



ПРОЕКТ N: 2021-1-FR01-KA220-ADU-000035172

**Ръководство за разработване и  
изпълнение на инициативи като  
Творчески онлайн Хакатон**

*Този проект се финансира с подкрепата на Европейската комисия. Информацията и възгледите, изложени в този документ, отразяват единствено мнението на автора(ите) и Комисията не носи отговорност за информацията, която се свързва в него.*

I.	Въведение.....	3
II.	Споделен опит.....	3
	1. Творчески онлайн хакатон Digiport.....	3
	2. Участници в Творческия онлайн хакатон Digiport.....	5
	3. Стъпки за организиране и провеждане на Творческия онлайн хакатон Digiport.....	5
III.	Как се организира хакатон? .....	12
	1. Какво е хакатон?.....	12
	2. Как да организираме хакатон в 6 стъпки .....	13
	3. Заключение .....	19
IV.	Насоки за наставници.....	21
V.	Библиография .....	22

## I. Въведение

По време на изпълнението на проект Digiport, партньорството по проекта организира и проведе Digiport Creative Online Hackathon. Идеята за провеждане на тази инициатива беше вдъхновена от целта на провеждане на хакатони като начин за създаване на иновации в много различни области. Методологията за организиране и провеждане на Digiport Creative Online Hackathon се основаваше на основните правила за организиране на хакатони, но беше адаптирана според целите и задачите на проекта.

С това ръководство искаме да споделим с Вас нашата идея за хакатон, като представим опита си от организирането и провеждането на Digiport Creative Online Hackathon, а след това да ви предоставим обобщение на основните стъпки и най-важните насоки за организиране на успешен и ефективен хакатон.

Надяваме се, че това ще надгради знанията Ви по темата и ще Ви вдъхнови да организирате нови и още по-креативни хакатони.

## II. Споделен опит

### 1. Творчески онлайн хакатон Digiport

Основните цели на Творческият онлайн хакатон Digiport бяха да се даде възможност на професионалисти/артисти от творческия и културен сектор, от една страна да развият и обогатят уменията си в областта на предприемачеството и дигиталните умения, а от друга - да създадат свои собствени поп-ап магазини, чрез които да популяризират и разпространяват работата си и да достигат в по-голяма степен до целевите си групи.

Хакатона Digiport премина през две фази:



**А. Фаза IGNITE.** Това е фазата, в която участниците преминаха през иновативния курс на обучение по дигитални и предприемачески умения, разработен по проект DiGiPort и достъпен на онлайн платформата DiGiPORT. Чрез теоретичните и практическите материали, включени в обучителните модули, участниците развиха знанията и уменията си по теми като избор и оценка на идея и превръщането ѝ в проект, планиране и приоритизиране на стъпките за реализацията му, осигуряване на ресурси, управление на финансите и справяне с трудни ситуации. Те имаха възможност да обогатят знанията си и в областта на дигиталния маркетинг, създаването на дигитално съдържание и управление на дигитална идентичност, как да защитават личните си данни и неприкосновеността на личния живот в дигитална среда и др.

Етапът IGNITE започна с встъпителна среща във всяка страна партньор, на която бяха представени проектът, модулите на курса за обучение и ползите от преминаването им за всеки участник. Беше отделено време за представяне на участниците, както и за обсъждане и вземане на решение кои от темите на обучението представляват интерес за всеки от тях. Участниците имаха на разположение между 6 и 8 седмици, за да преминат през целия курс на обучение или през части от него, като усвоят подробно теоретичната информация и изпробват всички включени практически упражнения и дейности. В края на този етап участниците дадоха своята обратна връзка относно функционалностите на онлайн платформата DiGiPORT като попълниха въпросници за оценка.

#### **В. Фаза ELEVATE:**

По време на този етап най-малко четирима професионалисти/творци от всяка страна партньор имаха възможност да проектират и разработят свои дигитални pop up магазини, които да бъдат хоствани и популяризирани чрез онлайн платформата DiGiPORT.

