



INDEED

Hackathon – Przewodnik o Przedsiębiorczości Inkluzywnej



www.indeedforyou.eu



INDEED

The Inclusive Entrepreneurship Hackathon Guide



www.indeedforyou.eu



Poprzez Inclusive Digital Pedagogy Toolbox, Digital Pedagogy Online Learning Course oraz ten dokument Inclusive Entrepreneurship Hackathon Guide, projekt pomaga edukatorom poprawić ich własne kompetencje cyfrowe.

“ Projekt INDEED jest odpowiedzią na pandemię Covid-19, która negatywnie wpłynęła na europejskie małe i średnie przedsiębiorstwa oraz start-upy. Projekt skierowany jest do Edukatorów Przedsiębiorczości (EEs) i trenerów VET, wykładowców i mentorów, ponieważ odgrywają oni kluczową rolę w przekazywaniu wiedzy i umiejętności następnemu pokoleniu przedsiębiorców i innowatorów. ”



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

2020-1-UK01-KA226-VET-094548

Spis treści

01

Wstęp

02

Hackathon:
Informacje ogólne

03

Organizacja
Hackathonu

04

Promocja

05

Ewaluacja

06

Bibliografia

01

Wstęp



Cele nauczania dla odbiorców przewodnika Entrepreneurship Hackathon:



Zrozumienie
czym jest
Hackathon



Wykorzystywanie technik
narzędzi
przedsiębiorczości
inkluzywnej we własnym
nauczaniu



Stosowanie wybranych
aspektów hackathonów
do własnych strategii
nauczania

Przewodnik po Hackatonie Przedsiębiorczości Inkluzywnej

wprowadza edukatorów w koncepcję hackathonu jako innowacyjnego podejścia pedagogicznego, szczególnie w przestrzeni cyfrowej.

Ponadto, dostarcza narzędzi i wskazówek jak zorganizować hackathon. Chociaż hackathony są powszechnym narzędziem w sektorze technologicznym, stanowią również innowacyjne podejście w edukacji przedsiębiorczości.

Hackathony ułatwiają kreatywne rozwiązywanie problemów i testowanie rozwiązań. Korzyść edukacyjna z udziału w hackathonach opiera się na testowaniu/wdrażaniu wiedzy i umiejętności, a nie tylko na znalezieniu kreatywnego rozwiązania. Dzięki naszemu przewodnikowi czytelnicy będą mogli zapoznać się z najnowszymi, innowacyjnymi strategiami nauczania. Dzięki temu kreatywność i innowacyjność są wzmacniane poprzez kontakt z działaniami praktycznymi, a nie pozostają jedynie w sferze teorii.

02

Hackathon: Informacje ogólne



Analiza HackerEarth wskazuje, że najczęściej, ponad 1000 hackathonów rocznie organizują Stany Zjednoczone, a następnie Indie i Wielka Brytania. Większość tych wydarzeń (około połowa) jest organizowana przez prywatne firmy, a uniwersytety są organizatorami około 30% hakatonów!

W tej części opiszemy, kto i dlaczego bierze udział w hackathonach. Czym dokładnie jest hackathon? Kto jest zaangażowany w hackathony? I dlaczego powinieneś rozważyć zorganizowanie hackathonu?



Zdjęcie 1. Zdjęcie z Hansa Hack 2023, hackathonu organizowanego przez ACEEU w styczniu 2023 roku. Na zdjęciu pracujące zespoły grup projektowych.

Hackathony to współpraca i współdziałanie:

Hackathon to innowacyjny sposób, w jaki ludzie mogą kreować nowe propozycje „w celu rozwiązania problemu, stworzenia prototypu nowego produktu lub zbadania nowej usługi”.

Wszyscy uczestnicy pracują nad wspólnym problemem lub celem i uczą się od mentorów, sędziów i siebie nawzajem, aby wypracować rozwiązania.

Wydarzenia te są również bardzo zróżnicowane, jest to okazja to czerpania wiedzy, umiejętności i pomysłów od osób z różnych środowisk i o różnych doświadczeniach.



Zdjęcie 2. Wykonane podczas Hansa Hack 2023, wydarzenia organizowanego przez ACEEU w styczniu 2023 roku.

Koncepcja

Termin "hackathon" jest połączeniem słów hack, w skojarzeniu z programowaniem eksploracyjnym oraz maraton, który wskazuje na długie wydarzenie przypominające wyścig. Wydarzenia te zazwyczaj rozpoczynają się od krótkiej prezentacji wprowadzającej do tematu, przedstawienia jego celów, założeń, wyzwań projektowych, przedstawienia sponsorów i gospodarzy wydarzenia, harmonogramu wydarzenia i wreszcie nagrody którą można wygrać!

