

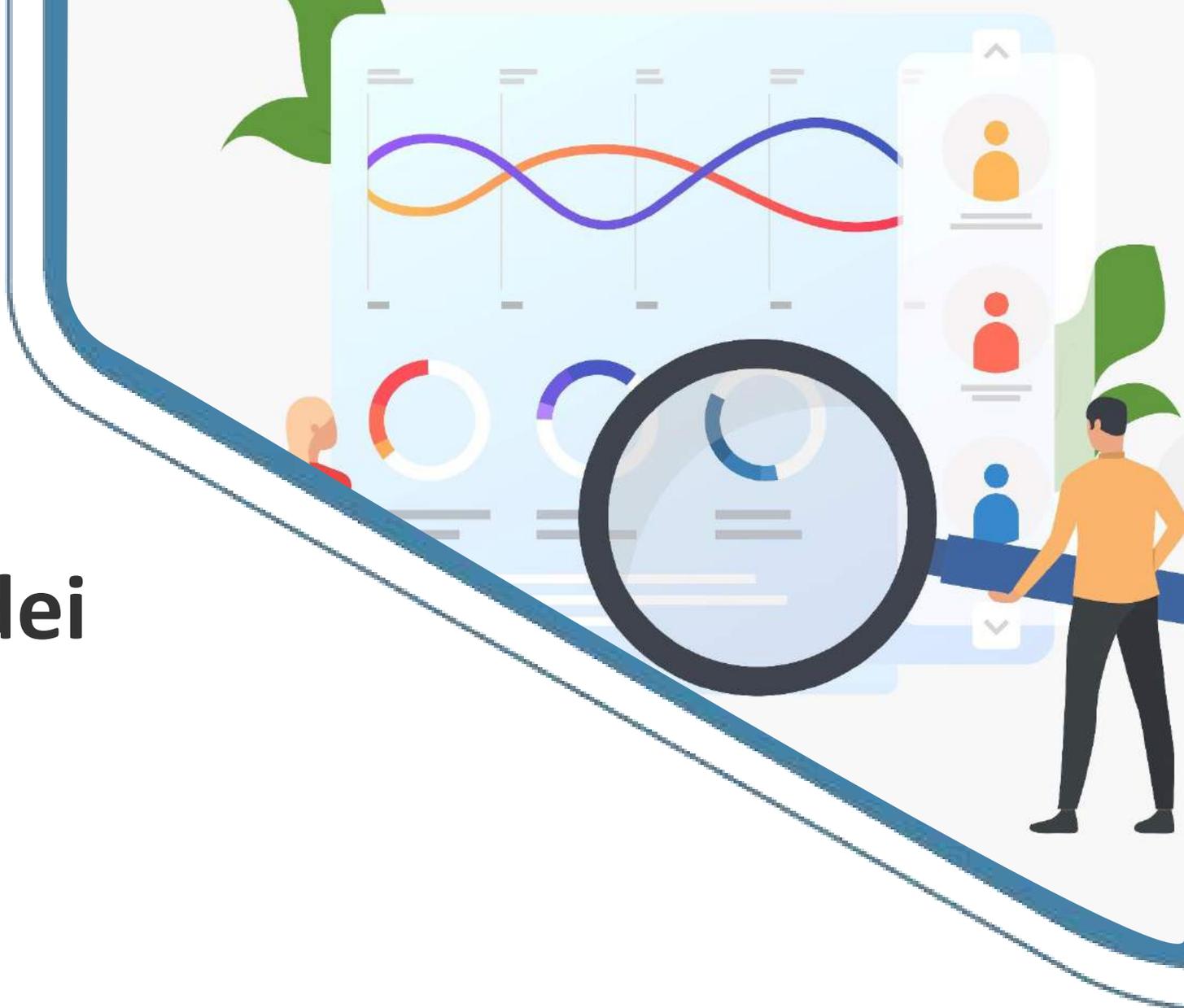


# SELF

Il Sistema di E-Learning Federato  
per la PA in Emilia-Romagna

Webinar

## Analisi del target e dei fabbisogni formativi



# Premessa

- Per progettare interventi formativi efficaci, è fondamentale affrontare direttamente le esigenze specifiche e le aspettative del pubblico destinatario, assicurando che il contenuto del corso sia non solo pertinente, ma anche completamente allineato con le loro **necessità professionali e personali**.
- Il fulcro di questo modulo è allenare la capacità di **spostare la progettazione formativa dal contenuto all'utente**, facendo attenzione alla personalizzazione dell'esperienza di apprendimento e allo sviluppo di competenze pratiche.
- Il nostro obiettivo è quello di **umentare la rilevanza del materiale didattico** per i partecipanti, assicurando che l'investimento in formazione porti a **miglioramenti misurabili in termini di competenze e performance**.

# Obiettivi

- **Identificare tecniche efficaci.** I partecipanti impareranno a identificare e applicare le tecniche più efficaci per analizzare il target e i fabbisogni formativi.
- **Integrare la Tassonomia di Bloom.** Utilizzare la Tassonomia di Bloom per formulare obiettivi didattici che riflettano i diversi livelli di apprendimento necessari, basandosi sui fabbisogni analizzati.
- **Creare Learner Persona.** Imparare a creare e utilizzare le learner persona per personalizzare l'apprendimento in base alle caratteristiche individuate nell'analisi.
- **Valutare l'efficacia delle metodologie didattiche.** Valutare quale metodologia didattica sia più adatta in base ai risultati dell'analisi dei fabbisogni.
- **Progettare interventi formativi personalizzati.** Imparare a progettare interventi formativi che siano direttamente allineati con le esigenze specifiche del target di riferimento.



