

1. TITOLO DEL PROGETTO

“WORK IN IRELAND”

2. DATI DELL’ISTITUTO CHE PRESENTA IL PROGETTO

Istituto: LICEO CLASSICO-MUSICALE “D. CIRILLO” AVERSA (CE)

Codice Mecc.: cepec02000p

Indirizzo: VIA ETTORECORCIONI N.88 Tel.: 0818901236 fax 0818154059

E-mail: cepec02000p@istruzione.it

Dirigente Scolastico: Prof. Luigi IZZO

3. IMPRESE/ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA, PARTNER PUBBLICI, PRIVATI E TERZO SETTORE: “DCY” Dublin City University Language Services, Glasnevin, Dub 9.

Work in Ireland

4. **Struttura:**

Il progetto sarà svolto presso un'azienda in Irlanda che si occupa di marketing e comunicazione. Si punta offrire agli allievi coinvolti la possibilità di conoscere il tessuto imprenditoriale internazionale nel settore del marketing e della comunicazione multimediale, nello specifico nel campo della promozione del patrimonio culturale, ambientale e aziendale, che sicuramente rappresentano ottime leve strategiche per la formazione dei giovani. In una situazione di mercato sempre più complessa, caratterizzata da elevati livelli di competitività, dallo sviluppo delle tecnologie di comunicazione e informazione e dalla crescente consapevolezza del consumatore, sorge la necessità per le imprese di arruolare figure professionali sempre più specializzate ed in possesso di concrete capacità di problem solving e di attitudine al lavoro di gruppo, oltre che proiettate in un mercato globale. Questo percorso formativo può facilitare l’inserimento nel sistema impresa degli allievi, fornendo loro una serie di competenze nelle diverse aree funzionali d’impresa, curandone soprattutto gli aspetti pratici, e consentire loro di maturare competenze da spendere in tutto l’arco della vita. Le attività svilupperanno due aree tematiche: marketing e comunicazione nel settore dei beni culturali, ambientali e aziendali. La formazione si svolgerà a scuola e in azienda con il supporto di tutor scolastici ed aziendali. Grazie al supporto dei tutor aziendali, ogni momento formativo sarà utilizzato anche per attivare una riflessione opportuna sui temi della sicurezza e dell’orientamento professionale. Gli alunni alla fine del percorso dovranno:

Sapere (conoscenze)

- La scrittura creativa e tecnica
- La teoria dei mezzi di comunicazione di massa
- Le strategie della comunicazione ambientale
- l’economia del mercato territoriale
- Multimedialità ed Information Technology
- il Marketing: ambiente, competizione, processi di marketing, strumenti di gestione,

Saper fare (capacità e abilità operative)

- essere in grado di elaborare gli strumenti propri della comunicazione multimediale,
- raccogliere dati e informazioni per comprendere le scelte strategiche delle imprese su immagine aziendale, prodotto e comunicazione aziendale,
- comunicare efficacemente informazioni, messaggi, dati in rapporto al singolo o al gruppo di riferimento,

anche in lingua inglese,, sviluppare capacità e competenze che gli permettano di essere in grado di utilizzare le metodologie e gli strumenti relativi alla commercializzazione e alla vendita del prodotto

Saper essere (capacità e abilità comportamentali e attitudinali)

- un approccio relazionale per la gestione della comunicazione con i clienti, i collaboratori e altro, la creatività e l'acume intuitivo per individuare le opportunità del settore,
- la capacità di decisione e di resistenza all'insuccesso iniziale,
- l'attitudine a gestire in modo ottimale il proprio tempo, le proprie emozioni e quelle altrui. un approccio relazionale per la gestione della comunicazione con i clienti, i collaboratori e altro.

5. Finalità:

- attuare modalità di apprendimento flessibili ed equivalenti sotto il profilo culturale ed educativo che colleghino sistematicamente la formazione in aula con l'esperienza pratica;
- arricchire la formazione acquisita nei percorsi scolastici e formativi con l'acquisizione di competenze spendibili anche nel mercato del lavoro;
- favorire l'orientamento dei giovani per valorizzarne le vocazioni personali, gli interessi e gli stili di apprendimento individuali.

