PROGETTO DI ALTERNANZA SCUOLA LAVORO

1. TITOLO DEL PROGETTO

Start up - Innovazione e strategie di marketing territoriale.

2. DATI DELL'ISTITUTO CHE PRESENTA IL PROGETTO

Istituto:	**1° Istituto Superiore " Archimede" Rosolini**
Codice Meccanografico:	SRRC017012
Indirizzo:	**Via Sipione 147**
Tel./ Fax	0931 - 502286 - Fax 0931 - 850007
e- mail	sris017003@istruzione.it - PEC sris017003@pec.istruzione.it
Dirigente Scolastico	Prof. Giuseppe Martino

3. ALTRI PARTNER ESTERNI

Denominazione	I n d i r izzo
I.CO.TE.A Via 20 Settembre , 16 97014 Ispica	**Via 20 Settembre , 16 97014 Ispica**
EAST Sicily	**Via F. Crispi 9**

4. ABSTRACT DEL PROGETTO (CONTESTO DI PARTENZA, OBIETTIVI E FINALITA' IN COERENZA CON I BISOGNI FORMATIVI DEL TERRITORIO, DESTINATARI, ATTIVITA', RISULTATI E IMPATTO)

L'adesione al progetto Alternanza Scuola - Lavoro nasce dalla necessità di offrire agli studenti dell'Istituto, fin dal 3^anno di corso, l'opportunità di rapportarsi concretamente con il Mondo del lavoro. L'inserimento in azienda dell'allievo assume una funzione dimostrativa e di certificazione delle conoscenze acquisite in ambito scolastico. Dall'esperienza lavorativa il discente potrà: - acquisire la capacità di individuare domini consensuali all'interno del lavoro di gruppo; - assumere atteggiamenti comunicativi ed organizzativi interpersonali; - organizzarsi per assolvere un compito lavorativo; - conoscere i ruoli e le modalità organizzative aziendali; - utilizzare gli strumenti e le funzioni di base dei software di contabilità.

Il progetto di alternanza scuola lavoro , intende perseguire i seguenti obiettivi:

- attuare modalità di apprendimento flessibili che colleghino la formazione in aula con l'esperienza pratica coerentemente con i nuovi ordinamento del secondo ciclo delsistema di istruzione e formazione;
- 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 gli interessi, gli stili di apprendimento individuali, le vocazioni personali;
- favorire la partecipazione attiva di tutti i soggetti coinvolti (scuole, imprese, enti pubblici e/o privati) nei processi formativi degli studenti;
- potenziare le capacità di utilizzare le tecnologie informatiche sia nella di produzione di testi, sia nella gestione del sistema informativo aziendale;
- accrescere la motivazione allo studio.

Obiettivi del Progetto

I rapidi processi di ridefinizione produttiva del territorio e il progressivo affermarsi di sistemi complessi di programmazione territoriale richiedono sempre più l'applicazione di principi di marketing per la valorizzazione del territorio.
L'attività di marketing deve assicurare le condizioni ambientali affinché tutti gli attori operanti sul territorio (Amministrazioni Pubbliche, Associazioni , Imprese) collaborino per accrescerne la competitività.
È in questo contesto viene inserito il progetto "Start up Innovazione e strategie di marketing territoriale ", dove Il marketing territoriale ha quindi il compito di anticipare, accompagnare e promuovere i processi di sviluppo e trasformazione dei sistemi economici locali. Il percorso integra gli aspetti teorici della materia con l'illustrazione e la presentazione di esperienze condotte recentemente nei diversi territori nazionali. Negli i ultimi anni si è fatta sempre più strada la concezione del territorio come di un sistema complesso di forze che, come dimostrano le significative esperienze di alcune importanti capitali europee, se coordinate in una unitarietà strategica, sono in grado di trasformare la realtà e la percezione che questa suscita.
L'amministrazione pubblica locale, qualunque sia il suo orientamento politico e gestionale, ha un grandissimo interesse all'incremento del valore del proprio territorio, inteso, come si vedrà, nei suoi molteplici aspetti. Quest'ultimo è considerato come sistema competitivo dinamico, in un "mercato" che lo vede concorrente con gli altri territori. Motivazioni sociali, economiche, politiche, innanzi tutto portano l'amministrazione ad interagire con alcuni interlocutori rilevanti e a cercare, più o meno coerentemente, di sviluppare delle linee strategiche filosofiche e operative. Da ciò si può comprendere come la denominazione di "marketing territoriale" usata negli ultimi anni dagli studiosi di comunicazione pubblica sia quanto mai appropriata. Può apparire strano che il termine "marketing", che l'abitudine ci porta ad attribuire a prodotti e servizi commerciali, possa essere usato per definire l'operato di apparati pubblici su qualcosa che suona così astratto e intangibile. Il percorso fornisce agli studenti le competenze per attuare strategie di marketing territoriale applicabili sia alle realtà aziendali che alla pubblica amministrazione locale. Queste realtà, come quelle imprenditoriali, necessitano delle tecniche del marketing per differenziarsi e competere. Il progetto si articola in fasi consecutive per raggiungere in modo graduale obiettivi di crescente complessità e aderenza con il mondo del lavoro.
Il progetto prevede una fase di ricerca e conoscenza del territorio; lo studio e progettazione dei percorsi ed itinerari turistici e loro Promozione. Trekking urbano lungo le vie di Rosolini per rivivere luoghi che hanno visto la magia dell'arte , della storia, e alla scoperta dei luoghi e dei gusti . Realizzazione di una brochure per l' evento.
Gli studenti sviluppano le seguenti competenze:
- senso critico e metacognizione
- capacità di risolvere problemi
- capacità di lavorare in team