През цялото време на протичане на Творческите онлайн хакатони обучители, ментори и съответните експерти, ангажирани от партньорите по проекта на национално ниво, бяха на разположение, за да предоставят на професионалистите/творците от творческия и културен сектор непрекъснатата

подкрепа и насоки, както и ценна обратна връзка и прозрения за подобряване на техните проекти за дигитални рор-ур магазини.

## 2. Участници в Творческия онлайн хакатон Digiport

Две основни групи участници се включиха в творческия онлайн хакатон:

**Професионалисти/творци в сферата на културния и творчески сектор** – млади творци или хора, които тепърва развиват уменията си в тази област.

**Ментори, наставници и експерти** в областта, които имаха две основни роли:

- Да бъдат на разположение за участниците по време на първата фаза на хакатона (фаза IGNITE).
- Да предоставят на професионалистите/артистите от творческия и културен сектор непрекъснатата подкрепа и насоки, както и ценна обратна връзка и прозрения за подобряване на техните проекти за дигитални рор ур магазини. От менторите се изискваше да имат добри комуникативни умения, познания в областта на предприемачеството и/или дигиталните умения, познания в областта на маркетинга и евентуално опит в създаването и управлението на рор ур магазини, за да предоставят необходимата техническа и професионална подкрепа на участниците по време на втората фаза на онлайн хакатона.

## 3. Стъпки за организиране и провеждане на Творческия онлайн хакатон Digiport

### Стъпка 1. Подбор на участници

За набиране на участници за хакатона, бяха използвани всички възможни канали за разпространение на информацията. За да се достигне до максимален брой потенциални участници, бяха публикувани постове в социалните медии и

уебсайтовете на организациите или бяха осъществени контакти с конкретни специалисти или ментори в областта на творческия и културен сектор чрез електронна поща или директен контакт.

Беше създаден и регистрационен формуляр за събиране на информация за професионалистите в сферата на културния и творчески сектор, част от която беше следната:

- Име и фамилия
- Имейл адрес
- Длъжност
- Как са научили за събитието
- Какво ги е привлякло да се включат в онлайн хакатона (отворен въпрос)

Основните критерии за подбор на съответните специалисти могат да бъдат различни, в нашия случай това бяха млади и неопитни специалисти в творческия и културен сектор и творци с образователни трудности, икономически или географски бариери.

Изборът на ментори, наставници и експерти се основаваше на техния опит в областта на творчеството, както и на познанията им в областта на предприемачеството и дигиталните умения.

## **Стъпка 2. Въвеждаща среща**

Тази среща имаше няколко основни цели. Първата цел беше да се представят проектът, целите и ползите от всеки модул, включен в курса на обучение. Втората цел беше да се предостави възможност на участниците да представят себе си и един на друг. Третата цел - да се разпределят модулите между участниците, да се обсъди как съответните модули и компетенции могат да подпомогнат професионалния им живот и по какъв начин всеки от тях може да използва наученото по-късно.

Останалите параметри на срещата бяха отворени – дали да бъде онлайн или на живо, кога да се проведе (конкретни дати), с каква продължителност и пр...

По-долу може да видите примерен дневен ред на среща, който използвахме като основа за разработване на програмата на въвеждащата среща:

Време	Дейност	Цел
10:00	Пристигане / Добре дошли	Осигурете достатъчно време хората да пристигнат или да се включат, ако срещата е онлайн и създайте приветлива и приятна атмосфера за начало.
10:10	Представяне на програмата и запознаване с проекта	Участниците разбират какво и защо предстои да се случи и как е създадено обучението, в което ще участват.
10:30	Дейности за разчупване на леда, за представяне и опознаване на участниците и менторите	Упражненията имат за цел да спомогнат участниците и наставниците да се чувстват добре един с друг, за да се осигури добро сътрудничество по време на обучението.
10:50	Кратко представяне на всеки от модулите за обучение и на платформата	Участниците се запознават с платформата и модулите и разбират кои компетенции могат да развият благодарение на тях.
11:30	ВЪПРОСИ И ОТГОВОРИ	Участниците имат възможност да зададат своите въпроси относно модулите
11:40	Представяне на организацията на хакатона (всичко, което е налично в платформата, форумът, графикът, подкрепата на експертите и т.н.)	Участниците придобиват ясна представа за това какво ще се случи през следващите седмици.
11:50	ВЪПРОСИ И ОТГОВОРИ	Участниците имат възможност да зададат своите въпроси относно организацията на хакатона
12:00	Групова дискусия: какви са интересите на участниците по отношение на представените компетенции спрямо техните професионални практики	Участниците имат възможност да размишляват върху причините, поради които участват в това обучение и какви ще са ползите от него.
12:20	Групово обсъждане на модулите за обучение и избор на минимум 4 модула, които всеки участник ще завърши	

	Следващи стъпки и обобщение	Участниците имат ясна представа за това какво ще се случи през следващите седмици и възможност да споделят последна дума или нужди.
--	-----------------------------	---

### Стъпка 3. Преминаване през курса на обучение/фаза IGNITE

Онлайн курса на обучение Digiport е със свободен достъп и е създаден, за да подкрепи професионалистите/артистите в областта на културния и творчески сектор в развитието на необходимите умения, чрез които да повишат своята стабилност и икономическа/бизнес устойчивост при подобни кризи от типа на Covid-19.

Онлайн курсът за обучение се състои от два основни модула. **Първият модул "Предприемачество"** съдържа 7 теми:

Модул 1. Откриване на възможности

Модул 2. Оценяване на идеи

Модул 3. Самоосъзнатост и самоефективност

Модул 4. Мобилизиране на ресурси

Модул 5. Финансова и икономическа грамотност

Модул 6. Планиране и управление

Модул 7. Справяне с несигурността, неяснотата и риска

**Модулът за дигитални компетентности** се фокусира върху предоставянето на съответните умения и компетентности от ниво 4 на DigComp 2.1, както и на необходимите знания и умения, които да позволят на професионалистите/артистите от културния и творчески сектор да използват и експлоатират онлайн платформата DiGiPORT и да създават свои собствени дигитални магазини в рамките на платформата.

Темите в този модул са, както следва:





Модул 8. Оценка на данни, информация и дигитално съдържание (информационна грамотност)

Модул 9. Дигитален маркетинг

Модул 10. Сътрудничество чрез дигитални технологии

Модул 11. Управление на дигиталната идентичност

Модул 12. Разработване на дигитално съдържание

Модул 13. Авторски права и лицензи

Модул 14. Защита на личните данни и поверителност

По време на встъпителната среща, след като се запознаха с цялата програма за обучение, всеки участник имаше възможност да избере поне 4 модула за обучение - два от компетенциите в областта на предприемачеството и два от дигиталните компетенции - които да премине, в зависимост от нуждите си за развиване на специфични умения и знания в някоя от изброените теми и области. Разбира се, участниците имаха възможност да преминат и през целия курс на обучение.

Всеки професионалист/артист от културния и творчески сектор се регистрира в платформата DiGiPORT като участник в онлайн курса и след това имаше на разположение между 6 и 8 седмици, в които да се запознае подробно с теоретичната информация, практическите упражнения и дейностите по всеки от избраните от него модули. В края на всеки модул той/тя попълваше съответния тест, за да провери какво е научил/а. В този етап участниците имаха възможност да взаимодействат с други участници чрез специален форум, част от онлайн платформата, за да обсъждат възникнали въпроси, свързани с конкретен модул, да търсят и предоставят допълнителна информация, да обсъждат неясноти и обогатяват цялостния си опит.

#### **Стъпка 4. Попълване на въпросници за оценка на онлайн платформата DiGiPort и Хакатона**

Бяха разработени структурирани въпросници за получаването на полезна обратна връзка от участниците, с акцент върху оценката на различни характеристики на онлайн платформата DiGiPORT и полезността на хакатона.

