

**PROGRAMMAZIONE EDIZIONE ID 867**

Dati Edizione Learning week

Id Edizione - Titolo
Id Edizione 867 - Learning Week 483 - La Responsabilità Sociale nell'Azienda di Oggi per il Nostro Domani
Periodo di svolgimento
Dal 07/06/2010 al 12/06/2010
Tipologia e Macroarea
Residenziale - Specializzazione Professionale
Istituzione Formativa
120173/2008-171667 - CENTRO PER L'INNOVAZIONE DEL LAVORO E DELLA FORMAZIONE
Istituto Scolastico referente dell'edizione
MITF09000E- GIORGI

**RIEPILOGO PROGRAMMAZIONE**

N	Giorno	Dalle ore	Alle ore	Ore totali	Modalità
1	07/06/2010	14.30	18.30	4	Compresenza di Docenti
2	08/06/2010	09.00	13.00	4	Compresenza di Docenti
2	08/06/2010	14.30	18.30	4	Compresenza di Docenti
3	09/06/2010	09.00	13.00	4	Docente Unico
3	09/06/2010	14.00	18.00	4	Compresenza di Docenti
4	10/06/2010	14.30	18.30	4	Compresenza di Docenti
4	10/06/2010	09.00	13.00	4	Compresenza di Docenti
5	11/06/2010	09.00	13.00	4	Compresenza di Docenti
5	11/06/2010	14.30	18.30	4	Compresenza di Docenti
6	12/06/2010	08.00	12.00	4	Compresenza di Docenti
				40	

**1° 07/06/2010 dalle 14.30 alle 18.30 in modalità Compresenza di Docenti**

Data	Dalle ore	Alle Ore	Modalità di erogazione lezione
07/06/2010	14.30	18.30	Compresenza di Docenti

Titolo  
Il tutor e gli esperti si presentano e presentano l'attività della settimana

Docente Roberto RAMASCO	Materia Esperto CSR Sodalitas
----------------------------	----------------------------------

Codocente Rita ROSSI	Materia MARKETING
-------------------------	----------------------

Codocente Maurizio PINCIROLI	Materia Comunicazione
---------------------------------	--------------------------

Tutor INES BIAZZI Laura MEDURI	Sostegno per studenti disabili EVELINA ANTONELLA FRIENNA
--------------------------------------	---

Modalità Didattica  
Pratica: Laboratorio esperienziale

Descrizione attività svolta

Finalità e obiettivi  
Condividere gli obiettivi del percorso. Creare un gruppo classe coeso. Redigere documenti di sintesi. Lavorare in team.

Descrizione attività  
Il tutor e gli esperti si presentano e presentano i principi guida e le finalità della learning week. Si presenterà poi il progetto di lavoro che mette a tema la Corporate Social Responsibility. Da ultimo si illustrerà il programma della settimana e l'obiettivo da raggiungere: produzione di materiale video e di presentazione/divulgazione della CSR

L'esperto della Fondazione Sodalitas terrà una prima lezione sulla CSR sull'esperienza di un progetto europeo chiamato CREaTION, finanziato dalla Commissione europea, già sperimentato in Italia, Inghilterra e Romania ([www.progresscreation.eu](http://www.progresscreation.eu)).

I contenuti di tale esperienza formativa, arricchita da giochi, video, casi reali e parti di film attinenti alla materia saranno:

- ? Cos'è un'impresa
- ? Chi sono gli stakeholders
- ? Come un'impresa può essere responsabile

Gli studenti opportunamente suddivisi per gruppi

- redigono una relazione-sintesi che potrà essere successivamente divulgata presso le altre classi della scuola e attraverso la rete IFS a cui le classi aderiscono.
- ricercano sul web casi noti o meno di aziende con bilancio sociale e che adottano comportamenti/strumenti della CSR
- redigono un documento di sintesi in word relativamente ai casi più significativi raccogliendo anche materiali che saranno utili per la successiva produzione di prodotti multimediali comunicativi

**Descrizione delle metodologie in relazione all'applicazione dei fondamenti metodologici**

Le metodologie utilizzate prevedono il ruolo attivo di tutti i partecipanti. Esse sono:

