



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI CAMERINO**

**SCUOLADI ARCHITETTURA E DESIGN “E. VITTORIA”**

**CORSO DI LAUREA IN**

**Design per l'Innovazione Digitale**

**TITOLO DELLA TESI**

**PIATTAFORMA DIGITALE DI ORIENTAMENTO E STIMOLO COMPETITIVO PER  
LO STUDENTE UNIVERSITARIO**

*Laureando/a*

**Nome Anna Cantarini**

*Relatore*

**Nome Prof. Arch. Luca Bradini**

**Firma**

*Anna Cantarini*

**Firma**

*Luca Bradini*

---

**ANNO ACCADEMICO 2021/2022**

Università degli Studi di Camerino  
Corso di Laurea Magistrale in Design per l'Innovazione Digitale  
A.A. 2021/2022

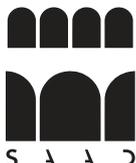
# Piattaforma digitale di orientamento e stimolo per lo studente universitario

Anna Cantarini

Relatore  
Prof. Arch. Luca Bradini



Scuola di Ateneo  
**Architettura e Design "Eduardo Vittoria"**  
Università di Camerino



Scuola di Ateneo  
**Architettura e Design** "Eduardo Vittoria"  
Università di Camerino

Università degli Studi di Camerino

Tesi di Laurea Magistrale in Design per l'Innovazione Digitale

A.A. 2021/2022

Il service design nella vita di tutti i giorni

Anna Cantarini

Relatore

Prof. Arch. Luca Bradini

Everyday, we all use services that are broken - and this needs to change.  
Service design is designing services that work.

Lauren Carrie<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Managing Director di NOBL Collective, in precedenza Co-founder di Snook (UK)

## Indice

<b>1. Abstract</b>	pag. 6
<b>2. Progettare servizi</b>	8
2.1 Progettazione autentica	9
2.2 Il service design fino ad oggi	10
2.3 Service revolution	12
2.4 Terminologie e significati differenti	14
<b>3. Competenze progettuali</b>	16
<b>4. Competenze relazionali e manageriali</b>	22
<b>5. Gli strumenti</b>	24
<b>6. Contesto e scenario di riferimento</b>	28
<b>7. Concetti chiave</b>	32
7.1 Aspetto ludico	34
7.2 Implosione accademica: gli studenti	36
7.3 Gli studenti ed i modi di vivere e usare la città	38

<b>8. Approccio metodologico</b>	pag. 44
8.1 Investigating the community	44
8.2 Personas	50
8.3 Empathy map	52
8.4 Focus group	54
8.5 User needs	56
8.6 Stackholder map	58
<b>9. Il progetto</b>	60
9.1 Wall differenziati	62
9.2 Livelli	65
9.3 Carriera	69
9.4 Grad cap	71
9.5 Profilo	73
9.6 Community	76
9.7 Academy	83
9.8 Mappa	86
9.9 Versione mobile	88
<b>10. Design system</b>	94
<b>11. Mockups</b>	96
<b>12. Bibliografia e sitografia</b>	100

# 1. Abstract

La tesi nasce da una collaborazione con l'azienda Nautes digital design company di Jesi (an) Il tirocinio finalizzato alla tesi ha avuto come oggetto la progettazione di un servizio per un'azienda operante nel settore della fornitura di servizi di energia. Il servizio con approccio B2B, contiene un touch point WebApp per la gestione dei Collaboratori.

In particolare la necessità era quella di gestire la struttura commerciale e gli obiettivi a questa assegnati, così come fornire ogni informazione importante per lo sviluppo della carriera del singolo agente anche grazie al training e alla formazione continua che verrà incorporata all'interno dell'esperienza di fruizione.

Ho avuto la possibilità di prendere parte attivamente alle attività di progetto sin dal momento della discovery e definizione del servizio con il committente, fino al delivery e prototipazione del prodotto finale. Ho avuto modo di rendermi conto di come viene applicata ad un caso concreto la metodologia del design thinking tenendo conto di tutti gli elementi utili al miglioramento dell'esperienza degli attori coinvolti senza perdere di vista la sostenibilità del progetto in termini di tempi, costi e qualità.

Il mio progetto è dunque ispirato a quello svolto in azienda, ho trasportato tutte queste nozioni e tutte le fasi di sviluppo nella mia tesi che ha come oggetto una piattaforma digitale di l'orientamento e stimolo per lo studente universitario.

Il progetto è realizzato seguendo la metodologia del service design; è stata fatta una ricerca sulla tipologia di utenti per comprenderne a pieno le caratteristiche comportamentali, emozioni, sentimenti e necessità. Successivamente sono stati individuati i punti chiave attorno ai quali sviluppare il progetto.

L'utente, che in questo caso è lo studente universitario, esce dalla sua zona di confort (dal nucleo familiare, dalla scuola superiore e spesso dalla sua città originaria) e si trova a dover gestire l'università e a doversi muovere in una città che non conosce.

Il progetto intende fornire uno strumento di orientamento e gestione della vita universitaria attraverso 4 aspetti:

- il primo è l'aspetto ludico, il portale sprona gli studenti a raggiungere gli obiettivi che si sono imposti attraverso un gioco a premi. Più lo studente è attivo e quindi sostiene gli esami e partecipa a iniziative organizzate dall'università e dal comune, più accumula punti che si traducono in buoni spendibili nella città.

- La condivisione, l'utente può avere un contatto reale con gli altri studenti e scambiarsi materiale didattico, opinioni e valutazione di corsi e professori.

- Mostrare e valorizzare i lavori svolti durante l'università. Il portale ha una sezione pubblica, accessibile a tutti in cui lo studente può mostrare i propri lavori, le proprie esperienze e competenze acquisite durante gli anni di studi, in modo da potersi inserire nel mondo lavorativo facendosi notare dalle aziende del territorio.

- Interazione con la città. Il portale invita lo studente a partecipare attivamente alle iniziative cittadine, da dei buoni spendibili nella città e ha una sezione in cui l'utente può trovare facilmente i servizi e i luoghi più utili e frequentati dagli altri studenti.

## 2. Progettare servizi

Il termine service design viene impiegato per indicare un nuovo modo di usare il design.

Un modo che si confronta con una dimensione sistemica, che considera elementi non legati alla dimensione fisica degli artefatti, che attribuisce alle persone responsabilità creative, che deve stare al passo con i bisogni degli individui e del pianeta secondo priorità diverse dal passato, che deve trovare la faccia umana della tecnologia e che non può prescindere dagli aspetti di sostenibilità sociale, ambientale ed economica.

Il service design è una progettazione incentrata sulla relazione tra una o più persone e un servizio.

il concetto di servizio esiste da sempre nella storia dell'umanità e riguarda qualsiasi aspetto dell'attuale vita quotidiana, quello che è emerso più recentemente è la necessità di progettare questi servizi per rendere l'interazione più efficace efficiente e piacevole sia per chi lo utilizza sia per chi lo eroga.

É consuetudine pensare ai servizi come un qualcosa di immateriale che si esaurisce un attimo dopo averla utilizzata utilizzati. In effetti i servizi non hanno forma fisica e non possono essere posseduti ma solo utilizzati. Quello che diventa tangibile per l'utente, e che quindi rappresenta un aspetto cruciale nella progettazione sono i touchpoint. I punti di contatto che la persona ha con il servizio hanno natura fisica e sanciscono la presenza del servizio stesso. I touchpoint comprendono sia i canali di interazione diretta tra utente e servizio che quelli interni che consentono il funzionamento del servizio dietro le quinte.

Lo scopo del service design è quello di dare forma a dei servizi di qualità, che aiutino le persone gestire la complessità di informazioni e tecnologie, in grado di migliorare concretamente la quotidianità degli individui.

## Progettazione autentica e coerente

La progettazione di servizi deve essere basata su informazioni autentiche riguardo chi li utilizza; solo così si può essere certi di fornire un servizio con un valore reale. Se si utilizzano in maniera intelligente reti e tecnologia, si possono semplificare processi complessi e restituire servizi efficaci ed intuitivi agli utenti. Applicando questa coerenza nella progettazione, i servizi si adatteranno meglio ai cambiamenti e funzioneranno più a lungo per l'utente.

Che significa applicare coerenza nella progettazione di servizi? Il service design necessita di una progettazione orizzontale, in cui sono curati tutti i touchpoint attraverso cui si svolge l'interazione tra l'utente di un servizio e l'organizzazione che lo distribuisce. Se anche solo un punto di contatto risulta scadente, l'utente percepirà il servizio scadente.

Un esempio pratico: l'utente sceglie una compagnia aerea e paga un biglietto prioritario per ritirare la sua valigia prima degli altri. La prenotazione del volo procede senza intoppi, l'interfaccia grafica è semplice e intuitiva, i feedback di conferma sono immediati, ma l'addetto allo scarico dei bagagli non rispetta l'ordine di uscita prioritaria delle valigie. L'utente aveva un'aspettativa che non è stata rispettata e rimane insoddisfatto. Per comprendere queste emozioni e sensazioni dell'utente, dalla più banale alla più complessa bisogna attuare delle ricerche qualitative sulle persone che utilizzano il servizio in quanto costituiscono il cuore del progetto.

## Il service design fino ad oggi

Il service design affonda le sue radici tra la fine degli anni '80 e l'inizio degli anni '90 nell'ambito del marketing.

La prima ad introdurre questo termine fu G. Lynn Shostack, esperta di marketing, che nel 1977 pubblicò un articolo sulla rivista *Journal of Marketing* intitolato "Breaking Free from Product Marketing" in cui spiega le differenze tra prodotti e servizi, tra il tangibile e l'intangibile e soprattutto la difficoltà nell'applicare tecniche e strumenti utilizzati nel mondo del prodotto a quello molto più complesso dei servizi.

A questo articolo seguirono altri scritti come ad esempio: "how to design a service" pubblicato dalla rivista *European Journal of Marketing* e "Designing Services that Deliver" pubblicato sulla *Harvard Business Review* in cui si parla per la prima volta di progettazione di servizi e diventa sempre più evidente la necessità di sviluppare dei modelli per la progettazione dei servizi data l'influenza che i servizi hanno sull'economia.

Dopo gli scritti della Shostack, Bill Hollins, professore di design management all'università di Westminster, spiega con la pubblicazione *Total Design*, che i servizi devono essere progettati seguendo un processo metodologico per evitare di disperdere energie e investimenti.

*Total Design* propone quindi un primo modello per la progettazione dei servizi che mira a implementare il successo attraverso dei passaggi chiave: analizzare il contesto e i concorrenti, definire un obiettivo in termini di performance ed esperienza, e specificare come intervenire per ottenere questi risultati.

Nello stesso periodo in Scandinavia si sviluppa il metodo del Participatory Design, che promuove il coinvolgimento dei lavoratori nelle decisioni aziendali. Ad esempio il coinvolgimento degli infermieri nello sviluppo di sistemi IT per l'ospedale. Si comincia così a far strada anche in Europa l'idea di inclusione, partecipazione e attenzione ai bisogni dell'individuo.

Nel 1995, Birgit Mager stabilisce il service design come materia di ricerca e formazione alla Koln International School of Design, la prima università ad offrire formazione in questo campo. Da qui iniziano a nascere aziende interamente dedicate alla progettazione di servizi come Engine (2000) e Livework (2001) entrambe Londinesi. E fioriscono anche numerose produzioni letterarie attorno al tema. Anche in Italia si introduce il tema del service design inteso come spazio necessario per l'interazione. In particolare il lavoro di Elena Pacenti fissa le linee guida per il progetto di interazione uomo-macchina e persona-servizio. A partire da questo momento si sviluppano una serie di esperienze e di ricerche guidate anche da Ezio Manzini che contribuiranno fortemente allo sviluppo della disciplina.

L'idea che ha dato una grossa spinta a questa disciplina è stata quella di concepire il design non solo come la messa a punto di un prodotto ma anche come la definizione dell'esperienza che gli individui hanno di quel prodotto o servizio. La cultura del progetto assume quindi un nuovo significato: dal definire una forma finale a dei prodotti, al diventare guida dei processi di innovazione e definizione di vere e proprie strategie e filosofie. Con l'avvento del digitale si afferma ufficialmente la professione del service design.

## Service revolution

Alla fine del 19 secolo assistiamo all'immissione di una grande quantità di beni economici sul mercato, mentre verso la fine del 20 secolo prende il sopravvento un tipo di economia basata sui servizi.

Questo perché la crescita esponenziale del mercato del prodotto ha portato ad una saturazione di prodotti tale per cui, per sopravvivere o competere con altri brand, i produttori si sono trovati ad esplorare il mondo dei servizi per garantire un valore aggiunto al proprio prodotto che non è unicamente materiale. L'idea di associare un servizio ad una merce è diventata quindi decisiva per lanciare un prodotto di successo. In questo scenario, evoluzione tecnologica ha contribuito sempre di più ad una fusione tra prodotto e servizio.

Oggi la distinzione tra prodotto e servizio è quasi scomparsa, ad esempio una canzone è un file mp3 che può essere consumato tramite servizi come apple music o spotify; l'utente percepisce poco la differenza tra possedere il file musicale o ascoltarlo tramite app. mentre ciò che succede in fase di progettazione è totalmente differente.

Le nuove generazioni di prodotti tecnologici, e non solo, sono così legate al servizio che costituiscono un tutt'uno con la dimensione stessa del servizio. Questi prodotti seppur caratterizzati da una propria fisicità rappresentano il mezzo principale attraverso cui accedere ad uno o più servizi. Altri prodotti, come ad esempio molti elettrodomestici hanno sempre di più la necessità di interfacciarsi con l'utente non solo tramite la forma, l'ergonomia e l'affordance insita nell'oggetto ma tramite un'interfaccia digitale che aumenta di gran lunga le prestazioni del prodotto. ( la cappa da cucina che rileva e comunica la qualità dell'aria, il frigorifero che suggerisce la lista della spesa o delle ricette in base a quello che c'è già in frigo o banalmente

alexa collegata a tutti i sistemi di casa, luce, riscaldamento ecc).

Quest'orientamento al servizio ha travolto le imprese che sono state costrette ad abbracciarlo per rimanere competitive sul mercato con livelli di difficoltà differenti a seconda dei casi. Le aziende legate ad una forte tradizione di prodotto faticano a modificare la propria cultura e i processi interni in un'ottica orientata al servizio perché non sono abituate a focalizzare l'attenzione sulla progettazione dell'esperienza utente. Per le organizzazioni già attive nel settore dei servizi invece, il progredire del digitale ha portato un'accelerazione senza precedenti del processo di innovazione.

Nuove realtà si sono fatte strada all'interno dello stesso mercato che è stato costretto ad aggiornarsi e innovarsi continuamente. Questo processo è chiamato trasformazione digitale e negli ultimi anni ha rappresentato una grande spinta verso l'adozione del service design da parte di molte aziende.

## Terminologie e significati differenti

Sull'onda di questa trasformazione digitale, il service design si è fatto strada all'interno di organizzazioni pubbliche e private; tuttavia il service design non è l'unico a trattare il tema della centralità dell'utente e della progettazione di interfacce. Ci sono altri metodi progettuali che nascono nello stesso contesto economico e culturale ma con diverse connotazioni.

Dopo le prime teorie sul service design comparse in ambito di marketing, l'attenzione negli stati uniti si è focalizzata su un altro approccio chiamato Design thinking. Agli inizi degli anni 90 Richard Buchanan pubblica " Wicked Problems in Design Thinking" che riapre il dibattito sulla capacità del progettista di risolvere problemi complessi durante dei percorsi di innovazione.

Nello stesso periodo nasce lo studio IDEO fondato da Tim Brown che fin da subito propone una progettazione basata sulla multidisciplinarietà e sulla centralità dei bisogni degli utenti.

Tim Brown teorizza e si fa promotore del design thinking e human centered design lanciando un programma didattico all'università di Stanford e esportando la conoscenza di questa materia a tutto il mondo attraverso i suoi libri. Il design thinking ha l'obiettivo di aiutare le aziende a mettere le persone al centro dei propri processi di innovazione, sviluppando prodotti e servizi che rispondano a bisogni concreti e che quindi abbiano una maggiore probabilità di successo. " Design thinking is a human centered approach to innovation that draws from the designer's toolkit to integrate the needs of people, the possibilities of technology, and the requirements for business success" (Brown, 2009)

I due approcci presentano dunque dei metodi simili come la centralità della persona, il coinvolgimento di team multidisciplinari e la capacità di prototipare rapidamente. Tuttavia il service design si spinge oltre mettendo in campo la visione sistemica e di analisi delle esperienze

dell'utente e processi front-end e back-end del servizio.

Andando quindi in profondità su aspetti come organizzazione gestione ed esecuzione del servizio stesso.

Un altro termine che rientra nello stesso campo semantico è quello di User Experience, che viene associato a Donald Norman negli anni 90. Venne usato per per descrivere l'insieme di fattori funzionali ed emozionali che caratterizzano l'interazione di una persona con un'interfaccia digitale.

Lo user experience design si concentra principalmente su sull'incontro dell'utente con il servizio, tramite i touchpoint digitali, ovvero tutti i punti di contatto appunto che l'utente ha per raggiungere un determinato servizio: app siti internet chioschi interattivi concept store ecc.

A differenza del service design, la user experience si limita ai canali digitali che definiscono la relazione tra utente e fornitore.

Il progettista di servizi si trova quindi più o meno vicino a queste definizioni a seconda del contesto in cui opera e deve essere in grado di muoversi in ognuna delle aree precedentemente descritte che riguardano principalmente l'interazione tra utente e organizzazione indipendentemente da come vengono denominate.

### **3. Competenze tecniche e progettuali**

Facendo un paragone tra prodotti e servizi, gli strumenti che un designer di prodotto ha sono sicuramente più tangibili. Ad esempio un product designer utilizza il disegno come strumento principale per realizzare il suo prodotto, che a mano a mano assume caratteristiche più tecniche nel momento dell'ingegnerizzazione del prodotto. Gli strumenti di una service designer invece sono per natura intangibili. Nella maggior parte dei casi coinvolgono una serie di touch-point che sono utili per dare una rappresentazione tangibile del servizio in quanto evidenze fisiche che manifestano l'esistenza del servizio stesso. Il progettista di servizi è parte di un gruppo ampio di professionisti che lavorano allo stesso progetto. Ha bisogno dunque di un continuo dialogo per elaborare ragionamenti e soluzioni complete; e per fare in modo che questo percorso progettuale aperto e inclusivo sia gestibile sono stati progettati degli strumenti ad hoc.

Questi strumenti provengono da diverse discipline, i metodi per analizzare il comportamento degli utenti, ad esempio, derivano dall'antropologia, i metodi utilizzati per validare le ipotesi di servizio sono stati influenzati dall'ergonomia, dal product design e dagli studi di human-computer interaction come ad esempio i test di usabilità. Altre pratiche sono invece state prese dall'ingegneria gestionale e dal management come il service blueprint, e altri ancora sono nati proprio in ambito di service design come la customer journey map. Infine il service design ha adottato anche dei metodi provenienti dal metodo agile come le user stories.

Tutti questi strumenti vengono utilizzati durante delle attività divise in fasi:

1. capire gli utenti ed il contesto
2. sviluppare una visione condivisa
3. implementare il servizio.

## **1. Capire gli utenti e il contesto**

Per progettare un servizio è essenziale conoscere completamente i comportamenti e le aspettative di chi lo utilizza. In questo modo il servizio sarà progettato su basi solide e sulle necessità vere degli utenti, che ne garantirà il successo.

Ciò significa che è necessario immedesimarsi in profondità nelle persone non solo durante il momento dell'utilizzo ma anche prima e dopo per riuscire a comprendere desideri aspettative preconcetti opinioni e grado di soddisfazione.

Per immergersi nel contesto e capire gli utenti non basta una semplice osservazione ma è indispensabile organizzare dei momenti di contatto per costruire con loro una relazione sincera. Questi incontri vanno pianificati nel dettaglio, sia per scegliere le persone più adatte sia per capire che tipo di attività può essere utile ai fini del progetto.

I canali digitali sicuramente aiutano in tutto quello che riguarda la ricerca quantitativa offrendo ad esempio la possibilità di approfondire tramite web analytics il comportamento degli utenti online e inoltre il web è terreno fertile per l'osservazione dei comportamenti e dei pensieri di alcune persone. Questo permette di intercettare tematiche importanti già in fase iniziale di analisi del contesto. Il momento essenziale di questa fase però rimane quello della ricerca primaria di tipo qualitativo ( user research), ovvero l'insieme di attività orientate a coinvolgere in modo diretto gli utenti del servizio. Il service design mette a disposizione degli strumenti standard che facilitano l'analisi e la descrizione del comportamento degli utenti come la user journey maps, le interviste individuali e i focus group. Questi metodi servono non solo a descrivere il comportamento delle persone ma vogliono scoprire il perché delle loro azioni, ciò che le persone pensano e provano.

