

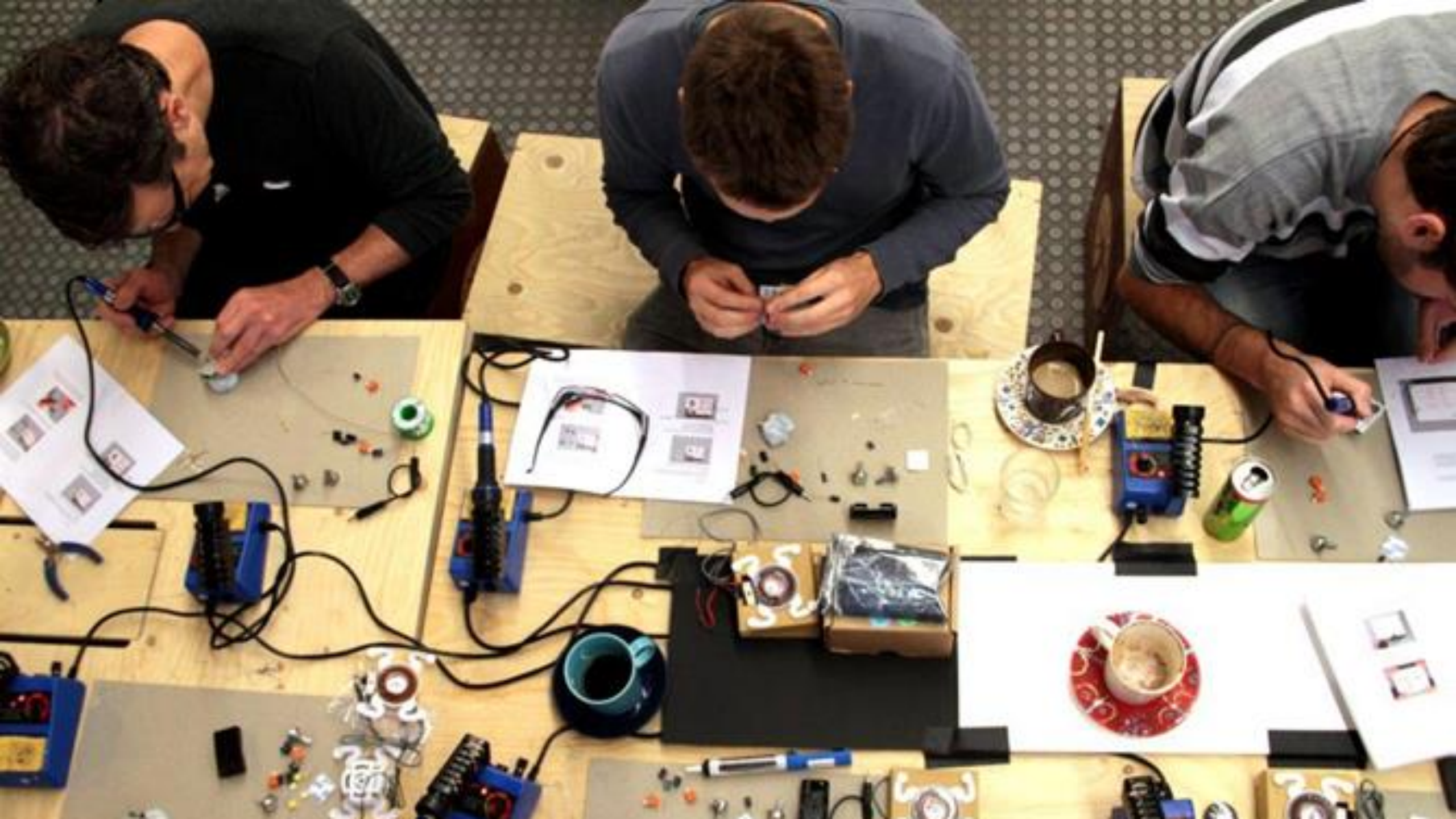


# Campionato Universitario **MAKERS**2017

IL PRIMO EVENTO UNIVERSITARIO DEDICATO AI MAKERS



Spin-off di  Alumni Mathematica



# Edizione 2017

Il **Campionato Universitario “Makers”** è il primo torneo italiano di realizzazione di progetti dell’**Internet of Things (IoT)** del mondo Maker, rivolto a studenti, laureandi e neolaureati, sia triennali sia magistrali, in discipline scientifiche ed ingegneristiche delle principali Università e dei Politecnici in Italia.



Spin-off di  Alumni Mathematica



# La competizione

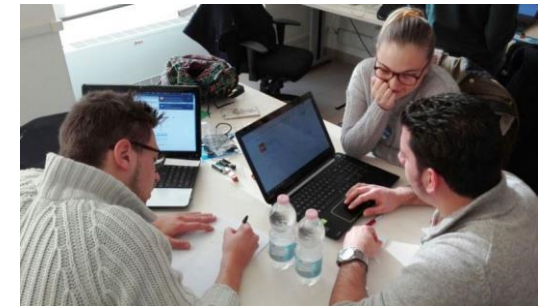
Il campionato si articola in alcune **tappe locali + 1 finale nazionale**.

I partecipanti, divisi per ciascuna tappa in massimo **20 team** di **3** elementi, hanno come obiettivo la progettazione e la costruzione di un *output* in un tempo massimo di **8 ore**, in base ad una tematica estratta a sorte da 3 tracce di interesse per la singola Università, utilizzando