- lezione d'aula, con professionisti del settore, accompagnata da discussioni guidate a porsi domande e a trovare le risposte.
- Didattica multimediale - la ricerca con internet permetterà di raccogliere informazioni, analizzarle, selezionarle e sintetizzarle per renderle fruibili ad un pubblico più vasto. Si tratterà quindi di focalizzarsi sulla chiarezza ed efficacia del messaggio nonché sulla scelta del mezzo di comunicazione.
- Il lavoro di gruppo permetterà di suddividere il compito per rispettare i tempi assegnati mettendo in atto capacità di pianificazione, organizzazione del lavoro, gestione del tempo, raggiungimento degli obiettivi.
- Debriefing e discussione in gruppo per riflettere su quanto appreso e sulle scelte effettuate

**Individuazione snodi tematici**

La cultura della CSR costituisce il primo passo per creare le basi di una concorrenza leale che favorisca lo sviluppo di una economia innovativa e capace di garantire una efficiente tutela sociale. L'apporto dell'esperto della Fondazione darà questo contributo.

**2° 08/06/2010 dalle 09.00 alle 13.00 in modalità Compresenza di Docenti**

Data	Dalle ore	Alle Ore	Modalità di erogazione lezione
08/06/2010	09.00	13.00	Compresenza di Docenti

Titolo  
**Impatto ambientale e sociale positivo e negativo**

Docente	Materia
Roberto RAMASCO	Esperto CSR

Codocente	Materia
Maurizio PINCIROLI	Comunicazione

Codocente	Materia
Rita ROSSI	Marketing

Tutor	Sostegno per studenti disabili
INES BIAZZI Laura MEDURI	EVELINA ANTONELLA FRIENNA

**Modalità Didattica**

Pratica: Laboratorio esperienziale

**Descrizione attività svolta**

Finalità e obiettivi

Acquisire consapevolezza dell'impatto sociale e ambientale di buone pratiche di attività, prodotti e servizi. Acquisire consapevolezza del significato di consumo responsabile. Riuscire a selezionare le aziende e a votarle nella scelta dei prodotti

Descrizione attività

In un mercato sempre più ricco e sempre più competitivo sono disponibili vaste gamme di prodotti e servizi. Come sceglie il Cliente? Sceglie quando riconosce un valore, quando ha fiducia, una fiducia che si basa su elementi solidi e valutabili. Fiducia come tema centrale del successo a lungo termine delle aziende, fiducia che permette di costruire una relazione duratura col Cliente, fiducia che è diretta conseguenza dell'adozione di una serie di comportamenti adottati dall'azienda e comunicati al mercato. Ma quali comportamenti e verso chi?

L'esperto della Fondazione I-CSR entrerà nel dettaglio di come le aziende operano responsabilmente e come invece non lo fanno, aiutando i ragazzi a selezionare le aziende e "votarle" nella scelta dei loro prodotti

? I quattro ambiti di responsabilità:

- o comunità
- o ambiente
- o luogo di Lavoro
- o mercato

? Il consumatore responsabile

Intervento di esperto Fondazione I-CSR sul tema : "Impatto ambientale e sociale positivo e negativo" che conduca gli studenti a delineare attività, prodotti e servizi di impatto positivo sull'ambiente e sul sociale; classificazione in considerazione delle seguenti aree : comunità, ambiente, luogo di lavoro, mercato.

**Descrizione delle metodologie in relazione all'applicazione dei fondamenti metodologici**

Gruppi di lavoro per aree per predisporre un documento che evidenzi le buone pratiche di attività, prodotti e servizi di impatto positivo sull'ambiente e sul sociale (innovazione, creatività).

**Individuazione snodi tematici**

Il docente di comunicazione e di marketing saranno di valido aiuto per la gestione dei gruppi e del lavoro da svolgere.

