



I.P.S.E.O.A.
Karol Wojtyła Castrovillari



ISTITUTO PROFESSIONALE DI STATO PER I SERVIZI DELL'ENOGASTRONOMIA E DELL'OSPITALITA' ALBERGHIERA

C.da Vallina – 87012 Castrovillari Tel. 0981/489171 – Fax 0981/489195

Codice Fiscale : 83002080782 – Codice meccanografico : CSRH010004 www.ipssarcastrovillari.gov.it

- Email: csr010004@istruzione.it

Pec: csr010004@pec.istruzione.it

SCHEDA PRESENTAZIONE PROGETTO/INIZIATIVA

Sezione 1 – Descrittiva

• Denominazione Progetto

UNTERNEHMEN DEUTSCH - Piazza Affari Tedesco

(Concorso nazionale di idee per scuole insieme alle loro imprese partner supportato dal GOETHE-ISTITUT)

Il progetto gode del patrocinio del MIUR e dell'Ambasciata della Repubblica Federale di Germania in Italia

1.2 Responsabile Progetto

Mariagabriella Cava (docente di tedesco)

Maria Lauria (docente di Economia aziendale)

1.3 Motivazione dell'idea progettuale

Il progetto Piazza Affari Tedesco abbina argomenti di economia all'insegnamento del tedesco ed è rivolto agli alunni che desiderano avvicinarsi al mondo del lavoro e rafforzare i contatti con le imprese sul proprio territorio.

Il progetto affianca elementi di orientamento professionale ad un avvincente concorso di idee che stimola la creatività e l'ingegno dei ragazzi.

In ciò la lingua tedesca funge da strumento chiave.

1.4 Obiettivi

Obiettivi e modalità di realizzazione

Il progetto mira ad avvicinare i giovani al mondo del lavoro, instaurando rapporti di cooperazione e partenariati reciproci tra scuole e imprese. Gli studenti sono motivati ad apprendere la lingua tedesca perché scoprono il valore aggiunto che la lingua tedesca rappresenta per il loro futuro professionale. Nello specifico il progetto vuole:

- dare una dimensione pratica e concreta alla lezione di tedesco, con effetto positivo sulla motivazione degli alunni → miglioramento delle conoscenze linguistiche
- concretizzare il plusvalore della lingua tedesca per la carriera lavorativa → miglioramento delle opportunità professionali e delle prospettive future degli alunni (anche sul mercato lavorativo italiano)
- migliorare l'orientamento professionale per i giovani e facilitare il passaggio dalla scuola alla formazione professionale → assistenza nell'orientamento
- consentire uno sguardo sul mondo del lavoro e sui collegamenti professionali, economici e sociali → analisi dello spazio economico, visita aziendale
- valorizzare l'apprendimento interdisciplinare come la metodologia CLIL (Content and Language Integrated Learning), integrando l'insegnamento del tedesco con argomenti di economia aziendale e marketing → possibile collaborazione con il docente di economia
- promuovere partenariati didattici tra scuole e imprese → apprendimento duale
- ampliare l'offerta didattica delle scuole (POF) → visibilità della scuola nel proprio territorio
- rafforzare l'immagine pubblica dell'azienda → social responsibility
- favorire la formazione di nuove leve qualificate da parte delle imprese → formazione professionale duale

migliorare la dimestichezza di docenti ed alunni con i nuovi media → lavoro con diversi format mediatici.

Destinatari:

- Studenti con conoscenze della lingua tedesca pari o superiori ai livelli A1; docenti di tedesco e di economia (possibilmente in cooperazione).
- Un'impresa presente nel territorio che abbia o intenda intraprendere rapporti commerciali con i paesi di lingua tedesca

1.4 Durata e pianificazione data e ora

ottobre 2017 – maggio 2018

Il progetto richiede in media un impegno di almeno una lezione a settimana da parte di docenti ed alunni. Alcuni compiti (ad es. attività di ricerca e sviluppo del prodotto) possono essere parzialmente svolti a casa da parte degli alunni.

Compito 1: LA NOSTRA REALTÀ ECONOMICA (MODULO 1)

Ottobre - novembre 2017: presentazione del territorio come realtà economica

Il compito consiste nella presentazione del proprio territorio come spazio economico. Gli studenti analizzano il territorio locale (provincia) secondo criteri economici e raccolgono i risultati in una presentazione economico-geografica. La presentazione deve essere composta da:

- testo: 250-350 parole
- illustrazioni: 1-3 immagini (foto, disegno, collage, poster).

In un passo successivo gli alunni svolgono una ricerca sulla presenza nel territorio di aziende tedesche e italiane che hanno rapporti commerciali con la Germania. Questa ricerca ha lo scopo di individuare possibili imprese partner per il progetto ed è il primo passo verso l'acquisizione dell'azienda.

Novembre - dicembre 2017: acquisizione dell'azienda partner

La classe decide per quale delle imprese individuate sul territorio desidera sviluppare un prodotto/servizio innovativo. Una corrispondenza tra profilo aziendale e tipologia scolastica è sensata, ma non strettamente necessaria (ad es. un istituto tecnico per il turismo idealmente sceglie un ente turistico o un'azienda che opera nel settore turistico). Il docente contatta l'impresa con l'obiettivo di coinvolgerla nel progetto come partner aziendale. Per l'impresa la partecipazione consiste prevalentemente nel ricevere la classe per la visita aziendale di circa tre ore. Durante la visita i rappresentanti dell'impresa rispondono alle domande che gli alunni hanno preparato in precedenza e, ove possibile, mostrano lo stabilimento ai giovani con particolare enfasi sui processi produttivi e le figure professionali coinvolte. È possibile che da questo incontro più personale nasca da parte dell'impresa il desiderio di un maggiore coinvolgimento nello sviluppo della nuova idea commerciale, affiancando agli alunni il proprio personale (reparto per la ricerca e sviluppo, reparto di marketing). In caso di un rifiuto da parte della prima impresa dovranno essere contattate le altre imprese individuate dagli alunni per verificarne la disponibilità.