**«La direzione in cui l'educazione avvia un uomo determinerà il suo futuro nella vita.»**

Platone

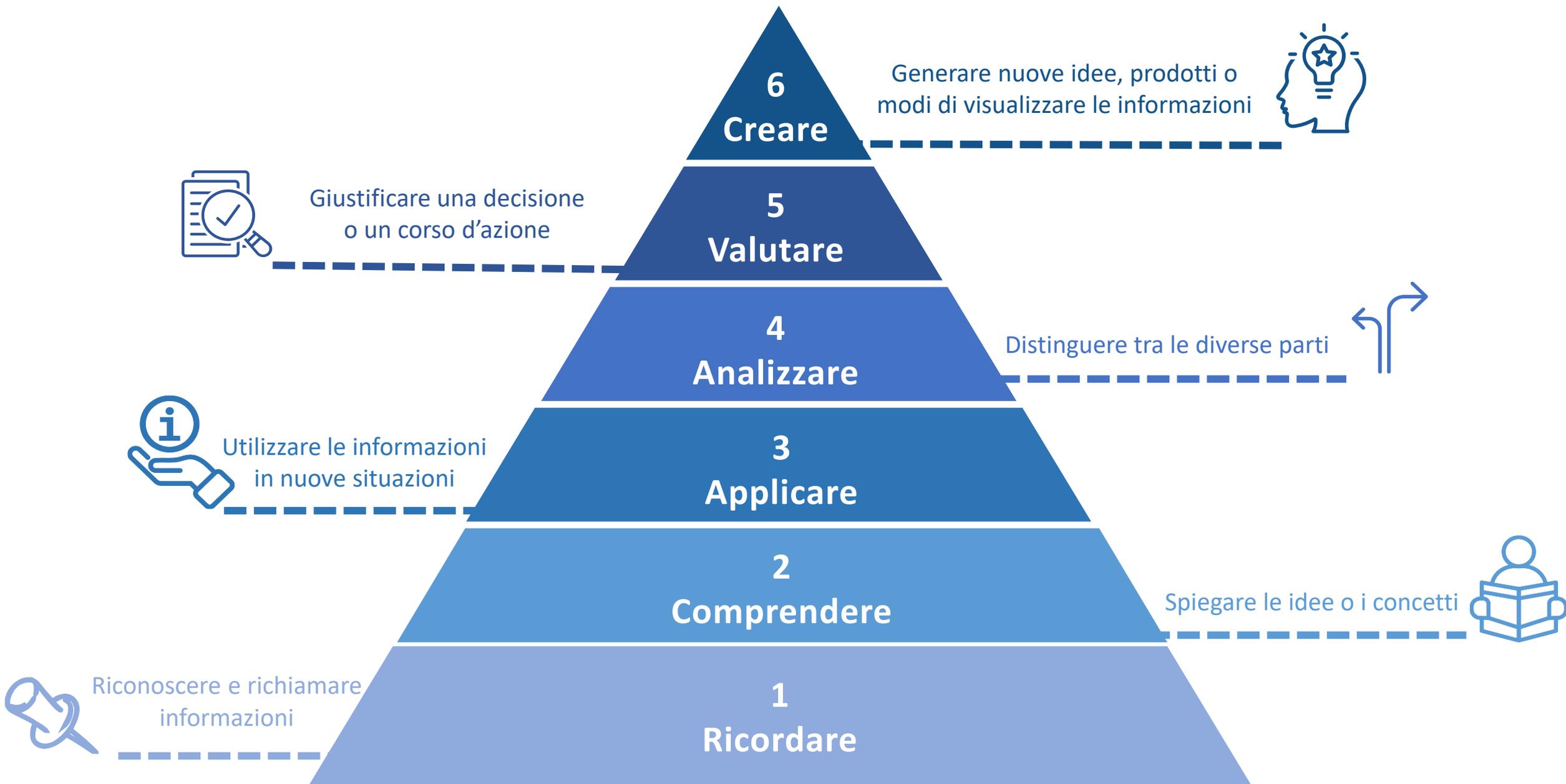
# In medias res

Immaginiamo di dover progettare un **corso di formazione** sulla **Privacy**.

**Da dove partiamo?**



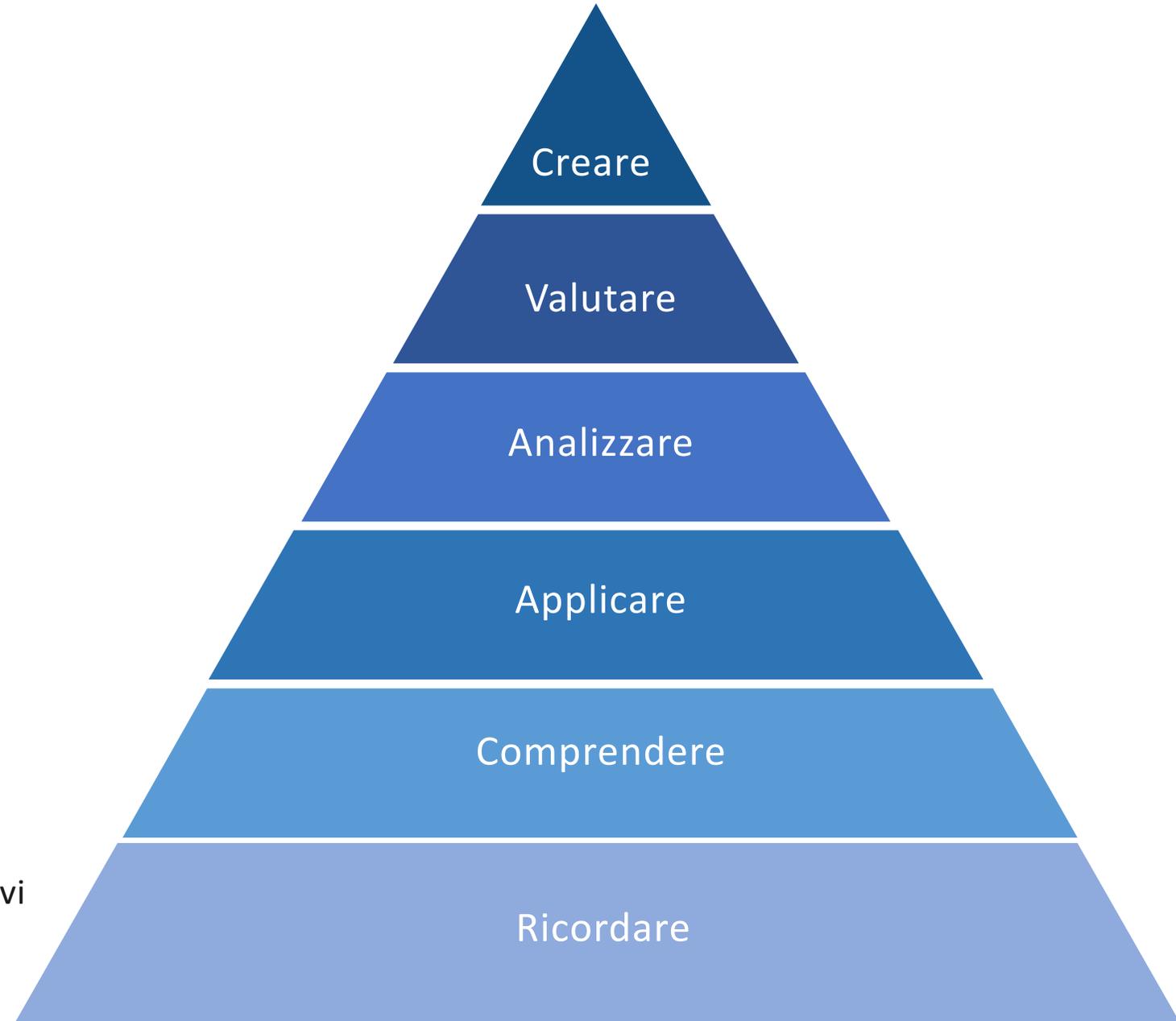
# Gli obiettivi didattici e la Tassonomia di Bloom



1 Ricordare	2 Comprendere	3 Applicare	4 Analizzare	5 Valutare	6 Creare
<b>Elenca</b> <b>Definisci</b> <b>Identifica</b> <b>Nomina</b> <b>Ricorda</b> <b>Riconosci</b>	<b>Spiega</b> <b>Descrivi</b> <b>Interpreta</b> <b>Parafrasa</b> <b>Riassumi</b> <b>Confronta</b>	<b>Dimostra</b> <b>Usa</b> <b>Implementa</b> <b>Esegui</b> <b>Risolvi</b> <b>Mostra</b>	<b>Distingui</b> <b>Analizza</b> <b>Dividi</b> <b>Confronta</b> <b>Contrapponi</b> <b>Organizza</b>	<b>Giustifica</b> <b>Critica</b> <b>Difendi</b> <b>Argomenta</b> <b>Valuta</b> <b>Seleziona</b>	<b>Disegna</b> <b>Costruisci</b> <b>Sviluppa</b> <b>Formula</b> <b>Crea</b> <b>Inventa</b>