**2° 08/06/2010 dalle 14.30 alle 18.30 in modalità Compresenza di Docenti**

Data	Dalle ore	Alle Ore	Modalità di erogazione lezione
08/06/2010	14.30	18.30	Compresenza di Docenti

**Titolo**  
Cobranding : valori e immagini legati al marchio

<b>Docente</b> Maurizio PINCIROLI	<b>Materia</b> Tecnica della Comunicazione
--------------------------------------	---

<b>Codocente</b> Rita ROSSI	<b>Materia</b> Marketing
--------------------------------	-----------------------------

<b>Codocente</b> Giovina Di Cecco	<b>Materia</b> Esperto Azienda De Cecco
--------------------------------------	--

<b>Tutor</b> INES BIAZZI Laura MEDURI	<b>Sostegno per studenti disabili</b> EVELINA ANTONELLA FRISENNA
---	---

**Modalità Didattica**

Pratica: Laboratorio esperienziale

**Descrizione attività svolta**

**Finalità e obiettivi**  
Testimoniare come un'azienda mette in pratica la Responsabilità Sociale d'Impresa. Acquisire consapevolezza dell'importanza della fiducia del Cliente per il successo aziendale

**Descrizione attività**  
Incontro a tema con un Responsabile CSR De Cecco per approfondire la metodologia di implementazione della Responsabilità Sociale d'Impresa in una grande azienda come Vodafone Italia :

- Conoscere l'azienda De Cecco
- Le politiche e attività di CSR della De Cecco
- La Comunicazione della CSR in De Cecco

Come generare brand trust?  
La fiducia del Cliente come tema centrale del successo aziendale di lungo periodo. Come costruirla e come comunicarla.  
Lavoro di sintesi degli studenti  
-Si prepara il questionario da sottoporre in Azienda durante la visita programmata per il giorno successivo.

**Descrizione delle metodologie in relazione all'applicazione dei fondamenti metodologici**

**Lezione partecipata**  
Le metodologie utilizzate prevedono il ruolo attivo di tutti i partecipanti. Esse sono:

- lezione d'aula, con professionisti del settore, accompagnata da discussioni guidate a porsi domande e a trovare le risposte.
- Testimonianze - l'esperienza sul campo è un momento esperienziale che coinvolge e motiva. Questa sarà anche l'occasione per conoscere nuove figure professionali aziendali.
- Learning by doing - Preparare il questionario da somministrare in Azienda permetterà di mettere a fuoco la ricerca di mercato e il questionario come strumento di marketing (creatività, innovazione)
- Didattica multimediale - l'obiettivo di costruire dei prodotti multimediali permetterà utilizzare strumenti e materiali a disposizione della rete internet, rielaborandoli in modo consapevole e finalizzato (creatività, innovazione)
- Il lavoro di gruppo permetterà di suddividere il compito per rispettare i tempi assegnati mettendo in atto capacità di pianificazione, organizzazione del lavoro, gestione del tempo, raggiungimento degli obiettivi.
- Debriefing e discussione in gruppo per riflettere su quanto appreso e sulle scelte effettuate

**Individuazione snodi tematici**

E' prevista la presenza di un esperto di marketing e un docente di Tecnica della Comunicazione che impostino e coordinino :

- il lavoro  
 - la stesura di un questionario da sottoporre in Azienda durante la visita programmata per il giorno successivo  
 L'esperto di marketing potrà introdurre il Customer Oriented. Cambiare gli stili di vita, promuovere stili di vita sostenibili e rispettosi dell'ambiente è sicuramente oggi un problema molto sentito. E' compito del marketing dal bisogno arrivare al prodotto/servizio e comunicarlo correttamente al mercato . L'esperto di marketing ci permetterà di studiare strategia e marketing mix della CSR.

**3° 09/06/2010 dalle 09.00 alle 13.00 in modalità Docente Unico**

Data	Dalle ore	Alle Ore	Modalità di erogazione lezione
09/06/2010	09.00	13.00	Docente Unico

Titolo  
 Negli stabilimenti De cecco

Docente	Materia
Giovina Di Cecco	Marketing

Codocente	Materia

Codocente	Materia

Tutor	Sostegno per studenti disabili
INES BIAZZI Laura MEDURI	EVELINA ANTONELLA FRISENNA

**Modalità Didattica**

Pratica: Learning by doing

**Descrizione attività svolta**

Finalità ed obiettivi  
 Sperimentare concretamente – Raccogliere informazioni - Analizzare e sintetizzare.  
 Descrizione attività  
 Visita agli Stabilimenti De Cecco; intervista ai dirigenti presenti; raccolta di materiale cartaceo e video.