delle componenti elettroniche fornite dall'organizzazione. A seconda degli accordi con le diverse Università, gli studenti che partecipano alla competizione potranno aver diritto a crediti formativi concordati con i docenti di riferimento.



# Il target

**Studenti, laureandi e neo-laureati** sia triennali sia magistrali in discipline scientifiche (**Matematica, Fisica, Informatica**) ed ingegneristiche (**Ingegneria Aerospaziale, Ingegneria Elettrica, Ingegneria Elettronica, Ingegneria Gestionale, Ingegneria Informatica, Ingegneria Meccanica** e simili) delle principali Università e dei Politecnici in Italia e che al momento della partenza del torneo **non abbiano compiuto i 27 anni.**



Spin-off di  Alumni Mathematica

# Le tappe

**23/05** Bari

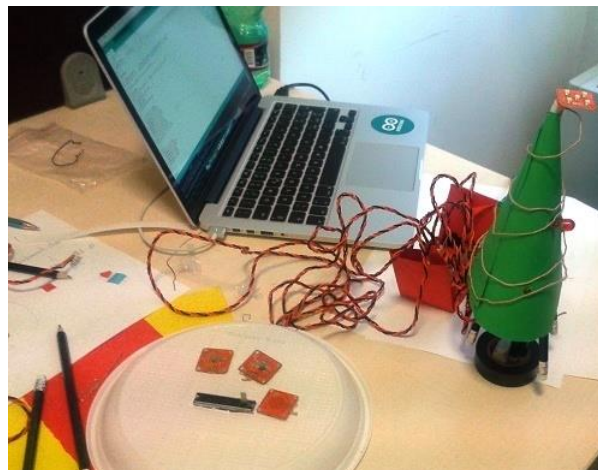
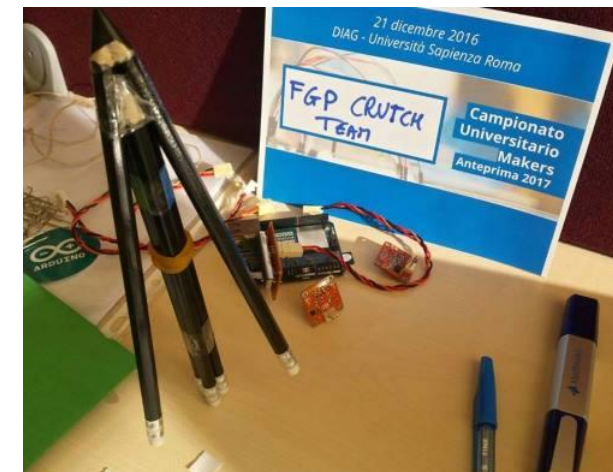
**21/09** Torino

**28/09** Milano

**12/10** Roma

Altre sedi attivabili su richiesta delle aziende e degli sponsor.