Per facilitare l'acquisizione dell'impresa partner, il Goethe-Institut fornisce al docente una lettera di presentazione istituzionale che può essere presentata all'azienda.

Novembre - dicembre 2017: training per l'orientamento professionale (MODULO TRAINING)

Nel lasso di tempo in cui il docente si occupa dell'acquisizione dell'impresa partner, gli studenti effettuano il training per l'orientamento professionale. Studieranno la struttura di un'impresa, i reparti e le figure professionali che ne fanno parte. Inoltre imparano come redigere una lettera motivazionale per il loro curriculum vitae in lingua tedesca. Possono essere aggiunti compiti di ricerca da svolgere online. In questa fase gli alunni acquisiscono il vocabolario necessario per la prossima fase del progetto, ovvero la visita aziendale, allo stesso tempo si preparano per possibili situazioni reali del loro futuro professionale (ad es. candidatura per un posto da tirocinante in un'impresa tedesca).

Compito 2: LA NOSTRA IMPRESA PARTNER (MODULO 2)**Dicembre 2017 – febbraio 2018:** Profilo dell'impresa partner

Il compito consiste nella presentazione della propria impresa partner e della visita presso di

essa. Prima della visita in azienda, i ragazzi effettuano una ricerca online e preparano una lista di domande da fare ai loro interlocutori durante l'incontro in impresa (idealmente in tedesco, altrimenti in italiano). Tutte le informazioni raccolte in quest'istanza confluiscono nel profilo aziendale che la classe redige in questa fase. La presentazione deve essere composta da:

- testo: 400-500 parole
- illustrazioni: 1-3 immagini (foto, disegno, collage, poster); facoltativo: video (durata massima: 3 min., formato: mp4).

Compito 3: LA NOSTRA IDEA COMMERCIALE (MODULO 3)**Febbraio - aprile 2018:** sviluppo di un'idea commerciale

In questa fase del progetto i ragazzi liberano tutto il loro potenziale creativo. Il loro compito è duplice: inventare un prodotto o un servizio che sia innovativo e che rientri nel profilo aziendale e nella sua offerta. L'idea deve essere realistica e adatta al mercato di riferimento, ovvero realizzabile dall'impresa partner, inoltre deve essere interessante ed utile per la

potenziale clientela di lingua tedesca. Successivamente gli studenti si dedicano al marketing e alla promozione della loro idea commerciale. Danno un nome chiaro e descrittivo al prodotto/servizio e ne simulano il lancio attraverso un format pubblicitario di loro scelta e uno slogan promozionale in lingua tedesca. Ove possibile, la scuola può avvalersi della collaborazione della sezione marketing all'interno dell'impresa (oppure l'agenzia di marketing esterna con la quale l'impresa collabora). Il lavoro da consegnare deve contenere:

- testo: 150-250 parole
- nome del prodotto o del servizio
- slogan promozionale
- illustrazione: spot video (durata massima: 1 min., formato: mp4) oppure spot radio (durata massima: 30 sec., formato: mp3) oppure una brochure o un poster pubblicitario. È possibile combinare i format, ad es. una brochure e uno spot video. Per illustrare al meglio l'idea commerciale è possibile allegare un massimo di due immagini (foto, disegno) al testo che si presenta e descrive l'idea.

Maggio 2018

Nomina dei vincitori e cerimonia di premiazione Una giuria composta da rappresentanti dell'imprenditoria e dell'istruzione sceglie i lavori più convincenti del concorso. I tre migliori partenariati scuola-impresa ricevono una targa da affiggere a scuola e in impresa per testimoniare la partecipazione e la vincita al concorso Piazza Affari Tedesco. Inoltre le tre classi vincitrici ricevono premi in denaro (1° premio: € 500 – 2° premio: € 300 – 3° premio: € 200). La premiazione si svolge nell'ambito di una cerimonia ad alta visibilità pubblica e mediatica. A fine concorso ogni docente ed ogni studente partecipante riceve un attestato.

1.5 Monitoraggio

I dati del monitoraggio sono stati raccolti con le seguenti tecniche: griglie d'osservazione, osservazioni dirette, questionari di autovalutazione, colloqui.

Il gruppo di progetto sarà supportato durante tutto il percorso dal GOETHE-INSTITUT ROM.

1.6 Strumenti di verifica , valutazione del progetto e valutazione degli studenti

Per valutare le varie fasi dei moduli si proporranno:

esercizi vero/falso;

esercizi di scelta multipla;

esercizi di completamento.

1.7 Enti per la Verifica

- GOETHE-INSTITUT ROM

1.8 Beni e servizi

Beni e servizi (*Indicare le risorse logistiche ed organizzative che si prevede di utilizzare per la realizzazione. Separare gli acquisti da effettuare per anno finanziario*).

Descrizione	Stima fabbisogno in €
il GOETHE-INSTITUT funge da consulente e resta a disposizione dei docenti partecipanti. Per lo svolgimento delle varie fasi ed i relativi compiti, il GOETHE-INSTITUT mette a disposizione tutti i materiali didattici nel proprio sito web. Tali materiali didattici possono essere richiesti anche in formato cartaceo	

Il Responsabile del progetto

MARIAGABRIELLA CAVA