Obiettivi formativi:

- acquisire competenze relazionali, comunicative ed organizzative;
 - acquisire competenze finalizzate alla soluzione di problemi;
 - socializzare e sviluppare caratteristiche e dinamiche alla base del lavoro in azienda;
 - conoscere una realtà produttiva anche complessa;
 - orientarsi ai fini dell'inserimento nel mondo del lavoro
- potenziare le competenze nella lingua inglese.

6. Metodologia:

Nell'attuazione del percorso viene applicata la didattica del learning by doing, funzionale a colmare la separazione tra il momento dello studio e il momento dell'applicazione, in grado di sviluppare le capacità riflessive e progettuali attraverso l'operatività, che induca l'attitudine a sottoporre sistematicamente la teoria alla verifica dell'esperienza e della prassi. In questa logica si supera la separazione tra momento formativo e momento applicativo basandosi, così, su una concezione "globale" dell'educazione in cui educazione formale, informale ed esperienze di lavoro si combinano in un unico progetto formativo. Punto di forza propedeutico a tale metodologia è la progettazione congiunta dei moduli formativi tra la scuola e le aziende. L'azienda fornisce alla scuola informazioni necessarie ad individuare le esigenze professionali del mercato del lavoro, mettendo così in grado l'istituzione scolastica di pianificare moduli formativi realmente rispondenti alla possibilità di spendibilità immediata per gli alunni che partecipano al progetto. Le aziende, dal canto loro, hanno la necessità di dialogare con la scuola per aggiornare e/o trasferire esigenze professionali sui curricoli, adeguare i programmi all'evoluzione del mondo economico, aggiornare le piccole/medie imprese.

Le metodologie saranno: lezioni frontali, simulazione al computer, realizzazione di progetti e lavoro di gruppo, visite presso imprese, giochi di ruolo, discussioni e brainstorming, studio di casi, problem solving. Saranno preferiti approcci didattici che incoraggiano l'apprendimento: agendo; scambiando; sperimentando; rischiando e commettendo errori 'positivi'; risolvendo i problemi in maniera creativa; fornendo riscontri attraverso l'interazione sociale; drammatizzando e recitando un ruolo; esplorando i modelli di ruolo nonché interagendo con il mondo esterno/adulto. Tutto ciò implica che il formatore si ritrova a suggerire e guidare gli studenti, piuttosto che a dare loro istruzioni, a porre domande 'aperte' che non necessariamente conducono a una risposta corretta, ad apprendere insieme agli studenti, ad aiutarli a risolvere conflitti e difficoltà che possono sorgere, nonché a persuadere gli studenti ad affrontare situazioni a cui potrebbero inizialmente resistere o sfuggire. L'aspirazione principale è quella di scoprire l'abilità di «pensare fuori dagli schemi» di ciascuno, considerandola una competenza imprenditoriale fondamentale. Si cercherà di incoraggiare la mentalità imprenditoriale di ogni studente e di misurarne l'abilità ad adattarsi a nuove situazioni.

I risultati attesi da tale attività sono:

migliorare la socializzazione e l'integrazione degli allievi attraverso l'esecuzione del percorso formativo.

potenziamento delle competenze nella lingua inglese
interpretare i dati e le informazioni in modo razionale,
rafforzare le capacità di analisi e di sintesi delle informazioni ottenute.

7. Contenuti:

La comunicazione sociale
Le comunicazioni multimediali di massa
Il ruolo del Marketing nell'impresa e nella società
Mercati globali e marketing internazionale
Metodi e tecniche della ricerca di marketing
Le basi informative per la strategia del marketing
Pianificazione delle strategie di marketing
La scelta della strategia del marketing in particolare nel settore dei beni culturali
L'inglese commerciale
Il comportamento del consumatore e suoi diritti
La soddisfazione del consumatore
Marketing e vendite
Pubblicità, relazioni pubbliche e sponsorizzazioni

Modalità di verifica e valutazione: saranno utilizzate prove strutturate e semi strutturate e soluzioni di problemi. La valutazione sarà in itinere, in collaborazione con i tutor aziendali, sulla base di dati di processo osservabili, e finale sulla base del livello della competenza raggiunto dall'allievo. Saranno comunque sempre esplicitati i criteri di valutazione e valorizzati i progressi. Sarà favorita attraverso l'uso di questionari l'autovalutazione. La ricaduta nel curriculare sarà valutata mettendo a confronto le valutazioni nelle discipline di base in ingresso e a fine percorso.