## 2. Sviluppare una visione condivisa

Il service design ha il compito di delineare una proposta concreta, sia che si tratti di un nuovo concept sia della riprogettazione di un servizio già esistente. Il designer di servizi, proprio come quello di prodotto è chiamato a dare un forma ad un'idea, comunicarla e implementarla. A differenza del prodotto però, l'idea di servizio è di natura astratta, e inoltre il progettista non si trova da solo a svolgere questo compito, ma deve gestire l'eterogeneità di figure coinvolte nella realizzazione del servizio stesso. È importante dunque coinvolgere fin da subito tutti gli stakeholder necessari a realizzare ogni singola componente del servizio in base alle loro competenze in modo che il servizio si sviluppi equamente in tutte le sue parti e nessuna prevali sull'altra. La difficoltà di questo metodo di co-creazione sta nel trovare strumenti adatti a far comunicare figure con background totalmente differenti.

Questo compito diventa sempre più difficile quando il servizio si allontana da prodotti fisici; qui il designer mette a disposizione la sua caratteristica di maggiore forza ovvero la capacità di rendere tangibile l'intangibile e dare forma a delle idee ancora prima della loro realizzazione. A tal proposito, gli scenari utente sono delle narrazioni che descrivono l'interazione che uno o più utenti possono avere con il servizio nel momento in cui si realizza. Questi scenari descrivono l'esperienza di servizio come fosse una storia in cui il protagonista (l'utente) raggiunge un risultato attraverso una serie di azioni e sono in grado di individuare le problematiche o i cambiamenti degli atteggiamenti delle persone di fronte ad un nuovo servizio.

Possono essere raccontati in diversi modi: storyboard con illustrazioni e descrizioni testuali o in forma più schematica e sintetica come nelle journey map.

L'obiettivo degli scenari è quello di:

- strutturare il ragionamento attorno alle funzionalità del servizio
- proiettarsi nella situazione d'uso futura
- comunicare in modo convincente la visione d'insieme

Il passo che segue gli scenari è quello della prototipazione a bassa fedeltà, come ad esempio schizzi su carta di un'interfaccia, per costringere il progettista a visualizzare quello che sta immaginando.

Questo passaggio porta a rendere il ragionamento concreto facilitandone l'evoluzione e soprattutto aiuta ad individuare eventuali errori o disfunzionalità già in fase iniziale.

Inoltre è utile sintetizzare e mettere a fuoco fin da subito ciò che il servizio offre.

È necessario comunicare in poche frasi o in una immagine il concetto del servizio in modo chiaro e convincente. Cosa lo differenzia dagli altri? Che cosa offre in più? Di cosa si tratta? Che cosa aiuta a fare? In che modo?

La soluzione è riuscire a cogliere i benefici chiave del servizio e metterli in luce in modo sintetico.

### 3. Implementare un servizio

Progettare un servizio può richiedere diverse competenze tecniche a seconda della tipologia di componenti necessarie per la sua realizzazione: design, informatica, architettura, grafica ecc. non solo inerenti alla tipologia di canali coinvolti ma anche solamente legate al tema, ad esempio dei medici potrebbero essere coinvolti per un servizio dedicato ai pazienti.

L'intervento di queste figure e competenze può essere previsto in diversi modi, da una consulenza iniziale a un coinvolgimento più ampio in fase di sviluppo. In ogni caso ove possibile è bene coinvolgere tutti gli stakeholder all'inizio del progetto in modo da raccogliere il contributo di tutti e cominciare a dare forma al servizio.

Lo scatto dall'ideazione alla realizzazione richiede uno sforzo comunicativo non indifferente. Tutto ciò che è stato elaborato in fase di ideazione deve essere scritto e formalizzato in modo da risultare più chiaro possibile ai tecnici che si occuperanno della realizzazione. Ma come riesce un designer di servizi a comunicare con un ingegnere informatico o uno sviluppatore? Con il tempo si sono affinate delle tecniche e degli strumenti adeguati come il service blueprint o le service guidelines o modalità di lavoro come Agile, che consentono di far lavorare team provenienti da background diversi in modo omogeneo e coeso.

Il service blueprint nasce con l'obiettivo di rappresentare in modo diagrammatico il processo di erogazione di un servizio. Descrive il servizio nella sua interezza ed evidenzia sia gli aspetti visibili dall'utente ( front-office) sia tutto quello che c'è dietro ( back-office).

Utilizza un racconto verbale meno soggetto ad interpretazioni errate, riesce ad esprimere flussi complessi in modo sintetico e comprensibile, fornisce una visione univoca del processo



## 5. Competenze relazionali e manageriali

Nel lavoro del service designer non basta conoscere gli strumenti tecnici, bisogna acquisire delle soft skills che permettono di condurre con successo un progetto nel tempo e contribuiscono a formare una professionalità completa.

Il service designer deve essere abituato a gestire situazioni complesse e sviluppare dunque una forte capacità di problem solving. In particolare le situazioni più complesse si riferiscono a:

- 1 coinvolgere interlocutori diversi durante tutta la durata del progetto si incontrano persone diverse tramite modalità diverse.

- 2 Lavorare con team misti che hanno al proprio interno professionisti e competenze diverse.

- 3 Capire il sistema economico, politico e sociale in cui il progetto si inserisce, in modo da individuare opportunità e alleati.

Il service designer svolge il ruolo di collante, facilitando il dialogo, distribuendo ruoli e comunicazioni, radunando tutti allo stesso tavolo durante i momenti cruciali e sa individuare e gestire le tensioni. In questi casi il designer si pone dunque come mediatore e traduttore tra figure con background totalmente differenti per trovare territorio comune su cui poter lavorare insieme. Queste attività prevedono oltre che delle competenze tecniche, anche parecchia energia ed empatia per riuscire a organizzare e coordinare le attività, dare concretezza ai risultati e mantenere alto l'interesse e la motivazione di tutte le parti coinvolte.

Inoltre, compito di un service designer è anche quello di fare un passo indietro rispetto all'ambito del progetto per osservare, analizzare e mappare altri elementi presenti nel contesto circostante.

Le dinamiche che governano l'ecosistema attorno al progetto che siano di tipo legislativo, politico, economico o sociale vanno considerate per proporre un'idea di servizio che venga socialmente accettata e integrata completamente nella vita delle persone che ne usufruiscono. Tutto quello che riguarda l'innovazione che sia di un prodotto o di un qualsiasi servizio deve essere compreso innanzitutto dalle persone e dall'ambiente, solo così è possibile abbracciare il concetto di open innovation.

## 6. Gli strumenti

### User scenarios

È una storia che descrive in modo semplice ed esplicativo come l'utente interagirà con il servizio durante una specifica situazione della vita quotidiana. La scrittura di scenari richiede l'identificazione di un contesto ben preciso e i caratteri e bisogni che definiscono l'atteggiamento di un utente. Possono essere scritti come delle vere e proprie storie e integrate con delle immagini, illustrazioni o video.

### Empathy map

È uno schema suddiviso in quattro quadranti (dice, pensa, fa e sente), tutti posizionati attorno all'utente. Il completamento della mappa consente di produrre una panoramica di chi è l'utente e di identificare eventuali incongruenze nel suo comportamento.

### Journey map

Descrive il percorso di interazione tra utente e servizio con eventuali ostacoli da superare. Spesso nella journey map sono descritte anche tutte le emozioni, positive e negative vissute dall'utente durante l'interazione.

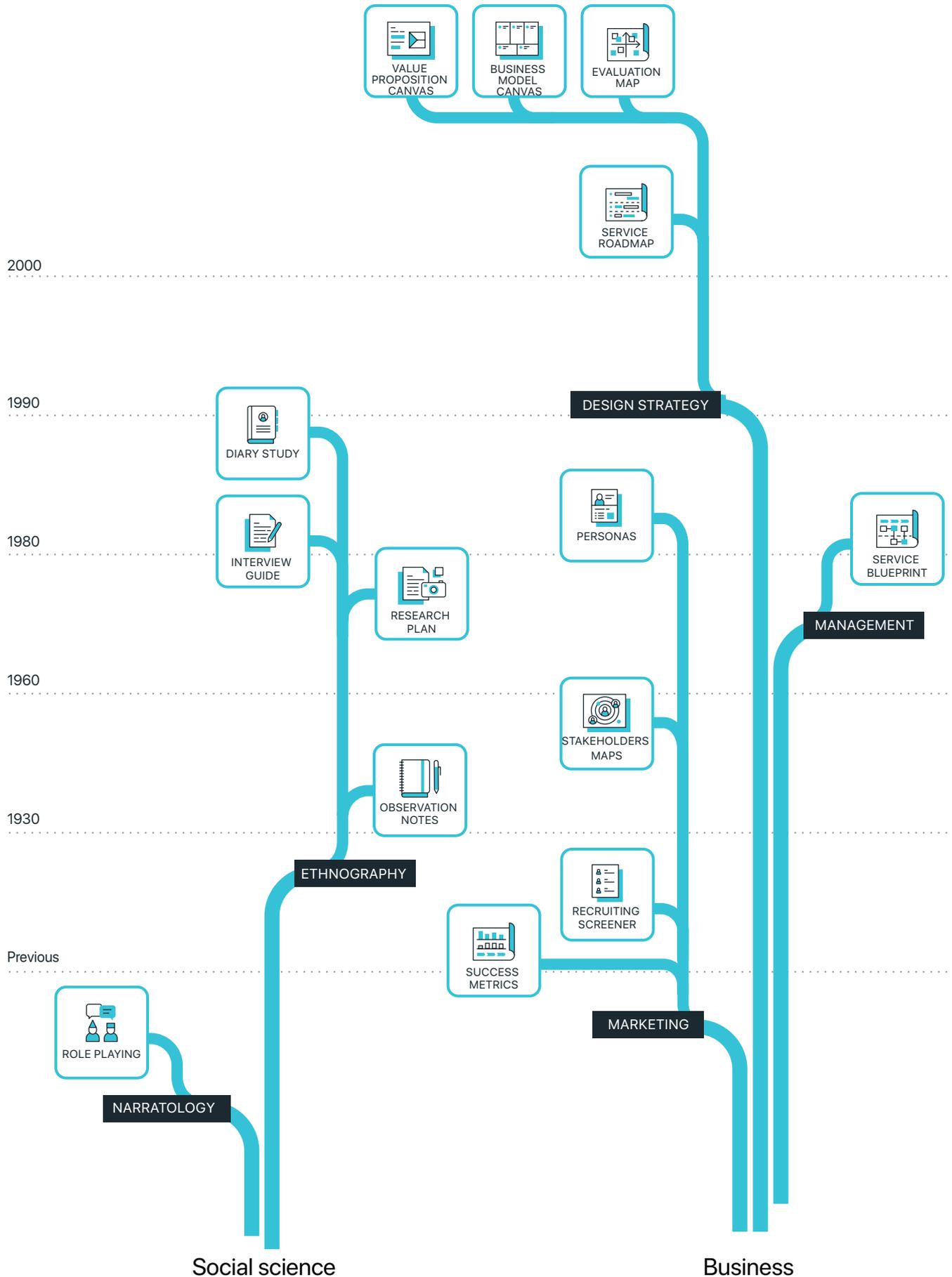
### User stories

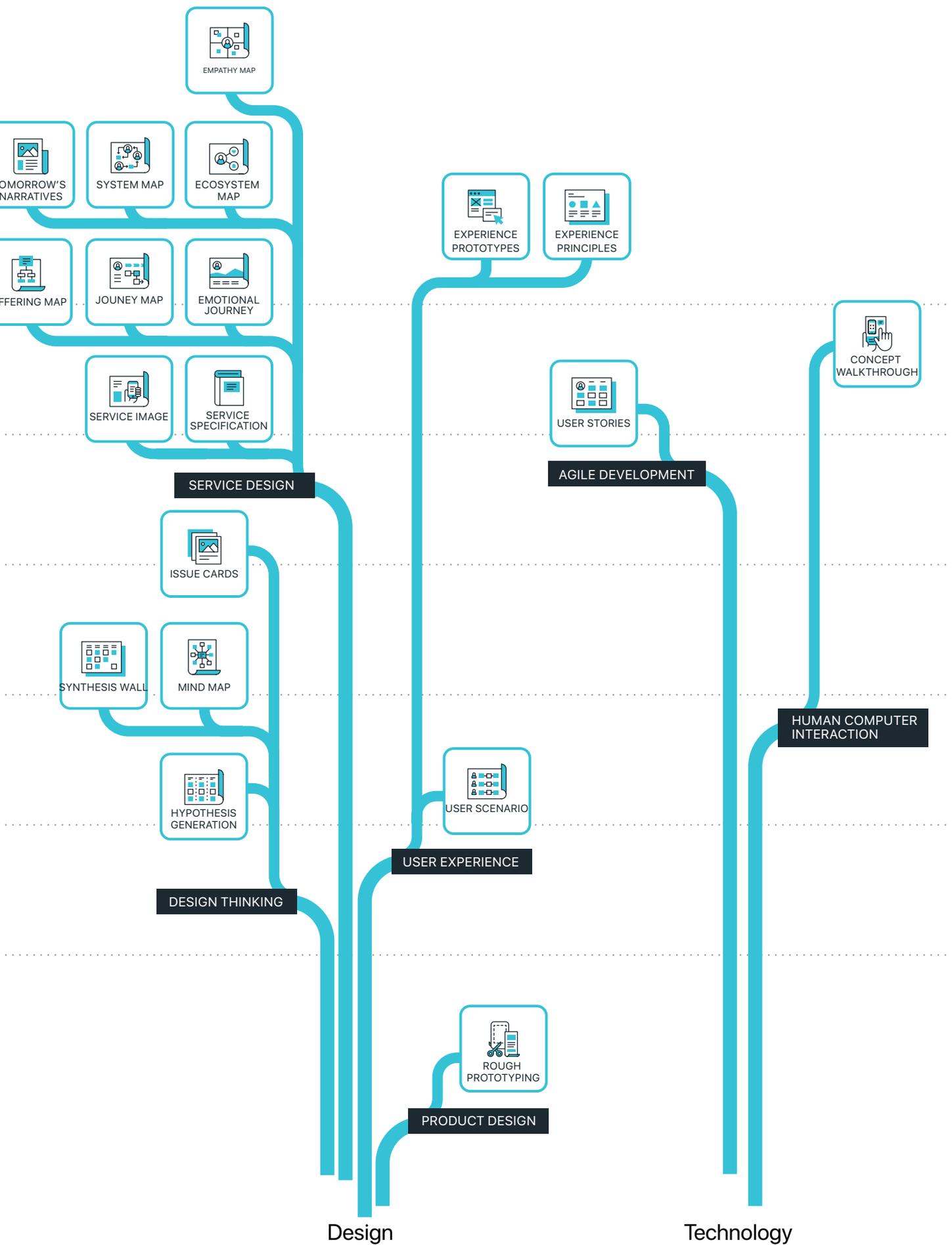
Sono una tecnica proveniente dalla metodologia Agile, utilizzata per descrivere i requisiti di un servizio digitale dal punto di vista dell'utente. Le storie degli utenti descrivono in dettaglio tutti gli elementi e le interazioni che consentono l'esperienza utente prevista con un'app mobile o

un sito Web e collegano il lavoro del team di progettazione (sviluppo di flussi di interazione e componenti dell'interfaccia utente) con il processo di sviluppo back-end e front-end, consentendo un flusso di lavoro integrato migliore negli sprint (piuttosto che un processo di sviluppo a cascata).

### **Service blueprint.**

È un diagramma che mostra l'intero processo di erogazione del servizio, elencando tutte le attività che si verificano in ogni fase, eseguite dai diversi ruoli coinvolti. Il service blueprint viene costruito elencando prima tutti gli attori coinvolti nel processo del servizio su un asse verticale e tutti i passaggi necessari per fornire il servizio sull'asse orizzontale. La matrice risultante permette di rappresentare il flusso di azioni che ciascun ruolo deve svolgere lungo il processo, evidenziando le azioni che l'utente può vedere (sopra la linea di visibilità) e quelle che avvengono nel back-office (sotto la linea di visibilità).





## **6. Scenario di riferimento**

### **Uscire dalla comfort zone**

Questa tesi intende indagare su una fase fondamentale nella vita di tutte le persone, ovvero il passaggio tra l'adolescenza e la vita adulta. Questo stadio del ciclo di vita è stato definito dagli psicologi come fase del "giovane adulto" che indica una fascia d'età compresa tra i 19 e i 30 anni. Ci troviamo, dunque, di fronte ad uno stadio in cui l'individuo non appartiene alla fase dell'adolescenza ma, per molti aspetti, non ha ancora pienamente raggiunto l'età adulta. Indubbiamente, questa transizione è strettamente collegata ad alcuni aspetti sociali e politici, che hanno anche delle ripercussioni di carattere psicologico.

Il giovane adulto, solitamente, non ha ancora raggiunto quelli che possono essere identificati come alcuni dei compiti evolutivi propri dell'età adulta. Spesso, infatti, abita con i genitori, non ha un lavoro stabile o un percorso di studi regolare e ha difficoltà a realizzare una vita di coppia.

Nel giovane adulto, quindi, il passaggio all'età adulta come realizzazione di sé e come mantenimento dell'autonomia lavorativa e affettiva conquistata è frenato. Indubbiamente, vi sono delle cause sociali e politiche che contribuiscono a questo fenomeno, come:

1. una lunga permanenza nel percorso di formazione;
2. l'incertezza lavorativa;
3. ostacoli economici per raggiungere l'indipendenza.

Questi fattori sociali hanno scatenato una dilatazione nella fase di assunzione del ruolo di adulto indipendente dalla famiglia d'origine. Tali problematiche, infatti, ritardano e frenano le possibilità di uscita dell'adolescente dal nucleo familiare.

Questa fase del ciclo di vita porta con sé alcune sfide particolari sul benessere psicologico. In particolare, sono sempre più frequenti i disturbi d'ansia, causati:  
dalla confusione e dall'instabilità circa lo sviluppo dell'identità personale;  
da un sentimento di insicurezza nei confronti delle proprie capacità e risorse.

La difficoltà nel costituirsi una propria identità e quella di raggiungere l'indipendenza dalla famiglia genitoriale, determinano spesso anche disturbi dell'umore e disturbi psicosomatici. Spesso i giovani sperimentano una situazione di profondo disagio e di blocco evolutivo, che si ripercuote nella vita quotidiana, causando diverse difficoltà, come:

l'impossibilità di intraprendere una carriera universitaria;  
la difficoltà a individuare la propria meta lavorativa;  
la difficoltà nella sfera relazionale

In particolare si va ad approfondire il momento in cui il figlio adolescente esce dal nucleo familiare per proseguire il suo percorso di studi in una città diversa da quella originaria. Attualmente in Italia sono oltre 591 mila gli studenti fuori sede secondo i dati pubblicati nel libro bianco intitolato "Per la partecipazione dei cittadini: come ridurre l'astensionismo e agevolare il voto", pubblicato ad aprile 2022 dal Dipartimento per le Riforme istituzionali della Presidenza del Consiglio dei ministri.

In questo momento il ragazzo che prima era abituato ad avere tutti i confort della casa in cui è cresciuto e degli affetti della sua famiglia si trova a doversi confrontare con una realtà del tutto diversa; una città nuova, dei coinquilini, la gestione di una casa e dell'università.

L'utente, che in questo caso è lo studente universitario, esce dalla sua zona di comfort (dal nucleo familiare, dalla scuola superiore e spesso dalla sua città originaria) e si trova a dover gestire l'università e a doversi muovere in una città che non conosce.