Hackathony są również ograniczone czasowo i zwykle trwają od 12 do 48 godzin. Ponieważ ich czas trwania jest krótszy niż w przypadku tradycyjnych narzędzi innowacyjnych, hackathony są dobrym narzędziem do rozwiązywania problemów zmieniających się wymagań w dziedzinie technologii i biznesu. Zespoły biorące udział w hackathonach mogą być całkowicie nieznajomymi, z różnych dziedzin, o różnym doświadczeniu, zainteresowaniach, z różnych krajów itp. Mogą też pochodzić z tego samego biura lub szkoły, a hackaton może funkcjonować jako zabawne ćwiczenie integrujące zespół.

Chociaż nie ma jednej definicji tego, czym jest hackathon, z reguły jest to wydarzenia generalnie skoncentrowane na problemie, a zespoły małych grup współpracują ze sobą w celu opracowania produktu końcowego, który ma na celu „rozwiązanie” problemu.

Pierwotnie wydarzenia te były przedmiotem zainteresowania programistów, inżynierów i projektantów, często z tematyką lub wyzwaniami związanymi z technologią. Jednakże w ostatnim czasie są również wykorzystywane w wielu innych branżach a ich celem jest także tworzenie sieci kontaktów, rozwiązywanie problemów w edukacji i przyspieszanie innowacji.

Istnieją cztery główne grupy osób zaangażowanych w hackathony. To odróżnia hackathony od innych podobnych wydarzeń. Losowo przydzielone zespoły po raz pierwszy pracujące razem nad rozwiązaniem problemu, mentorzy udzielający w odpowiednim czasie fachowych porad, a czasami oferujący wskazówki lub mediację, oraz sędziowie, którzy przeglądają wyniki wszystkich zespołów i decydują o najlepszym lub najbardziej obiecującym rozwiązaniu podczas samego wydarzenia, domykają cały proces co daje uczestnikom szansę na uzyskanie natychmiastowej informacji zwrotnej na temat ich produktów/rozwiązań i prezentacji.

1 UCZESTNICY

Zasadniczo zespół składa się z "hipstera" (osoba ta jest projektantem lub innowatorem), "hakera" (osoba ta zbuduje lub rozwinie produkt, rozwiązanie itp.) oraz "hustlera" (osoba ta jest odpowiedzialna za przekazanie produktu lub rozwiązania publiczności i sędziom w postaci prezentacji na koniec hackatonu).

Role w zespole mogą być elastyczne - każdy może pomagać na każdym etapie, ale liczy się oczywiście posiadanie konkretnych obowiązków.

2 MENTORZY

Mentorzy Hackathonu to osoby z doświadczeniem w monitorowaniu, ułatwianiu i wspieraniu uczestników podczas hackathonu.

Często mentorzy hackatonu poświęcają swój czas, aby pomóc zespołom w zdobyciu bardziej znaczących doświadczeń i wspomóc proces rozwoju pomysłów.

Wspierający lider

W tym aspekcie rolą mentora jest zachęcanie uczestników do próbowania nowych pomysłów i pomaganie im w przekraczaniu granic w zakresie opracowywania nowych, unikalnych rozwiązań. W tym aspekcie rolą mentorów jest skupienie się na podtrzymywaniu motywacji i zaangażowania uczestników.

Łącznik

W tym aspekcie bycia mentorem, ważne jest, aby zidentyfikować konkretne problemy, z którymi borykają się zespoły uczestników i połączyć je z dostępnymi zasobami. Podstawą jest pomoc uczestnikom, nakierowanie ich na sposób rozwiązania problemu bez wskazania bezpośredniego rozwiązania. Pomoc w dotarciu do pomocnych źródeł, opracowań.

Współpracownik

W tym elemencie bycia mentorem ważne jest, aby nie wносить bezpośredniego wkładu w rozwiązanie, a raczej być oparciem, które jest potrzebne, aby pomóc uczestnikowi samodzielnie zidentyfikować rozwiązanie i przyczynić się do wspólnego określenia kolejnych kroków, tak aby nie utknąć zbyt długo na jednym problemie i iść do przodu.

3

SĘDZIOWIE

Sędziowie powinni mieć doświadczenie w tematyce związanej z hackatonem lub posiadać wiedzę biznesową. Głównym zadaniem sędziów jest wysłuchanie ostatniego dnia hackathonu prezentacji każdego zespołu. Po wysłuchaniu prac analizują treści zgodnie z wcześniej ustalonymi kryteriami. Liczba sędziów powinna być nieparzysta, aby ułatwić głosowanie.

4

ORGANIZATORZY

Organizatorzy opracowują strukturę wydarzenia i dbają o to, aby wszystko przebiegało sprawnie. Odpowiadają za promocję wydarzenia oraz zaproszenie uczestników, znalezienie mentorów i sędziów oraz obsługę hackathonu. Opcjonalnie organizator może znaleźć również mówcę motywacyjnego, trenerów, sponsorów, którzy mogą chcieć zaprezentować swoją firmę, a nawet rekrutować na wydarzenie i/lub specjalistów ds. bezpieczeństwa lub BHP. Te opcjonalne role zależą od formatu hackathonu, rodzaju miejsca i liczby uczestników.



Korzyści – czy warto?

Hackathony kosztują czas, pieniądze i energię, więc po co to robić?