8. Numero Alunni: 15

9. Ore di alternanza scuola-lavoro: 90

10. MODALITÀ CONGIUNTE DI ACCERTAMENTO DELLE COMPETENZE (Scuola-Struttura ospitante) (TUTOR struttura ospitante, TUTOR scolastico, STUDENTE, DOCENTI DISCIPLINE COINVOLTE, CONSIGLIO DI CLASSE)

Test di verifica con valutazione da parte sia del tutor scolastico che del tutor aziendale

Relazione finale con valutazione del tutor e autovalutazione dei corsisti

Somministrazione di questionari a risposta multipla.

Si prevede al termine dell'attività il rilascio di una dichiarazione delle competenze acquisibili nel progetto che costituisca credito per l'inserimento lavorativo, sottoscritta dai partners del progetto all'interno delle certificazioni rilasciate dalla scuola

Verranno attivati momenti di raccordo fra tutor aziendale e scolastico al fine di condividere le buone prassi individuate, di confrontarsi sulle criticità e sulle soluzioni per superarle, sulle modalità di valutazione delle conoscenze e competenze acquisite dagli allievi.

La valutazione formativa verrà effettuata dai Tutor scolastico ed aziendale in collaborazione attraverso la stesura di Griglie di valutazione, aziendale; di autovalutazione dell'allievo; griglie di valutazione sull'esperienza in azienda e stesura di un "registro attività" personale

Il tutor aziendale verrà, pertanto, ad assumere un ruolo importante, poiché dovrà valutare l'esperienza in termini di competenze acquisite.

11. COMPETENZE DA ACQUISIRE, NEL PERCORSO PROGETTUALE CON SPECIFICO RIFERIMENTO ALL'ENTRECOMP

Il 10 Giugno 2016 la Commissione Europea ha proposto una Nuova Agenda di Competenze per l'Europa New Skills Agenda for Europe. In tale ambito è stato preso l'impegno di rivedere sia il Quadro di riferimento Europeo delle Qualificazioni (EQF, European Qualification Framework, Raccomandazione del 2008) sia il Quadro di Riferimento Europeo delle competenze chiave per l'apprendimento permanente, (Raccomandazione del 2006). La revisione dell'EQF faciliterà un'aggiornata comparazione dei titoli e delle qualificazioni fra i vari Paesi alla luce delle trasformazioni sociali, economiche e culturali avvenute negli ultimi 10 anni, mentre la revisione delle competenze chiave fornirà un ulteriore aiuto alla comprensione e condivisione del set di competenze chiave richieste dal 21° secolo e alla loro introduzione nei curricula scolastici e formativi. La revisione della Raccomandazione del 2006 mira innanzitutto a meglio descrivere, sviluppare, valutare, validare e comparare le competenze chiave, e quelle ad esse correlate, nei diversi ambienti di apprendimento, formali, informali e non formali. Fra le competenze chiave particolare attenzione è dedicata alla imprenditorialità, per aiutare le persone ad essere più creative, più proattive, più orientate a cogliere le opportunità e più innovative. Si intendono altresì promuovere politiche volte a favorire la realizzazione di pratiche esperienze di "imprenditorialità" da parte di tutti i giovani prima che lascino la scuola. In attesa della revisione complessiva, la Commissione Europea ha sviluppato i Quadri di Riferimento (Framework) delle competenze digitali, DigComp 2015, e delle competenze imprenditoriali, EntreComp 2016. L'EntreComp, Entrepreneurship Competence Framework, il Quadro di Riferimento per la Competenza Imprenditorialità, pubblicato nel giugno del 2016, ha inteso produrre una definizione comune di "imprenditorialità" che aiuti a stabilire un ponte tra i mondi dell'educazione e del lavoro e possa essere assunta come riferimento per qualsiasi iniziativa che miri a promuovere e sostenere l'apprendimento dell'imprenditorialità. Lo sviluppo della capacità imprenditoriale dei cittadini e delle organizzazioni è sempre stato uno degli obiettivi chiave delle politiche europee. Dieci anni fa la Commissione Europea individuò lo "spirito di iniziativa e imprenditorialità" come una delle 8 competenze chiave necessarie per una società basata sulla conoscenza. Il quadro EntreComp presentato in questa sintesi si compone di 3 aree interconnesse: "Idee e opportunità", "Risorse" e "In azione". Ciascuna delle aree è costituita da 5 competenze, che, insieme, costituiscono gli elementi costitutivi dell'imprenditorialità come competenza. Il quadro sviluppa le 15 competenze lungo un modello di progressione a 8 livelli e propone una lista di 442 risultati di apprendimento. Può essere utilizzato come base per lo sviluppo di programmi di studio e attività di apprendimento che promuovono l'imprenditorialità come competenza. Inoltre, può essere utilizzato per la definizione del parametro TERS per la valutazione delle competenze imprenditoriali degli studenti e dei cittadini.