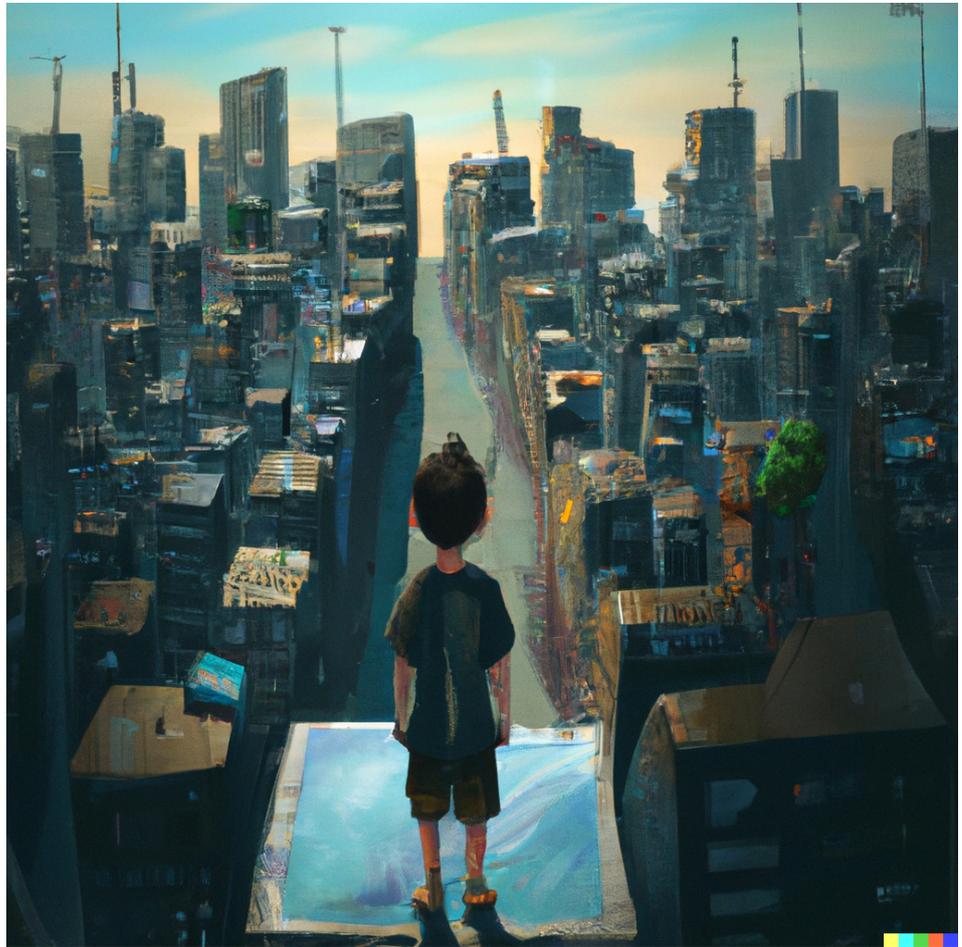


Immagine creata con OpenAI, Dall-e-2



Immagine creata con OpenAI, Dall-e-2

## 7. Concetti chiave del progetto

Il progetto intende fornire degli strumenti di orientamento e gestione della vita universitaria attraverso 4 aspetti:

il primo è l'aspetto ludico, spronare gli studenti a raggiungere gli obiettivi che si sono imposti attraverso un gioco a premi. Più lo studente è attivo e quindi sostiene gli esami e partecipa a iniziative organizzate dall'università e dal comune, più accumula punti che si traducono in buoni spendibili nella città.

La condivisione, lo studente universitario deve avere un contatto reale con gli altri studenti e scambiarsi materiale didattico, opinioni e valutazione di corsi e professori.

Mostrare e valorizzare i lavori svolti durante l'università. Il portale ha una sezione pubblica, accessibile a tutti in cui lo studente può mostrare i propri lavori, le proprie esperienze e competenze acquisite durante gli anni di studi, in modo da potersi inserire nel mondo lavorativo facendosi notare dalle aziende del territorio.

Interazione con la città. Il portale invita lo studente a partecipare attivamente alle iniziative cittadine, da dei buoni spendibili nella città e ha una sezione in cui l'utente può trovare facilmente i servizi e i luoghi più utili e frequentati dagli altri studenti.



Foto di Patrik Perkins - Unsplash

## Aspetto ludico, Game based learning

Il Game Based Learning (GBL) è l'uso di giochi digitali con obiettivi educativi. Il gioco diventa uno strumento che sostiene i processi di apprendimento in maniera significativa. Il GBL è anche conosciuto come gioco educativo.

Studi nel campo dimostrano una relazione chiara tra giochi e apprendimento.

Molti sono gli argomenti a favore dei giochi digitali come strumenti di apprendimento.

Spesso si sostiene che essi potenziano la motivazione degli studenti data la loro natura coinvolgente. I giochi digitali offrono esperienze stimolanti che favoriscono la soddisfazione intrinseca dei giocatori, mantenendoli ingaggiati e motivati.

Nei giochi, la sfida aumenta man mano che il gioco procede. Quindi, i giocatori devono migliorare le proprie competenze e apprendere nuove strategie fino a che il gioco sia completo.

Un'altra caratteristica dei giochi legata al buon apprendimento è la possibilità di offrire brevi cicli di feedback. Questo permette ai giocatori di esplorare l'ambiente di gioco liberamente, di formare delle ipotesi, apprendendo per prove ed errori e ottenendo informazioni immediate che essi possono utilizzare per ridefinire assunti sbagliati in un ambiente senza rischi. Questa caratteristica è ben allineata con i requisiti educativi, dato che la maggior parte degli approcci didattici richiede al formatore di fornire feedback agli studenti sui loro risultati. Ciononostante, negli approcci tradizionali in cui l'educatore deve segnare il lavoro degli studenti utilizzando strumenti convenzionali (es. manualmente) c'è un ritardo significativo nella ricezione del feedback da parte degli studenti stessi. I giochi possono ridurre tale ritardo quasi completamente.

Quindi, vista la possibilità di esplorare liberamente un ambiente senza l'intervento di un istrut-

tore, i giochi appaiono un mezzo ideale per promuovere un autentico "learning by doing", riportando lo studente nella posizione di leader della propria esperienza di apprendimento. In questo senso i giochi digitali possono fornire esperienze formative significative simulando scenari di apprendimento interattivi che i professionisti incontrano nei proprio ambienti di lavoro reali, in cui essi affrontano problematiche aperte e concrete. In conseguenza, i giochi digitali rappresentano un buon mezzo per promuovere un apprendimento attivo e per migliorare le competenze di problem solving degli studenti. È stato dimostrato che per alcuni gruppi di riferimento (es. studenti delle scuole), i giochi possono aumentare la soddisfazione personale e condurre a performance elevate.

## Implosione accademica: gli studenti

Restano ancora da indagare le mutevoli motivazioni che spingono gli studenti ad iscriversi all'università, quali i meccanismi, quali le "immagini" professionali e le attese che guidano la scelta verso un particolare percorso disciplinare; per quale tipo di "futuro" e di società gli studenti si preparino attraverso le proprie carriere universitarie, quale (e quanta) vocazione essi abbiano per affrontare un cammino non sempre facile. Da esplorare, sono anche le diverse aspettative delle famiglie, che affrontano un investimento che nel corso degli anni è andato crescendo rispetto al reddito medio, per i tempi più lunghi necessari al conseguimento della laurea e non di rado (per gli studenti che scelgono di andare a studiare in un'altra regione del paese) per l'entità dei costi sostenuti.

Rispetto a questi diversi fattori e rispetto al passato, la scelta del titolo di studio da conseguire appare più drammatica, soprattutto nei casi di assenza di "vocazione": si rischia di scegliere un percorso tra quelli di più antica tradizione (ed anche di maggior prestigio) ma che risultano "obsoleti" rispetto alla domanda del mercato del lavoro; o piuttosto è possibile scegliere tra quelli più promettenti e di nuova attivazione ma ancora incapaci di provocare richieste nel mondo delle "nuove professioni" o nei settori innovativi; o ancora tra quelli consolidati che conducono ancora i propri laureati verso prospettive di inserimento nel mondo del lavoro, ma che appaiono troppo "selettivi" o "difficili".

Resta ancor più da valutare se sia concretamente la formazione universitaria a costituire l'elemento qualificante e determinante per l'inserimento, o quanto non siano piuttosto le capacità individuali, l'autoincentivazione, una sana ambizione, l'inventiva e la creatività (anche di una peculiare skill) o l'attitudine all'uso di nuove tecnologie (che generalmente non si apprende all'interno dell'università). Parrebbero argomentazioni surrettizie se negli ultimi anni l'aggravarsi della disoccupazione giovanile e il paradosso del mismatching tra formazione e domanda di lavoro non avessero indotto l'opinione pubblica e i mass media verso valutazioni negative (e lesive) del sistema educativo nazionale a tutti i livelli.

## Gli studenti e i modi di vivere ed usare la città

il fattore più caratterizzante che descrive il rapporto tra città e università, è sicuramente legato agli studenti.

È agli studenti che vanno fatte risalire alcune delle maggiori qualificazioni delle città "universitarie". Prima fra tutte, è indubbio che la qualità della vita universitaria, così come costruita, percepita e trasmessa dagli studenti abbia un effetto sull'immagine complessiva della città "universitaria".

Sarebbe quindi la diversa definizione di "qualità urbana" (che passa attraverso le esperienze e le pratiche degli studenti della città, dei servizi utilizzati e dello stile di vita) ad influenzare la scelta del percorso di studi, della facoltà e non sempre il prestigio dell'università diventa l'elemento determinante.

Nell'individuazione della città dove frequentare l'università prevalgono la rappresentazione o le narrazioni (più che un'esperienza diretta che si farà solo dopo l'iscrizione e il primo anno di attività universitaria) della qualità della vita "universitaria" "più alta", le "garanzie" di maggiori servizi e maggiori opportunità (per trovare alloggio, per studiare, per nuove amicizie, per nuove esperienze, per una vita "diversa" da quella che si è spesso voluto lasciare nei centri di residenza).

Bologna – città grande ma non troppo, con atmosfera metropolitana ma senza le disfunzioni o la pericolosità supposta di Roma o Milano – occupa un posto di rilievo nell’immaginario giovanile: alla qualità della sua università si aggiunge soprattutto il fermento nella moda, nella musica, nella cultura dei giovani e questo da anni, nonostante il mutare repentino di mode e di ideologie; anche Firenze sembra offrirsi ai giovani con un’immagine più accattivante e nettamente distinta da quella più convenzionale di “città d’arte” e di “città turistica” per eccellenza, e che spiega in parte la sua forte attrazione sulla popolazione studentesca; Padova, Pisa, Urbino, con ritmi più “pacati” e meno trendy, risultano però città a maggiore “dimensione di studente”.

Gli studenti rappresentano una categoria sociologica estremamente difficile da trattare, perché obbliga a tener conto – anche solo volendo osservare i modi di usare la città – a numerose variabili che fanno perdere la significatività stessa della definizione di “popolazione universitaria”, per i troppi rivoli che rischiano di divenire alvei troppi profondi e insondabili.

Diciannovenenni che (soprattutto nei casi in cui gli studi universitari impongano un trasferimento in luoghi diversi dalla residenza), nella fase di abbandono della loro adolescenza, iniziano un processo di costruzione della propria identità sociale che avviene attraverso l’università e attraverso la loro autonomia (perché non più “filtrata” dai componenti familiari) “iniziazione alla vita urbana”. “Vita urbana” che si traduce in modi differenti di rapportarsi con l’ambiente urbano che li circonda, che li spinge a percepire in maniera estremamente diversificata e, di conseguenza, ad usare e strutturare secondo pratiche diverse, la città in cui si ritrovano a vivere per alcuni anni – se non vi rimangono poi definitivamente–, e a usare come semplice luogo di passaggio, o come centro di consumo (di beni diversi, dal cibo e bevande ai beni culturali) o piuttosto come luoghi di cittadinanza.

Giovani che crescono e acquisiscono identità sociale con il passare degli anni, che mutano di volta in volta la loro attitudine agli studi, il loro rapporto con l’università, le loro relazioni con la città, ma soprattutto con la società, con il loro gruppo sociale, con gli altri.

Si finisce con il dover tener conto delle variabili personali (estrazione sociale, condizioni familiari e quanto appartiene alla sfera dei sistemi di appartenenza degli individui, tra cui stimoli ricevuti o vincoli imposti, aspettative, obiettivi, condivisione/rigetto di modelli e stili di vita; ma soprattutto l'età e l'anno di iscrizione all'università che fa cambiare strutturalmente la figura dello studente, i suoi bisogni come la loro percezione); della collocazione all'interno del sistema universitario (carriera personale, curriculum di studi, modalità di frequenza, atteggiamento verso lo studio, assiduità/discontinuità nei percorsi degli studi, accettazione o rifiuto delle regole o delle "pratiche" imposte dal sistema universitario e dalle sue disfunzioni); della collocazione all'interno delle diverse tipologie di studenti; dei modi e degli stili di vita all'interno della città (studente residente, studente fuori-sede "permanentemente" residente"; studente fuori-sede "temporaneamente" residente – per un mese, per quindici giorni, per cinque giorni la settimana –; studente pendolare "assiduo", studente pendolare "saltuario", studenti pendolari comunque qualitativamente "differenti" per i tempi di viaggio necessari per raggiungere l'università; studente lavoratore; di conseguenza modi diversi di organizzare la permanenza, con una più alta o più bassa interazione con la città – quando non del tutto inesistente anche per brevi periodi di permanenza superiore ai due-tre giorni –).

Ad ogni tipologia e per ogni tipo di facoltà o corso di laurea seguito sembrerebbe corrispondere differenti schemi di studio e di vita, fuori come all'interno dell'università e soprattutto differenti "mappe" della città che appare così ridotta a pochi ed essenziali poli studenteschi, da intendere come i luoghi più significativi nella vita non solo universitaria degli studenti.

Ad ognuna di queste "sotto-popolazioni" corrisponde un uso della città fortemente differenziato, forme distinte di interazione con la città che vanno dall'assoluta indifferenza alla perfetta integrazione al punto da rendere impossibile una precisa classificazione delle "ecologie locali" e dei possibili comportamenti. All'interno di processi che si presentano in realtà così evanescenti, diventa essenziale chiarire a quale livello vadano ricercate le interdipendenze, con quali strumenti e con quali chiavi di lettura si debbano investigare le pratiche sociali degli studenti. Un lavoro difficile che in assenza di una tradizione di studi consolidati rende già complesso rilevare la natura delle caratterizzazioni universitarie della città e descrivere la presenza (soprattutto qualitativa) degli studenti all'interno di un contesto urbano, mentre cresce la consapevolezza che proprio gli studenti si pongano oggi come una delle risorse tra le più pregiate, anche per le città non squisitamente "universitarie".

Così i "segni" con i quali gli studenti universitari affermano la loro esistenza e l'appropriazione della città nonostante l'estrema varietà e mutevolezza diventano elementi fondamentali per completare la lettura della città e di alcuni dei processi che determinano la sua trasformazione. I "segni" della vita degli studenti – anche e soprattutto quelli non legati alle attività specificamente universitarie che rientrano a pieno titolo fra le attività "altre" che concorrono alla formazione dei giovani in una fase particolare della loro vita – diventano importanti per distinguere i diversi "pezzi" del campus diffuso in cui si sono trasformati gli atenei italiani e aiutano a comprendere la forza di alcuni processi di trasformazione urbana indotta dalla presenza dell'università e a dare un'immagine della delimitazione degli spazi urbani sui quali l'università sembra manifestare la sua influenza (questa volta attraverso le diverse pratiche sociali che gli

studenti attivano in luoghi della città): permettono di comprendere la pervasività di quei processi di riqualificazione sociale che si auspica ogniqualvolta si impone una sede universitaria all'interno di un quartiere urbano.

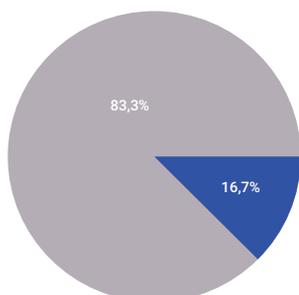
Gli studenti universitari rappresentano una fascia chiave per comprendere le modalità di utilizzo e fruibilità della città e il mosaico spazio-temporale che caratterizza la realtà urbana. Gli studenti infatti oltre a generare consistenti flussi di mobilità nello spazio urbano, creano correnti di scambio altrettanto consistenti tra la città e le aree extra-urbane"; sono soprattutto gli studenti non residenti o temporaneamente residenti, invece, che denotano, in rapporto con la città circoscritta, che probabilmente si risolve in attività (oltre a quella di studiare) quali lo shopping, il passeggiare, il frequentare le zone adiacenti l'università o centrali", mentre "il comportamento spazio-temporale degli studenti pendolari, è dunque assimilabile a quello dei city users, poiché il loro rapporto con lo spazio urbano è particolarmente circoscritto e caratterizzato da un rapporto di "uso" nei confronti della metropoli".

## 8. Approccio metodologico

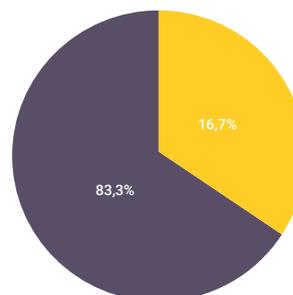
### Investigating the community

Per definire meglio la tipologia di utente a cui si rivolge il servizio sono state analizzate le risposte di un questionario fatto ad un campione di studenti fuori sede. Il questionario è stato organizzato in sezioni di domande relative ad argomenti specifici per indagare il punto di vista degli utenti rispetto ad ogni ambito. E' composto da una prima parte di domande anagrafiche per definire meglio il profilo dell'utente e le successive sulla gestione della propria carriera universitaria, sull'esperienza da fuori sede e sul rapporto con la città in cui studiano. Le risposte aiuteranno a individuare le sensazioni e i comportamenti delle persone analizzate. Il questionario è stato svolto da 24 persone provenienti da città diverse d'Italia.

#### 1. Età



#### 2. Genere



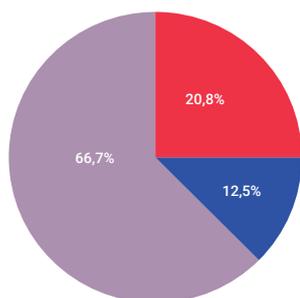
### 3. In quale città vivi?



Le città di provenienza degli utenti che hanno risposto al questionario sono città universitarie piccole medie e grandi del centro-nord italia.

