**GRIGLIA DI VALUTAZIONE PER OGNI SINGOLA TAPPA**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N. DI TAPPA** | **1. CREATIVITA’/ ORIGINALITA'** | **2. COMPLETEZZA DEL TEMA**  | **3. PERTINENZA RISPETTO ALLA TAPPA**  | **4.LIVELLO DI PARTECIPAZIONE ALLA TAPPA** | **5. AUTONOMIA DELLA SQUADRA** | **6. Diffusione nella propria scuola e al di fuori**  | **7. Diffusione di messaggi legati alla tappa social network con #. Se si quali social** | **VOTO COMPLESSIVO** | **8. COINVOLGIMENTO RADIO LOCALI, GIORNALI LOCALI****O****ASSOCIAZIONI DEL TERRITORIO** |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 30 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. CREATIVITA'/ORIGINALITA': con prodotto creativo si intende un prodotto originale, fuori dagli schemi in cui sono apprezzabili aspetti artistici. Sono quegli elementi che fanno intendere che la squadra ha progettato qualcosa di proprio e che non si tratta di un prodotto che riproduce in modo esclusivamente preciso e puntuale solo le indicazioni del mandato della tappa.

2. COMPLETEZZA DEL TEMA: Il prodotto elaborato sviluppa il mandato della tappa in meniera esauriente quindi nella sua globalità

3. PERTINENZA RISPETTO ALLA TAPPA: Il prodotto deve essere elaborato in maniera attinente, inerente al tema ed al mandato della tappa

4. LIVELLO DI PARTECIPAZIONE ALLA TAPPA: Nelle tappe in cui questo aspetto ha senso (come per tappa n. 3, 4, 5, 7, 8, 9, 13, 18, 21, 26, 29) Se rileviamo che la squadra ha fatto un buon lavoro di sensibilizzazione per far partecipare le persone, gli amici alla propria tappa e ci sono riusciti, questo aspetto viene valutato in modo positivo. Stiamo attenti però a quelle tappe realizzate in situazioni che sono di per sè molto frequentate: Se per es, una squadra aderisce alla fiera FAI LA COSA GIUSTA non sarà dovuto ad un suo operato il fatto che vi saranno presenti in molti (lo stesso se aderiscono a delle manifestazioni come FRIDAY FOR FUTURE o STRAMILANO).

5. AUTONOMIA DELLA SQUADRA: Per ogni tappa valutiamo quanto la squadra ha lavorato in modo autonomo e non guidato passo passo da noi ref. ATS o dal professore di riferimento

6. DIFFUSIONE NELLA PROPRIA SCUOLA E AL DI FUORI: La squadra si è impegnata a pubblicizzare la propria tappa a scuola e/o fuori scuola? (tramite circolari, locandine appese, aver girato tra le classi, ecc)

7. DIFFUSIONE SUI SOCIAL: Le tappe sono state pubblicizzate sui social prima di essere realizzate? Se si, su quali. Le tappe e i loro prodotti (per es. catalogo antispreco, smascherare azioni di marketing, materiale di sensibilizzazione, ecc) sono stati diffusi sui social dopo la loro realizzazione?

8. COINVOLGIMENTO RADIO LOCALI, GIORNALI LOCALIO ASSOCIAZIONI DEL TERRITORIO: La squadra riceve 3 punti in più se si organizza con media come radio locali, giornali locali per pubblicizzare i propri prodotti/ materiali. MA SOLO per la prima tappa che prevede il coinvolgimento per le volte successive si valuta di volta in volta. Se le tappe non richiedono il coinvolgimento di associazioni sportive, di altre scuole, del comune, o altro e invece viene realizzata insieme ad un associazione o altro, è un elemento da valutare in più

Cose da tener presente per la valutazione finale di equipe (fine aprile- primi di maggio)

1. Sono state prodotte delle tappe in più senza voler che fossero valutate (tipo il logo di squadra viene prodotto ma non viene inserito nelle tappe)

2. La squadra è molto attiva nei social (instagram) e diffonde storie e post a prescindere dalle tappe

3. I peer nelle scuole presenti sono un valido aiuto e le squadre vi fanno riferimento

4. Gli studenti hanno lavorato bene in equipe ognuno assumendo il proprio ruolo

4. Altro che emerge durante i mesi del gioco e ogni ref. ATS valuta importante condividere in equipe