- capacità di indagare il mercato ed il mondo del lavoro
- responsabilità
- imprenditorialità
- integrazione scuola - lavoro

5. STRUTTURA ORGANIZZATIVA, ORGANI E RISORSE UMANE COINVOLTI, IN PARTICOLARE DESCRIVERE IN DETTAGLIO

a) STUDENTI

Il progetto è destinato alla Classe 3 C Servizi Commerciali - n. studenti 11

b) COMPITI, INIZIATIVE/ATTIVITÀ CHE SVOLGERANNO I CONSIGLI DI CLASSE INTERESSATI

I consigli di classe, intendono coinvolgere genitori, alunni e docenti iniziando a diffondere il significato di alternanza scuola lavoro, quale evoluzione dello stage, ed in particolare informando sul concetto di:
- co-progettazione tra la scuola e l'azienda ospitante, riconoscendo quindi pari dignità al processo di insegnamento/apprendimento sviluppato in ambito scolastico ed extra scolastico.
- curricolo con valore aggiunto che può nascere solo dalla riflessione e dal confronto col mondo produttivo o coi servizi di settore, che permetta allo studente di acquisire competenze immediatamente spendibili.
- portare nell'ambito delle discipline di studio lo stato delle tecnologie e delle esperienze aziendali.
- indirizzare la preparazione scolastica verso temi specifici indicati dalle aziende stesse o particolarmente importanti per le realtà del territorio.

I docenti dei consigli di classe si impegnano a:
- I docenti delle discipline di indirizzo, in base al tipo di esperienza concordata con il tutor aziendale, rimoduleranno la programmazione curriculare inserendo un modulo didattico mirato alla ottimizzazione delle fasi di alternanza scuola-lavoro.
- I docenti degli insegnamenti comuni attueranno opportune strategie di recupero in itinere dei contenuti non trattati dagli alunni perchè impegnati in attività di stage oppure ricorrendo al parziale utilizzo della pausa didattica durante il periodo di alternanza.
- I consigli di classe, nella loro autonomia didattica, propongono ogni altra forma organizzativa prevista che, nella fattispecie del corrente anno scolastico, si è identificata con la rimodulazione del calendario (anticipo) e con il riconoscimento delle ore svolte in alternanza in sede di valutazione delle discipline d'indirizzo.

c) COMPITI, INIZIATIVE, ATTIVITÀ CHE I TUTOR INTERNI E ESTERNI SVOLGERANNO IN RELAZIONE AL PROGETTO

Il progetto prevede:

TUTOR INTERNI

Tutor scolastico - Funzione e Compiti

Prepara l'allievo/a per il progetto nella sua fase aziendale;

Predispone le modalità di realizzazione dell'attività formativa in azienda; Si raccorda con il tutor aziendale, in particolare collabora per garantire la coerenza tra la progettazione e le competenze da apprendere nel percorso di acquisizione di conoscenze tecniche legate a ruoli aziendali di riferimento; Individua aziende per stage, contatti con tutor aziendali, predisposizione della documentazione insieme al tutor aziendale (progetto di tirocinio, patto formativo, convenzioni). Valutazione delle competenze acquisite dallo studente insieme all'istituto ai fini della certificazione congiunta. Rappresenta il punto di riferimento dell'alunno/a durante l'intero percorso, in particolare interviene per far fronte a momenti di criticità personale degli allievi; Riferisce al Consiglio di Classe dell'andamento delle attività, sia del percorso di aula che di esperienza in azienda, sia in itinere che al termine; Personalizza l'attestato di partecipazione ed aggiorna il libretto dello studente
TUTOR ESTERNI
Tutor aziendale – Funzioni e Compiti Crea le condizioni per l'acquisizione delle competenze proposte nella progettazione; Supporta il processo formativo dell'alunno/a; Predispone le modalità di realizzazione di attività formativa nel percorso di acquisizione di conoscenze tecniche legate a ruoli aziendali di riferimento; Si raccorda con il tutor scolastico .

