo presso gli uffici di KMOP a Kifissia (nell'area di Atene) il 19 febbraio 2016. Sono stati reclutati 10 partecipanti, 6 ragazzi e 4 ragazze di età compresa tra i 18 e i 25 anni. Tutti sono studenti di business e di materie connesse all'imprenditorialità, frequentano i corsi di laurea triennale o specialistica presso gli Istituti di educazione superiore greci.

Le risposte alla prima domanda su quali tipi di giochi conoscessero, gradissero e giocassero, sono state le seguenti. Più della metà dei partecipanti ha dichiarato di non giocare molto spesso per mancanza di tempo. Conoscono, giocano e gradiscono vari tipi di giochi, come i quiz, ad esempio *Quizdom* (quasi il 94% di loro), giochi di avventura come *Call of Duty* e *Battlefield*, giochi di ruolo online multigiocatore come *World of Warcraft* e giochi di sport, ad esempio *NBA life*, *Football Manager*, *WRC* e giochi di intelligenza come *Chess* e *Candy Crash* o giochi a tema.

Tutti i partecipanti hanno riferito di giocare solo a scopo privato, in particolare per divertimento e per rilassarsi. Inoltre, la maggior parte ha dichiarato di giocare ai giochi online per socializzare, ad esempio alcuni di loro utilizzano i giochi come mezzo di comunicazione e competizione con i loro amici o come un modo per conoscere persone nuove. Alcuni dei giovani studenti ha detto di preferire i giochi che uniscono divertimento e apprendimento. Solo 1 partecipante ha dichiarato di giocare esclusivamente per scopi educativi.

Alla terza domanda si chiedeva di esprimere la propria opinione sull'uso dei giochi per l'apprendimento nel campo dell'imprenditorialità. 3 partecipanti hanno detto di averli utilizzati a questo scopo e per sviluppare l'aspetto imprenditoriale come parte dei loro studi. Ad esempio 1 di loro ha utilizzato giochi online di strategia decisionale, un altro ha giocato a *Beer Game*, un gioco di simulazione *role play* sulla Gestione della catena di distribuzione e a *IMex*, un gioco di simulazione del business che ha a che fare coi processi decisionali e l'ultimo partecipante ha giocato a giochi di Gestione dell'impresa focalizzati su aziende di trasporti e petrolio. Quasi tutti gli studenti sono d'accordo nel sostenere che questo tipo di giochi può insegnare competenze imprenditoriali e sarebbero interessati a provarli. 3 dei partecipanti hanno riconosciuto che alcuni dei giochi che fanno nel loro tempo libero contengono molti elementi di imprenditorialità e possono aiutare il giocatore a sviluppare alcune abilità di base. In particolare, ha parlato di "*World of Warcraft*, *Air Tycoon* e *Theme Park* come giochi che contribuiscono allo sviluppo di abilità come quella organizzativa, di costruzione di una squadra, di presa d'iniziativa, leadership, competenze comunicative e di risoluzione di problemi, ecc."

Sulla base dei risultati dei questionari somministrati agli insegnanti IFP e dei gruppi di discussione di studenti greci, si può concludere che il gioco da sviluppare deve unire elementi di divertimento e apprendimento, e contribuire a sviluppare competenze imprenditoriali in modo chiaro e semplice allo stesso tempo. Il livello di competenza informatico e l'esperienza degli insegnanti IFP sono aspetti da prendere in considerazione. Il gioco deve presentare molti elementi di *gamification*, così da permettere agli insegnanti di utilizzarlo nella loro attività didattica e di connettere la teoria alla pratica.

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

1.5. Focus group in Italia

Il focus group in Italia si è tenuto il 18 febbraio 2016 e vi hanno partecipato 10 giovani studenti (maschi e femmine), che sono stati divisi in 3 gruppi.

Per prima cosa il moderatore del gruppo di discussione ha chiesto agli studenti a quale tipo di giochi giocano con più frequenza. Stando alle risposte degli studenti, i più giocati e amati sono i giochi basati sul *role play* (in cui i partecipanti assumono il ruolo di un personaggio coinvolto in diverse azioni a seconda della missione del gioco, ad esempio la costruzione di un villaggio o attività di vita quotidiana) o i giochi di strategia. Alcuni di questi sono: *Clash of clans* (quasi tutti i partecipanti ci giocano e lo gradiscono), *Minecraft*, *GTA V*, *Animal farm*, *Hay day* o *The Sims* (sulla vita quotidiana).

Il moderatore ha poi chiesto quanto utilizzano/giocano con i videogiochi, e le risposte sono state di vario tipo: alcuni studenti giocano abbastanza spesso (ogni giorno) mentre altri non giocano molto spesso o solo a volte. Tutti lo fanno per uno scopo privato: rilassarsi. I partecipanti non giocano mai ai giochi al computer né nell'ambito di apprendimento dell'imprenditorialità né di attività formative.