**Pensiero critico**

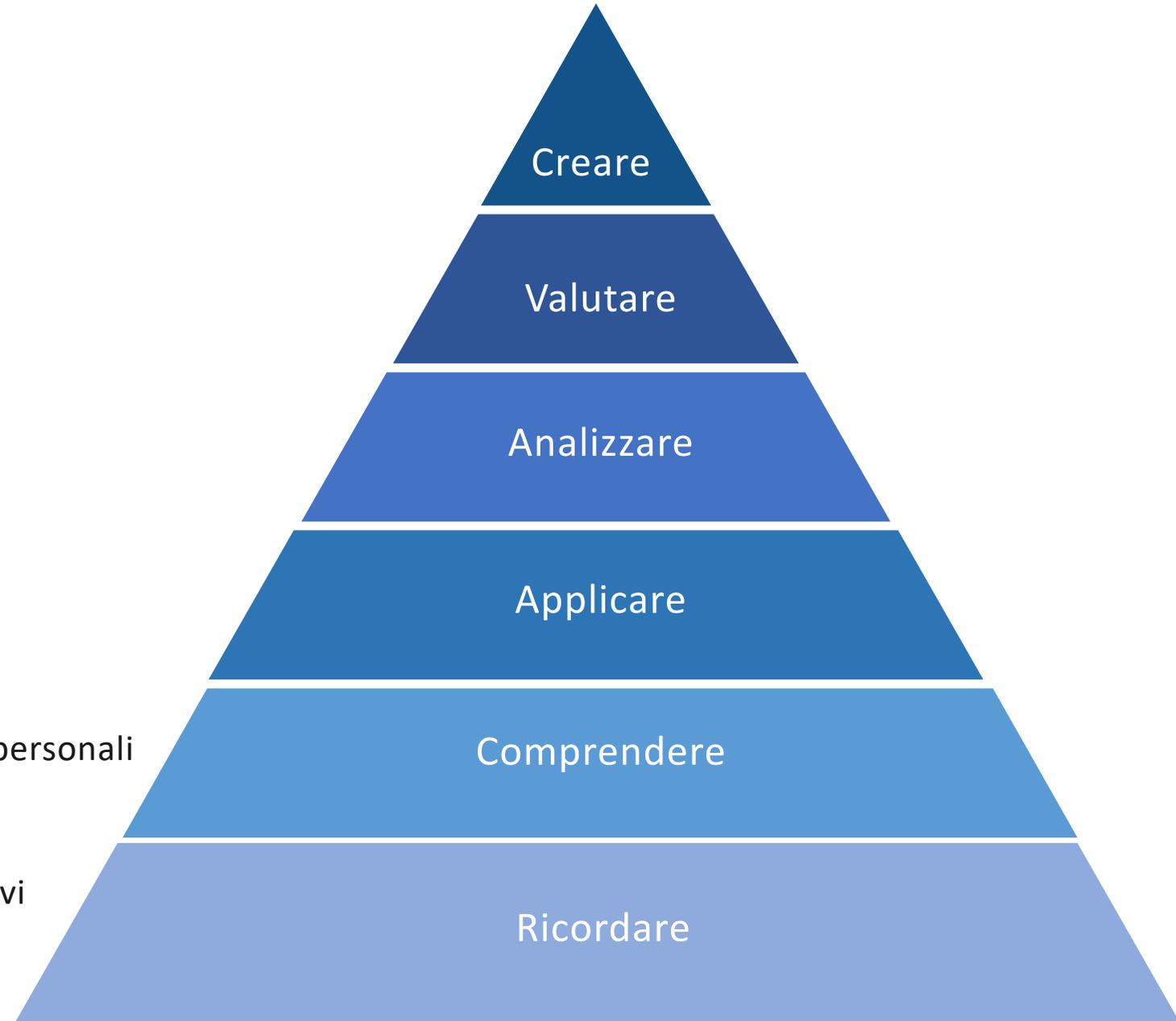
# Tassonomia di Bloom



1

Elenca le leggi e i regolamenti principali relativi alla privacy nel tuo paese.