**Descrizione delle metodologie in relazione all'applicazione dei fondamenti metodologici**

E' prevista la presenza di un esperto di marketing e di un tutor che si interfaccino con i Manager Aziendali che accompagneranno gli studenti nella visita

**Individuazione snodi tematici**

IL manager CSR e altri dipendenti dell'impresa tutor De Cecco testimonieranno che attuare la CSR è, non solo opportuno ma, possibile e inevitabile. Una sfida che la De Cecco ha già vinto. Un incontro a tema con il Responsabile CSR permetterà di approfondire come viene implementata in De Cecco la CSR. L'incontro sarà così organizzato:  
 \* Conoscere l'azienda De Cecco  
 \* Le politiche e attività della CSR di De Cecco  
 \* La Comunicazione della CSR in De Cecco  
 \* Il ruolo di internet nella comunicazione della CSR

**3° 09/06/2010 dalle 14.00 alle 18.00 in modalità Compresenza di Docenti**

Data	Dalle ore	Alle Ore	Modalità di erogazione lezione
09/06/2010	14.00	18.00	Compresenza di Docenti

Titolo  
 La comunicazione aziendale

Docente	Materia
Giovina Di Cecco	Pubbliche Relazioni

Codocente	Materia
Maurizio PINCIROLI	Comunicazione

Codocente	Materia

Tutor	Sostegno per studenti disabili
INES BIAZZI Laura MEDURI	EVELINA ANTONELLA FRISENNA

**Modalità Didattica**

Pratica: Learning by doing

**Descrizione attività svolta**

Finalità e obiettivi  
 Conoscere specifiche figure professionali aziendali. Lavorare in team. Affinare le capacità relazionali.  
 Descrizione attività  
 Incontro con il dirigente aziendale responsabile delle Pubbliche Relazioni mettendo a tema:  
 - la comunicazione aziendale

- la comunicazione istituzionale
- la comunicazione di marketing
- la comunicazione on-line (come l'azienda comunica on-line? In modo unidirezionale o bidirezionale?)

Riflessione guidata e rielaborazione dell'esperienza vissuta.

Descrizione delle metodologie in relazione all'applicazione dei fondamenti metodologici

- Simulazione in ambito aziendale – il diretto contatto con la realtà aziendale permetterà agli studenti di entrare nel mondo del lavoro e nella "cultura del lavoro" conoscendo ruoli e funzioni ma anche compiti, abilità e competenze
- Testimonianze – l'esperienza sul campo è un momento esperienziale che coinvolge e motiva. Questa sarà anche l'occasione per conoscere specifiche figure professionali aziendali (il responsabile PR, il responsabile produzione, chi si occupa di CSR, etc)
- Debriefing e discussione in gruppo per riflettere su quanto appreso e visto
- Learning by doing – la somministrazione del questionario permetterà di mettere in campo capacità relazionali, di ascolto e comprensione delle problematiche oggetto di studio

Individuazione snodi tematici

Perché il messaggio risulti efficace, il processo di codifica del comunicatore deve adattarsi al processo di decodifica del ricevente. La codifica non è sempre fatta dal comunicatore: esistono dei codificatori di professione: agenzie di pubblicità, agenti, venditori, etc. ai quali la fonte deve presentare con chiarezza gli effetti desiderati. In particolare, in una comunicazione di marketing, tali effetti devono essere coerenti con gli obiettivi che scaturiscono dai piani aziendali. Costruire e mantenere una immagine favorevole e coerente agli obiettivi aziendali è il compito del responsabile delle Pubbliche relazioni.

4° 10/06/2010 dalle 14.30 alle 18.30 in modalità Compresenza di Docenti

Data	Dalle ore	Alle Ore	Modalità di erogazione lezione
10/06/2010	14.30	18.30	Compresenza di Docenti

Titolo  
Comunicare la responsabilità sociale

Docente	Materia
Cristina GAUDENZI	Comunicazione

Codocente	Materia
Rita ROSSI	Marketing

Codocente	Materia

Tutor	Sostegno per studenti disabili
INES BIAZZI	EVELINA ANTONELLA FRIENNA

Modalità Didattica

Project Work

Descrizione attività svolta

Finalità e obiettivi  
Definire un progetto di proposta da presentare all'Azienda. Costruire prodotti multimediali. Lavorare in team. Affinare le capacità di pianificazione, organizzazione del lavoro e gestione del tempo