- pomagają firmom, uczestnikom, mentorom i sędziom zaznajomić się z aktualnymi technologiami, poznać ich zalety i zastosowanie.
- odbiór społeczny = rzuca progresywne i innowacyjne światło na firmy, które organizują i uczestniczą w hackathonach, więc korzystne jest, aby firmy wysyłały swoich pracowników do udziału w tego typu wydarzeniach, warto również uczestniczyć jako mentor czy sędzia, warto zostać sponsorem lub prowadzić takie wydarzenie,
- Współpraca z różnymi grupami ludzi - nie tylko z tymi, którzy mają podobne umiejętności (co pozwala na rozwijanie umiejętności, które już posiadasz), ale także z osobami o zupełnie innych umiejętnościach i wiedzy, od których możesz nauczyć się nowych umiejętności,
- Networking! Hackathony stanowią doskonałą okazję do spotkania i bycia zauważonym przez ludzi z danej branży. Nie tylko korzystne jest nawiązanie kontaktów z innymi uczestnikami hackathonu (przynajmniej z członkami Twojego zespołu, ale także z osobami z innych zespołów w różnych momentach wydarzenia), ale także spotkanie z mentorami i pokazanie sędziom swoich umiejętności może być dobrodziejstwem dla Twojej kariery. Ponadto, czasami zdarzają się korporacyjni sponsorzy hackathonów, którzy uczestniczą w końcowych prezentacjach. Jest to świetna okazja, by wypromować swoje nazwisko.
- Wzmocnij swoje CV. Udział w hackathonie nie tylko zwiększa Twoje umiejętności, ale także pokazuje potencjalnym pracodawcom, że jesteś zainteresowany ciągłą nauką.
- Praktyczne doświadczenie. Ucz się nowych technologii, ćwicz przedstawianie pomysłów, rozwiązuj problemy i naprawiaj błędy.
- Są nowym sposobem patrzenia na problemy, a każdy, kto bierze w nich udział, może być dumny z tego, co osiągnął podczas hackathonu.

Doświadczenie

Victor Tienda, który współorganizował Hackaton tematyczny dotyczący przemysłu kolejowego wraz z Uniwersytetem w Maladze, mówił o swoich własnych doświadczeniach i o tym jakie korzyści przyniosło to zarówno studentom, jak i organizatorom, ponieważ obie strony zyskały na lepszych relacjach między uniwersytetami a przemysłem. W przypadku hackathonu korporacje kolejowe były sponsorami wydarzenia, co było ważne nie tylko ze względu na atrakcyjne nagrody, ale także fakt, że uczniowie mogli wchodzić w interakcje z kluczowymi interesariuszami. Z pewnością był to jeden z argumentów przemawiający za przyciągnięciem większej liczby uczestników.



Organizowanie/prowadzenie hackathonu ma również zalety:

- „Szybko twórz i testuj pomysły” oraz „zwiększaj współpracę” między pracownikami, zwłaszcza w różnych zespołach i działach. Możesz także zobaczyć, które pomysły zasługują na więcej testów, a które należy odrzucić. Jest to bezpieczne, kontrolowane środowisko, w którym ludzie mogą realizować swoje najśmielsze i najbardziej szalone pomysły bez obawy o porażkę.
- Dobry PR = organizacja hackathonu dodaje "postępowości, innowacyjności, cyfrowości" do wizerunku Twojej firmy lub instytucji. Sam hackathon generuje również mnóstwo materiałów marketingowych w mediach społecznościowych itp. Co z pewnością poszerza grono odbiorców w sieci.

03

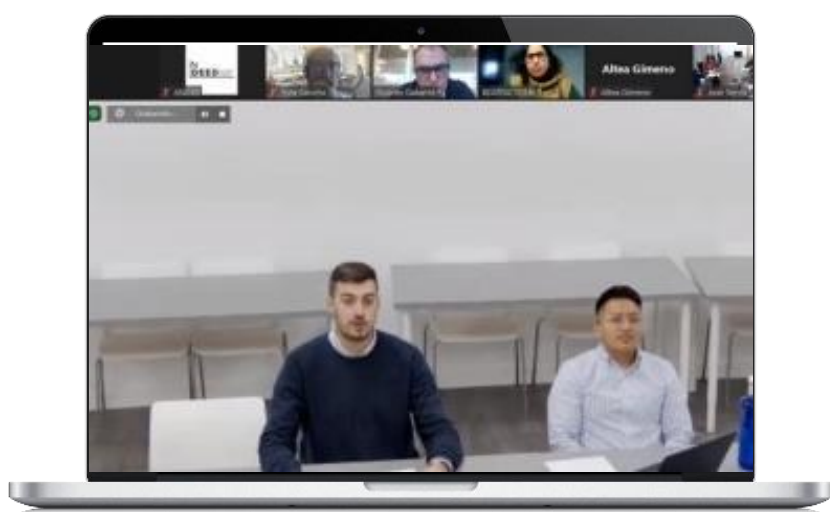
Organizacja Hackathonu



Każdy format hackathonu ma swoje zalety i wady. Decyzja o przeprowadzeniu hackathonu online, stacjonarnie lub kombinacji tych dwóch opcji wpłynie również na koszt, rozmiar i czas wydarzenia.