# Tassonomia di Bloom



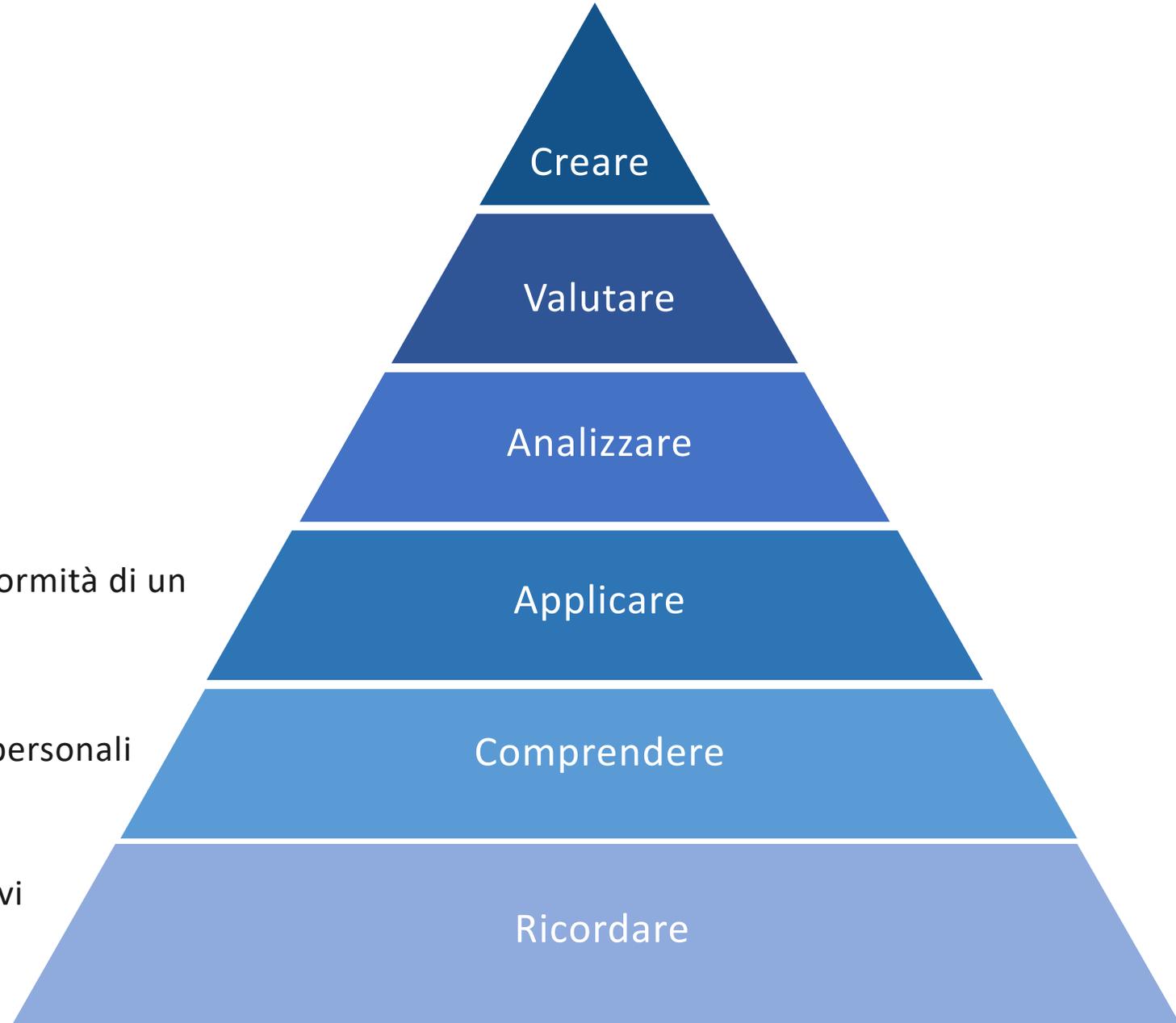
2

Spiega l'importanza della protezione dei dati personali nell'era digitale.

1

Elenca le leggi e i regolamenti principali relativi alla privacy nel tuo paese.

# Tassonomia di Bloom



Creare

Valutare

Analizzare

Applicare

Comprendere

Ricordare

3

Utilizza principi di privacy per valutare la conformità di un sito web o di un'applicazione

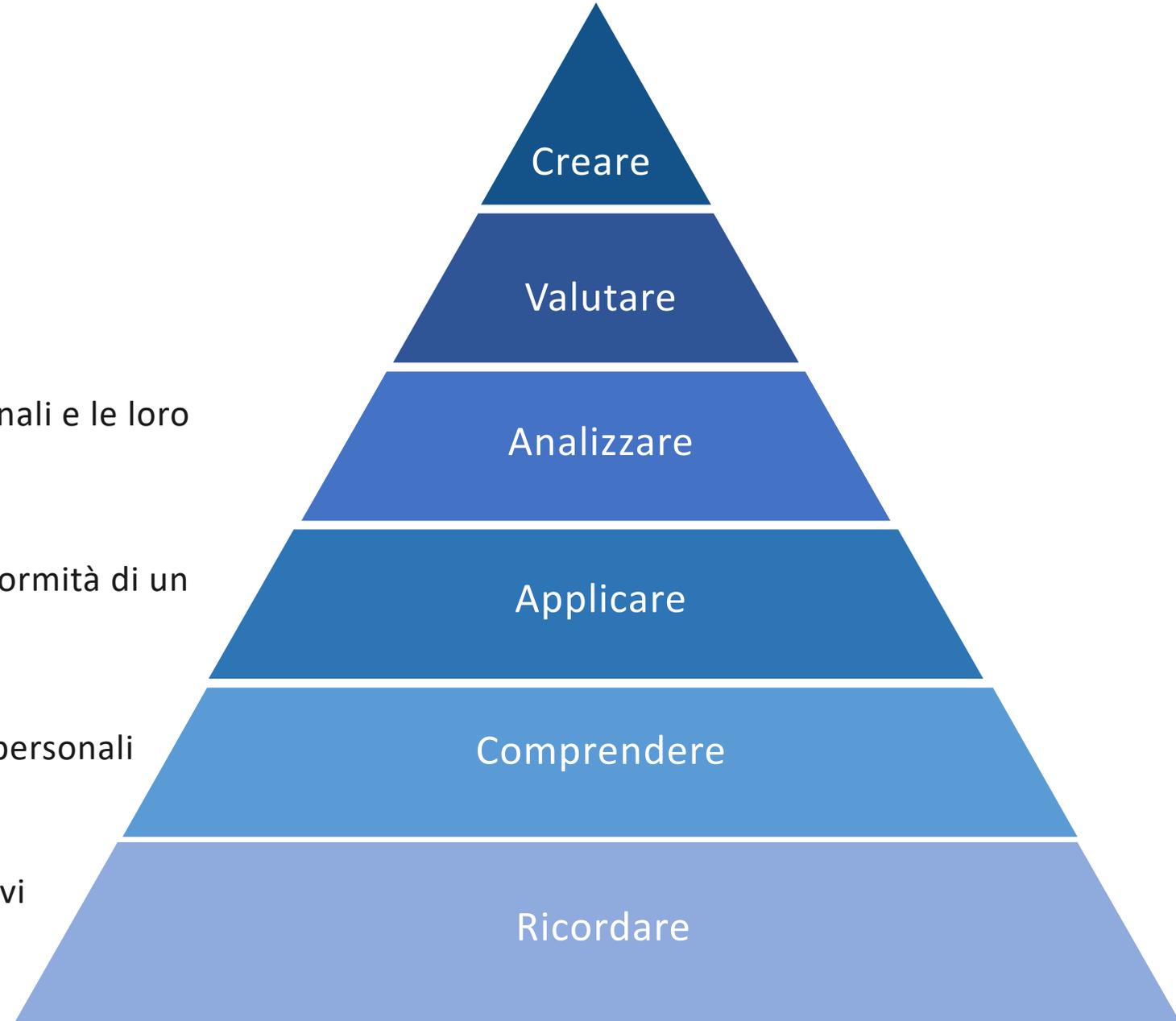
2

Spiega l'importanza della protezione dei dati personali nell'era digitale.

1

Elenca le leggi e i regolamenti principali relativi alla privacy nel tuo paese.

# Tassonomia di Bloom



Creare

Valutare

Analizzare

Applicare

Comprendere

Ricordare

4

Distingui tra le diverse categorie di dati personali e le loro implicazioni in termini di privacy

3

Utilizza principi di privacy per valutare la conformità di un sito web o di un'applicazione