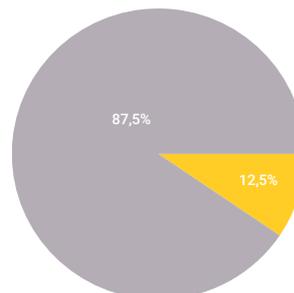
Venezia (2) Padova (3) Milano (4) Parma(1) Urbino (2) Bologna (4) Ascoli Piceno (4)  
Roma(4)

#### 4. Professione



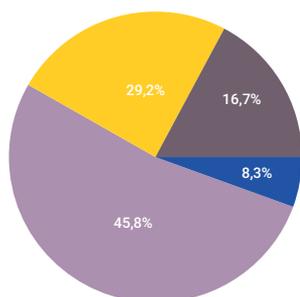
- Studente
- Studente-Lavoratore
- Lavoratore

#### 5. Abiti in una casa in affitto?



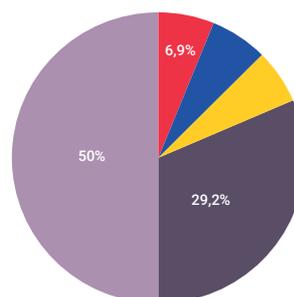
- Si
- No, è di mia proprietà

#### 6. Sei soddisfatto della scelta del tuo percorso di studi?



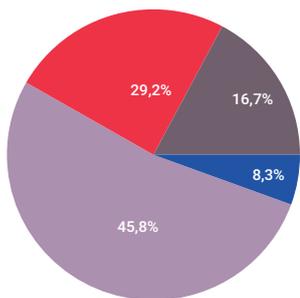
- Si
- No
- Più no che si
- Più si che no

#### 7. Riesci a rispettare i tuoi programmi di studi?



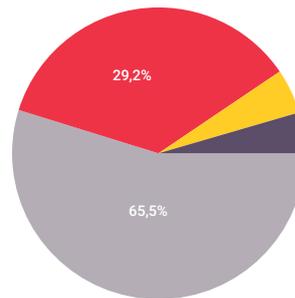
- No
- Dipende dal periodo
- Si
- Non mi faccio programmi
- Non per gli esami

8. Pensi che il tuo indirizzo universitario abbia buoni sbocchi lavorativi?



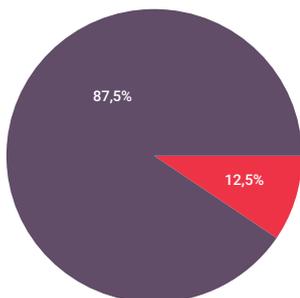
- No
- Non so ancora dirlo
- Si
- Dipende da me

9. Come definiresti il rapporto con i tuoi professori?



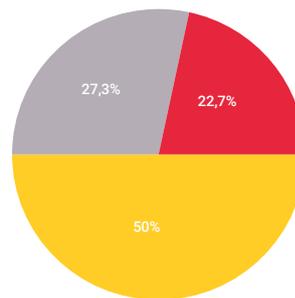
- Buono
- Pessimo
- Non ho nessun rapporto con loro
- Dipende dal professore

10. Partecipi agli eventi culturali organizzati dalla città?



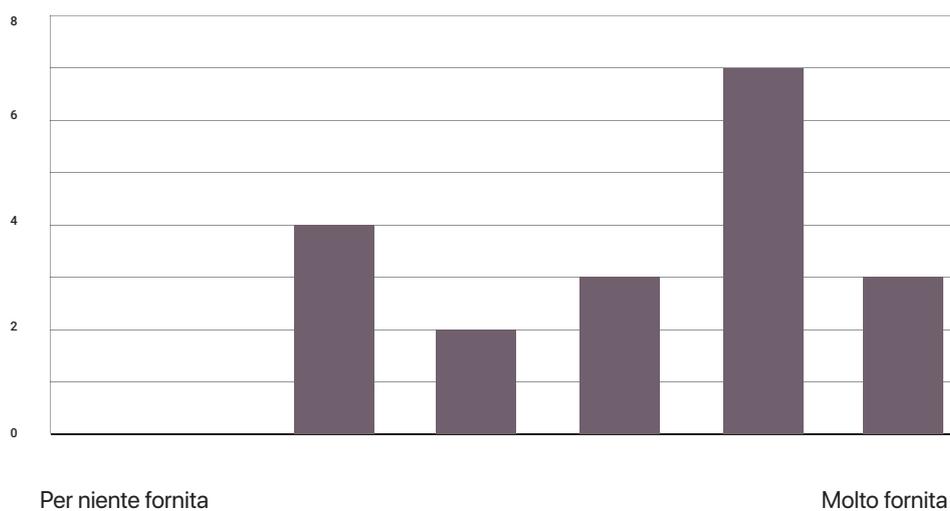
- No
- Si

11. Partecipi agli eventi organizzati dalla tua università?

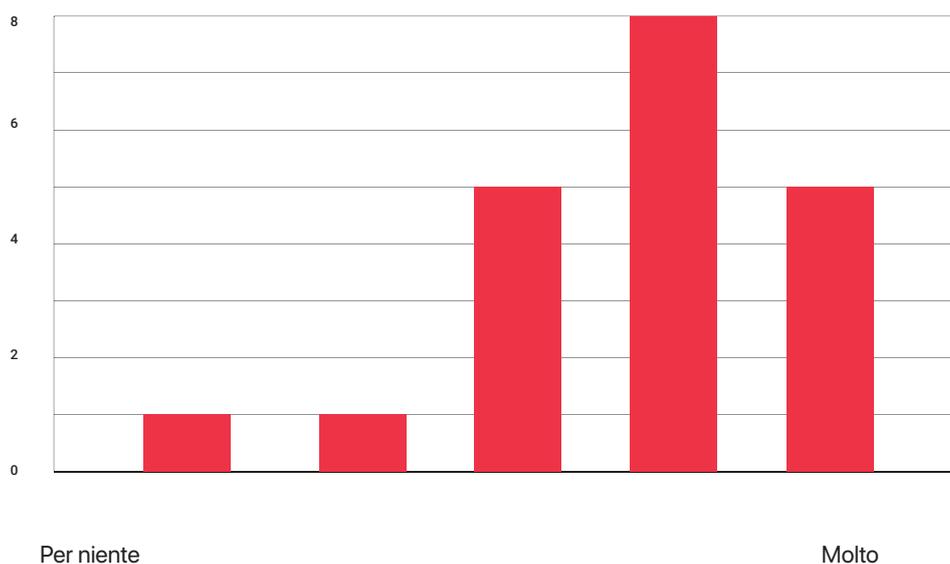


- No
- Si
- A volte

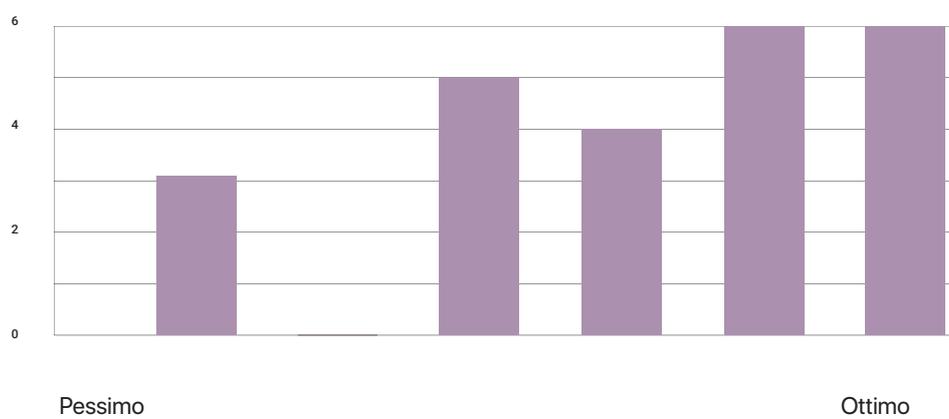
### Come definiresti la città in cui vivi in termini di servizi per gli studenti?



### Quanto incide il costo della vita da fuori sede su di te/sulla tua famiglia ?



Come definiresti il rapporto con gli altri studenti della tua università?



## Personas

Raccontare le diverse tipologie di utenti, in base a cluster di comportamenti e bisogni.

Ogni persona è un modello di riferimento rappresentativo di un tipo specifico di utenti.

Tecnicamente, possono essere chiamati archetipi comportamentali quando si concentrano sulla cattura dei diversi comportamenti (ad esempio "il consumatore consapevole") senza esprimere una personalità definita o socio-demografica.

Quanto più gli archetipi assumono un feeling realistico (es. nome, età, composizione del nucleo familiare, ecc.), tanto più diventano veri e propri personaggi, esprimendo appieno bisogni, desideri, abitudini e background culturali di specifici gruppi di utenti.



### Ludo



25 anni



Bologna



Studente

### Bio

Ludo vive e studia a Bologna, abita con altre 4 persone ed è molto integrata nella sua università e città. Partecipa ad eventi culturali e alle iniziative studentesche con entusiasmo, pensa che Bologna sia una città molto fornita di servizi e a portata di studente.

### Frustrazioni

Il suo ateneo è molto grande e risulta dispersivo, è indietro con gli esami e spesso non riesce a mantenere i suoi obiettivi di studio.

### Obiettivi

Essere più organizzata con lo studio e provare a risparmiare per non pesare sulla sua famiglia.

## Jo



-  23 anni
-  Ascoli Piceno
-  Studente

## Bio

Jo vive e studia ad Ascoli Piceno, abita con altre 3 persone. Si trova bene nella sua università perchè essendo piccola è molto seguita dai professori e riesce bene a seguire le lezioni. È in corso con il suo programma di studi.

## Frustrazioni

Vorrebbe che Ascoli Piceno fosse una città più universitaria e movimentata.

## Obiettivi

Allargare la sua cerchia di amicizie e conoscenze per godersi di più la sua vita da studente fuori sede.

## Eli



-  21 anni
-  Milano
-  Studente

## Bio

Eli vive e studia a Milano, abita con altre 2 persone. La sua università offre molte opportunità di formazione ed essendo una scuola privata è molto seguita e in corso con i suoi studi.

## Frustrazioni

La vita frenetica di Milano non gli permette di costruire una sua dimensione, non ha molti rapporti con gli altri studenti.

## Obiettivi

Creare una piccola cerchia di amici con cui poter condividere le esperienze universitarie e non solo.

## Empathy map

Non sono all'altezza di questa università

Non conosco nessuno

Non so ancora muovermi nella città

SAY

Non riesco a mantenere i programmi che faccio

Vorrei trovare lavoro

Non sono preparato per l'esame



Risparmia su cose importanti come cibo e palestra

Tende ad isolarsi

DO

Spende per il divertimento

cerca un lavoretto per essere autonomo

Tende a procrastinare



sono affascinato dalle opportunità  
che ci sono in questa città

La qualità della vita  
nella mia città è  
diversa

sono inadeguato alla vita della  
grande città

THINK

Non sono preparato per  
l'esame

molte ore del mio tempo vanno sprecate  
per i trasporti/traffico/spostamenti



solo

motivato

stressato

inadeguato

a disagio

FEEL

nostalgico

curioso

fortunato

elettrizzato

## Focus Group

Dall'inglese Focus = punto centrale / messa a fuoco, il focus group è un gruppo di persone guidate da uno o più moderatori a discutere fra di loro per mettere a fuoco un preciso argomento di ricerca.

Si tratta di una conversazione focalizzata su uno ed un solo tema di cui i partecipanti parlano per circa un'ora e mezza/due ore. Durante la sessione, il moderatore incoraggia il flusso libero di idee in base a delle domande prestabilite, poi raccoglie i dati relativi alle percezioni soggettive che saranno il punto di partenza degli interventi futuri di chi ha avviato la ricerca.

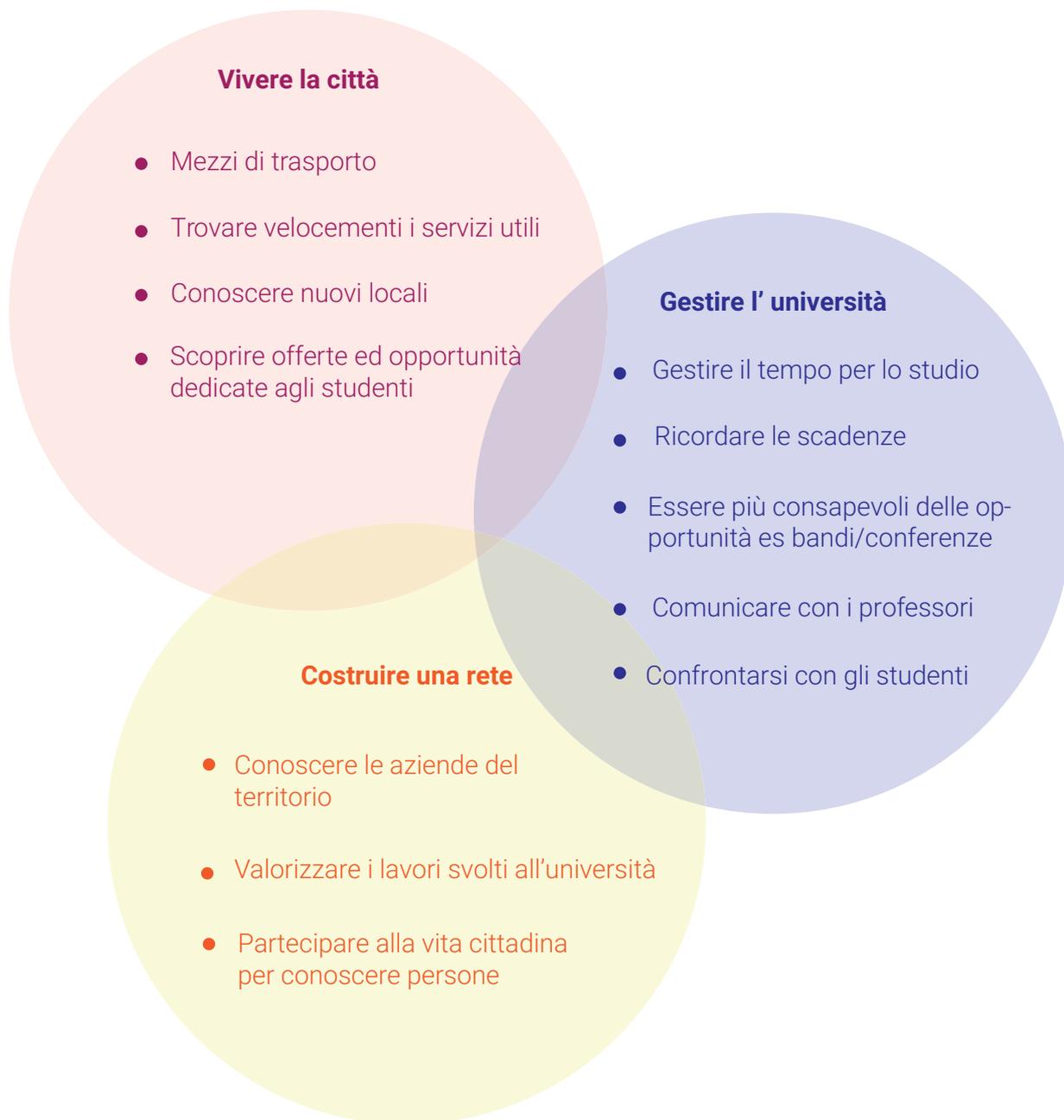
Sono state prese in considerazione 5 persone di età compresa tra i 24 e i 30 anni, alle quali è stato chiesto di confrontarsi sull'argomento della vita universitaria da fuori sede. In particolare il focus è stato sulle principali criticità che uno studente vive dovendosi confrontare con una nuova università ed una città diversa dalla propria e dovendo gestire gli impegni e le spese della vita da fuori sede.



## User needs

User needs sono le esigenze che un utente ha riguardo un servizio e che tale servizio deve soddisfare affinché l'utente ottenga il risultato sperato.

I servizi pensati intorno agli utenti e alle loro esigenze hanno maggiori probabilità di essere utilizzati, sono più duraturi e si riducono il tempo e il denaro spesi per risolvere più problemi diversi in contemporanea.



## Stakeholder Map

La mappa degli stakeholder è una rappresentazione di tutti gli stakeholder coinvolti in un progetto, volta a chiarire ruoli e relazioni. A seconda dell'esigenza specifica, la mappa può essere creata come un semplice quadrante con due assi (livello di influenza e livello di interesse o coinvolgimento nel processo), oppure come una matrice motivazionale più complessa (dettagliando ciò che ogni stakeholder apporta a ciascuno dei altri attraverso il progetto di servizio).



## 9. Il progetto

Degree è un portale digitale e una web app dedicata agli studenti universitari.

É un servizio che aiuta l'utente a programmare la propria carriera universitaria, condividere con gli altri studenti informazioni utili, inserirsi nel mondo del lavoro e a vivere a pieno le opportunità che offre la città in cui studia.

Gli iscritti a Degree possono accumulare punti traducibili in buoni spendibili per la città. I modi per accumulare punti sono:

- sostenere gli esami programmati
- partecipare ad eventi universitari e cittadini
- coinvolgere altri studenti

Degree è inoltre uno strumento per valorizzare le proprie competenze acquisite durante gli anni di studio. Ha delle sezioni pubbliche a cui tutti possono accedere e lo studente può mostrare a tutti i suoi lavori, esperienze e competenze per farsi conoscere dalle aziende del territorio.

08:11

 Degree



Scopri la città e i servizi che ti offre nei luoghi recensiti dagli studenti!



[Vai al dettaglio >](#)

Esami registrati

**8**

Media aritmetica

**28.2**

Media ponderata

**28**

CARRIERA *Design per l'innovazione digitale*

**56** / 120

Progressione cfu 46%



Ti servono **4 crediti liberi** per questo anno!

[Registra esame](#)

CAP

[Vai al dettaglio >](#)

## Wall differenziati

Gli studenti sono stati raggruppati in 3 categorie di utenti in base al livello di avanzamento della carriera e di coinvolgimento con l'ambiente universitario.

In base alla categoria in cui si trova, l'utente vedrà il wall con funzionalità diverse e più in linea con le sue attività e interessi.

Il wall è composto da card inerenti alle sezioni principali dell'app:

- profilo
- community
- grad cap
- carriera
- academy
- map

**Degree**  Stato attivo Logout

**Sofia Rossi MAT 109453**  
Design per l'innovazione digitale

- Wall
- Profilo
- Community
- Grad Cap
- Carriera
- Academy
- Mappa

**Per accumulare punti e raggiungere un cap partecipa ad una conferenza nella tua università!**  
Scopri di più >

**Scopri la città e i servizi che ti offre nei luoghi recensiti dagli studenti!**  
Vai al dettaglio >

**Non riesci ad andare avanti? Scopri come guadagnare punti in modo semplice!**  
Vai al dettaglio >

**Esami registrati**  
**8**

**Media aritmetica**  
**28.4**

**Media ponderata**  
**28.28**

**CAP** **3** **75.5%**  
Vai al dettaglio >

**COMMUNITY**  
**Porta un nuovo studente in Degree**  
Genera codice invito

**CARRIERA** DESIGN PER L'INNOVAZIONE DIGITALE 1° ANNO  
56 /120 Progressione CFU 46.5%  
Ti servono **4 crediti liberi** per questo anno.  
Registra esame

**3 cap** corrispondono a 30% di buoni spendibili per la città. Scopri dove

Partecipa a 1 evento per completare il prossimo cap!

**ACADEMY** Vedi tutti >

01-02 Mar. 2023 SAAD Unicam 9:00-19:00  
2 punti **Iscriviti**

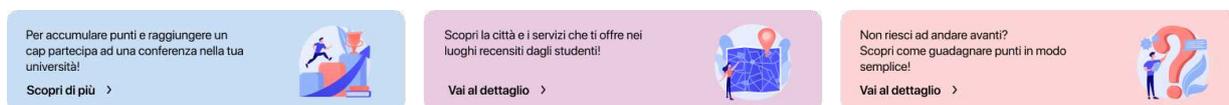
25.01-2022 SAAD Unicam ore 17:00  
Richard Bösel INNOVAZIONI MORFOLOGICHE IN SAN CARLINO: CHIESA, CRIPTA, CHIOSTRO E CONVENTO  
2 punti **Iscriviti**

10.02-2023 SAAD Unicam ore 17:30  
2 punti **Iscriviti**

Assistenza

Figura 1 wall

In tutti i livelli di wall sono stati inseriti dei banner personalizzati per fascia di utente riguardanti tips, achievement e alert. I tips sono dei consigli utili per guadagnare punti, gli achievement riassumono gli ultimi risultati dell'utente e l'alert comunica una problematica da sbloccare.



**Figura 2** dettaglio banner personalizzati

## I livelli

Nel primo livello l'utente vede nel suo wall la card carriera di studi in cui vengono riportati i suoi crediti, la media aritmetica, quella ponderata e gli esami registrati. Essendo al primo livello e dunque nella fase iniziale l'utente vedrà queste caselle ancora vuote ma ha la possibilità di aggiornare la sua carriera tramite l'apposito pulsante.

La card cap che spiega come ottenere i primi punti e restituisce una sintesi grafica dello stato di completamento del cap. Al click della card è possibile andare al dettaglio della sezione grad cap.

La card academy formata dalla vetrina eventi sia dell'università che della città con la possibilità di iscrizione tramite il pulsante iscriviti.

The screenshot displays the 'Degree' app interface for user Sofia Rossi (MAT 109453). The layout is as follows:

- Header:** Degree logo, search bar, 'Stato attivo' indicator, and 'Logout' button.
- Left Navigation Menu:** Wall (selected), Profilo, Community, Grad Cap, Carriera, Academy, Mappa.
- Top Row (Promotional Banners):**
  - Accumulate points by attending a conference.
  - Discover city services reviewed by students.
  - How to earn points easily.
- Progress Indicators:** Three boxes showing 'Esami registrati' (0), 'Media aritmetica' (0), and 'Media ponderata' (0).
- CARRIERA Section:**
  - Design per l'innovazione digitale
  - Progressione CFU 0%
  - 4 credits left for the year.
  - 'Aggiorna carriera' button.
- BONUS CAP Section:**
  - Invite 3 students to earn points.
  - Generate invite code button.
  - Diagram showing 'TU' (Design LM-12) and three 'NUOVO STUDENTE' icons.
- ACADEMY Section:**
  - Event 1: 'Design da leggere' (2 points, 'Iscriviti' button).
  - Event 2: 'Museo del Mare Costantino' (3 points, 'Iscriviti' button).
  - Event 3: 'TVB\* ASCOLI PICENO' (2 points, 'Iscriviti' button).
- Footer:** 'Assistenza' button.

Figura 3 wall primo livello

Nel secondo livello l'utente vede nel suo wall la card carriera di studi in cui vengono riportati i suoi crediti, la media aritmetica, quella ponderata e gli esami registrati. Ha la possibilità di aggiornare la sua carriera registrando un nuovo esame tramite l'apposito pulsante.

La card cap che restituisce una sintesi grafica dello stato di completamento del cap e degli obiettivi che l'utente si è prefissato. Al click della card è possibile andare al dettaglio della sezione grad cap.

La card academy formata dalla vetrina eventi sia dell'università che della città con la possibilità di iscrizione tramite il pulsante iscriviti.