Като обобщение на фазата IGNITE партньорите имаха възможност да проведат още една онлайн среща с участниците и менторите, за да обобщят опита, да споделят впечатленията си от обучителните модули и да уточнят подробностите относно предстоящата фаза на създаване на рор up магазини.

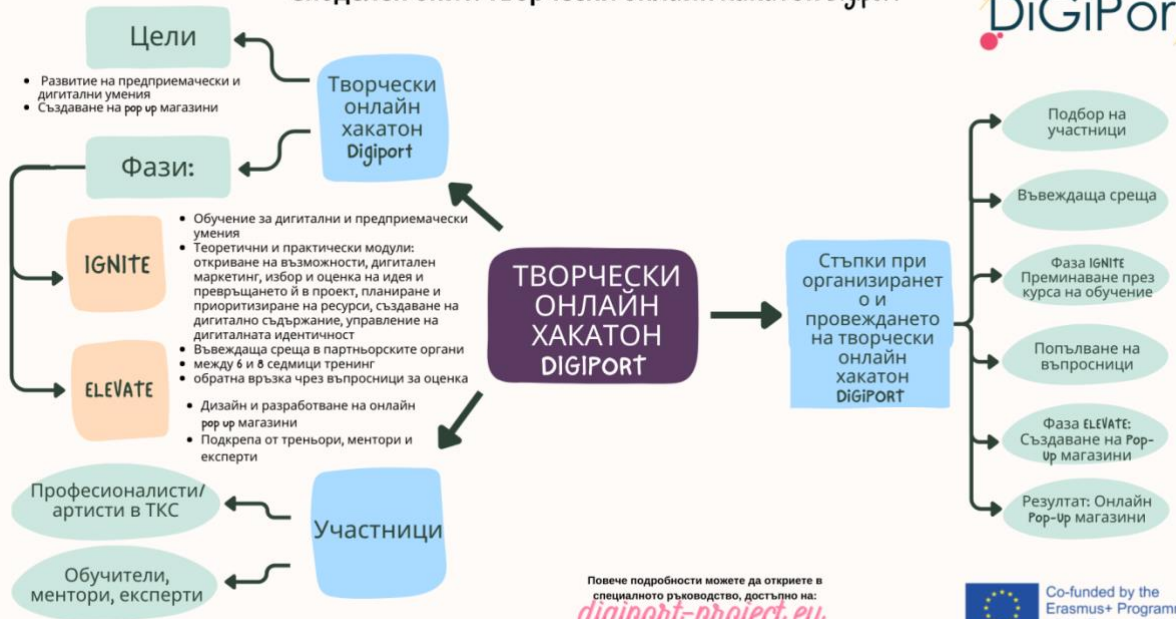
#### **Стъпка 5. Създаване на рор up магазини/ фаза ELEVATE**

В стъпките на всеки хакатон се съдържа избор на най-добри идеи или екипи. След получената обратна връзка от хора на изкуството обаче, партньорството по проекта реши, че творческият хакатон DiGiPort няма да има състезателен характер, и съответно няма да има подбор на победители, които да разработят свой собствен рор up магазин.

Съответно, вторият етап на онлайн хакатона се проведе на доброволен принцип: всеки участник, преминал етапа IGNITE, имаше възможност да разработи свой собствен рор-up магазин с помощта на менторите. Участникът трябваше да заяви желанието си за участие пред партньорската организация по време на втората среща в края на първия етап (ако такава се провеждаше в съответната държава) или като се свърже с координатора на проекта. Партньорската организация имаше за задача да разпредели кой участник с кой ментор ще работи. Подкрепата от страна на наставниците отново можеше да се случи по всички възможни канали - форум, социални мрежи, електронна поща, разговори лице в лице и др.

В резултат на това поне четирима участници от всяка партньорска организация разработиха свои собствени дигитални рор up магазини, които се хостват и популяризират чрез онлайн платформата DiGiPORT.