Successivamente il moderatore ha cercato di scoprire quali caratteristiche i partecipanti ritengono importanti in un gioco, e quali li spingono a giocare. Hanno risposto che *“un gioco deve essere colorato, capace di coinvolgere l'utente che ha bisogno di essere stimolato a pensare, può contenere domande facili, deve essere avventuroso e attirare l'attenzione e deve essere sorprendente”*. Contrariamente agli altri partecipanti, gli studenti che non usano giochi (o soltanto giochi basati sul commercio) vorrebbero contribuire alla creazione del gioco formativo sui temi dell'imprenditorialità. *“Un gioco formativo deve insegnare qualcosa anche quando non si è coscienti di star imparando, quindi deve essere semplice, facile da usare, con una struttura chiara.”*

Ecco altri risultati importanti e inaspettati sulle caratteristiche che un gioco educativo dovrebbe avere. *“Beh, dovrebbe essere semplice e intuitivo; Non so... dovrebbe essere un gioco divertente, innanzi tutto!; Per me questo gioco dovrebbe aiutare le persone, ad esempio quelle molto sensibili a socializzare con gli altri; Mi piace trovare domande a cui rispondere e guadagnare punti bonus man mano che la difficoltà aumenta, così il gioco non è troppo difficile né troppo facile; Deve essere interessante e tenere sempre alta l'attenzione dei giocatori, così che non rischi di annoiarti o distrarti; Deve essere semplice e con regole comprensibili; Credo che il gioco dovrebbe avere a che fare con qualcosa che riguardi la nostra generazione; In un gioco educativo mi piacerebbe creare e personalizzare il mio personaggio; Direi che un gioco educativo dovrebbe essere interessante, divertente e coinvolgente; Un gioco educativo dovrebbe riguardare temi strategici; Preferirei un genere enigmatico ma che sia divertente allo stesso tempo!”*

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

1.6. Focus group in Spagna

L'attività del focus group si è svolta il 18 febbraio 2016 a Valencia. I partecipanti sono stati 11, tutti rispondenti agli standard previsti dal target group di riferimento, tutti studenti di materie connesse al business. La riunione è durata un'ora, dalle 16 alle 17. La maggior parte dei partecipanti è di nazionalità spagnola e studia materie connesse all'imprenditorialità, più in dettaglio alcuni di loro si specializzano nell'area finanziaria mentre altri studiano in facoltà internazionali di business.

Circa la metà dei partecipanti gioca diversi tipi di giochi online e videogiochi, mentre altri non giocano affatto. 1 partecipante ha dichiarato di aver giocato in passato ma di non giocare più. Gli studenti hanno raccontato di aver giocato o di giocare ancora in prevalenza con giochi di strategia e da sala giochi, seguiti in ordine di gradimento da quelli di logica, avventura e sport.

È stato interessante notare che gli studenti giocano molto a giochi come *Tycoon* e *Age of Empires* senza sapere che sono utili a sviluppare competenze trasversali e imprenditoriali, oltre a abilità nella pianificazione finanziaria e nella gestione delle risorse. Il poker online è stato un'altra risposta interessante. 1 degli studenti ha partecipato a dei tornei online e ha riferito quanto gli sia stato utile per imparare come controllare le spese di denaro e la gestione del rischio. I partecipanti sono d'accordo nel sostenere che è meglio poter accedere a un gioco dal proprio cellulare piuttosto che dover usare il computer.

Altro aspetto di rilievo è stato il fatto che la maggior parte degli studenti gioca soltanto per svago, senza considerare o essere consapevole del potenziale dei giochi come strumenti di apprendimento. Inoltre, nessuno di loro ha mai sentito parlare o preso in considerazione di usarli nell'apprendimento di materie nel campo dell'imprenditorialità.

La discussione si è poi spostata verso gli elementi che i partecipanti considerano più importanti in un gioco. Su una lavagna bianca sono state scritte varie opzioni, e gli studenti le hanno commentate esprimendo le proprie opinioni su ognuna di esse.

L'idea di un gioco online sull'imprenditorialità è stata recepita in modo molto positivo, è stata considerata originale e utile. Gli studenti hanno sottolineato che anche un gioco con finalità didattiche deve essere divertente, interessante e allettante agli occhi degli utenti. Secondo loro un gioco creato appositamente per l'apprendimento nel campo dell'imprenditorialità sarebbe molto utile come parte di un corso universitario sul business. I partecipanti hanno preso in considerazione anche l'aspetto della durata: alcuni di loro sostengono che il gioco non dovrebbe richiedere troppo tempo per non rischiare di diventare difficile o noioso.

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

1.7. Focus group in Polonia

L'incontro in Polonia ha avuto luogo il 19 gennaio 2016, vi hanno partecipato gli studenti del Complesso Scolastico di Ropczyce (Zespół Szkół im. Ks. Dra Jana Zwierza w Ropczycach), in tutto 19 persone.