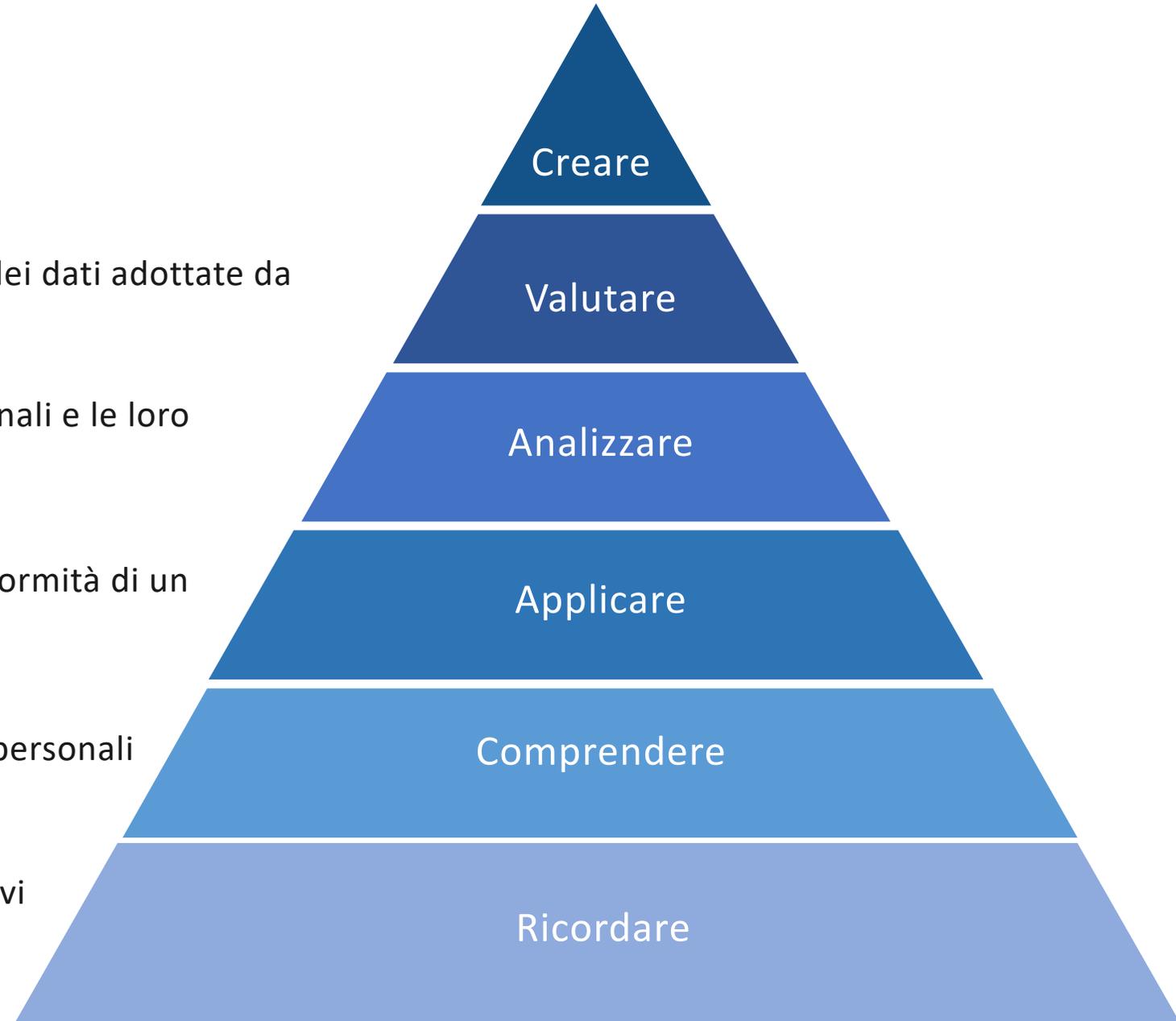
2

Spiega l'importanza della protezione dei dati personali nell'era digitale.

1

Elenca le leggi e i regolamenti principali relativi alla privacy nel tuo paese.

# Tassonomia di Bloom



Creare

Valutare

Analizzare

Applicare

Comprendere

Ricordare

5

Giudica l'efficacia delle misure di protezione dei dati adottate da un'organizzazione

4

Distingui tra le diverse categorie di dati personali e le loro implicazioni in termini di privacy

3

Utilizza principi di privacy per valutare la conformità di un sito web o di un'applicazione

2

Spiega l'importanza della protezione dei dati personali nell'era digitale.

1

Elenca le leggi e i regolamenti principali relativi alla privacy nel tuo paese.

# Tassonomia di Bloom

6

Progetta una campagna di sensibilizzazione sulla privacy per un pubblico specifico

5

Giudica l'efficacia delle misure di protezione dei dati adottate da un'organizzazione

4

Distingui tra le diverse categorie di dati personali e le loro implicazioni in termini di privacy

3

Utilizza principi di privacy per valutare la conformità di un sito web o di un'applicazione

2

Spiega l'importanza della protezione dei dati personali nell'era digitale.

1

Elenca le leggi e i regolamenti principali relativi alla privacy nel tuo paese.

Creare

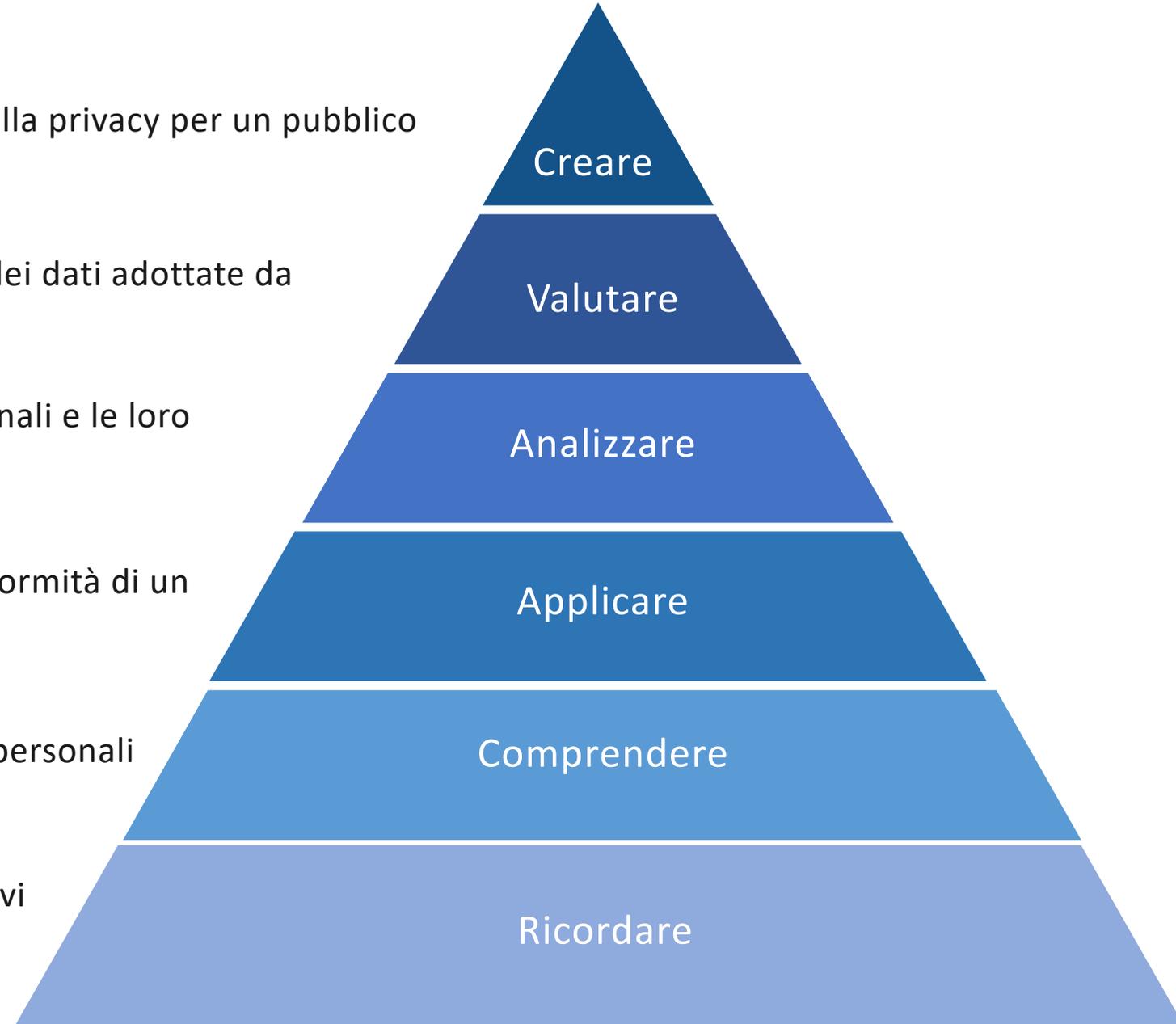
Valutare

Analizzare

Applicare

Comprendere

Ricordare



# Ne potremmo avere anche altri

## Ricordare

Definisci cosa si intende per "dati personali" e "consenso informato".