RUOLO DELLE STRUTTURE OSPITANTI NELLA FASE DI PROGETTAZIONE E DI REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ PREVISTE DALLE CONVENZIONI

Il ruolo del Tutor aziendale è: - Co-progettare, assieme al tutor scolastico, l'intero piano formativo e didattico in alternanza, definendone le finalità, le modalità e gli obiettivi e le concrete possibilità esperenziali (sono necessari incontri con il tutor scolastico che rappresenta la scuola). - Inserire ed affiancare lo studente per creare il contesto idoneo interno all'azienda, curandone la socializzazione e l'inserimento nel lavoro di gruppo. - Facilitatore del processo di apprendimento degli allievi in azienda. - Riferimento costante sull'organizzazione e sui contenuti delle attività in azienda - Curare la compilazione del registro dell'alternanza,(il tutor aziendale deve annotare giorno e ore di presenza dell'alunno al fine di certificare alla scuola il monte ore complessivo). - Valutare, di concerto con il tutor scolastico, il percorso didattico svolto in azienda e i risultati ottenuti, in particolare è previsto che il tutor aziendale valuti l'alunno su comportamento, svolgimento dei compiti assegnati, interazione con altri, attitudine al lavoro, preparazione professionale di base e infine dia eventuali suggerimenti).

6. RISULTATI ATTESI DALL'ESPERIENZA DI ALTERNANZA IN COERENZA CON I BISOGNI DEL CONTESTO

Obiettivi attesi, trasversali: - Competenze comunicative, relazionali e di problem-solving. - Saper lavorare in gruppo pur rimanendo autonomi per i propri compiti. - Saper utilizzare il linguaggio tecnico.

- Saper stabilire collegamenti e collaborazioni tra i diversi reparti di lavorazione.
- Comprendere l'importanza dell'aggiornamento continuo anche al fine di capire le tendenze del mercato.
- Rendere più percepibile il mondo del lavoro ai giovani anche per facilitarne le scelte di orientamento.
- Favorire l'orientamento per le attività future.
- Saper utilizzare software applicativi.
- Conoscere e applicare le procedure di qualità e sicurezza.

Saperi e competenze coerenti con il quadro europeo delle qualificazioni (EQF):
Nell'EQF, il singolo risultato dell'apprendimento viene definito da ciò che un individuo conosce, comprende e sa fare al termine di un processo di apprendimento. L'EQF si concentra pertanto sui risultati dell'apprendimento che vengono delineati secondo conoscenze, abilita e competenze. Il presente progetto ha obiettivi, in termini di saperi e competenze, coerenti e previsti dal livello quarto e quinto degli otto previsti dal quadro europeo delle qualificazioni (EQF), ovvero:

Conoscenze:
- Assumere la responsabilità di portare a termine compiti nell'ambito del lavoro o dello studio;

Abilità:
- Adeguare il proprio comportamento alle circostanze nella soluzione dei problemi.

Competenze :
- Sapersi gestire autonomamente, nel quadro di istruzioni, in un contesto di lavoro di solito prevedibili, ma soggetti a cambiamenti;
- Sorvegliare il lavoro di routine di altri, assumendo una certa responsabilità per la valutazione e il miglioramento di attività lavorative o di studio

7. AZIONI, FASI E ARTICOLAZIONI DELL'INTERVENTO PROGETTUALE

Fasi e articolazione del progetto

Una prima fase del progetto prevede L'orientamento interno mediante lo svolgimento di 12 ore d'aula su tematiche inerenti le competenze tecnico professionali relative alle diverse applicazioni del marketing , comprendenti ore di formazione teoriche, ore di simulazione di casi e ore di preparazione studenti; 5 ore di Diritto e Impresa ; 10 ore di formazione teorica svolta dal tutor aziendale; 8 ore di un Corso su tematiche di Sicurezza nei luoghi di lavoro;
Una seconda fase del progetto prevede lo svolgimento di 105 ore di esperienza formativa in azienda E 10 ore di visita aziendale per stage di osservazione.

Durata totale in ore: 150 di cui 35 ore di aula e 115 in azienda.