La finale è prevista a **Milano** o presso la sede di una azienda *top client* il **14/12**.



Spin-off di  Alumni Mathematica

# Il piano di comunicazione

La piattaforma di riferimento per la *community* sarà **Facebook**, attraverso cui i giocatori riceveranno informazioni o notizie dalle aziende e dagli organizzatori e potranno comunicare direttamente tra loro, dando vita ad un *pool* di talenti.

Per rendere più virale il campionato si aprirà su Facebook una votazione per la scelta del “miglior *output*” secondo la rete.

Nel **sito web** del campionato ([www.campunimakers.it](http://www.campunimakers.it)) saranno indicate le sedi e le date delle tappe, i loghi delle aziende sponsor, le squadre, le foto e i video degli output di ciascuna tappa e della finale.

Si prevede la partecipazione di oltre **300 concorrenti**. La campagna di comunicazione raggiungerà circa **5.000 studenti e neo-laureati a target**.



# Il piano di comunicazione

- Comunicazione diretta ai docenti delle **Università target**;
- *One to One* tra **Docenti/Ricercatori** e Studenti (la competizione si svolge in Aula sotto la guida dei Docenti, alcune Università potranno rilasciare crediti formativi come attività di laboratorio);
- Promozione sul sito del torneo ([www.campunimakers.it](http://www.campunimakers.it)), sul sito **Jobmeeting.it**, sui siti delle **Università** e su **Facebook**;
- Coinvolgimento diretto delle principali **Associazioni** Universitarie;
- Campagne **D.E.M. /newsletter** sui database di media partner.





# Gli studenti e le aziende

I team vincitori di tappa gareggiano nella finale nazionale con delle componenti elettroniche avanzate allo scopo di favorire la realizzazione di *output* a maggiore contenuto tecnologico.

Un ruolo importante nel campionato è assegnato alle aziende che potranno intervenire, a seconda del livello di coinvolgimento, alle gare locali o all'intero torneo o solo alla finale: le aziende potranno essere presenti nella giuria, raccogliere i cv dei partecipanti, testare sul campo le dinamiche di gruppo all'interno dei team, fornire suggerimenti con dei tutor o eventualmente soltanto supportare il campionato in un'ottica di CSR.