Ecco le risposte alla prima domanda, su quali tipi di giochi siano i più conosciuti, giocati e graditi. La maggior parte degli studenti ha detto di prediligere giochi di avventura con una trama (più della metà dei rispondenti). I secondi in ordine di gradimento sono i giochi di logica. I giochi di strategia, i simulatori di guida e gli sparattutto hanno avuto un riscontro moderato tra i partecipanti, solo 1/5 li ha scelti. Alcuni esempi dei giochi preferiti citati dagli studenti sono *Sims 3*, *Need for Speed* o *Hooper*. Gli studenti hanno riferito che quando giocano online tendono a scegliere dei giochi che offrono possibilità di interazione (multigiocatore).

Alla seconda domanda (sullo scopo di utilizzo dei giochi, se personale o per studio) tutti i rispondenti hanno dichiarato di usare i giochi per scopo personale, soprattutto per divertirsi. 1 dei rispondenti ha detto che lo scopo può essere anche familiare, se tutti i membri di una famiglia si riuniscono a giocare. 1 partecipante ha menzionato gli obiettivi educativi dei giochi. In generale, gli studenti usano diversi siti Internet per giocare.

Nella terza domanda gli studenti dovevano esprimersi sull'utilizzo dei giochi per l'apprendimento nel campo imprenditoriale. 13 studenti hanno dichiarato di non averli mai usati in quel contesto, 6 hanno risposto di sì, invece, e hanno specificato che si trattava di giochi di logica con una trama. 3 studenti hanno citato *Fifa Manager 2016* come l'esempio più significativo. Hanno poi nominato giochi come *Fortune*, *Plemiona* e *SimCity* (1 rispondente per ognuno), e i giochi su portali come *gry.pl* e *ikariam.pl* (anche in questo caso 1 rispondente per ogni portale).

La quarta domanda aveva lo scopo di determinare le caratteristiche principali del futuro gioco (il personaggio principale, il menu, gli elementi grafici, gli elementi di *gamification* e motivazionali). Rispondendo, i partecipanti hanno espresso anche la loro visione d'insieme del gioco. È emerso che il gioco deve essere coinvolgente dal livello più basso a quello più alto. Deve inoltre essere sviluppato in modo che tutti i livelli risultino appropriati quanto a difficoltà (dal facile al difficile), e deve avere una modalità multigiocatore.

Conclusioni e raccomandazioni

Ai giovani partecipanti è stato chiesto innanzi tutto quali tipi di gioco conoscono, gradiscono e utilizzano. La maggior parte di essi ha indicato diversi tipi di videogiochi e giochi online, mentre altri hanno dichiarato di non giocare affatto. Alcuni hanno giocato in passato ma attualmente non giocano più e la ragione principale è la mancanza di tempo. I partecipanti hanno riferito di aver giocato o di giocare tuttora con più frequenza a giochi di avventura con una trama, giochi di strategia, da sala gioco e giochi di ruolo. Giocano o hanno giocato spesso anche a giochi di simulazione e di logica, e a volte ai simulatori di guida e a giochi di memoria.

La maggioranza dei partecipanti utilizza i videogiochi per scopo personale, soprattutto per divertimento. Alcuni hanno detto di preferire giochi che uniscono divertimento e apprendimento. Diversi partecipanti hanno sottolineato che alcuni dei giochi con cui si intrattengono nel tempo libero presentano elementi relativi all'ambito dell'imprenditorialità e possono aiutare i giocatori a sviluppare alcune competenze di base. Con alcuni giochi è possibile acquisire nuove competenze ma non tutti sono consapevoli del loro aspetto educativo, e si focalizzano su quello ricreativo. Alcuni partecipanti hanno dichiarato di aver utilizzato dei giochi come parte del loro studio per apprendere e sviluppare elementi di imprenditorialità. Tuttavia un gruppo di studenti non ha mai sentito parlare e non ha mai preso in considerazione il possibile utilizzo di un gioco per apprendere elementi di imprenditorialità.

Il focus della discussione era capire quali sono gli aspetti più importanti in un gioco che insegni imprenditorialità. Questa domanda è stata posta ai partecipanti di tutti i gruppi.

Le caratteristiche principali dei "personaggi" sono: poter visualizzare tutto il corpo, presenza di personaggi maschili e femminili, l'utente deve poter creare il suo personaggio secondo la propria immaginazione; l'utente vuole poter decidere il suo aspetto e le sue abilità; l'utente vuole poter scegliere lo stile, i vestiti del personaggio; i personaggi devono essere realistici o, al contrario, essere personaggi inventati in ambientazioni di fantasia (dipende dal tipo di gioco); la possibilità di avere più personaggi.