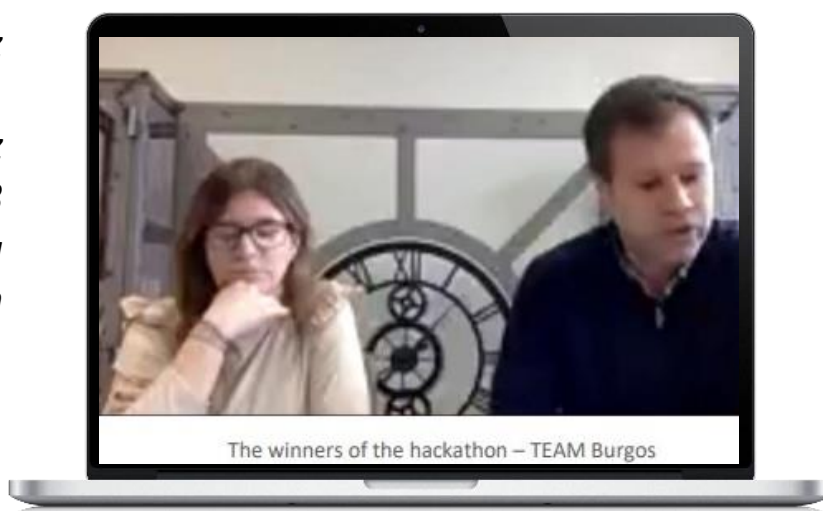


Online, Hybrydowo czy Face-to-Face?



Na przykład hackathony online wiążą się z niższymi lub zerowymi kosztami transportu, miejsca, personelu na miejscu, cateringu itp. Co więcej, brak ograniczeń geograficznych oznacza, że uczestnicy reprezentują „większą i bardziej zróżnicowaną publiczność”, a także zwiększają zasięg za pośrednictwem mediów społecznościowych. Hackathony online mają większą elastyczność czasową.

Zdjęcia pochodzą z Hackathonu zorganizowanego przez ANCES w styczniu 2023 r. w ramach hackathonu zatytułowanego Thon Thon.



Hybrydowe hackathony oferują mieszankę korzyści spotkania online i stacjonarnego. Zazwyczaj hybrydowy hackathon rozpoczyna się od fazy tworzenia pomysłów/planowania online, a druga część hackathonu odbywa się stacjonarnie. Hybrydowe hackathony mają również większą elastyczność czasową dzięki fazie online. Aspekt osobisty zwiększa zaangażowanie, szczególnie w odniesieniu do mentoringu i interakcji w zespole. Tymczasem hackathony stacjonarne ułatwiają praktyczną naukę i komunikację między zespołami i mentorami.



Ważne jest, aby stworzyć agendę i udostępnić ją o czasie, aby każdy wiedział, jakie będą oczekiwania od niego w określonych porach, a także kiedy spodziewane są przerwy (Catering).

Ponadto w przypadku hackathonu odbywającego się stacjonarnie należy zapewnić rozmieszczenie stołów, banery, tablicę, flipcharty i inne materiały biurowe.



Wstępne planowanie

Na etapie planowania organizatorzy muszą określić cel hackathonu i zdefiniować problem (problemy). Ważne jest również zastanowienie się nad możliwymi rozwiązaniami problemu, które nie tylko pomogą organizatorom znaleźć temat przewodni, ale także pomogą określić grupę docelową hackathonu. Oczekiwane wyniki pomogą określić grupę docelową uczestników, przykładowo czy uczestnicy potrafią kodować? Czy posiadają umiejętności inżynierskie? Czy są z określonej branży? (Uwaga: nie wszyscy uczestnicy będą musieli mieć taką samą wiedzę i umiejętności, ale mimo to wpływa to na to, kto będzie grupą docelową i z jakich kanałów korzystać).

Profil uczestnika będzie miał również wpływ na czas i miejsce. Jeśli grupą docelową są profesjonaliści, hackathon będzie musiał odbyć się poza normalnymi godzinami pracy. Jeśli grupa docelowa obejmuje osoby niepełnoletnie, należy wziąć pod uwagę kwestie prawne, takie jak godziny pracy. Podobnie liczba uczestników będzie miała znaczenia przy wyborze miejsca spotkania. Inną rzeczą do rozważenia jest to, czy to wydarzenie będzie zamknięte czy będzie można np. śledzić jego przebieg online?

Powinien powstać regulamin Hackathonu dostępny dla wszystkich zainteresowanych przed rozpoczęciem spotkania. Powinien on zawierać jasno określone zasady i wytyczne, według których będzie odbywało się spotkanie. Przejrzyste powinny być kryteria oceny. Przed przystąpieniem do tworzenia regulaminu warto zapoznać się z regulaminami podobnych Hackathonów, które już się odbyły. Warto poprosić uczestników o podpis pod oświadczeniem, że zapoznali się oni z regulaminem wydarzenia oraz wspólnie z nimi je odczytać już podczas spotkania.