# Споделен опит: Творчески онлайн хакатон DiGiPort



Повече подробности можете да откриете в специалното ръководство, достъпно на: [digiport-project.eu](http://digiport-project.eu)



### III. Как се организира хакатон?

#### 1. Какво е хакатон?

Хакатонът е комбинация от думите "хакване" и "маратон" и първоначално е било събитие за ИТ специалисти, които програмират или хакват в рамките на интензивен период от време. Хакатоните водят началото си от хакерската култура, възникнала в Масачузетския технологичен институт в началото на 60-те години на миналия век с идеята за съвместна работа по проекти и споделяне на труда. Едва в края на 90-те години хакатоните стават по-разпространени в света на програмирането и програмистите се събират, за да работят по конкретен софтуерен или хардуерен проект.

Днес хакатони се провеждат в много сектори извън ИТ сферата и се основават на идеята за сътрудничество за решаване на проблеми. Хакатоните насърчават творческото мислене и водят до създаването на нови и иновативни концепции, идеи и прототипи, благодарение на колективното мислене. Най-креативните идеи за хакатони обединяват група хора със сходни интереси и допълващи се умения в едно и също пространство. Те работят заедно, което им дава възможност да изпробват нови идеи, които не могат да осъществят сами. Целта е да се проектира, изгради и представи най-иновативното решение на даден проблем, а след това да се представи окончателна концепция, прототип или презентация пред заинтересованите страни.

По своята същност това е състезателно събитие или събитие за сътрудничество, с конкретна времева рамка, чиято крайна цел е да се създадат доказателства за концепция и работещи продукти, в опит да се реши предварително определен проблем (или да се създаде иновация).

Хакатоните са иновативен начин на преподаване и учене - учене чрез връстници, активно учене. Участниците усвояват цял набор от ключови компетентности, меки умения за работа в екип, умения за решаване на проблеми, онлайн етикет и др. Те имат някои ясни предимства пред традиционните процеси за управление на иновациите. Те са приобщаващи, гъвкави, насърчават мултидисциплинарното

сътрудничество и имат по-кратки иновационни цикли, които са по-подходящи за посрещане на бързо променящите се изисквания на потребителите.

Наред с генерирането на нови идеи и осигуряването на бъдещето на бизнеса, хакатоните помагат за намаляване на риска при разработването на продукти, за подобряване на ангажираността и задържането на служителите, за намиране на таланти, за иновации и ангажираност, насочени към клиентите, за ускоряване на скоростта на иновациите и решаването на проблеми, за подобряване на сътрудничеството между екипите, за намаляване на разходите чрез научно-изследователска и развойна дейност и за изграждане на общност, марка и лидерство.

## **2. Как да организираме хакатон в 6 стъпки**

Хакатоните са различни по своя вид, продължителност, формат, но основните им елементи са едни и същи. Цялостният процес на организиране на хакатон, маркетинг на събитието, регистриране на участниците, разработване на идеи и създаване на прототипи обикновено отнема от 30 до 40 дни.

Ето основните насоки за организиране на хакатон, представени в 6 стъпки:

### **Стъпка 1. Определете целите на хакатона**

За да бъде хакатонът успешен, трябва да имате ясно определена цел. Без ясни цели не е възможно да се дадат ясни насоки на участниците. Ясната цел дава и организационна насока. Ако знаете какъв проблем се опитвате да решите, можете да организирате събитието около намирането на решение на този проблем.

Има няколко ключови цели, за които е известно, че хакатоните дават резултати: групово събиране на идеи или намиране на решения за иновации, ускоряване на пускането на продукти, тестване, обучение и ангажираност на служителите, намирането на таланти, маркетинг или брендиране на работодателя.

## **Стъпка 2. Подготовка на събитието**

След като окончателните цели са ясни, следващата стъпка е да се подготви събитието.