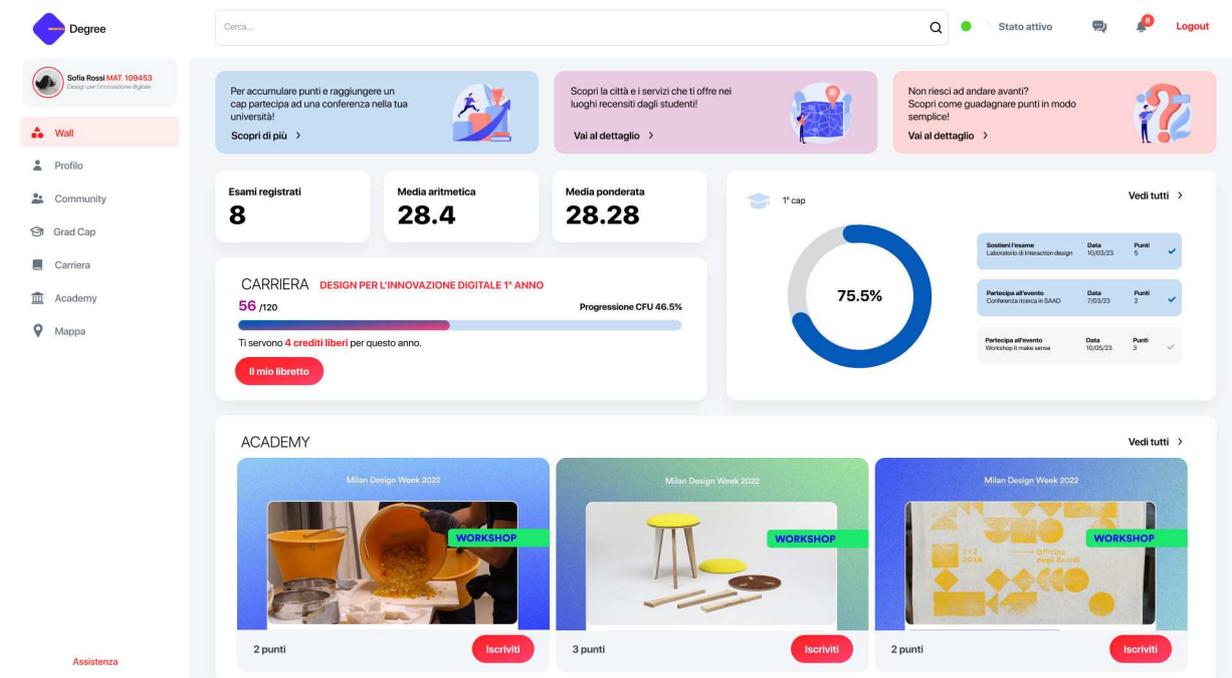


Figura 4 wall secondo livello

Nel terzo livello l'utente vede nel suo wall la card carriera di studi in cui vengono riportati i suoi crediti, la media aritmetica, quella ponderata e gli esami registrati. Ha la possibilità di aggiornare la sua carriera registrando un nuovo esame tramite l'apposito pulsante.

La card cap che comunica all'utente il numero di cap e di punti raggiunti e restituisce una sintesi grafica dello stato di completamento del cap in corso.. Al click della card è possibile andare al dettaglio della sezione grad cap.

La card academy formata dalla vetrina eventi sia dell'università che della città con la possibilità di iscrizione tramite il pulsante iscriviti.

La card di invito a portare nuovi studenti in degree per ottenere ulteriori punti

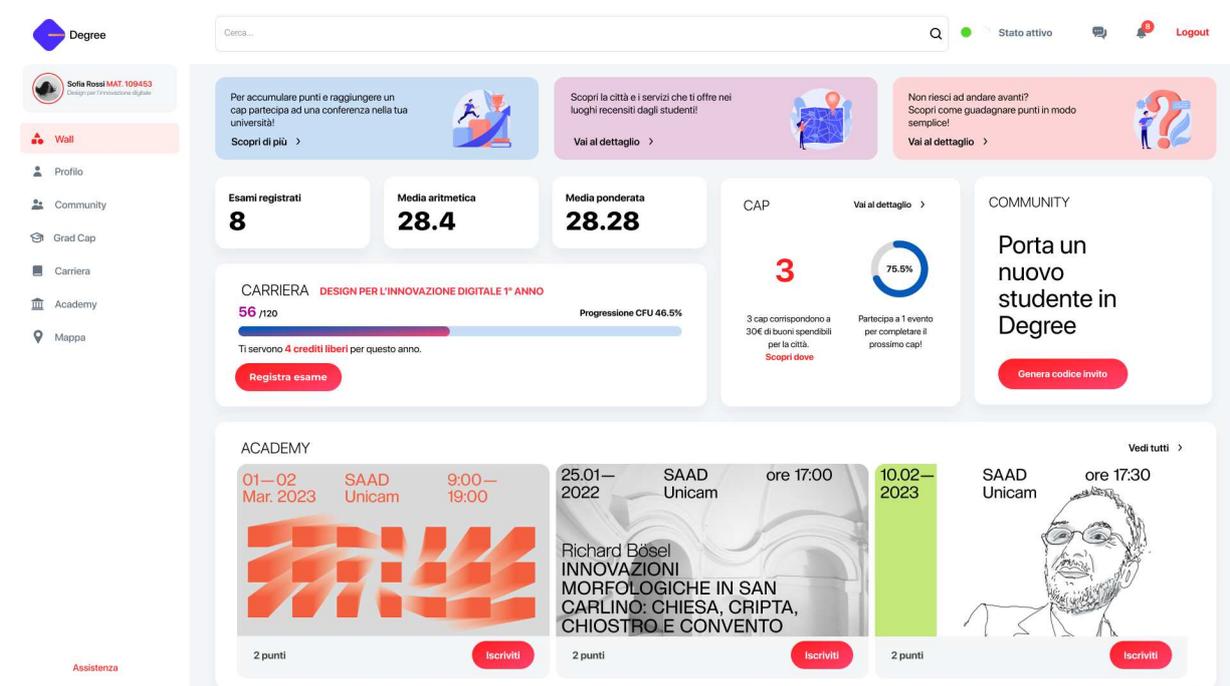


Figura 5 wall terzo livello

## Carriera

Cliccando sulla card carriera o utilizzando l'apposita voce di menu, l'utente atterra sulla pagina carriera in cui visualizza in alto lo stato di avanzamento e le altre informazioni riportate sul wall, con la possibilità di registrare un nuovo esame.

Scorrendo sotto tramite dei tab è possibile visualizzare il proprio libretto e l'elenco dei corsi. Il libretto è composto da una tabella con le seguenti voci:

- attività didattiche
- anno
- crediti
- stato
- voto-data esame

The screenshot displays the 'La mia carriera' (My Career) page on the Degree platform. At the top, there is a search bar and navigation links for 'Stato attivo', 'Logout', and a notification bell. The user's profile 'Sofia Rossi MAT 109453' is visible in the top left. The main content area is titled 'La mia carriera' and features a 'CARRIERA' section for 'Design per l'Innovazione Digitale'. This section shows a progress bar at 56 / 120 CFU, an average score of 28.4, and a weighted average of 28.2. A 'Registra esame' button is present. Below this is the 'LIBRETTO' (transcript) section, which includes a 'CORSI' (Courses) tab and a 'Seleziona periodo' dropdown set to 'Dicembre 2022'. The transcript table lists the following courses:

Attività didattiche	Anno	Crediti	Stato	Voto - Data esame
AR0093 CULTURA E STORIA DELL'INNOVAZIONE NEL DESIGN CONTEMPORANEO	1	8	●	27 - 15/02/22
AR0094 LABORATORIO DI DESIGN MULTIMEDIALE	1	14	●	27 - 28/09/21
AR0095 LABORATORIO DI INTERACTION DESIGN	1	14	●	28 - 20/07/21
AR0096 LINGUA INGLESE LIVELLO B2	1	6	●	30 - 15/06/21
AR0096 TEORIA E METODI DEGLI SPAZI MULTIMEDIALI	1	8	●	27 - 10/03/21
AR0097 DESIGN PER L'INNOVAZIONE	2	8	●	28 - 19/02/21
AR0098 LABORATORIO DI MODELLAZIONE DIGITALE PER IL DESIGN	2	14	●	30 - 10/12/20

Figura 6 carriera- libretto

Il tab corsi è composto da una tabella con le seguenti voci:

- anno
- professore
- corso
- crediti
- frequenza
- percentuale
- stato

**La mia carriera**

**CARRIERA** Design per l'Innovazione Digitale Media aritmetica 28.4    Media ponderata 28.2

**56 / 120 CFU**

Ti servono 4 crediti liberi per quest'anno. Registra esame

**LIBRETTO** **CORSI** Selezione periodo  
Dicembre 2022

Anno	Professore	Corso	Crediti	Frequenza	%	Stato
1	ALICE VERDI	Storia e Cultura del Design	6	100%	100%	✓
1	ROBERTO ROSSI	Prototipazione, reverse engineering e robotica	8	75%	75%	✓
1	GIULIO BIANCHI	Laboratorio di Interaction Design	14	15%	15%	
1	MARIO ROSSI	Lingua Inglese livello B2	6	100%	100%	✓
2	ANNA BIANCHI	Design per l'Innovazione	10	0%	0%	
2	GIOVANNA NERI	Laboratorio di Design Multimediale	14	0%	0%	
2	SERENA ROSSI	Teoria e Storia della Cultura Digitale	8	0%	0%	

< 1 2 3 4 5 ... >

Figura 7 carriera-corsi

## Grad cap

Cliccando sulla card cap o utilizzando l'apposita voce di menu, l'utente atterra sulla pagina grad cap in cui visualizza in alto lo stato di avanzamento dei punti composto da una barra di avanzamento. Scorrendo sotto l'utente può visualizzare delle card con i suoi cap programmati e lo stato di completamento degli stessi. In questa sezione può anche visualizzare la classifica mensile dei punti raggiunti da tutti gli studenti di degree.

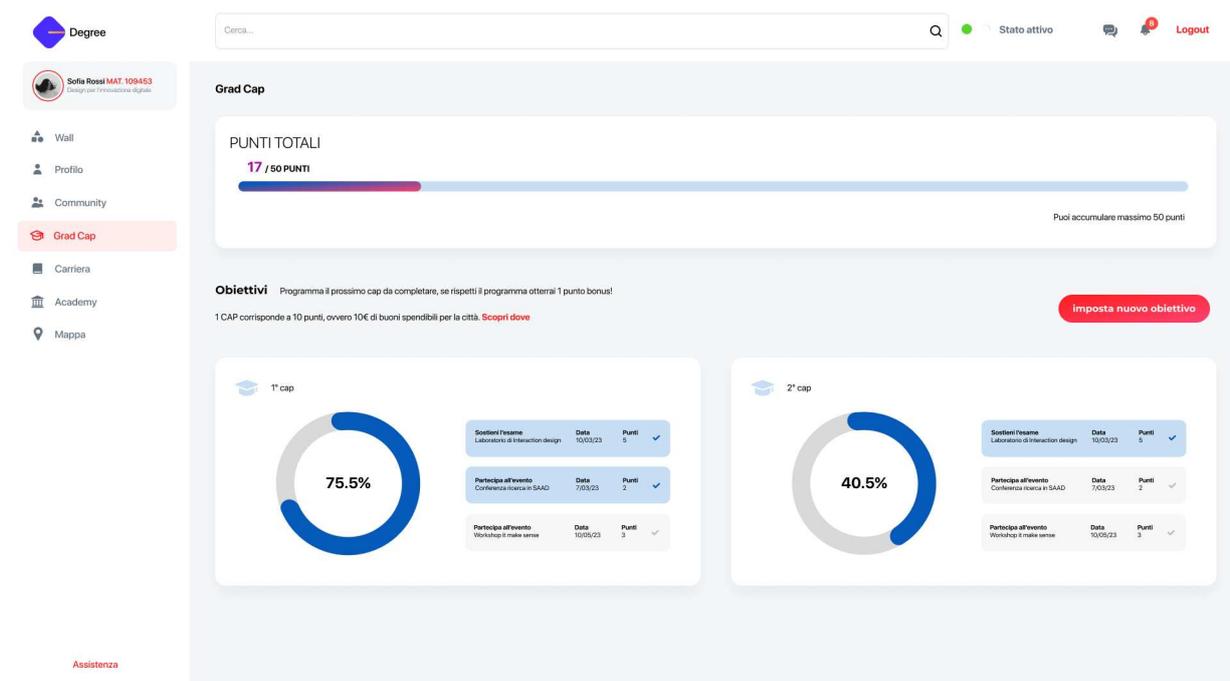


Figura 8 grad cap

La classifica mensile è basata sui punti personali validati. La classifica riporta le prime 5 posizioni e quella dell'utente loggato. In questa pagina è stato inserito un filtro per selezionare il periodo che da la possibilità di visualizzare anche le classifiche dei mesi precedenti.

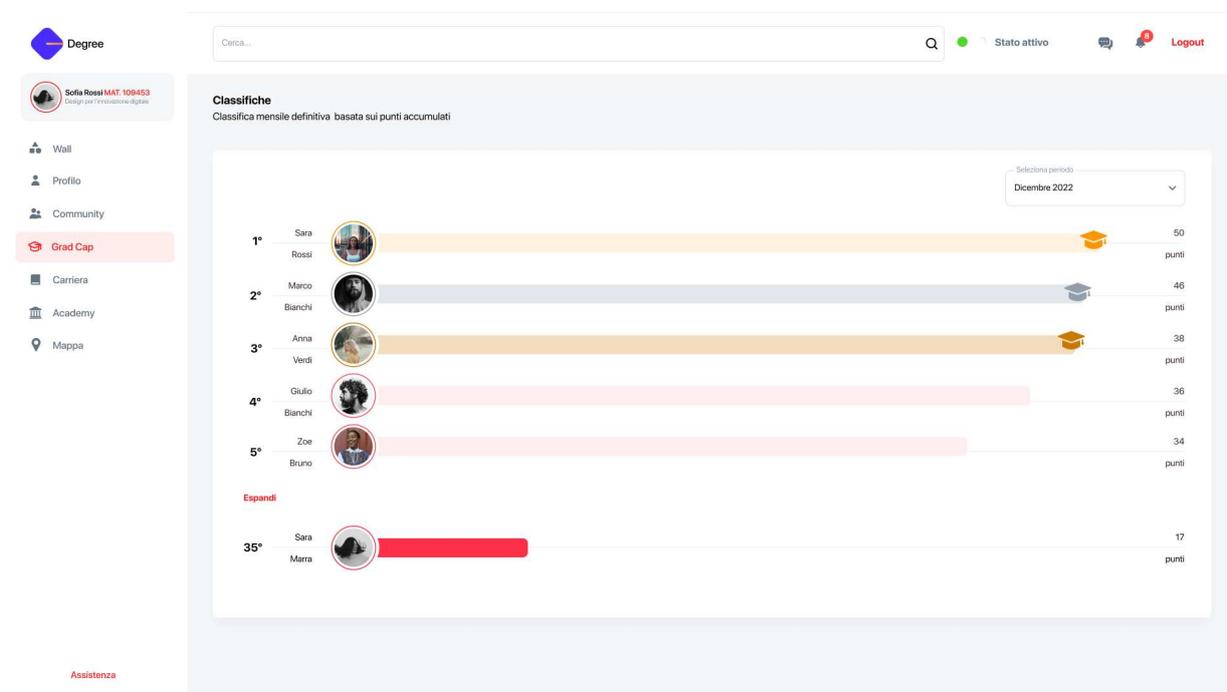


Figura 9 grad cap-classifiche

## Profilo

La voce di menu profilo presenta due sotto voci: area personale e gestisci profilo pubblico. L'area personale è visibile solo dall'utente e sono riportate le seguenti voci:

- i miei corsi
- le mie registrazioni
- i miei attestati
- i miei documenti

Nel caso in cui ci fossero dei corsi programmati o delle iscrizioni da completare l'utente vedrà le sezioni 'i miei corsi' e 'le mie registrazioni' già aperte con le card inerenti all'evento e con la possibilità di completare l'iscrizione o il pagamento.

 **Sofia Rossi** MAT. 109453  
Cognome per innovazione digitale

Wall

**Profilo**

Community

Grad Cap

Carriera

Academy

Mappa



**Sofia Rossi**

nomecognome@email.it

Modifica password

Gestisci profilo pubblico

Design LM-12

I MIEI CORSI

Vedi tutti >

Milan Design Week 2022 **WORKSHOP**



Milan Design Week **Paga quota**

Milan Design Week 2022 **WORKSHOP**



Milan design week **Riprendi**

Milan Design Week 2022 **WORKSHOP**



Milan Design week **Visualizza**

LE MIE REGISTRAZIONI

Vedi tutti >

25.01—2022 SAAD Unicam ore 17:00 **registrato**



Richard Bösel  
INNOVAZIONI  
MORFOLOGICHE IN SAN  
CARLINO: CHIESA, CRIPTA,  
CLOISTER E CONVENTO

Innovazioni morfologiche **Compila**

10.02—2023 SAAD Unicam ore 17:30 **registrato**



La città vivente **Compila**

01—02 Mar. 2023 SAAD Unicam 9:00—19:00



La ricerca in SAAD **Visualizzo**

I MIEI ATTESTATI

Riduci

Lingua inglese livello B2	dd/mm/aaaa	⋮
Lingua francese livello B1	dd/mm/aaaa	⋮
Partecipazione al Salone del Mobile 2022	dd/mm/aaaa	⋮

I MIEI DOCUMENTI

Espandi

Figura 10 area personale

Da questa scheda è possibile passare alla gestione del profilo pubblico tramite l'apposito pulsante.

Il profilo pubblico è composto da una serie di skills sulla propria carriera, una descrizione personale del percorso universitario e vengono mostrati gli ultimi eventi a cui l'utente ha partecipato. In questa scheda è possibile modificare l'immagine del profilo, l'immagine di copertina e la descrizione. L'utente può scegliere quali eventi mostrare e decidere se pubblicare o meno il proprio profilo.