## Comprendere

Parafrasa i principi chiave della General Data Protection Regulation (GDPR) o di altre leggi sulla privacy pertinenti.

## Applicare

Dimostra come configurare le impostazioni di privacy su una piattaforma di social media popolare.

## Analizzare

Esamina una politica sulla privacy e identifica le sue principali sezioni e finalità.

## Valutare

Valuta i pro e i contro di utilizzare determinate tecnologie o servizi dal punto di vista della privacy.

## Creare

Crea un mockup di una pagina di impostazioni di privacy user-friendly per un'applicazione o un sito web.

# Obiettivi S.M.A.R.T

Gli obiettivi didattici devono essere chiari e misurabili. Questi obiettivi servono come faro, guidando sia la creazione del contenuto che la valutazione del successo degli utenti.

- **S** – Specific/Specifici
- **M** – Measurable/Misurabili
- **A** – Achievable/Raggiungibili
- **R** – Relevant/Rilevanti
- **T** – Time-Related/Temporali

Quale di questi obiettivi  
è adatto al pubblico del  
mio corso?

# Conosci il tuo pubblico

## Livello di esperienza

Se il tuo pubblico è composto da **principianti** o da persone con **poca conoscenza della privacy**, puoi iniziare con obiettivi di livello base come "Ricordare" e "Comprendere".

Se il tuo pubblico ha già una certa **familiarità con il tema**, potresti concentrarti su obiettivi più avanzati come "Analizzare", "Valutare" e "Creare".

## Esigenze specifiche

Ad esempio, se stai formando un gruppo di **sviluppatori di software**, potresti voler concentrarti sugli obiettivi legati all'applicazione pratica della privacy nel design e nello sviluppo di prodotti.



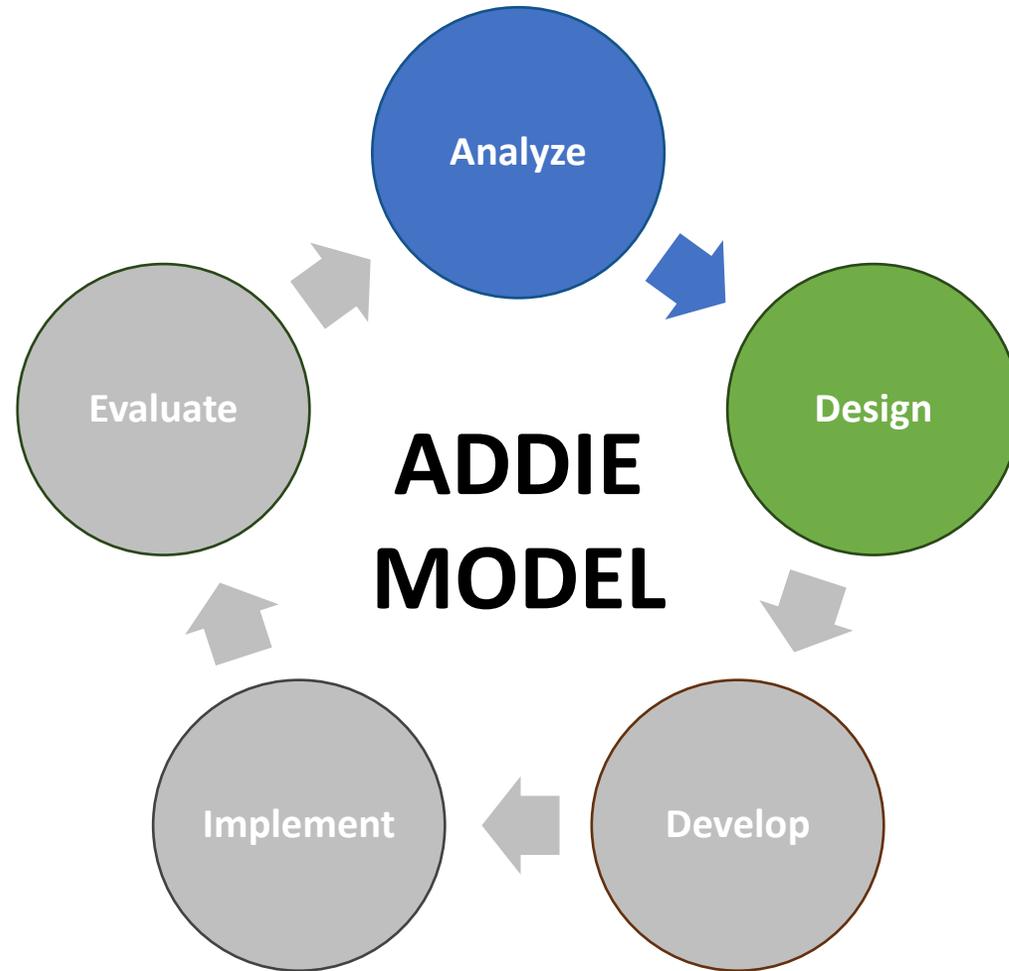
# Definisci lo scopo del corso

Chiediti: "Qual è lo scopo principale del corso? Cosa voglio che i partecipanti siano in grado di fare alla fine del corso?"

La risposta ti aiuterà a selezionare:

1. gli **obiettivi più pertinenti**, da cui discenderanno
2. le **attività e le metodologie didattiche più appropriate**, nonché
3. le **modalità di verifica e valutazione** dell'intervento formativo.





**Instructional Design**

## Identificare le lacune

Condurre un'analisi dei bisogni formativi **significa identificare e valutare le esigenze di apprendimento o formazione di un individuo, di un gruppo o di un'organizzazione.**

L'obiettivo principale di questa analisi è **determinare le lacune tra le competenze, le conoscenze o le abilità attuali e quelle desiderate o necessarie.** Una volta identificate queste lacune, è possibile progettare interventi formativi mirati per colmarle.



## Esigenze specifiche

Quando un Instructional Designer conduce un'analisi dei bisogni formativi per un cliente, deve considerare le **specifiche esigenze del cliente** e le **caratteristiche del suo contesto organizzativo**.



# I passaggi chiave

## **Incontro iniziale con il cliente**

Discuti con il cliente per comprendere la sua visione, gli obiettivi aziendali e le ragioni per cui ritiene necessario un intervento formativo.

## **Definizione degli obiettivi dell'analisi**

Stabilisci chiaramente gli obiettivi dell'analisi. Vuoi identificare lacune nelle competenze dei dipendenti? Adattare la formazione a nuove tecnologie o processi? Oppure rispondere a esigenze normative?