Gli elementi fondamentali del "menu": deve essere semplice, un menu visivo è facile da capire e imparare, deve essere chiaro, ben organizzato, di facile accesso; deve essere intuitivo e posto a un lato dello schermo; il menu deve contenere le voci: "Gioca", "Carica", "Punteggio alto", "Opzioni" e "Esci", "Salva", "Impostazioni audio", "Impostazioni grafiche"; sul menu devono essere visualizzabili tutti i risultati del gioco.

Gli aspetti più importanti degli "elementi grafici": la grafica deve essere semplice e pulita; le figure, le città e le strade devono essere chiaramente visibili; tutti gli elementi devono sembrare reali; bisogna utilizzare colori forti, piacevoli e realistici per gli elementi importanti, e colori pallidi per quelli secondari; bidimensionale o tridimensionale; grafica colorata per attirare l'attenzione dell'utente e non farlo distrarre dal gioco.

Gli "elementi di *gamification*" principali: la ricerca/molti livelli, l'interazione con altri giocatori, premi (soldi, punti, trofei), gare e sfide con altri personaggi, multigiocatore, possibilità di confrontare i propri risultati con gli altri giocatori, trama interessante, elenco dei giocatori migliori, possibilità di prendere decisioni difficili e usare il pensiero logico.

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

Sulle caratteristiche più importanti a proposito della “lunghezza di ogni scena/lunghezza del gioco” i partecipanti si sono divisi. Le risposte variano da 1 minuto a 30 minuti di scena, e la durata del gioco intero va da 1 ora a 3 ore, alcuni hanno detto persino da 8 ore a 2 giorni. La lunghezza della scena deve essere proporzionale alla sua difficoltà e dipende dal tipo di gioco, dal livello e da ciò che il giocatore deve fare. Alcuni hanno dichiarato di non volere limiti di tempo nei giochi.

Gli aspetti fondamentali della “motivazione nel gioco”: la motivazione principale del giocare è il divertimento e il relax, e l'elemento più importante è la competizione, la possibilità di raccogliere punti, soldi o nuovi livelli, conquistare la posizione più alta nella graduatoria dei giocatori migliori, ricevere premi che motivino i giocatori a raggiungere lo scopo finale del gioco, la scena del gioco deve cambiare spesso così da non annoiare i giocatori, deve essere un gioco interattivo in cui i giocatori possono comunicare tra loro scambiandosi le migliori pratiche, il gioco deve essere connesso alla piattaforma di un *social network* per coinvolgere più persone.

Annex 1 Elements of the game

Table 1 Elements of the game

| | Romania | United Kingdom | Lithuania | Greece | Italy | Spain | Poland |
|------------------|---|--|---|---|---|---|--|
| Character | <ul style="list-style-type: none"> -the possibility to have multiple characters -Male and Female characters -the possibility to customize it (outfit, accessories, hair, name) -character as humanized as possible/realistic -to personalize it during the game -to have multiple personalities | <ul style="list-style-type: none"> -the character should not be a real life character but rather a user profile -user profile, there should be an option indicating the level of the users so players can play at different level according to their experience -the character should progress on an experience basis while gathering | <ul style="list-style-type: none"> -would like to choose characteristics of character – how he looks, what skills he has and other. - would like to choose the appeal, clothes of the character as it would make feel <i>“more in to the game”</i>. -would like to create character by him/her, not only to choose from the list, it somehow | <ul style="list-style-type: none"> -characters are not that important in all types of games. In particular, they believe that character has no significant importance in quiz games, while at the same time characters are very important in adventure or simulation games, as players/characters have to be clearly | <ul style="list-style-type: none"> -characters should be realistic or on the contrary, they can be fictional characters in fantastic settings (it depends on the type of game). -an avatar that each user can personalize both in physical characteristics (face, equipment and dresses) and in the activities they usually | <ul style="list-style-type: none"> -characters were considered as one of the most important features on the game; mainly because it is in some way the personification of the player -having already existing avatars that they could choose instead of having to create them from scratch -having imaginary characters over | <ul style="list-style-type: none"> -should have a few characters, and each of them should possess different abilities; -the entire figure of the character should be visible (just one responded voted for a face only); -there should be a possibility of modifying a character; -a character should be |