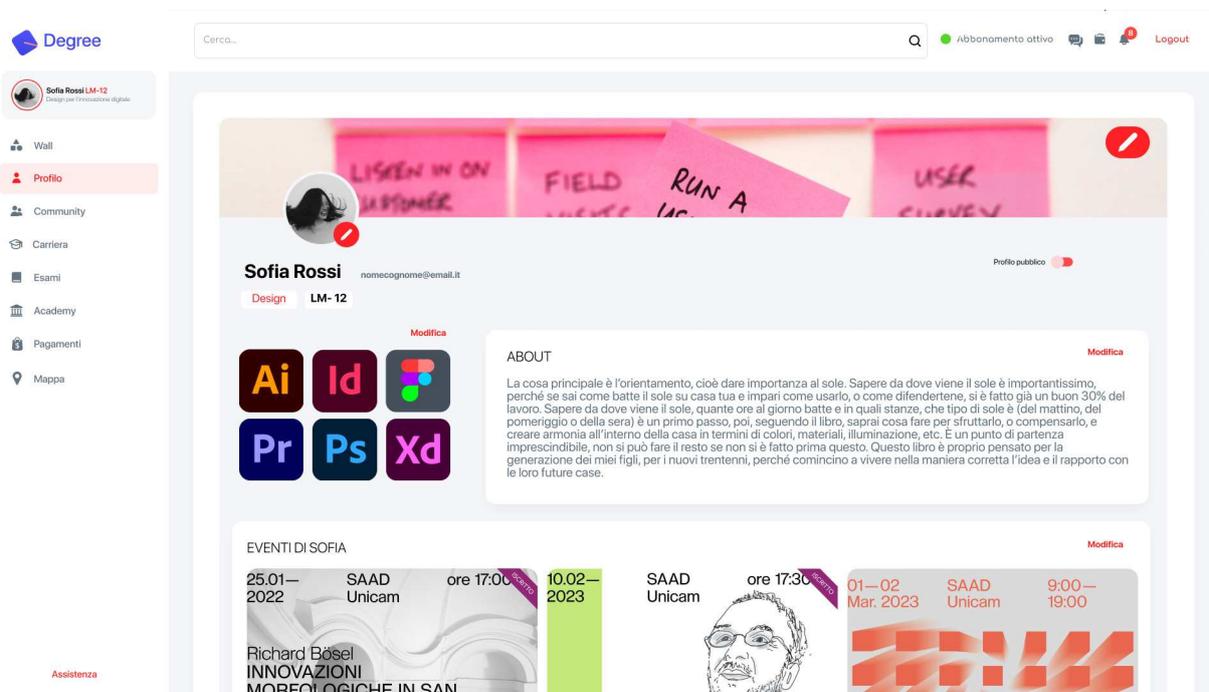


Figura 11 profilo pubblico

## Community

La voce di menu community mostra un elenco di card riguardanti i profili pubblici degli studenti. Le card sono composte da:

- nome dello studente
- immagine del profilo
- immagine di copertina
- badge che indicano il corso di studi
- numero di followers
- numero di views

I profili vengono raggruppati nelle seguenti categorie:

- profili seguiti
- profili più visitati della settimana
- profili più valutati della settimana

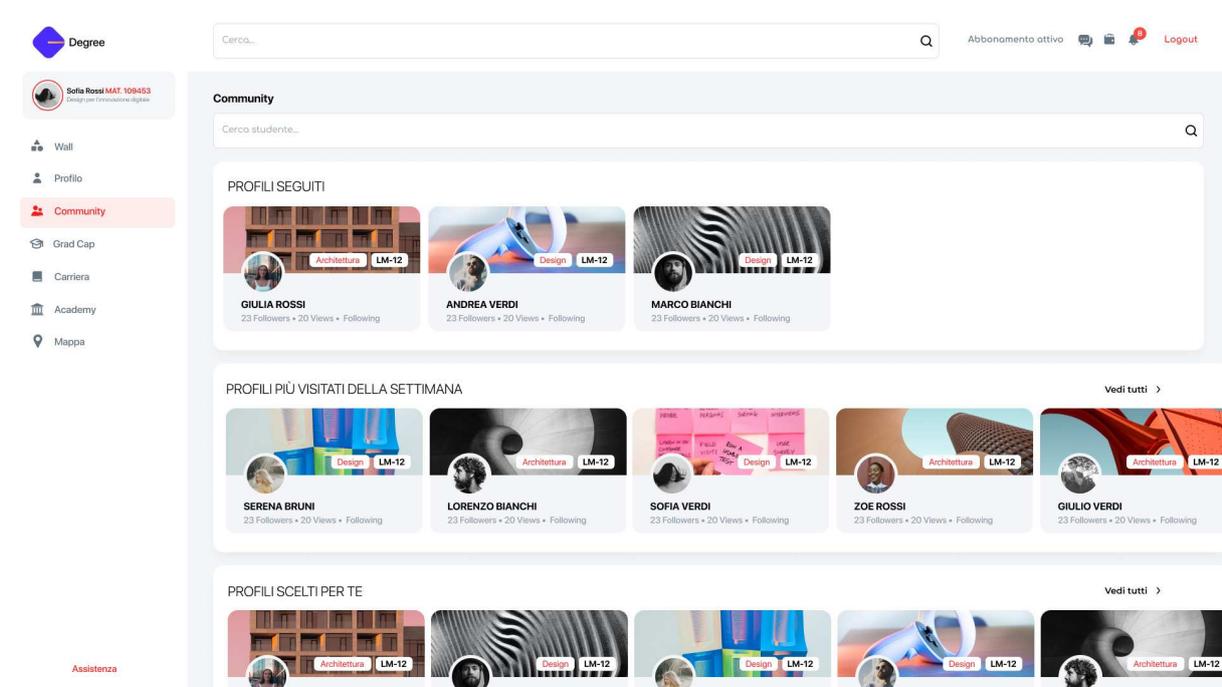


Figura 12 community



Figura 13 community-dettaglio card studente

Al click della card di un profilo si visualizza il profilo pubblico di quello studente con la possibilità di seguirlo e di condividere il profilo sia all'interno della community che al di fuori attraverso altri social.

Chiudi scheda



Zoe Rossi

23 Followers • 20 Views • Following

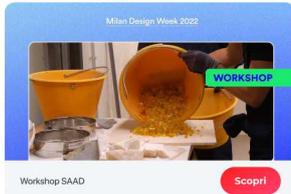
Architettura LM-12



ABOUT

La cosa principale è l'orientamento, cioè dare importanza al sole. Sapere da dove viene il sole è importantissimo, perché se sai come batte il sole su casa tua e impari come usarlo, o come difendertene, si è fatto già un buon 30% del lavoro. Sapere da dove viene il sole, quante ore al giorno batte e in quali stanze, che tipo di sole è (del mattino, del pomeriggio o della sera) è un primo passo, poi, seguendo il libro, saprai cosa fare per sfruttarlo, o compensarlo, e creare armonia all'interno della casa in termini di colori, materiali, illuminazione, etc. È un punto di partenza imprescindibile, non si può fare il resto se non si è fatto prima questo. Questo libro è proprio pensato per la generazione dei miei figli, per i nuovi trentenni, perché comincino a vivere nella maniera corretta l'idea e il rapporto con le loro future case.

EVENTI DI ZOE



LAVORI DI ZOE

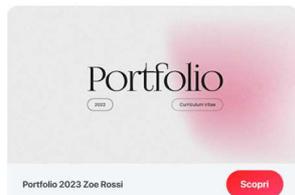


Figura 14 community-scheda studente

Nella voce di menù community è possibile accedere anche alla community dei corsi. La pagina è composta da un elenco di card riguardante i corsi pubblici della facoltà. Nella card è riportato il nome del corso, il nome del docente titolare e un'immagine descrittiva del corso.

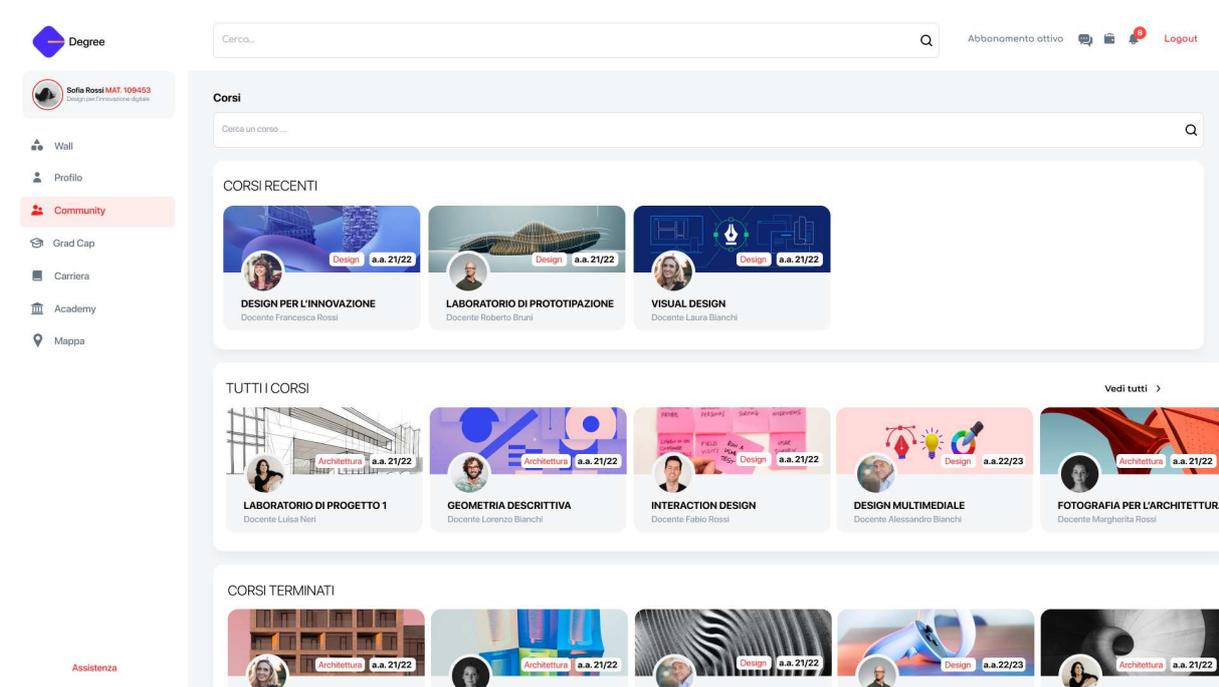


Figura 15 community-corsi

Al click della card di un corso si visualizza una pagina pubblica dedicata a quel corso con la possibilità scrivere una recensione e scambiare opinioni e materiali con gli altri studenti che frequentano o hanno frequentato quel corso.

The screenshot displays a user interface for a course page on the Degree platform. On the left, a navigation sidebar includes options like 'Sofia Rossi MAT 109453', 'Profilo', 'Community', 'Grad Cap', 'Carriera', 'Academy', and 'Mappa'. The main content area features a search bar, a user profile for Prof. Roberto Rossi, and course details. The course title is 'Prototipazione reverse engineering - Prof. Roberto Rossi'. Below this, there are sections for 'OBIETTIVI FORMATIVI' and 'PROGRAMMA DEL CORSO'. The 'OPINIONE DEGLI STUDENTI' section contains six review cards, each with a user profile, course category, date, star rating, and a placeholder text for the review.

Figura 16 community-corsi-scheda corso

DOMANDE FREQUENTI [Scrivi una domanda](#)

Cerca nelle domande e risposte... 🔍

---

**Laura Bianchi** 10/01/2023

[Vedi tutte le risposte \(7\)](#) >

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Mi piace Rispondi 👍 15

**Utente 002**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

**Lezioni americane Italo Calvino**

Scarica PDF

Mi piace Rispondi 👍 20

---

**Marco Bianchi** 10/01/2023

[Vedi tutte le risposte \(7\)](#) >

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Mi piace Rispondi 👍 7

**Giulia Bruni**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

**Appunti Lezione 08/11/22**

Scarica File

**Lezioni americane Italo Calvino**

Scarica PDF

Mi piace Rispondi 👍 15

Figura 17 community-corsi-dettaglio domande frequenti

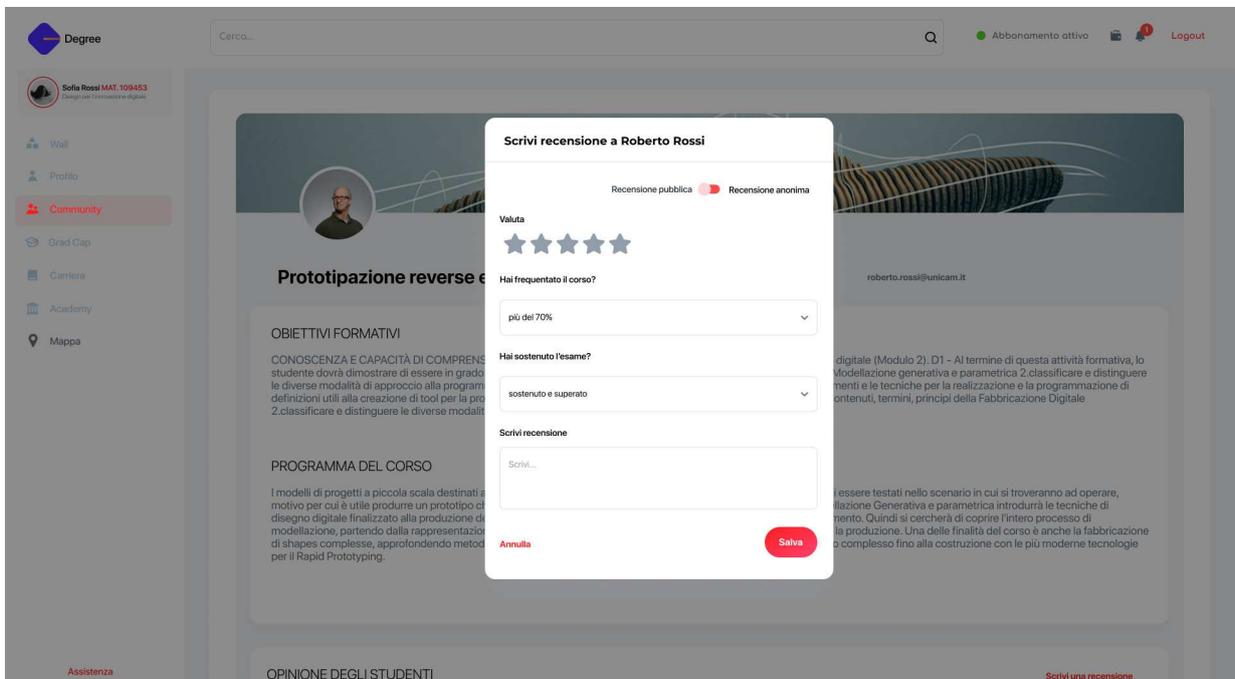


Figura 18 community-corsi-dettaglio recensione

## Academy

Dalla card del wall academy si accede alla vetrina degli eventi in cui vengono riportati tramite delle card tutti gli eventi con la possibilità di iscrizione.

In alto sono presenti dei filtri di ricerca per tipologia di evento e periodo di riferimento.

È presente inoltre un filtro di ricerca libero basato su keywords.

Le tipologie di evento sono:

- Conferenze
- Workshop
- Mostre
- Eventi

Degree

Cerca...

Stato attivo Logout

Sofia Rossi MAT 109453  
Design per l'innovazione digitale

Wall  
Profilo  
Community  
Grad Cap  
Carriera  
Academy  
Mappa

Assistenza

**Vetrina eventi**

Tipologia: Conferenze

Selezione periodo: gg/mm/aaaa - gg/mm/aaaa

Cerca evento...

teatro ventiduo basso ascoli piceno stagione 2022

Milan Design Week 2022 WORKSHOP THURSDAY 9 JUNE 2022

Salone del Mobile Milano

30 gen 2023

**NOME EVENTO: THE FUTURE OF PROFESSIONAL NETWORK IN...**

Via Traversa Mare 12, Ascoli Piceno

Note The Big Dream is Now

Iscritti: 3

[Iscriviti](#) [Visualizza iscritti](#)

30 gen 2023

**NOME EVENTO: THE FUTURE OF PROFESSIONAL NETWORK IN...**

Via Traversa Mare 12, Ascoli Piceno

Note The Big Dream is Now

Partecipanti: 3

[Visualizza partecipanti](#)

30 gen 2023

**NOME EVENTO: THE FUTURE OF PROFESSIONAL NETWORK IN...**

Via Traversa Mare 12, Milano

Note The Big Dream is Now

Partecipanti: 3

[Visualizza partecipanti](#)

Palazzo Panichi ad Ascoli Piceno. La conoscenza per il restauro e la valorizzazione

01-12 15.00

Museo del Mare Continuo

SAAD UNICAM DESIGN EXPERIENCE

Figura 19 academy

30 gen 2023

**NOME EVENTO: TEATRO VENTIDIO BASSO**

Via Traversa Mare 12, Ascoli Piceno

Note 25-26 gennaio Francesco Pannofino, Isia Forte

Iscritti: 3

[Visualizza iscritti](#)

30 gen 2023

**NOME EVENTO: MILANO DESIGN WEEK**

Via Traversa Mare 12, Ascoli Piceno

Note la ricerca in SAAD

Partecipanti 3

[Visualizza partecipanti](#)

Figura 20 academy-dettaglio card

## Mappa

La voce di menu mappa è composta da una barra di ricerca e da una mappa. Accanto alla mappa sono disposte 5 icone che indicano le seguenti categorie di luoghi maggiormente frequentati dagli studenti :

- Aulestudio/biblioteche
- Fermate
- Centri culturali
- Locali
- Lavanderie

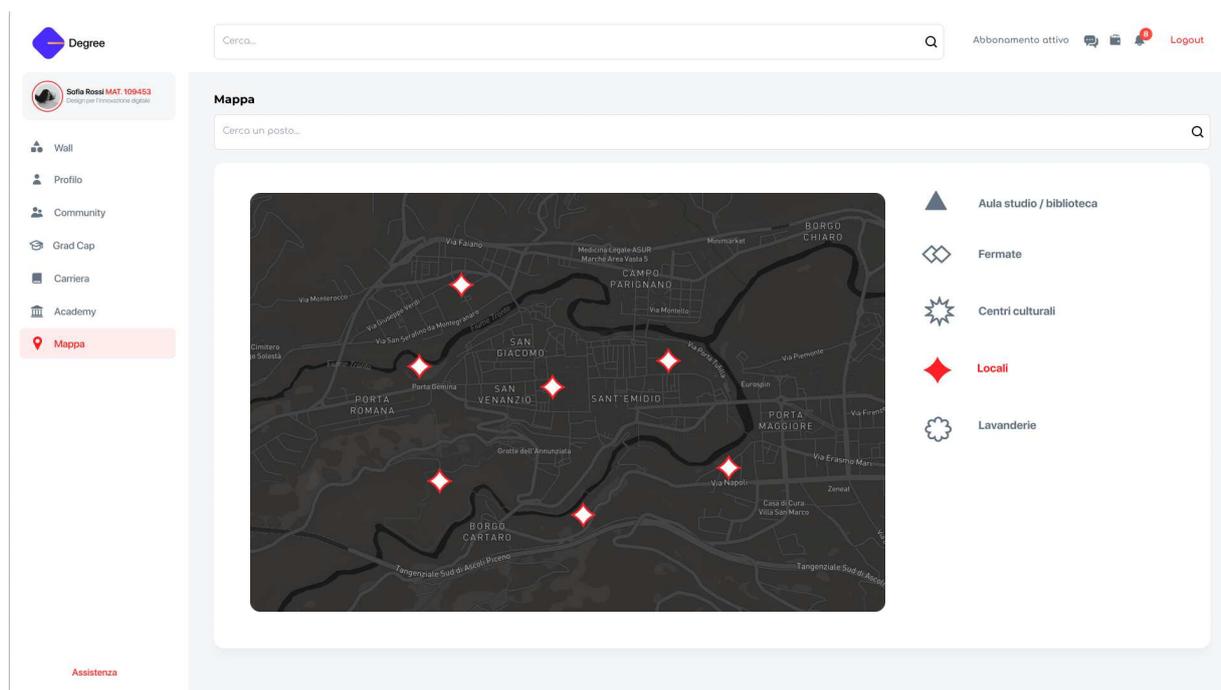


Figura 21 mappe

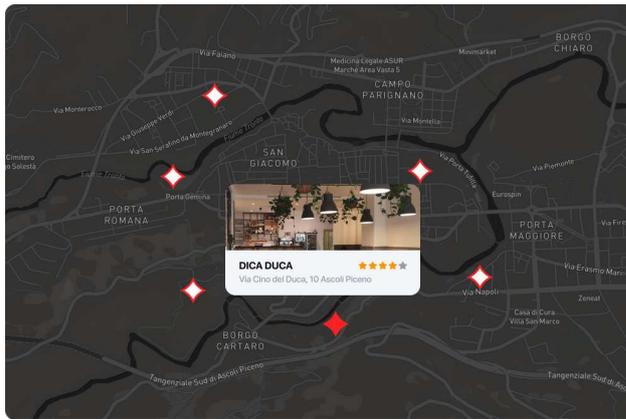


- Wall
- Profilo
- Community
- Grad Cap
- Carriera
- Academy
- Mappa**

Mappa

Cerca un posto...

Q



- ▲ Aula studio / biblioteca
- 🗺️ Fermate
- ☀️ Centri culturali
- 🔴 Locali
- 🌸 Lavanderie

RECENSITO DA VOI

[Scrivi una recensione](#)

🔴 **Dica Duca**  
Via Cino del Duca, 10 Ascoli Piceno



**Luca Bianchi**

Design

★★★★★ 10/01/2023

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.



**Laura Bianchi**

Design

★★★★★ 10/01/2023

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.



**Pietro Rossi**

Architettura

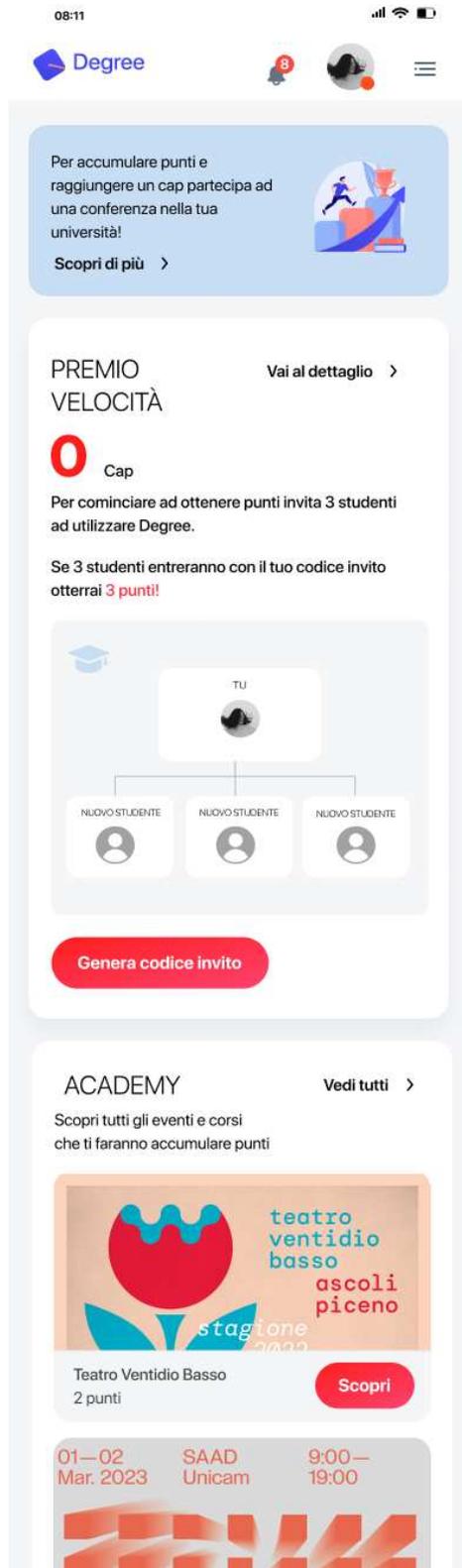
★★★★★ 31/12/2022

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.