Descrizione attività  
L'individuazione dei materiali da produrre passa attraverso diverse fasi:

- Identificazione del pubblico di riferimento: TARGET AUDIENCE
- definizione degli obiettivi
- definizione del contenuto del messaggio
- selezione dei canali – dei mezzi e dei tempi della comunicazione
- definizione del budget
- misurazione dei risultati

Seguirà una discussione guidata e coordinata per arrivare alla suddivisione dei compiti per poter iniziare i lavori sui materiali

Descrizione delle metodologie in relazione all'applicazione dei fondamenti metodologici

- lezione d'aula, con professionisti del settore,
- discussione guidata
- learning by doing
- didattica multimediale – l'obiettivo di costruire dei prodotti multimediali permetterà di utilizzare strumenti e materiali disponibili nella rete internet, rielaborandoli in modo consapevole e finalizzato (creatività)
- project work finalizzato ad individuare una proposta di risposta alle esigenze manifestate dall'Azienda (creatività, innovazione)
- il lavoro di gruppo permetterà di suddividere il compito per rispettare i tempi assegnati mettendo in atto capacità di pianificazione, organizzazione del lavoro, gestione del tempo, raggiungimento degli obiettivi.

- debriefing e discussione in gruppo per riflettere su quanto appreso e sulle scelte effettuate

**Individuazione snodi tematici**

Per meglio comprendere l'approccio delle aziende nei confronti del mercato, si ritiene utile approfondire dal punto di vista storico e socio-culturale il marketing

- cos'è il marketing
- quali attività comprende
- il ruolo del marketing
- la comunicazione di marketing

**4° 10/06/2010 dalle 09.00 alle 13.00 in modalità Compresenza di Docenti**

Data	Dalle ore	Alle Ore	Modalità di erogazione lezione
10/06/2010	09.00	13.00	Compresenza di Docenti

Titolo  
I 5 principi di un buon investimento nella comunità

Docente	Materia
Giovina Di Cecco	Esperto Azienda De Cecco

Codocente	Materia
Cristina GAUDENZI	Comunicazione

Codocente	Materia

Tutor	Sostegno per studenti disabili
INES BIAZZI	EVELINA ANTONELLA FRIENNA

**Modalità Didattica**

Pratica: Rielaborazione, Analisi e Presentazione Prodotti/Risultati

**Descrizione attività svolta**

Obiettivi e Finalità  
Comunicare quanto imparato sulla CSR.  
Lavorare in team  
Descrizione attività  
E' prevista la selezione e rielaborazione di tutto il materiale raccolto e di quanto appreso. Il lavoro è guidato da un esperto di CSR e/o da un esperto De Cecco  
Raccolta dati dai questionari somministrati, sintesi e rappresentazione dei risultati

**Descrizione delle metodologie in relazione all'applicazione dei fondamenti metodologici**

- lavoro di gruppo per suddividere i compiti e rispettare i tempi assegnati mettendo in atto capacità di pianificazione, organizzazione del lavoro, gestione del tempo, raggiungimento degli obiettivi
- learning by doing (creatività, innovazione)
- Presentazione dei materiali coordinata fra gli studenti

**Individuazione snodi tematici**

L'esperto CSR De Cecco e l'esperto di Comunicazione indirizzeranno e coordineranno il lavoro degli studenti garantendone la correttezza. Considerando che nella scuola questi argomenti sono pressoché sconosciuti, la presenza dei due esperti risulta determinante.

**5° 11/06/2010 dalle 09.00 alle 13.00 in modalità Compresenza di Docenti**

Data	Dalle ore	Alle Ore	Modalità di erogazione lezione
11/06/2010	09.00	13.00	Compresenza di Docenti

Titolo  
Realizzare il progetto costruito

Docente	Materia
Fabrizio FANTINI	Esperto produzione video

Codocente	Materia
Cristina GAUDENZI	Comunicazione

Codocente	Materia

Tutor	Sostegno per studenti disabili
INES BIAZZI	EVELINA ANTONELLA FRIENNA

**Modalità Didattica**

Project Work

**Descrizione attività svolta**

Finalità ed obiettivi

Sviluppare un sapere integrato in una prospettiva interdisciplinare. Mettere in opera il progetto costruito. Valorizzare le potenzialità dei ragazzi e la propria autostima