Il modello EntreComp

La tabella che segue fornisce il modello EntreComp, vale a dire le sue 3 aree, le 15 competenze e i relativi descrittori.

1. Idee e opportunità	1.1 Riconoscere le opportunità	Usare la propria immaginazione e abilità per trovare opportunità e creare valore	<ul style="list-style-type: none"> • Identificare e cogliere le opportunità per creare valore esplorando il panorama sociale, culturale ed economico • Identificare i bisogni e le sfide da risolvere • Stabilire nuove connessioni e raccogliere elementi per creare opportunità e creare valore
		Sviluppare idee	<ul style="list-style-type: none"> • Sviluppare diverse idee e opportunità di creare valore, comprese le soluzioni migliori alle sfide esistenti e nuove

	1.2 Creatività	creative e propositive	<ul style="list-style-type: none"> • Esplorare e sperimentare approcci innovativi • Combinare conoscenze e risorse per ottenere effetti di qualità più alta
	1.3 Vision	Lavorare seguendo la propria visione del futuro	<ul style="list-style-type: none"> • Immaginare il futuro • Sviluppare una visione per trasformare le idee in azione • Visualizzate scenari futuri per orientare lo sforzi e azioni
	1.4 Idee di valore	Sfruttare al meglio idee e opportunità	<ul style="list-style-type: none"> • Soppesare il valore in termini sociali, culturali ed economici • Riconoscere il potenziale di un'idea per la creazione di valore e individuare gli strumenti più adeguati per farla rendere al massimo
	1.5 Pensiero etico e sostenibile	Valutare le conseguenze e l'impatto di idee, opportunità e azioni	<ul style="list-style-type: none"> • Valutare le conseguenze di idee che portano valore e l'effetto dell'azione imprenditoriale sulla comunità di destinazione, il mercato, la società e l'ambiente • Riflettere su quanto sono sostenibili nel lungo periodo gli obiettivi sociali, culturali ed economici e la linea di condotta scelta • Agire in modo responsabile
	2. Risorse	2.1 Autoconsapevolezza e autoefficacia	Credere in se stessi e continuare a crescere
2.2 Motivazione e perseveranza			<ul style="list-style-type: none"> • Essere determinati a trasformare le idee in azione e a soddisfare il proprio bisogno di arrivare