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l’uso del gioco educativo

| | | | | | | | |
|--|--|--|---|--|--|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> -full body view Real avatar/photo (if it will be only avatar photo) | <ul style="list-style-type: none"> points and achieving level ups -the character is not an important element of the game. The game should focus on the gaming experience -the character as a fictional avatar or comic animal -the user should have the opportunity to create his/her own character while using his/her imagination -the game should use a real character | <ul style="list-style-type: none"> should look like <i>“3d modelling of a character”</i> -character should have all pose -some participants would like to see only face -character should change his face according to the situation of game -character should look <i>“pretty and interesting”</i>. -it is a need to have both – men and women | <ul style="list-style-type: none"> distinguished and some of the characteristics of characters may affect the outcome of the game. -participants want to have the option to customise their character as they wish -some players prefer to select their character from a list of already available avatars -In any case, the participants agreed that they do not want many details in their characters; they want their | <ul style="list-style-type: none"> make: eg. If the character is working and what kind of work, if he makes sports and how, if he has any hobbies, how long does he sleep, if he has friends etc. -the character may be in 1st person (preferable in the war, action, fighting games to increase the level of identification) or in 3rd person (preferable in the strategy games in which it is important to have an overview of the | <ul style="list-style-type: none"> real life characters, is usually the most iconic, meaning it is the one that people will probably remember years later (such as Mario Bros or Pikachu) | <ul style="list-style-type: none"> “geared” with scientific instruments or work tools, like for example calculator; -a character should be bright colour; -a character could be wearing appropriate clothes e.g. a suit or there should be a possibility of changing clothes; -the game should look modern |
|--|--|--|---|--|--|--|--|

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l’uso del gioco educativo

| | | | | | | | |
|-------------|---|--|--|--|--|--|--|
| | | | | characters to have some verisimilitude, but not to look like real humans | scenario) -a nice character with a smiling face | | |
| Menu | -simple and user friendly; -when clicking on an object to give display different tasks; -to have a task menu to see if they still have tasks to do; -the possibility to move the menu around the window (if I want to put the task button in the right corner to put it there, if I don't like that position anymore to move it around; -the menu | -simple, visual menu which is easy to understand -the menu should include the "Play" button on the top which is visible for everyone. -clicking on the play menu, there should be a pop up window asking if the user wants to start a "New game" or "Continue an old game" -the menu should contain | -menu should be static and only have one possible situation in window according to two members of focus group -menu should be not visible, but only appear when player uses command either by mouse click or combination of buttons -best place for menu is in upper left side as it is the first place in monitor | -participants prefer a well organised on top area of the screen, simple and easy to learn and use menu; they do not want to waste time in reading long guidelines on how to play the game, so they prefer brief and comprehensive descriptions -when they enter the first screen of the game, they want to have a menu of various | -it must be clear, well organized, easy to access and use, clearly explaining how to play -it should be nice, with very clear signs like: START GAME SHOP | -all participants prefer to have an organised menu with all the commands together when pressing a button, rather than to have visible possibilities on the screen but not all together - the comfort when playing of just pressing one button and looking for the command in the menu that was needed, instead of having to look all over the | -it should be easy, intuitive and placed on one side of the screen -expressive, easy-to-use, dropdown menu -well structured, with each tab having different function -in Polish or other languages -should be placed in one location, for example in the right-left corner of the screen |

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l’uso del gioco educativo

| | | | | | | | |
|--|---|---|--|---|--|---|--|
| | <p>should contain: Play game, Load game, High score, Options and Exit, Save button, Sound settings, Graphic settings</p> <p>-simple menu, centred or to appear from one side (to have auto hide) /Static, in the right part of the screen</p> | <p>an “Options” button allowing users to configure the game</p> <p>-tabs that would be good to have: Achievement tab, Exit button tab, Exit button</p> <p>-the menu should include a “Help” option where users can click and ask for help if they get stuck in the game</p> | <p>that catches players’ eye attention</p> <p>-menu should also have place where to see all results of the game</p> <p>-menu should have buttons that are common to other games, so player would feel like it is “normal game”</p> | <p>settings as regards the customisation of the game, e.g. level of difficulty, selection of characters, sounds and music options, etc., but at the same time they</p> <p>-want to have the possibility to start directly the game without having to get through all this process</p> <p>-they do not want any buttons or menu options to be displayed during their playing, they prefer to play in full screen</p> | | <p>screen without the game being paused</p> | |
|--|---|---|--|---|--|---|--|

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

| | | | | | | | |
|---------------------------|---|--|--|--|--|---|--|
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> mode -in some cases, e.g. in simulation games the menu is very important and has to be very functional, but not very difficult to use | | | |
| Graphical elements | <ul style="list-style-type: none"> -real pictures, modern graphic, it is ok if it's 2D as long is interactive and have a strong subject an story, if it has a full character, the move not to be interrupted -HD -clarity – close to real life -soft moves, real moves of | <ul style="list-style-type: none"> -on 8-bit interface and simple looking game that follows a storyline -a permanent GVI that shows the level progression and an additional stats of the users (assets, money, etc.) -participants indicated that a | <ul style="list-style-type: none"> -participants said that the games should have realistic graphics, it should look like real photos, and they argued that anime films these days and some games are already really realistic so it also should be done in each newly | <ul style="list-style-type: none"> -in quiz games, participants believe that graphical elements are not very important and of course they do not affect their decision to play a game or not, but in adventure and stimulation games, the graphical | <ul style="list-style-type: none"> -it 'important to have an accurate and captivating graphic -it is better to have a realistic and high-definition graphic, with high attention to details -the graphic elements are not always essential: plot, | <ul style="list-style-type: none"> -on the one hand, there was a general preference of having good quality animations on the game, but then participants had different opinions on which where the other important elements to | <ul style="list-style-type: none"> -3D graphics, realistic colours; -good quality, clear and realistic elements -photos, photo thumbnails -sharp graphics, so that every element is clearly visible; -clearly visible figure, city, streets, a lot of colours |