Wyznaczcie jedną osobę kontaktową, która w każdym momencie będzie mogła skontaktować się z uczestnikami w razie jakichkolwiek wątpliwości lub potrzeby zgłoszenia niewłaściwego zachowania. Należy udostępnić dane kontaktowe osoby odpowiedzialnej przed rozpoczęciem spotkania. Wszystkie zgłoszenia powinny być utrzymywane w tajemnicy i rozpatrywane tak szybko, jak to możliwe.

Warto wprowadzić FAQ, które mogą być bardzo pomocne dla organizatorów, zmniejszając one z pewnością ilość zadawania tych samych pytań ale również dla zapewnienia, że uczestnicy i potencjalni uczestnicy otrzymają te same odpowiedzi na pytania. FAQ mogą być zaplanowane z wyprzedzeniem lub stale aktualizowane w miarę napływu pytań od potencjalnych uczestników.



Hackathony polegają na kreatywnym rozwiązywaniu problemów, ale najpierw musimy określić problem nad którym będziemy pracować. W istocie, pierwsze kroki przy organizacji hackathonu polegają na określeniu celu, zdefiniowaniu problemu, który uczestnicy będą musieli rozwiązać oraz ustaleniu tematu/podtematów (np. energia, sztuczna inteligencja, blockchain, innowacje w usługach itp.) Możliwe rozwiązania problemu pomagają w określeniu tematu lub podtematu.

Przykładowe problemy biznesowe związane z Covid-19, które mogłyby zostać podjęte podczas hackathonu to:

1. Zmiana zachowań konsumentów – zwiększenie handlu internetowego.
2. Dostosowanie środowisk biurowych do zmieniających się potrzeb/oczekiwań pracowników.
3. Naruszenie bezpieczeństwa przy coraz większej ilości biznesów prowadzonych online.
4. Jak rozwiązać problem kosztów/szkolenia w zakresie potrzebnych umiejętności cyfrowych.

PROFIL UCZESTNIKA

Profil uczestnika odnosi się do jego wykształcenia i doświadczenia zawodowego i będzie zależał od tematu, zagadnienia lub wyzwania hackatonu. Dlatego też strategia rekrutacji i pomysły na rozpowszechnianie powinny być uzależnione od wybranego tematu. Podczas gdy hackathony stały się alternatywnym miejscem uzupełniającym proces nauczania, w którym mogą brać udział zarówno studenci, jak i praktycy, ważne jest, aby pamiętać, że kultura wokół hackathonów nie zawsze jest przyjazna dla wszystkich. Często hackathon odbierany jest jako wydarzenie skierowane tylko do „wybranej” grupy. Nie pozwólmy aby tak to odebrano. W hackathonie może i powinien wziąć udział każdy zainteresowany!



RÓŻNORODNOŚĆ

Hackathony to wydarzenia wykorzystujące otwartą komunikację i współpracę, dlatego należy podjąć środki, aby uniknąć tworzenia wrogiego środowiska, które nie docenia pomysłów osób reprezentujących mniejszości kulturowe, społeczne i seksualne, takie jak społeczności LGBTQIA+. Bądźmy otwarci dla wszystkich.

Na przykład, możliwe jest, że wąski temat danego hackathonu może zgromadzić uczestników, którzy chcieliby współpracować w oparciu o wspólny cel. Z drugiej strony, szeroki temat może być wykorzystany do przyciągnięcia bardziej zróżnicowanych profili uczestników.

04

Promocja



Dotarcie do odbiorców hackathonu nie zawsze jest łatwe. Nawet najbardziej znane organizacje i największe marki mogą czasem mieć trudności z dotarciem do osób, do których chcą dotrzeć (takich jak nauczyciele, osoby uczące się, organizacje VET i uniwersytety).

Jedną z najlepszych rzeczy, które możesz zrobić, aby Twój hackathon odniósł sukces, jest stworzenie skutecznego planu promocyjnego, dzięki któremu wiadomość o Twoim wydarzeniu dotrze do jak największej liczby właściwych osób. Dla organizatora najgorszą rzeczą, jaka może się przytrafić Twojemu hackathonowi, jest to, że okaże się on klapą – być może nie zgromadziłeś wystarczającej liczby uczestników, ludzie mogli zapomnieć się pojawić lub praca wykonana podczas wydarzenia zniknęła po zakończeniu hackathonu.

Jeśli Twój plan promocyjny zostanie wykonany i zaplanowany prawidłowo, będziesz mógł zająć się innymi kwestiami, które należy zaplanować. Oto osiem sposobów, które pomogą Ci stworzyć dobrą strategię reklamową, która pomoże odnieść wam sukces:



swoją grupę docelową



Pomyśl o następujących kwestiach, jeśli chodzi o potencjalnych odbiorców hackathonu:

Dane demograficzne to forma segmentacji marketingowej, która identyfikuje odbiorców i dzieli ich na kilka grup. Na przykład możesz chcieć podzielić odbiorców swoich reklam ze względu na wiek uczestników, zawód, lokalizację lub pochodzenie społeczno-ekonomiczne.