		Concentrarsi e non rinunciare	<ul style="list-style-type: none"> • Essere pazienti e continuare a cercare di realizzare i propri scopi a lungo termine individuali o di gruppo • Essere resilienti sotto pressione, avversità, e fallimento temporaneo
	2.3 Mobilizzare le risorse	Ottenere e gestire le risorse di cui si ha bisogno	<ul style="list-style-type: none"> • Ottenere e gestire risorse materiali, immateriali e digitali necessarie per trasformare le idee in azione • Sfruttare al meglio risorse limitate • Ottenere e gestire le competenze necessarie in qualsiasi momento, tra cui quelle tecniche, legali, fiscali e digitali
	2.4 Conoscenze economico-finanziarie	Sviluppare un know how economico e finanziario	<ul style="list-style-type: none"> • Stimare il costo necessario per trasformare un'idea in un'attività che crea valore • Pianificare, mettere in atto e valutare le decisioni finanziarie nel corso del tempo • Gestire i finanziamenti per assicurarsi che l'attività produttrice di valore sia in grado di durare nel lungo periodo
	2.5 Mobilizzare gli altri	Ispirare e coinvolgere gli altri	<ul style="list-style-type: none"> • Ispirare ed entusiasmare i soggetti interessati • Ottenere il supporto necessario per raggiungere risultati di valore • Dimostrare capacità di comunicazione efficace, persuasione, negoziazione e leadership
3. In azione	3.1 Prendere le iniziative	Essere proattivi	<ul style="list-style-type: none"> • Avviare processi che creano valore • Raccogliere le sfide • Agire e lavorare in modo indipendente per raggiungere gli obiettivi, mantenersi fedeli alle intenzioni e svolgere i

			compiti previsti
	3.2 Pianificazione e gestione	Elencare le priorità, organizzarsi e continuare	<ul style="list-style-type: none"> • Impostare gli obiettivi a lungo, medio e breve termine • Definire le priorità e i piani d'azione • Adattarsi ai cambiamenti imprevisti
	3.3 Fronteggiare incertezza, ambiguità e rischio	Prendere decisioni che affrontino rischi e incertezze	<ul style="list-style-type: none"> • Prendere decisioni quando il risultato di questa decisione è incerto, quando le informazioni disponibili sono parziali o ambigue, o quando vi è il rischio di esiti non intenzionali • Nell'ambito del processo di creazione di valore, includere modi strutturati di sperimentazione di idee e prototipi dalle prime fasi, per ridurre i rischi di non riuscire • Gestire situazioni in rapido movimento con prontezza e flessibilità
	3.4 Lavorare con gli altri	Fare squadra, collaborare e restare connessi	<ul style="list-style-type: none"> • Lavorare insieme e cooperare con gli altri per sviluppare idee e trasformarle in azione • Fare rete • Risolvere i conflitti e affrontare la concorrenza positivamente quando necessario
	3.5. Imparare dall'esperienza	Imparare facendo	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare qualsiasi iniziativa per la creazione di valore come un'opportunità di apprendimento • Imparare con gli altri, compresi i colleghi e i mentori • Riflettere e imparare sia dal successo che dal fallimento (propri e altrui)

12. MODALITÀ DI CERTIFICAZIONE/ATTESTAZIONE DELLE COMPETENZE (FORMALI, INFORMALI E NON FORMALI)

La certificazione delle competenze è subordinata alla frequenza dell'attività formativa pari o superiore all'80% del monte ore compreso l'attività di alternanza effettuata presso le scuole, enti pubblici, i circoli didattici. Nella scheda di certificazione vi sono richiamati gli elementi essenziali delle competenze acquisite attraverso le attività svolte dallo studente. Il modello di certificazione delle competenze sarà elaborato secondo il **modello Entrecomp**.

La dichiarazione delle competenze acquisite nei singoli moduli e a fine percorso, verrà sottoscritta anche secondo quanto previsto dalla O.M. n. 57 del 3 Dicembre 2004 e segg., dai partners del progetto, all'interno delle certificazioni rilasciate dalla scuola al termine del percorso quinquennale.

13. DIFFUSIONE/ COMUNICAZIONE/INFORMAZIONE DEI RISULTATI:

I risultati dell'attività saranno tempestivamente comunicati ai Consigli di classe, agli alunni e alle famiglie e le buone pratiche della scuola nell'ambito dell'alternanza saranno pubblicizzate anche attraverso manifestazioni e organi di stampa.