Това се постига чрез изпълнението на 5 основни задачи:

### *2.1. Определяне на подходящия формат на хакатона.*

В зависимост от целта на хакатона, можете да изберете да бъде вътрешен за организацията (вътрешен хакатон) или да го направите отворен за обществеността (външен хакатон). Освен вътрешни и външни, хакатоните могат да бъдат офлайн или онлайн. Те могат да бъдат демографски базирани или насочени към конкретни групи професионалисти, хакатони, посветени на кауза, или специфични за индустрията хакатони. В зависимост от това дали събитието е ориентирано към участниците или към резултатите, се провеждат различни видове хакатони за решаване на проблеми, брандинг, набиране на персонал, обратна връзка за продукти, ангажираност и т.н.

Задачата ви е да изберете най-подходящия формат за хакатона и каква ще бъде неговата продължителност - 24/36/48 часа или повече.

### *2.2. Място на провеждане*

Необходимо е да се прецени и кое е най-подходящото място за провеждане на хакатона.

Един от основните критерии за избор на пространство е броят участници. Ще ви е необходимо достатъчно място, за да настаните участниците, другите присъстващи (жури, ментори и пр.) и да поставите оборудването. Осигурете столове, кръгли или правоъгълни маси в зависимост от това за какво искате да е предназначено - за хакерство, семинар, хранене и т.н.

Мястото трябва да е лесно достъпно с обществен транспорт и да има условия за хора с увреждания, асансьори, места за почивка и спане.

Може би най-важното от всичко е бързият, сигурен и надежден Wi-Fi за хакване и свързване на всички устройства, което е основната точка в контролния списък при избор на мястото на събитието.

Ако хакатонът е онлайн, е важно да изберете добра платформа, в която екипите ще могат да работят.

### *2.3. Определяне на условията за ползване.*

Условията трябва да съдържат всички законови разпоредби и правила, отнасящи се до организатора и участниците. Това включва време за работа, специфични правила за оценяване, заявка за участие, разрешени/забранени технологии, правила за интелектуална собственост, последици в случай на измама, разпределение на наградите и др.

### *2.4. Създаване на уебсайт и система за управление на регистрациите.*

Добрата организация включва и създаването на уебсайт, чрез който по-лесно да се набират участници и да се комуникира с тях. Разбира се, това не е задължително и може да се използва уебсайтът на организацията.

Процесът на регистрация на участниците може да се осъществи на съответния уебсайт, чрез избор на подходяща платформа, или чрез създаване на специален въпросник.

### *2.5. Създаване на график за връщане на работата.*

И накрая, необходимо е да определите график на основните етапи, които вие, организаторът, трябва да изпълните преди събитието, за да сте сигурни, че хакатонът ще протече перфектно.

## **Стъпка 3. Дизайн на събитието**

След като сте приключили с подготовката на хакатона, можете да започнете с дизайна на самото събитие.

Стъпките, свързани с проектирането на събитието, са следните:

### *3.1. Измислете тема в зависимост от целта си.*

Първата стъпка в планирането на събитието е да се измисли достатъчно широка тема въз основа на целта, която сте определили в стъпка 1 по-горе. Темите могат да бъдат всякакви - от повишаване на видимостта на дадена марка до създаване на нов стартър, от разработване на ново приложение за управление на бедствия до проектиране на кампания за стартиране на дейност.

Пример за тема на творчески хакатон може да бъде: "Подобряване на уменията на професионалистите от културния и творческия сектор за справяне с кризи като Covid 19"

### *3.2. Създайте предизвикателства, базирани на определената тема.*

След това е важно да определите предизвикателствата в зависимост от темата. Предизвикателствата по същество трябва да бъдат подтеми на основната тема на хакатона, насочващи участниците към създаването на бизнес решенията, които организаторите търсят.

Пример за предизвикателство може да бъде: "Вашата представа за бъдещето на изкуството"

Добре дефинираният проблем ще определи стратегията ви за хакатона. Фокусирането върху предизвикателството по време на събитието ще изисква и наличието на ментори под формата на мениджъри, експерти или лектори, които да предоставят обратна връзка в реално време, за да се гарантира, че решенията са разработени, съобразно нуждите на крайният потребител.