Motywacja, czyli co ludzie zyskują dzięki udziałowi w Twoim hackathonie i dlaczego chcieliby w nim uczestniczyć? Reklamując korzyści płynące z uczestnictwa w hackathonie, prawdopodobnie przyciągniesz ludzi, którzy są zainteresowani udziałem w hackathonie.

Z jakich portali społecznościowych Twoja grupa docelowa korzysta najczęściej? Jest to ważne, ponieważ podpowie nam za pomocą którego portalu trafić do odbiorców. W tym celu należy zastanowić się, z jakich platform social media korzystają, o czym rozmawiają lub czym się dzielą online oraz jak aktywni są ludzie na danej platformie social media.

Artykuł prasowy:

Wyślij informację prasową



Pierwszym krokiem w promocji Twojego hackathonu jest poinformowanie o nim mediów w formie informacji prasowej. Dobrze ukierunkowana i napisana informacja prasowa może zdziałać cuda dla Twojej reklamy, ale jest pewien haczyk - ważne jest, aby pamiętać, że dziennikarz czytający Twoją informację prasową nie robi tego z zamiarem reklamowania Twojego hackathonu dla Ciebie. Sztuka polega na tym, aby zaangażować ich i rozpowszechnić informację o Twoim hackathonie wśród ich własnych odbiorców, co w idealnym przypadku doprowadzi do rozpowszechnienia informacji i pozyskania nowych osób, które zapiszą się na Twoje wydarzenie. Dziennikarz lub bloger czytający Twoją informację prasową podzieli się nią tylko wtedy, gdy uzna, że będzie ona interesująca dla jego własnych odbiorców.

Podczas pisania informacji prasowej warto zwrócić uwagę na język, którego używasz i upewnić się, że mówisz bezpośrednio do społeczności, z którą chcesz się związać. tutaj wielu organizatorów hakatonów może wpaść w pułapkę, w której spędzają zbyt wiele czasu próbując sprzedać hakaton dziennikarzowi lub blogerowi czytającemu informację prasową.

Powinieneś dostosować komunikat do mediów, do których wysyłasz informację prasową, ale pamiętaj: najważniejsze jest to, że nie piszesz informacji prasowej, aby przekonać dziennikarza do jej udostępnienia. Po prostu dzięki niemu masz możliwość dotarcia do szerszego grona odbiorców.

Stwórz kampanię promocyjną w social mediach

Media społecznościowe mogą być niezwykle skutecznym narzędziem do rozpowszechniania informacji o hackathonie. Bez względu na to, jaką platformę społecznościową wybierzesz, powinieneś promować hackathon i zaprosić na niego uczestników, zwracając szczególną uwagę na platformy, na których Twoi docelowi odbiorcy spędzają najwięcej czasu:



Zwiększ swoją aktywność na Instagramie. Instagram ma niezwykle aktywną bazę użytkowników, co czyni go najlepszą platformą do generowania zainteresowania. Znajdź hashtagi pasujące do Twojego hackathonu, a także niektóre ogólne, takie jak #hackathon i #openinnovation, i zachęć swoich pracowników, zespół, wolontariuszy i mentorów, aby również z nich korzystali i udostępniali Twoje posty.

Podziel się materiałem zza kulis na narzędziu do tworzenia krótkich filmów, takim jak Instagram lub TikTok. Instagram to przede wszystkim Stories i Reels. TikTok jest bardzo podobny, możesz tworzyć na nim krótkie filmy lecz zazwyczaj trafia do młodszych odbiorców.

Transmisja wydarzenia: Udostępnij całe wydarzenie za pomocą narzędzia do streamingu, takiego jak IGTV lub Facebook Live.



Promuj hackathon wśród swoich mentorów i sponsorów

Fantastycznym sposobem na promocję hackathonu jest wykorzystanie relacji, jakie masz z mentorami i sponsorami. Twoi mentorzy są prawdopodobnie ekspertami w swoich dziedzinach, co oznacza, że prawdopodobnie mają również swoich stałych odbiorców, których również możecie zaprosić.

Znajdź mentorów i sponsorów w mediach społecznościowych. Udostępnij ich profile a także poproś ich o udostępnienie swoich postów. Dobrze jest umieścić jeden post dziennie. Zamieść informacje o ich profilach działalności, o ich zainteresowaniach, możesz zamieścić wszelkiego rodzaju ciekawostki.

Spróbuj dodać zdjęcie i odpowiednie linki (do ich strony internetowej i profilu w mediach społecznościowych, oznacz ich!) Pamiętaj, aby poprosić o pozwolenie, zanim to zrobisz.

Jeśli masz przyjaciół, współpracowników lub rówieśników z odpowiednich branż, którzy z radością udostępnią informację o Twoim hackathonie? Śmiało poproś ich, aby przedstawili Twoje wydarzenie i udostępniili je swojej społeczności, jeśli połączenie tych dwóch elementów ma sens.