## **Raccolta di dati**

Utilizza metodi come interviste, questionari, osservazioni e revisioni delle prestazioni per raccogliere informazioni sulle competenze, le conoscenze e le abilità attuali del target di apprendimento del cliente.

## **Identificazione delle lacune**

Confronta le competenze attuali con quelle desiderate o necessarie, identificando le lacune formative.

# I passaggi chiave

## **Prioritizzazione**

In collaborazione con il cliente, determina quali lacune sono più critiche e devono essere affrontate per primarie.

## **Sviluppo di raccomandazioni**

Proporrai soluzioni formative specifiche basate sull'analisi. Queste potrebbero includere corsi di formazione, webinar verticali, workshop, ecc.

## **Presentazione al cliente**

Presenta le tue raccomandazioni al cliente, fornendo una chiara giustificazione basata sui dati raccolti e sull'analisi effettuata.

# Output

Nella fase 1, che riguarda l'incontro iniziale con il cliente, l'**output** può essere un documento di sintesi o un report che cattura le **informazioni chiave discusse e concordate** durante l'incontro.

Categoria	Dettagli
Descrizione del Problema	Definizione chiara del problema o sfida che ha portato alla necessità di un intervento formativo.
Obiettivi Aziendali	Lista degli obiettivi aziendali o strategici desiderati attraverso l'intervento formativo.
Stakeholders Coinvolti	Parti interessate coinvolte nel processo (es. manager, dipendenti target, team HR).
Risorse Disponibili	Informazioni su budget, tempo e altre risorse disponibili per l'intervento.
Limitazioni e Vincoli	Limitazioni specifiche che potrebbero influenzare la progettazione (es. limiti di tempo, budget, tecnologia).
Aspettative del Cliente	Aspettative riguardo ai risultati, benefici e ROI dell'intervento formativo.
Prossimi Passi	Descrizione dei passi successivi nel processo (es. raccolta di dati, analisi dei bisogni).
Contatti e Comunicazione	Dettagli su modalità e frequenza di comunicazione tra l'ID e il cliente.

# Esempio Output

Categoria	Dettagli
Descrizione del Problema	L'organizzazione riceve un numero elevato di reclami e richieste di chiarimenti riguardo al trattamento dei dati.
Obiettivi Aziendali	Ridurre il numero di reclami del 30% entro 6 mesi; Migliorare la trasparenza nella gestione dei dati; Aumentare la fiducia dei clienti nel trattamento dei loro dati.
Stakeholders Coinvolti	Team del servizio clienti, Team IT, Team legale, Manager di dipartimento, Dipendenti che gestiscono dati dei clienti.
Risorse Disponibili	Budget di €10.000 per la formazione; 2 mesi di tempo per implementare la formazione; Piattaforma e-learning esistente.
Limitazioni e Vincoli	La formazione deve essere completata entro 2 mesi; Alcuni dipartimenti potrebbero avere limitate disponibilità a causa di impegni precedenti.
Aspettative del Cliente	Una riduzione tangibile dei reclami; Dipendenti ben formati sul trattamento dei dati; Miglioramento nella comunicazione con i clienti riguardo alle loro preoccupazioni sui dati.
Prossimi Passi	Conduzione di un'analisi dettagliata dei bisogni formativi; Sviluppo di moduli di formazione specifici; Pianificazione delle sessioni di formazione.
Contatti e Comunicazione	L>ID comunicherà settimanalmente con il punto di contatto principale del cliente via email; Riunioni mensili per discutere i progressi e gli aggiornamenti.

## Allineamento e comprensione

Questo documento di sintesi serve come **riferimento per entrambe le parti** (l'ID e il cliente) man mano che avanzano nel processo di analisi dei bisogni formativi.

Fornisce una **chiara comprensione delle aspettative e delle esigenze** del cliente e garantisce che entrambe le parti siano sulla stessa lunghezza d'onda riguardo agli obiettivi e alle aspettative dell'intervento formativo.



# Strumenti

Quali strumenti abbiamo per raccogliere i dati?



## Metodi Quantitativi

- **Questionari/Sondaggi**  
Strumenti strutturati con domande chiuse per raccogliere dati quantitativi da un ampio campione.
- **Test e Valutazioni**  
Misurazioni standardizzate delle competenze, delle conoscenze o delle abilità.
- **Analisi dei Dati Esistenti**  
Esame di dati già disponibili, come statistiche sulle prestazioni, report di vendite o altri dati aziendali.

## Metodi Qualitativi

- **Interviste**  
Conversazioni strutturate o semi-strutturate con singoli individui per approfondire le loro percezioni e esperienze.
- **Gruppi di Discussione (Focus Group)**  
Discussioni guidate con piccoli gruppi per esplorare opinioni e percezioni su un argomento specifico.
- **Osservazioni**  
Osservare direttamente le persone nel loro ambiente di lavoro o di apprendimento per comprendere comportamenti e pratiche.
- **Analisi dei Contenuti**  
Esame di documenti, manuali, comunicazioni e altri materiali scritti.

## Metodi Misti

- **Casi Studio**  
Analisi dettagliata di situazioni o eventi specifici per ottenere una comprensione approfondita.
- **Feedback e Valutazioni 360°**  
Raccolta di feedback da più fonti, come superiori, colleghi e subordinati.



SELF |



**Possibili risultati: vediamo un esempio**

# Possibili risultati

1. Mancanza di Conoscenza delle Leggi sulla Privacy

## Descrizione

Molti dipendenti non sono a conoscenza delle leggi e delle normative specifiche relative alla privacy, come il GDPR (Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati) o altre leggi nazionali sulla protezione dei dati.

## Evidenza

Durante le interviste e i questionari, una percentuale significativa di dipendenti ha mostrato incertezza o mancanza di familiarità con le leggi fondamentali sulla privacy.

## Implicazioni

La mancanza di conoscenza delle leggi può portare a violazioni involontarie, esponendo l'organizzazione a possibili sanzioni e danneggiando la sua reputazione.

# Possibili risultati

## 2. Inadeguate Pratiche di Gestione dei Dati

### **Descrizione**

Nonostante l'organizzazione abbia politiche sulla privacy, molti dipendenti non seguono le procedure standard per la raccolta, l'archiviazione e la condivisione dei dati personali.

### **Evidenza**

Le osservazioni sul posto di lavoro e i feedback dei manager hanno rivelato che alcuni dipendenti utilizzano metodi non sicuri per condividere dati sensibili, come l'invio di informazioni personali tramite email non cifrate.

### **Implicazioni**

Queste pratiche inadeguate aumentano il rischio di violazioni dei dati e compromettono la sicurezza delle informazioni dei clienti.

# Possibili risultati

## 3. Difficoltà nella Comunicazione con i Clienti

### **Descrizione**

I dipendenti del servizio clienti trovano difficile comunicare efficacemente con i clienti riguardo alle loro preoccupazioni sulla privacy e ai diritti legati ai loro dati.

### **Evidenza**

I reclami e le richieste di chiarimenti da parte dei clienti indicano che spesso non ricevono risposte chiare o complete alle loro domande sulla privacy.