### *3.3. Определете критериите си за оценяване.*

След като сте определили темата и предизвикателствата, трябва да определите критериите за оценяване.

Критериите за оценяване се определят отново въз основа на целите, определени в първата стъпка. Примерни критерии могат да бъдат бизнес потенциал, връзка с темата, практичност, техническа сложност и др.

### *3.4. Съставете графика на хакатона.*



И накрая, след като сте определили целта, предизвикателствата и критериите за оценяване, ще трябва да съставите график за хакатона.

Има се предвид графика на хакатона от началото до края, който може да се състои от дейности, семинари, контролни точки за наставници, основни етапи на хакатона и крайни срокове.

Типичната структура на хакатона включва следното:

- Въведение. Повечето хакатони започват с кратко представяне на събитието и основната му тема.
- Преглед на правилата. След представянето компанията, която организира хакатона, на участниците се обясняват правилата и нормите, както и кодексите за поведение.
- Създаване на екипи. Участниците представят своите основни продуктови концепции и сформират екипи въз основа на своите хобита, таланти и специални интереси.
- Сътрудничество по идеи за проекти. След като екипите са създадени, участниците започват да си сътрудничат и да работят по своите проекти.
- Представяне на завършен или незавършен продукт. След като идеите за проекта се реализират, членовете на екипа представят своите крайни, а понякога и недовършени продукти пред останалите участници.
- Оценяване и раздаване на награди. Жури от съдии обикновено връчва наградите на спечелилия отбор или проекти.
- Възможности за работа в мрежа. В края на хакатона има заключителна програма, която позволява на участниците да търсят възможности за работа в мрежа и набиране на таланти.

#### **Стъпка 4. Популяризиране на хакатона**

Набирането на участници оказва огромно влияние върху резултата от хакатона.

За да популяризирате хакатона, трябва да създадете ефективен комуникационен план, в който да използвате всички възможни комуникационни канали - социални мрежи, уебсайтове на организации, електронна поща, директна комуникация с участниците и т.н. Можете да създадете и комуникационни материали (съобщения за пресата или шаблони на имейли, които да се използват за разяснителна кампания, или рекламни копия и изображения, които да се използват за рекламна кампания)

Успешното популяризиране на хакатона е единственият начин да се уверите, че ще успеете да привлечете подходящи участници.

#### **Стъпка 5. Вдъхновяване и обучение на участниците**

Ако искате хакатонът да доведе до висококачествени крайни проекти, вдъхновението и обучението на участниците и менторите са от решаващо значение. Ако направите това по подходящ начин, ще повишите осведомеността за целите на събитието и ще управлявате очакванията на участниците.

Един от начините за постигане на тази цел е чрез физически семинари. Това не са просто възможности за работа в мрежа или за обучение - семинарите позволяват на участниците да получат пряка обратна връзка по идеите за проекти, което им дава възможност да усъвършенстват идеите си преди основното събитие на хакатона. Ако идеите са убедителни, те ще привлекат качествени членове на екипа, което в крайна сметка ще доведе до по-добър резултат.

Ако организирате онлайн хакатон, можете да проведете тези семинари и онлайн.

#### **Стъпка 6. Направете го забавно**

Хакатоните са привлекателни, защото са замислени да бъдат забавни. Те са начин програмисти, дизайнери, иноватори и експерти в съответна област, да използват

уменията си за забавление, а не просто за работа. Хакатонът е нещо, което участниците искат да правят, а не трябва да правят.

Участниците ще присъстват, ако се вълнуват от темата, но можете да включите и следните екстри.

#### *6.1. Качествен награден фонд*

Наличието на висококачествен награден фонд, който дава възможност на всички или на повечето участници да спечелят нещо, прави събитието по-привлекателно.

Наградите могат да бъдат под формата на парични средства, възможности за работа, стажове или шансове за включване в акселераторски програми или инкубатори.