05

Evaluacja



Mierzenie wpływu



Aby mieć pewność, że wywierasz jak największy wpływ, musisz mierzyć swoje wysiłki. Tutaj przydatna może być dedykowana platforma do zarządzania.

Kiedy organizujesz hackathon za pomocą oprogramowania hackathon, mierzenie efektów staje się łatwiejsze. Możesz śledzić każdą aktywność, aby zobaczyć, skąd pochodzi, a następnie wykorzystać te dane do określenia, co działa dobrze, jednocześnie zastanawiając się, co nie działa.

Ważne jest, aby pamiętać, że łatwo jest pochłonąć się wieloma różnymi wskaźnikami, gdy widzisz duży ruch w witrynie - ale jeśli nie przekształca się on w rejestracje lub pomysły, niewiele ci to pomoże. Skorzystaj z tych informacji, aby ustalić, jak przyciągnąć uczestników, którzy z większym prawdopodobieństwem zaangażują się w wydarzenie.

Posiadanie wiedzy o tym gdzie jest największe zainteresowanie naszym wydarzeniem może sprawić, że Twój hackathon odniesie duży sukces. Niezależnie od tego, czy korzystasz z Google Analytics, czy Facebook Pixel, możesz zostawić duży ślad na platformie i skupić się na organizacji świetnego hackathonu.

Ewaluacja

Faza post-hack i doświadczenie gospodarza hakatonu

W celu uzupełnienia przewodnika po hackathonie, wstępna wersja przewodnika została oceniona przez uczestników zorganizowanych przez nas hackathonów. Stworzyliśmy krótką ankietę i o jej wypełnienie poprosiliśmy uczestników. Zbadaliśmy między innymi czy podczas spotkania pojawiły się innowacyjne rozwiązania, czy zostały nawiązane relacje. W ankiecie przeanalizowano różne aspekty:

Ocena komunikacji/promocji

Zaangażowanie i przygotowanie (sędziowie, moderator, uczestnicy)

Sposób prezentacji

Nagrody czy były atrakcyjne?

Z reguły, aby ocenić hackathon dobrym pomysłem byłoby poproszenie chętnych uczestników o informację zwrotną w formie wypełnienia kwestionariusza online lub udostępnienia wideorecenzji na temat tego, co się podobało a co nie.

Takie informacje mogą znacznie przyczynić się do usprawnienia rozwoju i rozpowszechniania hackathonów w celu pozyskania większych i bardziej zróżnicowanych grup osób zainteresowanych tą koncepcją.



Ta sekcja zawiera wskazówki z wywiadów przeprowadzonych przez partnerów opracowujących przewodnik po hackathonie z osobami, które mają już doświadczenie w udziale w hackathonach, oto ich rady:



Stwórz przyjazne miejsce do pracy, w tym strefę relaksu, np. większe poduszki, maty, wygodne fotele ze stolikami na laptopa, niektórzy męczą się po długiej pracy przy stole.



Przygotuj pakiety startowe dla mentorów z krótką biografią zespołów/uczestników, wyzwaniem, programem wydarzenia.