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l’uso del gioco educativo

| | | | | | | | |
|--|---|---|--|--|---|---|---|
| | <p>the character; -strong and nice colours for what is important and pale colours for the ones that are not that important; -the possibility to change the environment (black and white, medieval, business etc.); -to talk to other characters using bubbles (IMVU game)</p> | <p>simple and clean graphic would be convenient to play the game -simple, bright, colourful</p> | <p>developed game -same participants didn’t agree on the need to have realistic pictures in the game and argued that it is a game and people understand that so it can have graphics that are more related to fantastic views, even some suggestions to “go crazy and be creative in designing graphics”. -finally they agreed “use graphic elements just as</p> | <p>elements are very important and they should depict reality, so as to feel better the gameplay experience –the participant mentioned that they prefer high definition images and beautiful colors which do not distract attention from the game and which are adjusted to the type and the topic of the game. Some of them highlighted that the consistency as regards the graphical elements during</p> | <p>scenes and game missions are the most important and attractive elements -elements that teens like: Nutella, Pizza, Minions, Panda, Pies... -colored that attract the user attention – not violence</p> | <p>consider -some participants stated the game aspect as an important element, considering it the most appealing element, and the one that first draw the attention of the user -other considered images in the game as the most important element; having bad quality images could be annoying and make the user stop playing with the video games</p> | <p>-all the elements should look like real - the game should have adequate light; -there should be videos explaining how to pass each level</p> |
|--|---|---|--|--|---|---|---|

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l’uso del gioco educativo

| | | | | | | | |
|----------------------|---|--|--|--|---|---|---|
| | | | much as needed – just like Apple does” | the whole duration of the game is very important. -they prefer drawings and cartoons, not real pictures and they appreciate beautiful artistic features in the games | | -additionally, they thought it would be better to use basic and simple images so that they would not draw attention from the game, as it is business related and would need a certain focus from the user | |
| Sound effects | -sound effects of the actions -natural sounds -background music (not so loud) -the sound must not be annoying but pleasant -to indicate the atmosphere and what the “user” is doing -the option to | -reward sounds but no music -nothing “Naff” (annoying and repetitive sound) | -some would like to have possibility to listen to background music in the game -Other said it could have sound on click or vibration on smart phones -one argued that sounds | -participants have connected their favour games with the background music played during the game, so they consider music a very important element of games -music can add | -they favour games that do not have the usual standard music of the traditional video games (simple melodies) but it is important that there are good music tracks (e.g. pop music but also classical music - | -the only sound she/he wanted to hear when playing a game is the background music, he/she did not like any other sound, not even the onomatopoeic one, as she considered that playing a | -the sounds should not be irritating -a sound should be appropriate for a given activity in the game -music in the game should also be appropriate, pleasant, relaxing, |

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l’uso del gioco educativo

| | | | | | | | |
|--|---|--|---|--|--|---|--|
| | <p>turn off the background music or the action sound</p> <p>-realistic sounds</p> | | <p>might change when view changes in the game</p> <p>-one said that there should be no sounds</p> | <p>atmosphere to the games, but they prefer to listen to some subtle background music which does not distract their attention from the game and does not dominate the sounds effects of the games.</p> <p>-as regards the sounds effects, they prefer some sound effects when they complete each level of the game or when they reach one goal, or even when they make an error and not during</p> | <p>see Floor Tiles 2).</p> <p>-music that follows the rhythm of the characters’ movements</p> <p>-music must be soft, not hard music</p> | <p>business related game would need a certain focus and having different sounds would distract her</p> <p>-some said that every sound was important when making the user feel part of the game; even having a characteristic sound when clicking a button could make a difference; it would also make the user not get bored even if the topic part was theoretical business related, because</p> | <p>dynamic or threatening, with characters’ sounds audible in the background;</p> <p>-after getting a bonus, there should be a sound added</p> <p>-background music should be different on every level</p> |
|--|---|--|---|--|--|---|--|

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l’uso del gioco educativo

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|---|--|---|--|
| | | | | <p>the whole duration of the level, because sometimes sound effects can get very annoying. Finally, all of them stated that they want to have the option to adjust and mute the volume of the sounds and the background music, while some students mentioned that they would like to have the possibility to select the music to be played during their game.</p> | | <p>sounds can make a person’s attention increase -same thought it was nicer to have different music for different action types, for example on important moments of a business life (making an important deal, interacting with a crucial consumer...) -none agreed with the proposal of having different music for different stages of the game as an important or appealing</p> | |
|--|--|--|--|---|--|---|--|