Descrizione attività

Lavoro di gruppo coordinato da un esperto Fondazione CSR e un esperto di produzione video con l'ausilio di un tutor. Elaborazione dei materiali

Descrizione delle metodologie in relazione all'applicazione dei fondamenti metodologici

- lavoro di gruppo per suddividere i compiti e rispettare i tempi assegnati mettendo in atto capacità di pianificazione, organizzazione del lavoro, gestione del tempo, raggiungimento degli obiettivi
- learning by doing (creatività, innovazione)
- project work con individuazione di una proposta di collaborazione all'Azienda (creatività)
- Presentazione dei materiali coordinata fra gli studenti

Individuazione snodi tematici

Produrre un video richiede abilità e competenze specifiche. L'esperto darà agli studenti il supporto necessario soprattutto nella fase di montaggio. L'esperto di comunicazione sarà garante del contenuto dei materiali prodotti dagli studenti

**5° 11/06/2010 dalle 14.30 alle 18.30 in modalità Compresenza di Docenti**

Data	Dalle ore	Alle Ore	Modalità di erogazione lezione
11/06/2010	14.30	18.30	Compresenza di Docenti

Titolo  
Produzione del lavoro svolto

Docente	Materia
Fabrizio FANTINI	Esperta produzione video

Codocente	Materia
Cristina GAUDENZI	Comunicazione

Codocente	Materia

Tutor	Sostegno per studenti disabili
INES BIAZZI	EVELINA ANTONELLA FRISENNA

Modalità Didattica

Project Work

Descrizione attività svolta

Finalità e obiettivi

Lavorare in team. Affinare le capacità di sintesi e rielaborazione. Affianre le capacità di pianificazione, organizzazione del lavoro e gestioen del tempo. Produrrre materiali che raccontino l'esperienza vissuta

Descrizione attività

Il pomeriggio è dedicato alla fase conclusiva dell'elaborazione dei materiali.

Descrizione delle metodologie in relazione all'applicazione dei fondamenti metodologici

- lavoro di gruppo per suddividere i compiti e rispettare i tempi assegnati mettendo in atto capacità di pianificazione, organizzazione del lavoro, gestione del tempo, raggiungimento degli obiettivi
- learning by doing (creatività, innovazione)
- project work con individuazione di una proposta di collaborazione all'Azienda (creatività)
- Presentazione dei materiali coordinata fra gli studenti

Individuazione snodi tematici

I due docenti guideranno gli allievi nella fase finale dele attività della settimana.

**6° 12/06/2010 dalle 08.00 alle 12.00 in modalità Compresenza di Docenti**

Data	Dalle ore	Alle Ore	Modalità di erogazione lezione
12/06/2010	08.00	12.00	Compresenza di Docenti

Titolo  
Presentazione dei risultati

Docente	Materia
Rita ROSSI	Marketing

Codocente	Materia
Cristina GAUDENZI	Comunicazione

Codocente	Materia
Fabrizio FANTINI	Esperto montaggio video

Tutor	Sostegno per studenti disabili
INES BIAZZI	EVELINA ANTONELLA FRISENNA

Modalità Didattica

Pratica: Rielaborazione, Analisi e Presentazione Prodotti/Risultati

Descrizione attività svolta

Finalità e obiettivi

Mettere in pratica le strategie di comunicazione apprese. Affinare la capacità di ascolto e di interazione con gli altri. Favorire lo scambio di opinioni sull'esperienza vissuta

Descrizione attività

La mattina è dedicata alla presentazione dei materiali da parte degli studenti, valorizzata dallo scambio di opinioni e sensazioni sull'esperienza vissuta

Descrizione delle metodologie in relazione all'applicazione dei fondamenti metodologici

Focus group: riflessioni, scambio di opinioni e sensazioni sulla esperienza vissuta (creatività, innovazione)

Individuazione snodi tematici

I due docenti e la tutor aiutano gli allievi a prendere coscienza del percorso di crescita personale che ciascuno di loro ha fatto e ad esternare le sensazioni provate durante l'esperienza.