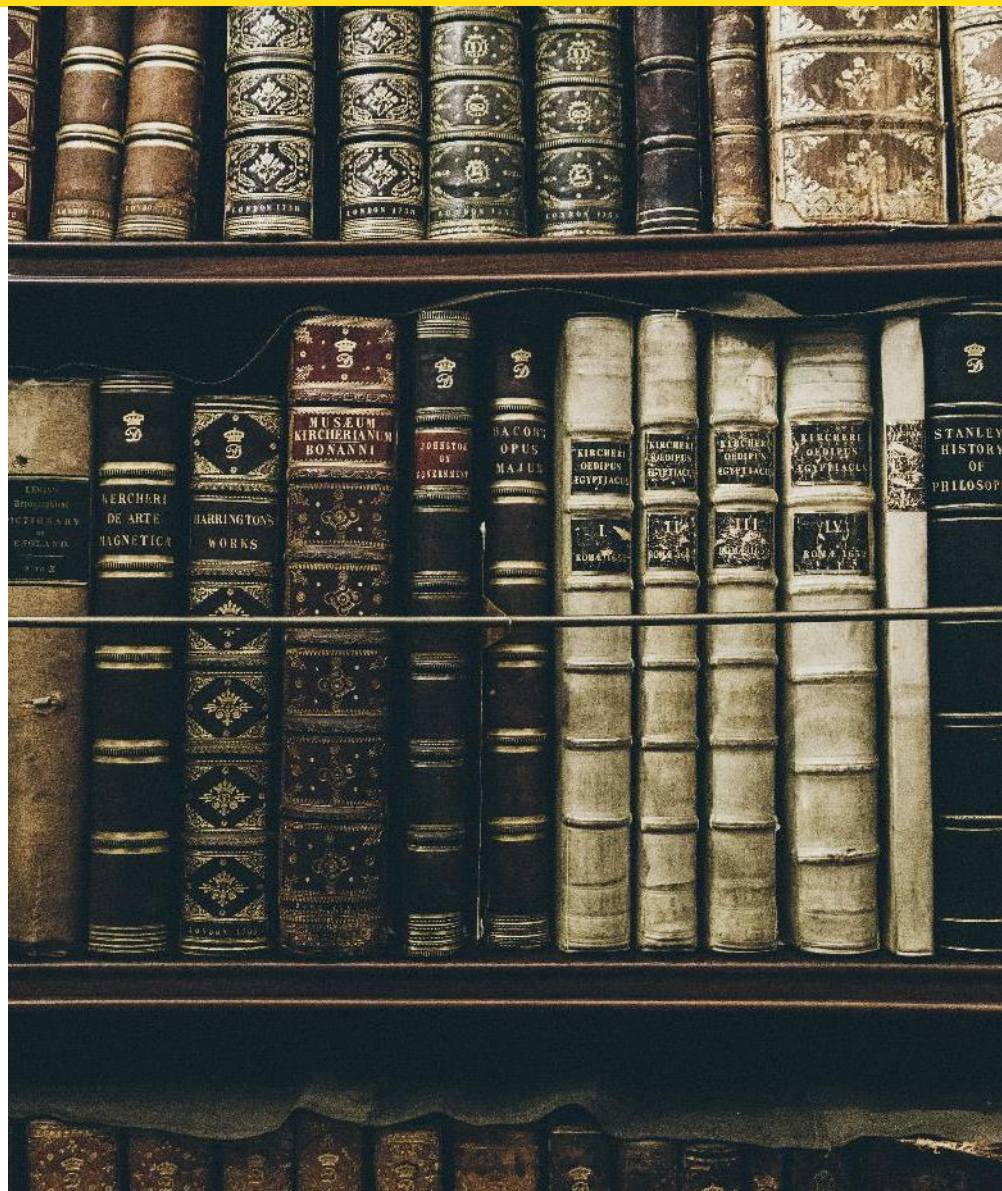
Oceniając projekty, zwracaj większą uwagę na innowacyjność i kreatywność, ponieważ proponowane rozwiązania były moim zdaniem w większości powieleniem tego, co jest już dostępne na rynku i dobrze znane - więc w takiej sytuacji rodzi się w mojej głowie pytanie, co jest nadrzędnym celem tego spotkania.



Połącz siły z osobami, z którymi normalnie nie pracujesz. Różni koledzy z pracy, angażowanie innych wydziałów na uczelni, im więcej różnorodności tym lepiej. Zdobywanie doświadczeń z wielu różnych środowisk może umożliwić pracę nad nowymi pomysłami, nowymi modelami biznesowymi lub procesami oraz opracowywanie rozwiązań, które mogą nie być oczywiste, gdy wszyscy pochodzą z tego samego środowiska.

06

Bibliografia



Chan, Angela Bee. "Hacking Hackathons: how everyone can contribute to innovation" TEDxUNISA. September 26, 2019. Accessed January 20, 2022 from <https://www.youtube.com/watch?v=QNHNjr50p74>.

<https://www.youtube.com/watch?v=ckloOeGmQl0>

The Benefits of Hackathons. <https://www.youtube.com/watch?v=a1I9Xzk2GB8>

Lynch, Matthew. February 17, 2018. The Tech Edvocate. "What are the benefits of participating in a hackathon?" <https://www.thetechedvocate.org/benefits-participating-hackathon/>

The Benefits of Participating in a Hackathon. Pepcoding. Dec 6, 2021. <https://medium.com/@pepcoding/the-benefits-of-participating-in-hackathon-e39e081dfc8c>

"What are the Benefits of a Hackathon Event?" Business Documents. March 5 2021. <https://business-docs.co.uk/scenario/what-are-the-benefits-of-a-hackathon-event/>

Walker, Hugo. "How Your Business Could Benefit from a Hackathon." 16 August 2019. Gravitywell. <https://www.gravitywell.co.uk/insights/how-your-business-could-benefit-from-a-hackathon/>

<https://www.infoq.com/news/2014/12/experiences-practices-hackthons/>

<https://www.linkedin.com/pulse/running-hackathon-successfully-using-6-simple-greg-desilla/>

<https://www.hackerearth.com/community-hackathons/resources/e-books/guide-to-organize-hackathon/>

Prado, R., Mendes, W., Gama, K.S. and Pinto, G., 2020. How Trans-Inclusive Are Hackathons?. *IEEE Software*, 38(2), pp.26-31.

Richard, G.T., Kafai, Y.B., Adleberg, B. and Telhan, O., 2015, February. StitchFest: Diversifying a College Hackathon to broaden participation and perceptions in computing. In *Proceedings of the 46th ACM technical symposium on computer science education* (pp. 114-119).

Flus, M., & Hurst, A. (2021). Design at hackathons: New opportunities for design research. *Design Science*, 7, E4. doi:10.1017/dsj.2021.1

www.indeedforyou.eu



Północna Izba Gospodarcza
w Szczecinie



ACEEU
AGENCY FOR
COOPERATION
IN EUROPEAN
UNIVERSITIES



momentum
[educate + innovate]

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union