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

| | | | | | | element | |
|------------------------------|---|---|---|--|--|--|---|
| Gamification elements | <ul style="list-style-type: none"> -final decisions that can change the whole game -interactive dialogs (with other characters) -upgrades (character or scene) -experience bar -to increase the knowledge or skills of the character during the game -hidden objects -reasonable difficulty / different levels of difficulty -good storyline -quests/lots of levels -new scenes at a specific time. -the possibility | <ul style="list-style-type: none"> -controlling every aspects of the game: if you run a business, you should have access the business as the whole rather than just a small part of it -strategy is essential: using a strategy to achieve a goal in the most efficient way possible -game should focus on risk-taking, managing risk and assets -starting in a small office– gathering employees – achieving | <ul style="list-style-type: none"> -some suggested that mainly player should chose as in character part everything also in game itself also – level of game, speed, reward system and other elements -game should also involve other non-formal style of learning -game should emphasize what could be learned and how, for player to better understand why this game is different | <ul style="list-style-type: none"> -some replied that they like to compare their scores with those of other players, as well as their ranking in games. But this is not their priority when they play a game, they just want to have a view of their progress in the game. -some mentioned that the main reason they play a game is because they are competitive, so they always check their score and they want to be | <ul style="list-style-type: none"> -it is important if the game allows us to play all together/ against other people you know but also that you do not know (in this case it also facilitates knowledge of other people and you can then create groups of friends to contact in case of new games) -it does not matter that there are charts, while it is preferred that there may be comparisons with other | <ul style="list-style-type: none"> -all participants agreed on preferring to have the possibility of knowing the TOP 10 results of the game users -some of them also liked the possibility of comparing their results with other players, as they usually played to the same games as their friends and it would be a way of competing against them. -they all considered risk facing as a crucial point to | <ul style="list-style-type: none"> -the use of mechanisms known from MMO games in everyday life -possibility of making difficult decisions -implementing elements of time management, punctuality, self-control -using logical thinking -elements of competition between players as an example of day-to-day competition; -learning how to save money; -creating top 10 list -decision- |

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l’uso del gioco educativo

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> to skip the tutorial -codes to access different elements and surprises -the possibility to create your own strategy -to interact with other players -rewards (money, points, trophy) -competition -storytelling with the option to skip it at one point -mandatory the important task -levels by points/money -personality tests -multiplayer, -top player (for all the | <ul style="list-style-type: none"> business goals – moving up to higher levels of the office building– Goal: owning the entire office building entire office building | | <ul style="list-style-type: none"> ranked among the top players | <ul style="list-style-type: none"> players -challenges with other characters can be fun and also with other persons using the same game | <ul style="list-style-type: none"> be treated on the game, saying it is a very important part of the business life and getting used to it on a game would help face it on the real life | <ul style="list-style-type: none"> making -avoiding your opponent |
|--|--|--|--|--|---|--|---|

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

| | | | | | | | |
|--|--|--|---|---|---|--|--|
| | countries) | | | | | | |
| Length of each scene / Length of the game | -each scene should be not more than 25 minutes and the whole game 1 hour in opinion of 72% of students from group and 20 minute and the whole game 1:30 h in opinion of 28% of students from group | -participants were divided on this topic, answers varied from 1 minute/scene to 15min/scene. | -some suggested several minutes for session -for some participants 3-4 minutes for session is normal -one said that thought about 30 min for one session when we started this question -other tried to say that 10 min for session is final -at the end they agreed that less than 15 min for one session, but all game not longer than 1 hour -finally they | -all respondents agreed that this depends on the kind of the game -they all agreed that the duration of each level should increase, when the difficulty of the game increases, in any case, the duration of each level and of game should not be that long that will make the player feel bored and disengaged -some players mentioned 3-10 minutes per scene and 8 hours to 2 days | -there are no rules on this aspect, the important thing is that the length of the scene is adequate to the difficulty of the scene itself: shorter scenes as they are while longer scenes correspond to the more complex and articulated ones, with more actions to be undertaken. -the basic layer is not necessary and is not recommended to be too long otherwise the | -some thought it was easier to have a lot of actions or tasks to do on a game, but with little time needed to complete them - they thought having to spend a lot of time on one task could turn it boring as not everybody has a lot of time to spend on games -other thought it was better to have more complex tasks or actions to make, with a higher amount of time required, so | -it should take up to 30 minutes or 15-20 minutes for each level; -time for a particular level should be indefinite; -up to 3 hours for the entire game, (3-5 minutes for each scene); -if it's engaging, up to about 2 hours; an extra suggestion for this question was that it is a MMO game, with many players. |