Figura 22 mappa-selezione posto

# Versione Mobile

## Wall



## Carriera

08:11 📶 🔋

 8  

### La mia carriera

**CARRIERA** Design per l'innovazione digitale

**56/120** Progressione cfu 46%

Ti servono **4 crediti liberi** per questo anno!

[Registra esame](#)

Corsi 

 **LABORATORIO 1** Roberta Rossi

Anno accademico	1°
Stato	<span style="color: green;">●</span>
Crediti	10
Punti	5
Frequenza	80%

 **VISUAL DESIGN** Alessandro Bruni

Anno accademico	1°
Stato	<span style="color: orange;">●</span>
Crediti	10
Punti	5
Frequenza	50%

 **STORIA DEL DESIGN** Giulia Bianchi

Anno accademico	1°
Stato	<span style="color: green;">●</span>
Crediti	10
Punti	5
Frequenza	80%

08:11 📶 🔋

 8  

### La mia carriera

**CARRIERA** Design per l'innovazione digitale

**56/120** Progressione cfu 46%

Ti servono **4 crediti liberi** per questo anno!

[Registra esame](#)

Libretto 

**DESIGN PER L'INNOVAZIONE** ●

Anno	1°
Crediti	8
Data	8/11/22
Voto	28

**INTERACTION DESIGN** ●

Anno	1°
Crediti	8
Data	8/11/22
Voto	28

**STORIA DEL DESIGN** ●

Anno	1°
Crediti	8
Data	8/11/22
Voto	28

## Grad cap

08:11

Degree

**Grad cap**

PUNTI TOTALI

17/50 Progressione punti 40%

Puoi accumulare massimo 50 punti

Registra punti

**Obiettivi** Imposta obiettivo

1° cap Modifica

75.5%

Sostieni l'esame Laboratorio di Interaction design	Data 10/03/23	Punti 5	✓
Partecipa all'evento Conferenza ricerca in SAAD	Data 7/03/23	Punti 2	✓
Partecipa all'evento Workshop it make sense	Data 10/05/23	Punti 3	✓

## Community

08:11

Degree

**Community**

Cerca studente...

PROFILI SEGUITI

Architettura LM-12

GIULIA ROSSI  
23 Followers • 20 Views • Following

Design LM-12

ANDREA VERDI  
23 Followers • 20 Views • Following

Design LM-12

MARCO BIANCHI  
23 Followers • 20 Views • Following

PIÙ VISITATI DELLA SETTIMANA Vedi tutti >

Design LM-12

SERENA BRUNI  
23 Followers • 20 Views • Following

Architettura LM-12

## Community/scheda studente

08:11

Degree

Chiudi scheda

**Giulia Rossi**  
23 Followers • 20 Views • Following

Architettura LM-12

Ai Id Pr Ps Xd

ABOUT

Nel Network Marketing sforzo e impegno vengono ampiamente ricompensati e grazie alla giusta dose di costanza e testardaggine è anche possibile raggiungere alti livelli, ma solo se si è disposti a diventare dei leader. Tutti possono diventare bravi nella leadership ed è un obiettivo a cui chiunque dovrebbe aspirare. Ma per farlo è necessario rivedere qualche aspetto del proprio carattere e sviluppare alcune doti ancora nascoste. Essere importante per la propria squadra, far parte di un gruppo omogeneo e ricevere riconoscimento e ascolto dal proprio leader, sono sicuramente motivo di gioia e soddisfazione.

EVENTI DI GIULIA

teatro ventidio basso

## Community/corsi

08:11

Degree

Community

Cerca studente...

CORSI RECENTI

DESIGN PER L'INNOVAZIONE  
Docente Francesca Rossi

LABORATORIO DI PROTOTIPAZIONE  
Docente Roberto Bruni

VISUAL DESIGN  
Docente Laura Bianchi

TUTTI I CORSI [Vedi tutti >](#)

LABORATORIO DI PROGETTO 1  
Docente Luisa Neri

## Profilo

08:11

Degree

Area personale

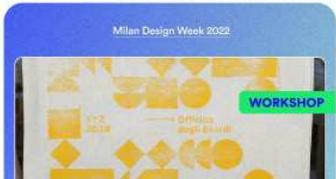


**Sofia Rossi**  
sofia.rossi@studenti.unicam.it

Gestisci profilo pubblico

I MIEI EVENTI

Milan Design Week 2023



Workshop SAAD  
18-20/03/23

Paga quota



Workshop  
Museo del Mare

Paga quota

01-02 Mar. 2023 SAAD Unicam 9:00-19:00



Conferenza  
La ricerca in SAAD

Visualizza

I MIEI ATTESTATI

## Academy

08:11

Degree

Vetrina eventi

Conferenze

01-02 Mar. 2023 SAAD Unicam 9:00-19:00



30 gen 2023

**LA RICERCA IN SAAD**

Sede Sant'angelo magno  
Ascoli Piceno  
Aula C032 Ore 11:30

2 punti  
3 iscritti

Iscriviti Visualizza iscritti

ADI ASSOCIAZIONE PER IL DESIGN ITALIANO



**Design da leggere**  
Tra le pagine di Vanni Pasca

ASCOLI PICENO

30 gen 2023

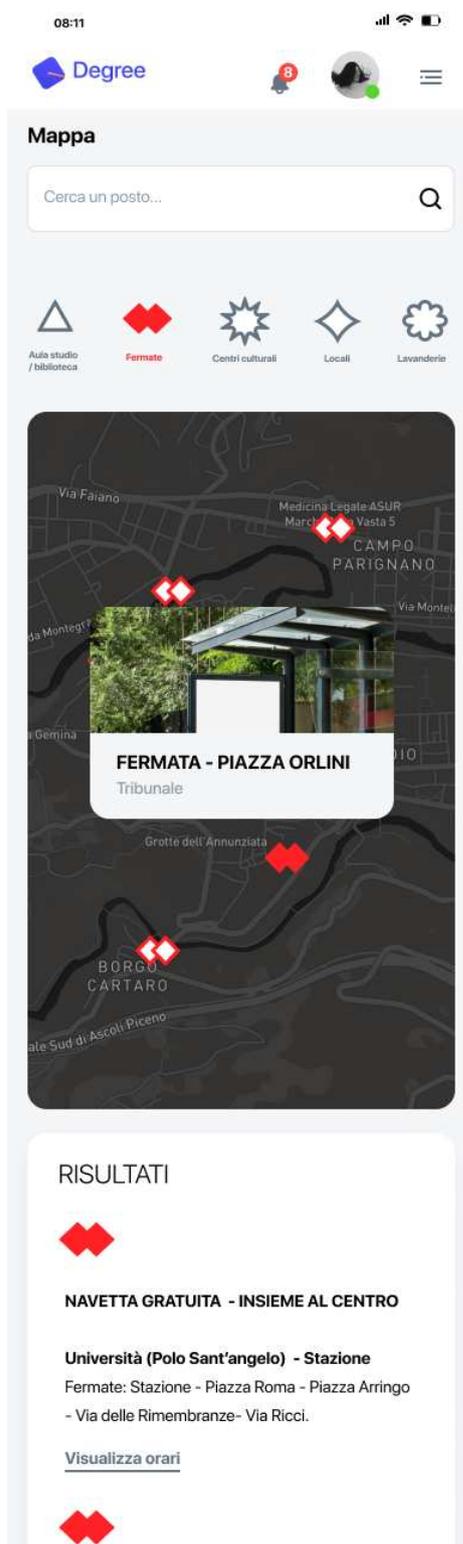
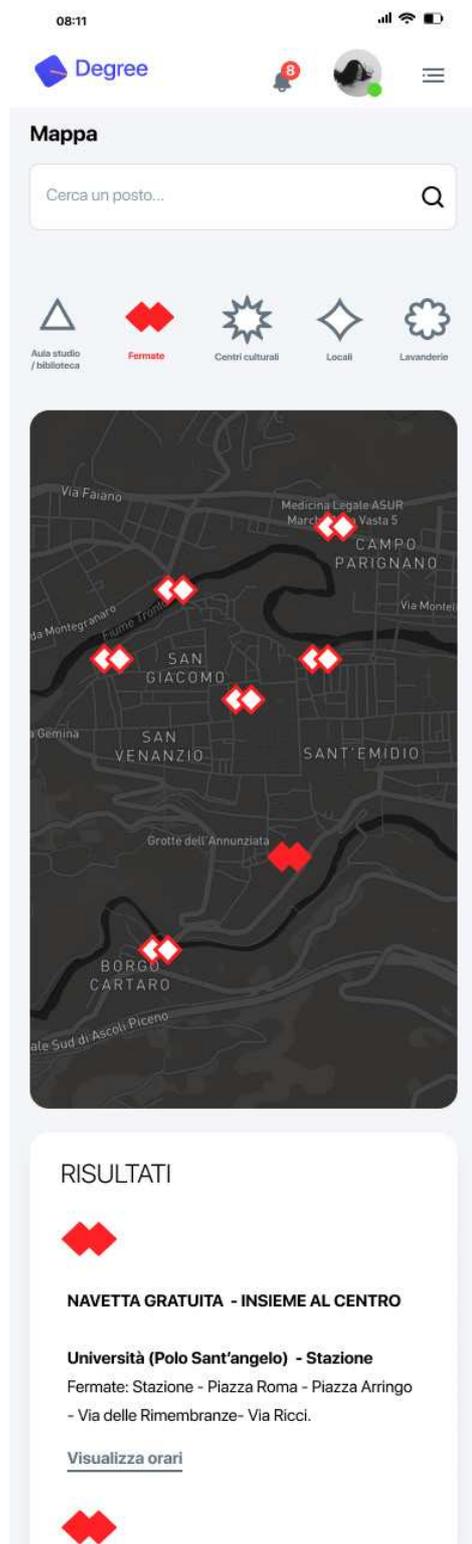
**DESIGN DA LEGGERE**

Sede Sant'angelo magno  
Ascoli Piceno  
Aula C032 Ore 11:30

2 punti  
3 iscritti

Iscriviti Visualizza iscritti

# Mappe



# 10. Design System

FONT: SF Pro Display

## COLORS

FIRST



SECONDARY



THIRD



FOURTH



ACCENT

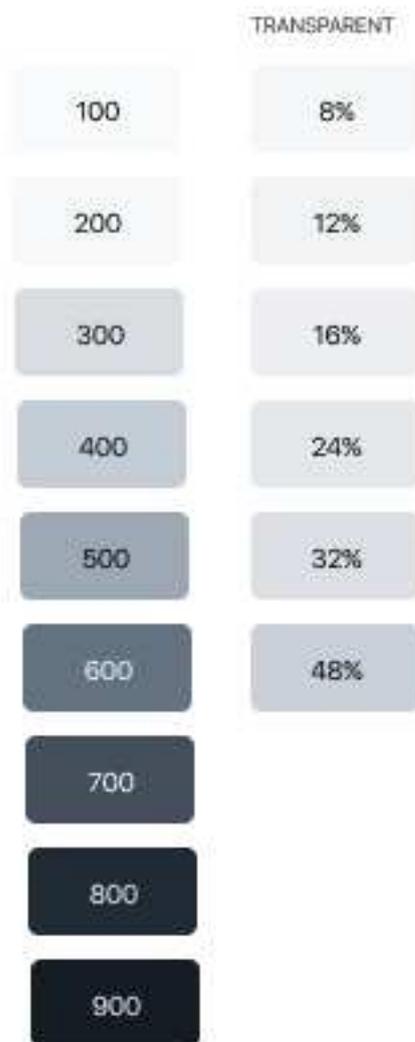


INTERMEDIATE

## GRADIENTS



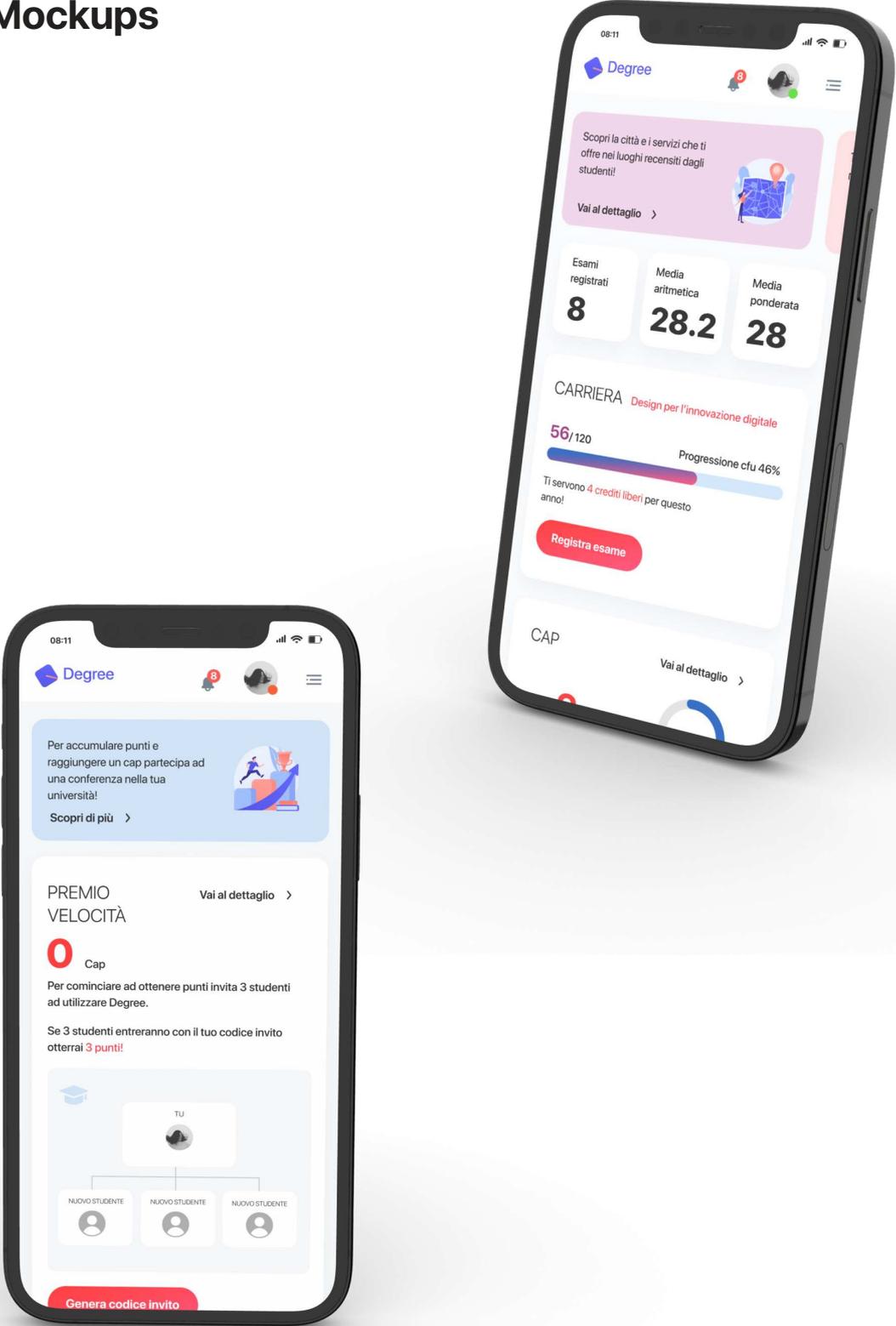
## GREY

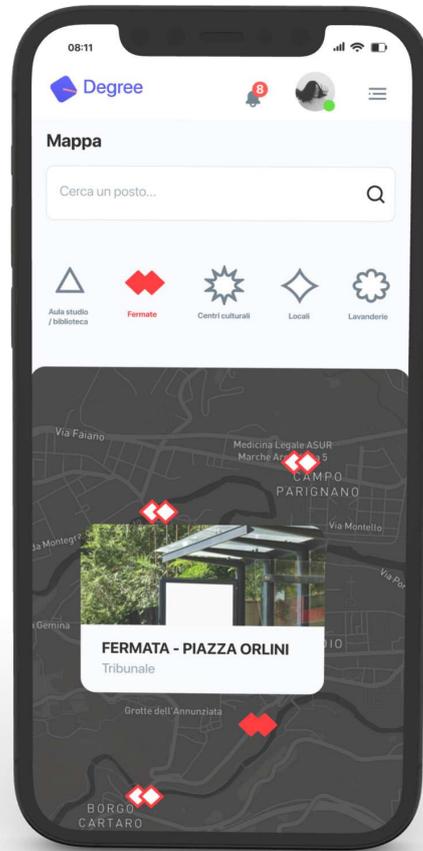
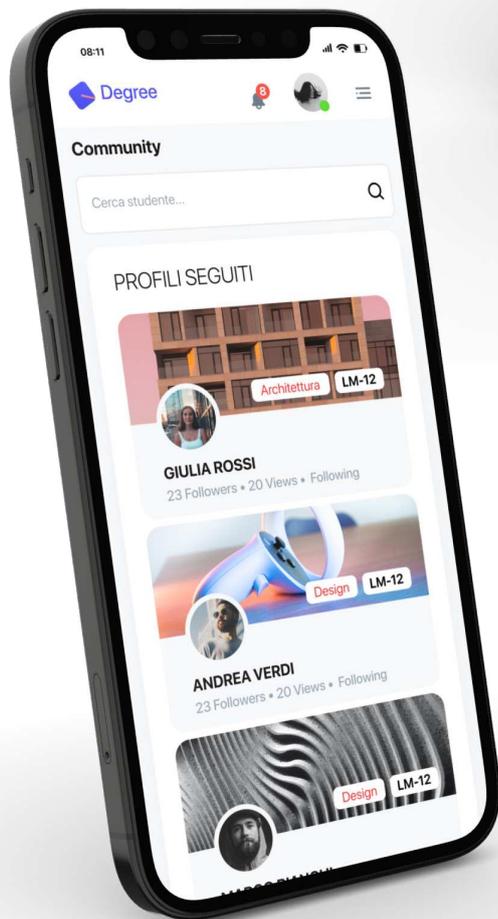