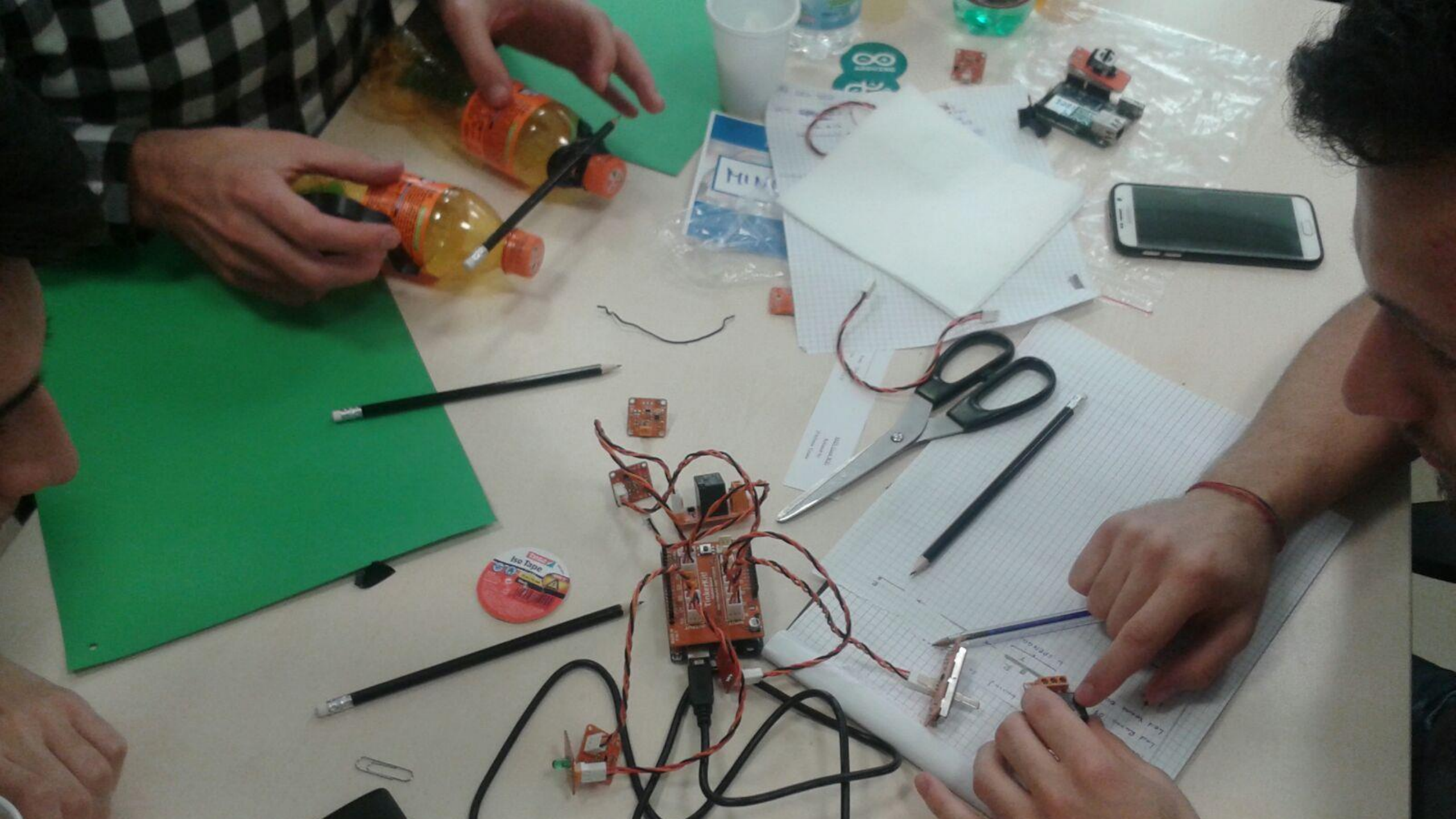
Spin-off di  Alumni Mathematica

# Perché partecipare

Si può concepire la partecipazione aziendale come una presenza su tutti i canali connessi all'iniziativa e come una nuova opportunità per entrare in contatto con giocatori e docenti in una innovativa ed efficace logica di ***employer branding***.

- Sviluppare un'azione di **CSR** supportando i giovani nel loro percorso;
- Entrare facilmente in tutti i **Campus Universitari** a diretto contatto con gli studenti attraverso la visibilità derivante dalla campagna di comunicazione;
- Visibilità diretta su migliaia di giovani con uno "strumento" virale quale è il *game*;
- Entrare in possesso di cv di giovani ad altissimo potenziale e difficilmente reperibili sul mercato.





# Contatti



Dott. Stefano Franco

Dott. Vincenzo Russo

[info@math2b.it](mailto:info@math2b.it)

[www.math2b.it](http://www.math2b.it)

[www.campunimakers.it](http://www.campunimakers.it)

Mob: +39 333 2608148

Mob: +39 3479049935