#### *6.2. Забавни дейности по време на хакатона*

Хакатоните са интензивни, но това не означава, че няма време за почивка. След цял ден работа, понякога участниците искат да прекарат време един с друг. Предоставянето на участниците на достъп до други забавни дейности (билярд, тенис на маса, настолни игри или видеоигри), може да бъде добър начин да ги забавлявате.

#### *6.3. Заснемане и споделяне на снимки и видео*

Споделянето на снимки и видеоклипове на участниците и тяхната работа, може да бъде чудесен начин да ги задържите ангажирани и да им осигурите признание. Ако например видят снимките си във вашия канал във Facebook, те вероятно ще ги споделят, което ще повиши осведомеността за вашето събитие.

### **3. Заключение**

В деня на хакатона неговото менажиране е от ключово значение, за да сте сигурни, че крайният резултат от хакатона е такъв, какъвто го желаете.

След като хакатонът завърши, всъщност той не е приключил. След това навлизате във фазата „след хакатона“, която се състои в поддържане на контакт с участниците, така че те да се върнат следващия път.

Организирането на хакатон може да бъде несъмнено трескаво. Въпреки че идеята за подобен фестивал е изключително вълнуваща, организирането на печеливш такъв изисква щателно планиране и находчивост. Често се налага да се изгледят много гънки в последния момент, за да не се превърне събитието в мрачна, бъркотия.

Като организатор ще знаете, че всеки път, когато провеждате хакатон, ще се сблъсквате с нови предизвикателства, които ще включвате в списъка си за в бъдеще.

**DiGiPort**

**Организиране на Хакатон**

Повече подробности можете да откриете в специалното ръководство, достъпно на: [digipart-project.eu](http://digipart-project.eu)

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

- 1**  
**Стъпка 1. Определяне на целите**
  - Ясни цели за успех
  - Решаване на проблеми, иновации, създаване на бранд, набиране на персонал
- 2**  
**Стъпка 2. Подготовка на събитието**
  - Определяне формата на събитието
  - Избор на място на провеждане
  - Определяне на условията за ползване
  - Създаване на система за регистрация
  - Разработване на график за работа
- 3**  
**Стъпка 3. Дизайн на събитието**
  - Определяне на тема
  - Създаване на предизвикателство
  - Определяне критериите на оценяване
  - Създаване график на хакатона
- 4**  
**Стъпка 4. Популяризиране на хакатона**
  - Ефективен комуникационен план
  - Социални медии, уебсайтове, имейли, информационни кампании
- 5**  
**Стъпка 5. Вдъхновяване и обучение на участниците**
  - Уъркшопи за обратна връзка и усъвършенстване на идеите
  - Онлайн уъркшопи за онлайн хакатони
- 6**  
**Стъпка 6. Направете го забавно**
  - Качествен награден фон
  - Забавни дейности по време на хакатона
  - Заснемане и споделяне на снимки и видеа

## IV. Насоки за наставници

Работата и подкрепата на менторите е важна част от всеки хакатон. Затова в края на това ръководство представяме няколко насоки, които могат да бъдат споделени с менторите, за да се улесни работата им с участниците:

- Основната роля на наставниците е да изслушват, насърчават, мотивират и споделят опит, за да подкрепят наставляваните. Те създават отношения на доверие и растеж, в които нуждите на наставляваните се чуват и подкрепят.
- Наставниците могат да започнат срещата си с участниците, като обяснят мотивацията си да се включат в проекта и след това проявят интерес към опита, уменията и нуждите на участниците.
- Едно от важните качества в работата на наставниците е тяхната автентичност, позитивност и непринуденост. Важно е да умеете да се поставите на мястото на участниците и да се опитате да помислите какво би било най-полезно за тях, какво биха имали нужда да знаят.

## V. Библиография

<https://hackathon-planning-kit.org/files/hackerearth.pdf>

<https://corporate.hackathon.com/article-how-to-organize-a-hackathon>

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

<https://www.sefe-mt.com/careers/blog/how-to-run-successful-a-hackathon/>

<https://www.techtarget.com/searchcio/definition/hackathon>