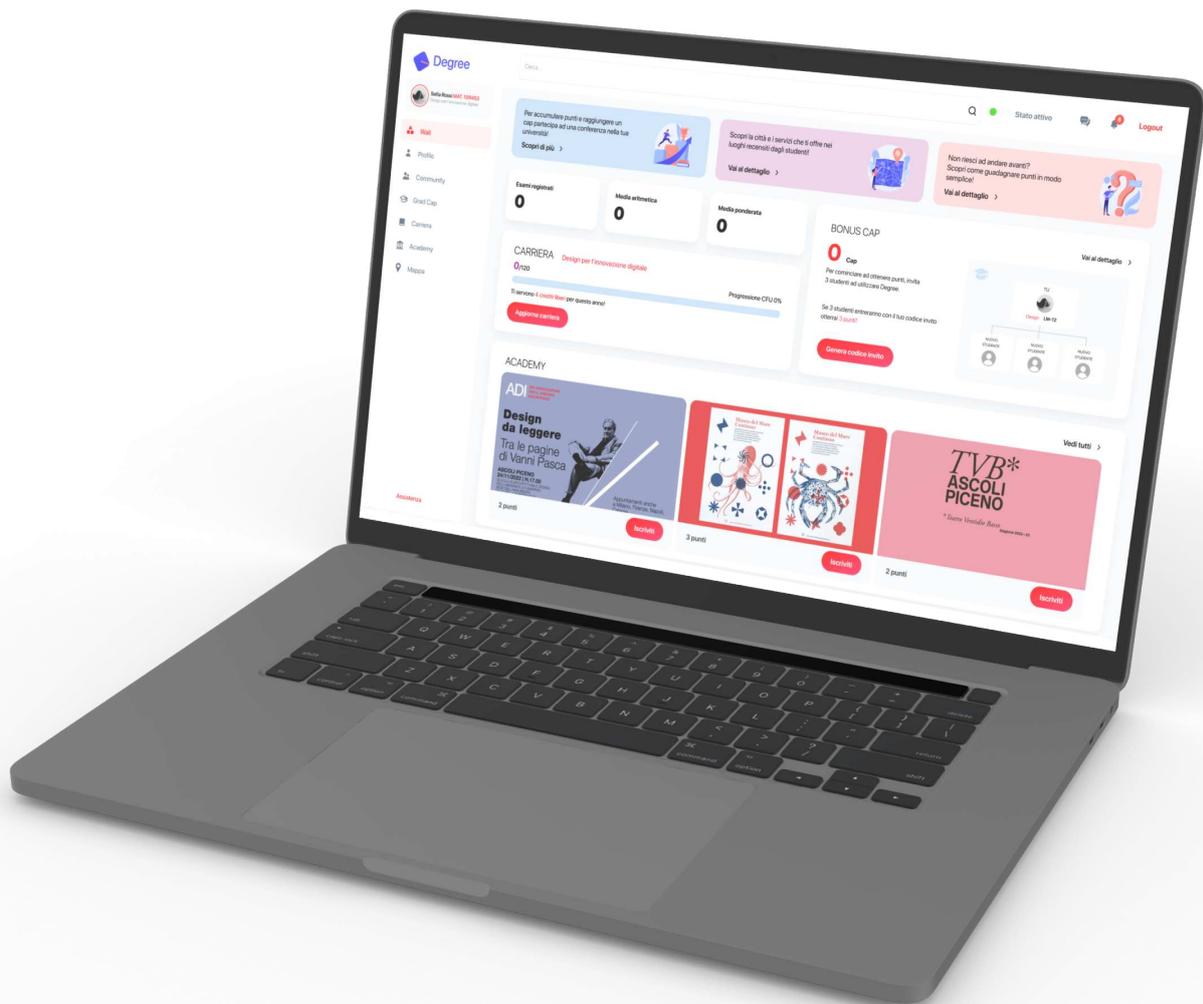
## COMMON

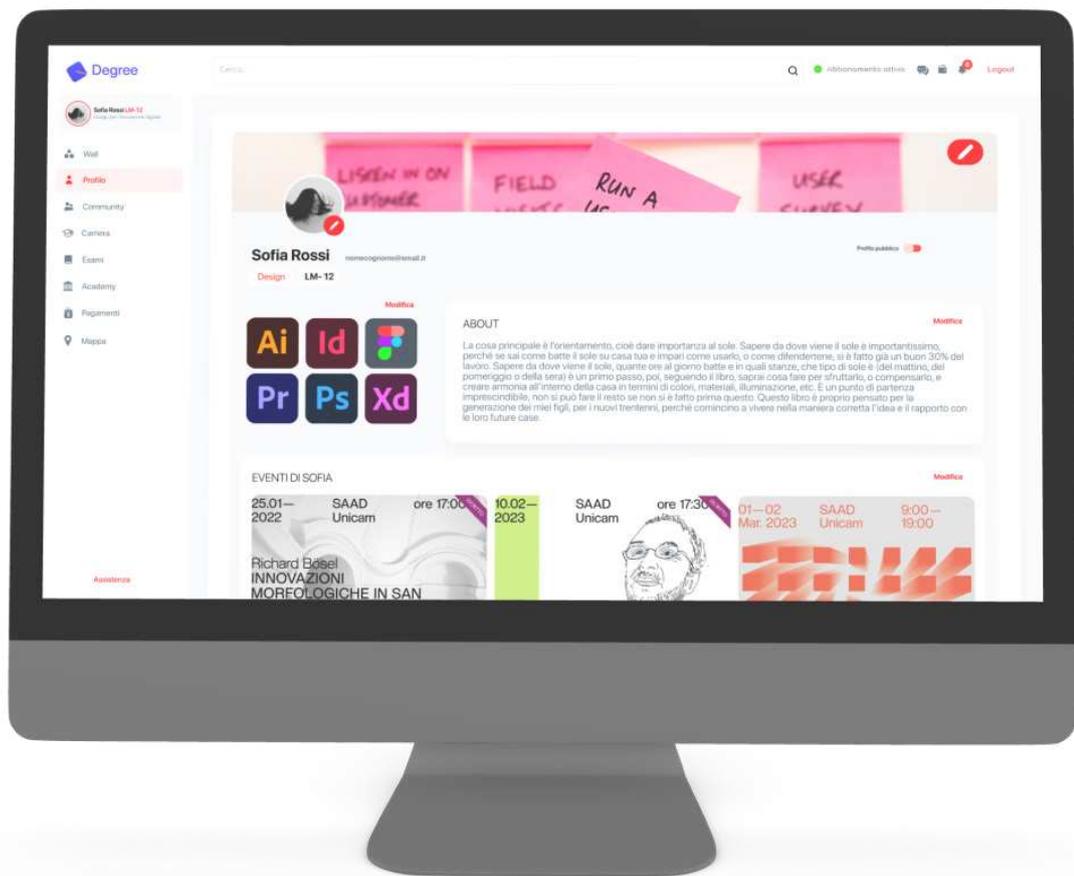


# 11. Mockups









## 12. Bibliografia e sitografia

Roberta Tassi (2019), *Service designer. Un progettista alle prese con sistemi complessi*. Franco Angeli, Milano.

Andy Polain, Lavrans Lovlie, Ben Reason (2013), *Service Design, from insight to implementation*. Rosenfeld Media, Brooklyn, New York

Michelangelo Savino, *Università, città, studenti: aspetti complessi di interdipendenze non sempre note*. In "archivio di studi urbani e regionali" Franco Angeli

Massimiliano Bratti, Stefano Staffolani, *Performance accademica e scelta della facoltà universitaria in "Quaderni di ricerca" 2001*

Geraldina Roberti, Antonella Nuzzaci, *Orientati al futuro : percorsi di orientamento al lavoro per una scelta consapevole del corso di studio*. In "Educational reflective practices" 2021

Giovanni Bonaiuti, Filippo Bruni. *Instructional design e game-based learning*. In "open journal per la formazione in rete". 2014

Francesca Cognetti, Beatrice De Carli, *Città/Università. Esperienze di "impegno civico"*. In "Territorio" 2013

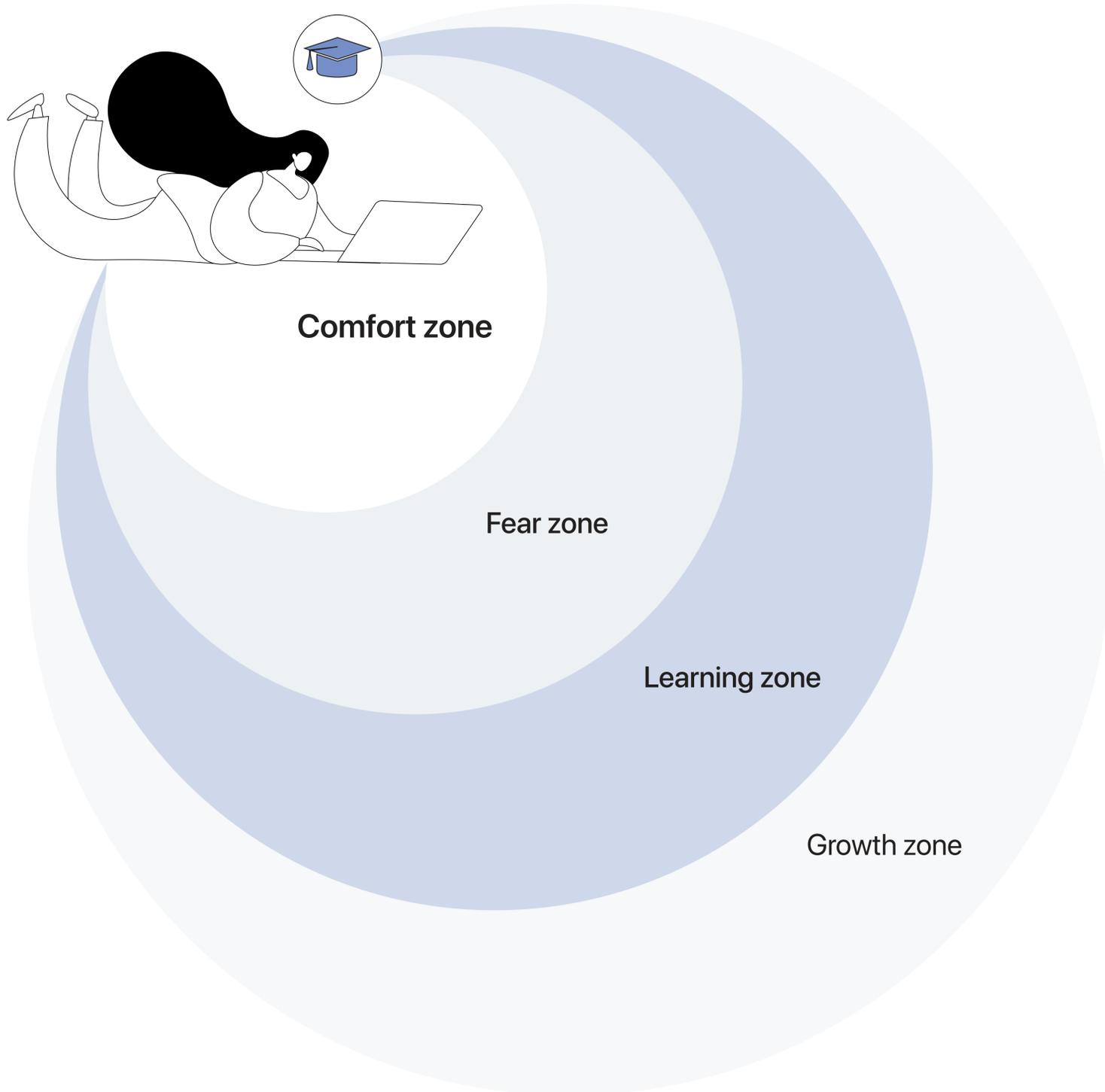
[servicedesigntools.org](http://servicedesigntools.org)

[docs.italia.it](http://docs.italia.it)



# Università, città e studenti

Uscire dalla propria comfort zone e costruirsi un'identità sociale



Questa tesi intende indagare su una fase fondamentale nella vita di tutte le persone, ovvero il passaggio tra l'adolescenza e la vita adulta. Uno stadio in cui l'individuo non appartiene alla fase dell'adolescenza ma, per molti aspetti, non ha ancora pienamente raggiunto l'età adulta.

Questa transizione è strettamente collegata ad alcuni aspetti sociali e politici, che hanno anche delle ripercussioni di carattere psicologico.

Il giovane adulto solitamente non ha ancora raggiunto quelli che possono essere identificati come alcuni dei compiti evolutivi propri dell'età adulta. Spesso infatti abita con i genitori, non ha un lavoro stabile o un percorso di studi regolare e ha difficoltà a raggiungere un'indipendenza economica.

Nel giovane adulto quindi il passaggio all'età adulta come realizzazione di sé e come mantenimento dell'autonomia lavorativa e affettiva conquistata è frenato. Vi sono delle cause sociali e politiche che contribuiscono a questo fenomeno come:

1. una lunga permanenza nel percorso di formazione;
2. l'incertezza lavorativa;
3. ostacoli economici per raggiungere l'indipendenza.

Questi fattori sociali hanno scatenato una dilatazione nella fase di assunzione del ruolo di adulto indipendente dalla famiglia d'origine. Tali problematiche, infatti, ritardano e frenano le possibilità di uscita dell'adolescente dal nucleo familiare. Questa fase del ciclo di vita porta con sé alcune sfide particolari sul benessere psicologico.

La difficoltà nel costituirsi una propria identità e quella di raggiungere l'indipendenza dalla famiglia genitoriale, determinano spesso anche disturbi dell'umore e disturbi psicosomatici. Spesso i giovani sperimentano una situazione di profondo disagio e di blocco evolutivo, che si ripercuote nella vita quotidiana, causando diverse difficoltà, come:

1. l'impossibilità di intraprendere una carriera universitaria;
2. la difficoltà a individuare la propria meta lavorativa;
3. la difficoltà nella sfera relazionale

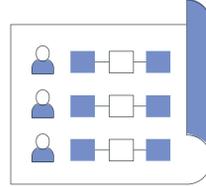
In questo momento il ragazzo che prima era abituato ad avere tutti i comfort della casa in cui è cresciuto e degli affetti della sua famiglia si trova a doversi confrontare con una realtà del tutto diversa; una città nuova, dei coinquilini, la gestione di una casa e dell'università. L'utente, che in questo caso è lo studente universitario, esce dalla sua zona di comfort (dal nucleo familiare, dalla scuola superiore e spesso dalla sua città originaria) e si trova a dover gestire l'università e a doversi muovere in una città che non conosce.

# Service design tools

Progettare sistemi complessi

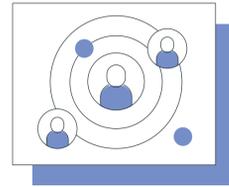
## Discover

Fare ricerca per capire e definire meglio il problema



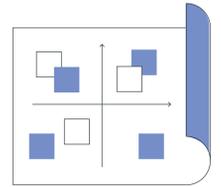
USER SCENARIO

Indagare la situazione di partenza dell'utente



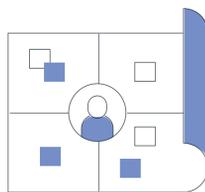
STAKEHOLDER MAP

Capire chi sono gli attori e gli enti che ruotano attorno all'utente



EVALUATION MAP

Dove si posiziona il servizio e chi sono i competitors



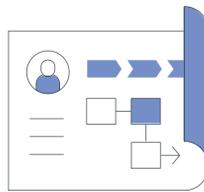
EMPATHY MAP

Capire quali sono le emozioni dell'utente



PERSONAS

Individuare l'utente tipo con le relative caratteristiche e abitudini



JOURNEY MAP

Descrivere come l'utente interagisce con il servizio attraverso i touchpoints

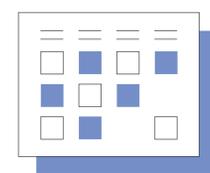
## Define

Avere chiaro il problema, l'obiettivo e gli utenti



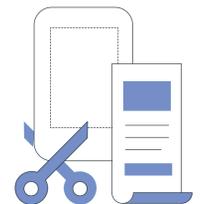
SERVICE IMAGE

Catturare l'essenza dell'esperienza del servizio



SYNTHESIS WALL

Sintetizzare i concetti chiave emersi dalla fase di ricerca

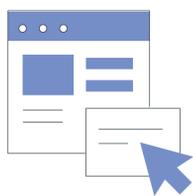


ROUGH PROTOTYPING

Simulare rapidamente idee utilizzando risorse e materiali semplici

## Develop

Trovare una soluzione al problema



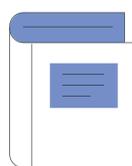
EXPERIENCE PROTOTYPING

Creare il prototipo di un touchpoint per simulare l'esperienza di servizio



CONCEPT WALKTHROUGH

Mostrare passo dopo passo l'idea di servizio agli utenti e fornitori



SERVICE SPECIFICATIONS

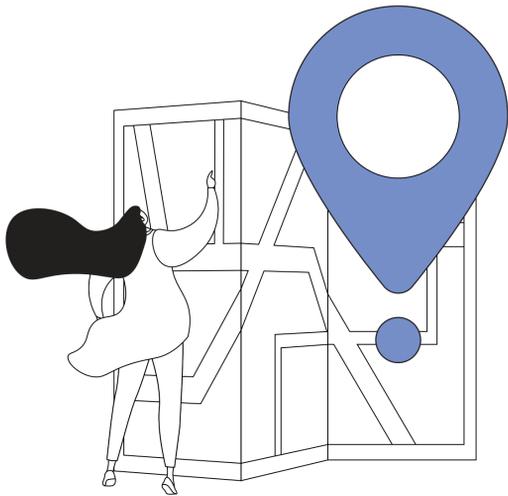
Descrizione dettagliata di ogni nuovo touchpoint, funzionalità e interazione.

## Deliver

Costruire e testare le idee di progetto

# I punti chiave

Soggetti e valori coinvolti nel servizio

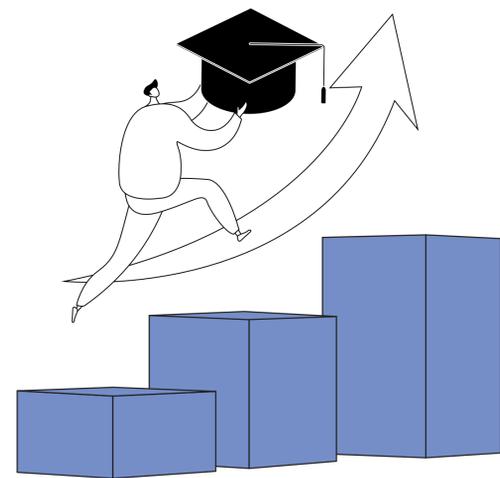


## 1. Conoscere e vivere la città

Gli studenti universitari rappresentano una fascia chiave per comprendere le modalità di utilizzo e fruibilità della città e il mosaico spazio-temporale che caratterizza la realtà urbana. Gli studenti infatti oltre a generare consistenti flussi di mobilità nello spazio urbano, creano correnti di scambio altrettanto consistenti tra la città e le aree extra-urbane". Il servizio proposto da Degree è quello di implementare questi scambi per coinvolgere gli studenti in attività culturali organizzate dalla città in modo che lo studente possa conoscere ed apprezzare a pieno il luogo in cui vive e studia.

## 2. Aspetto ludico

Lo studente che sceglie di iscriversi all'università inizia un processo di costruzione della propria identità sociale che è strettamente legato al modo di gestire gli studi e la propria vita quotidiana autonoma. Questo processo dovrebbe comprendere anche un cambio di mentalità riguardo l'approccio allo studio: lo studente non subisce più verifiche e interrogazioni ma piuttosto è padrone della sua carriera e programma i suoi esami. Degree attraverso un gioco a premi stimola questo processo e cambio di mentalità rendendo gli studenti più motivati a raggiungere i propri traguardi

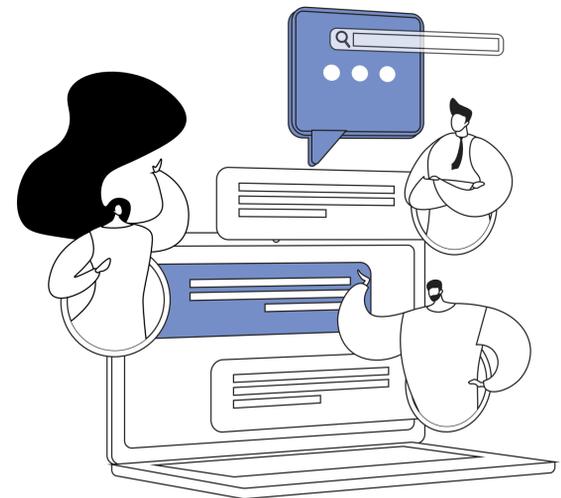


## 3. Valorizzare i lavori svolti negli anni di studio

Spesso gli studenti che scelgono una facoltà, soprattutto quelle di tipo più tecniche o artistiche, non hanno ben chiare le immagini professionali e il tipo di futuro che li aspetta; durante gli anni di studio si trovano a realizzare progetti e vivere esperienze che andrebbero valorizzate. Per questo Degree ha delle sezioni pubbliche in cui tutti possono accedere. L'utente decide se avere un profilo pubblico e se mostrare a tutti i propri lavori, esperienze e competenze per farsi notare e mettersi in contatto con le aziende del territorio.

## 4. Creare una rete solida

Nell'individuazione della città dove frequentare l'università, per gli studenti prevalgono la rappresentazione o le narrazioni della qualità della vita universitaria più alta, le garanzie di maggiori servizi e maggiori opportunità per trovare alloggio, per studiare, per nuove amicizie, per nuove esperienze, per una vita diversa da quella che si è spesso voluto lasciare nei centri di residenza. Perciò è fondamentale costruire fin da subito una forte rete tra studenti. Degree propone una community che come un social dedicato consente agli studenti di esprimersi riguardo a corsi e professori, scambiare materiale didattico, seguire i profili interessanti e vedere chi partecipa a quali eventi.



# Degree

Piattaforma digitale di orientamento e stimolo per lo studente universitario