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l’uso del gioco educativo

| | | | | | | | |
|--|--|--|---|---|--|---|--|
| | | | <p>suggested that it depends on level and what player has to do and other said that it has to be continuous</p> | <p>per game - some of the players underlined that they do not want time limits in games, when they have to make a move or to give an answer -however, they recognise that time limits are very important when they play a game for learning purposes, for example, decision making games -one student also mentioned that it is very important to be able to continue his game from</p> | <p>game risks becoming boring -the game duration can last the time you (as character) are alive, when you die the game is over</p> | <p>that it would need a higher involvement of the user and it could have more details to attract the player into using the game</p> | |
|--|--|--|---|---|--|---|--|

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l’uso del gioco educativo

| | | | | | | | |
|-------------------------------|---|---|---|--|--|---|--|
| | | | | the point at which it had stopped and not to repeat some actions, at whatever time he returns to his game. | | | |
| Motivation in the game | <ul style="list-style-type: none"> -a shooter game without story where what you to do is just to shoot targets -to be realistic and a lot of adrenaline -to help me to relax -to win something (rewards, trophies) -to be accessible for everyone -to be exciting and every time with something new | <ul style="list-style-type: none"> -if you would like to develop entrepreneurial skills, it is better to play in team because it teaches you teamwork which is essential for entrepreneurship -working out a strategy to visit certain number of destinations, the most efficient way possible -the game | <ul style="list-style-type: none"> -if it is related to subject that you like -it should be as free time activity – interesting and fun -it motivates when you can check your brain activity – how good you are -graphic design, interesting characters and basically all the environment of the game | <ul style="list-style-type: none"> -the main motivation for them to play is entertainment and relaxation, many of participants mentioned the fun they have when they play online games with their friends and they try to beat their score, so, the most important element for them is the competition –some | <ul style="list-style-type: none"> -challenge for objectives which corresponds to the collection of points/bonus -devise a strategy to achieve objectives and to carry out targeted actions - a game full of action to stimulate interest and desire to move forward -have the chance to build | <ul style="list-style-type: none"> -all participants agreed on fun as the main reason to play a game, although others also added the possibility of collecting points, money or new levels -winning was another answer to this question, as well as to be able to do something with friends | <ul style="list-style-type: none"> -include the elements of competition; -show the ranking of other players; -ensure the opportunity to earn rewards or get some extra bonuses; -ensure the opportunity of reaching higher levels; -provide the possibility of earning money; -give the chance to collect points |

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l’uso del gioco educativo

| | | | | | | | |
|--|---|--|--|--|---|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> -the story and the competition -the gameplay and the competition -top players | <ul style="list-style-type: none"> should focus on gaining points rather than completing and end goal -repetitive games are boring, scene of the game should frequently change so users won't get bored -it should include "brain training" tasks -it should be an interactive game where players can communicate with each other and therefore share best practices -the game should be connected to | | <ul style="list-style-type: none"> mentioned learning as the main motivation for playing, so it is important for them to play games which can help them gain some knowledge and develop some skills | <ul style="list-style-type: none"> situations but also material things within the game scenarios (eg. cities, villages, houses, lifestyle, agriculture etc.) to create a personalized virtual reality and newly created only by their own efforts and capacity. -collect bonus points -pass to higher levels -understand how the game ends – achieve the goals | | <ul style="list-style-type: none"> and completing levels |
|--|---|--|--|--|---|--|---|

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l’uso del gioco educativo

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | <p>social media platform because it is engaging for more people</p> <ul style="list-style-type: none"> -it should include a to-do list that allocate your time and alarms you to do your daily game -a realistic work environment with employees that have behaviour pattern, players would receive hints of the real life implications of entrepreneurship -achieving a goal in amount of time -receiving | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l’uso del gioco educativo

| | | | | | | | |
|--------------|--|---|--|--|--|--|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> awards that would motivate players to reach the end goal of the game -achieving the top position on the leader board -the game should pose series of challenge to players and users should overcome obstacles | | | | | |
| Other | <ul style="list-style-type: none"> -mystery, action and adventure during the game -to be able to think strategically -OPEN WORLD -they want to have explanations like pop-out info | | <ul style="list-style-type: none"> -it would be related with their work -it should have different levels, especially for experienced ones -if it would have a timetable – where you | | | | |

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

| | | | | | | | |
|--|---|--|---|--|--|--|--|
| | <p>about what they are doing; theoretical part to understand better at what the task refers to -they want the game to establish if their entrepreneurial knowledge is good and if they will be a good entrepreneur or if their plan is good enough -the difficulty of the game to increase with the passing of levels</p> | | <p>could check in and later see results, time spent and other information -include as much as possible learning elements -it should be easy one and especially easily available – online instant access -maybe it should be divided in different levels so it could be easily accessible whenever having some free time -it should be either adventure or</p> | | | | |
|--|---|--|---|--|--|--|--|

2015-1-RO01-KA202-014975

Gamify Your Teaching – accrescere le competenze professionali dei formatori di autoimprenditorialità attraverso l'uso del gioco educativo

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | cognitive, or even associated with the realities of today -some said that they just don't have time to play so it doesn't matter how great the game looks like, they just won't play it | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|