### **Implicazioni**

La mancanza di una comunicazione efficace può portare a una perdita di fiducia da parte dei clienti e a una percezione negativa dell'organizzazione in termini di trasparenza e integrità.

# Attenzione!

Quando condotta correttamente, l'analisi dei bisogni può anche evidenziare l'**effettiva assenza di un bisogno formativo** e, piuttosto, una **carenza o lacuna puramente organizzativa**.

In questo caso, un **corso di formazione** potrebbe non essere la soluzione adatta al problema da risolvere, o quanto meno potrebbe **non essere sufficiente**.

## Esempio

Dall'analisi emerge che non c'è comunicazione interna sull'esistenza di una procedura aziendale e che manca un controllo sulla sua effettiva applicazione.



## Creazione e utilizzo della/e Learner Persona/e



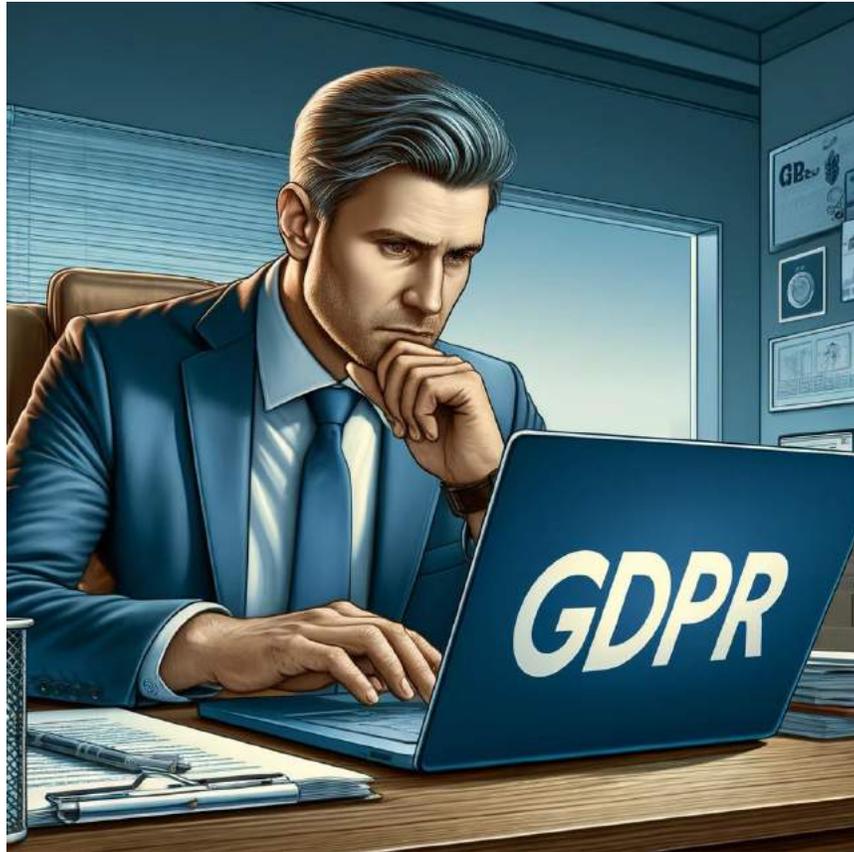
## Informazioni minime sul target

Le informazioni raccolte nella fase di analisi del target e dei fabbisogni formativi dovrebbero includere:

- Background professionale e settore di appartenenza.
- Esperienza pregressa con la formazione sulla privacy.
- Competenze esistenti relative alla gestione della privacy.
- Preferenze di apprendimento e disponibilità tecnologica.
- Motivazioni personali per apprendere le normative sulla privacy.



# 1. Costruzione della/e Learning Persona/e



**Nome:** Marco Bianchi

**Età:** 35 anni

**Professione:** Responsabile delle Risorse Umane in un'azienda manifatturiera

**Esperienza con la privacy:** Conoscenza base del GDPR, ottenuta attraverso un precedente corso introduttivo.

**Competenze:** Buone capacità organizzative, base tecnologica solida, ma limitata esperienza pratica con l'implementazione di politiche di privacy.

**Motivazioni:** Migliorare la compliance alla privacy nella sua azienda e ridurre il rischio di sanzioni.

**Obiettivi di Apprendimento:**

- Applicare le politiche di privacy ai dati gestiti nel dipartimento HR.
- Analizzare e valutare l'efficacia delle procedure di privacy correnti.

## 2. Utilizzo della Learner Persona nella progettazione del corso

### Materiali Didattici

Fornire **studi di caso rilevanti per il settore manifatturiero**, con particolare attenzione ai dati del personale.

### Attività

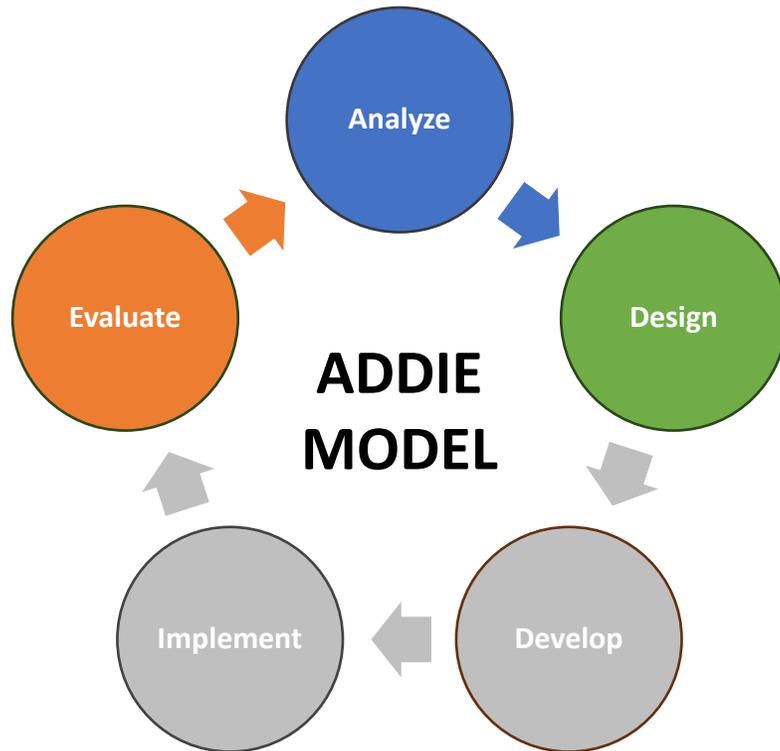
**Simulazioni di audit sulla privacy** per praticare l'identificazione e la mitigazione dei rischi in scenari realistici.

### Valutazione

Test che misurano la capacità di **applicare normative sulla privacy** e valutare l'**efficacia delle politiche implementate**.



## 3. Revisione e Adattamento



### Feedback

Raccogli feedback dal corso.

### Raffina

Usa queste informazioni per raffinare ulteriormente le learner persona.

### Aggiorna

Questo ti aiuterà a mantenere il corso aggiornato e sempre più efficace nel rispondere ai bisogni specifici del tuo pubblico.



# SELF

Il Sistema di E-Learning Federato  
per la PA in Emilia-Romagna

# Grazie per aver seguito la lezione