8. DEFINIZIONE DEI TEMPI E DEI LUOGHI

Il progetto di alternanza scuola lavoro prevede momenti formativi e di interazione fra i soggetti coinvolti, scuola, azienda e studenti:
Periodo Novembre e dicembre 2015: Il responsabile del progetto e i tutor scolastici effettuano una ricerca attiva per individuare le aziende del territorio disposte a stipulare specifici accordi.
Periodo Febbraio 2016 Orientamento interno svolto dal Tutor Aziendale , tutor Interno e dal docente di diritto per un totale di 27 ore ; Corso sulla sicurezza nei luoghi di lavoro, modulo comune a tutti gli alunni della durata di 8 ore di attività d'aula) Totale ore complessive 35 .
La fase di stage: - Da Marzo a Maggio 2016: Formazione diretta in azienda tramite un periodo di attività da svolgere nelle ore antimeridiane e pomeridiane per un totale di 105 ore complessive da svolgersi secondo il piano concordato con il tutor aziendale.
La fase della valutazione e della rilettura critica:

- Giugno 2016: valutazione esterna e autovalutazione dell'alunno . - Certificazione delle competenze acquisite. - Rilettura critica del percorso. - Termine progetto entro 30 Giugno 2016.

9. INIZIATIVE DI ORIENTAMENTO

Attività previste per il percorso in azienda	Modalità di svolgimento
Il percorso in azienda è modalità formativa di rafforzamento ed acquisizione di competenze attraverso un'esperienza pratica nel contesto lavorativo ospitante. In particolare, il periodo di apprendimento in situazione è finalizzato a favorire e supportare i partecipanti nel: - esperire le concrete problematiche operative, organizzative, relazionali presenti nel contesto lavorativo in relazione al profilo professionale di riferimento del percorso formativo - acquisire crescente sicurezza ed autonomia operativa - consolidare ed ampliare le competenze acquisite attivando processi di apprendimento dal contesto attraverso l'approccio learning by doing e by using, che i partecipanti saranno sollecitati riflessivamente a rielaborare (metaapprendimento). Attività di affiancamento del personale nel Settore turistico e culturale, raccolta e gestione dati,organizzazione e promozione di eventi culturali. Le attività previste saranno pertanto le seguenti: - definizione personalizzata del programma di apprendimento in situazione - individuazione delle risorse a disposizione di ciascuno studente (processo/attività di inserimento, oggetto dell'attività, strumenti a disposizione, sistema di relazioni di inserimento) - individuazione degli obiettivi in termini di conoscenze - individuazione degli obiettivi in termini di capacità tecnico operative (gestionali, cognitive, relazionali) - monitoraggio in itinere in relazione al progressivo raggiungimento degli obiettivi prefissati ed elaborazione dell'esperienza in atto, anche in ragione di eventuali scostamenti rilevati - monitoraggio in esito in relazione all'effettivo raggiungimento degli obiettivi prefissati ed elaborazione alla conclusione (feedback)	Il progetto si articola in quattro fasi: - Ricerca - Progettazione - Promozione - Realizzazione – erogazione del servizio Nella prima fase, gli alunni saranno chiamati a svolgere un'accurata fase di studio e di ricerca. Si documenteranno attraverso fonti proposte dall'azienda, a cui affiancheranno altre reperite autonomamente. Saranno chiamati a riconoscere gli aspetti geografici, territoriali dell'ambiente naturale e il patrimonio artistico della città. Saranno invitati a esplorare il territorio rosolinese per conoscere, intercettare e, infine, scegliere i possibili siti da promuovere dal punto di vista turistico. Intervisteranno personalità e gli esponenti più illustri della città per trarre da loro conoscenza sulle eredità materiali (beni, manufatti, ecc) e immateriali (saperi e tradizioni). Nella seconda fase, individueranno le caratteristiche fondamentali e il ruolo dell'operatore dei servizi turistici, della promozione e dell'accoglienza turistica. Saranno chiamati a studiare e progettare percorsi e itinerari turistici. Si proporrà un incontro con la Commissione Cultura del Comune di Rosolini, con il Sindaco e con l'Assessore al Turismo, al fine di comprendere l'importanza di un lavoro svolto in sinergia con le amministrazioni locali e i settori di competenza, specie nella gestione di un territorio ancora piuttosto vergine da un punto di vista turistico. Si presenterà alla Commissione il percorso progettato in team per la valorizzazione del territorio, si analizzeranno eventuali criticità e si provvederà ad arricchirlo con nuovi eventuali spunti. Nella terza fase, in azienda, si terranno riunioni per scegliere la strategia più incisiva per impostare un'attività promozionale vincente. Si porrà attenzione al web marketing; gli alunni sperimenteranno tecniche di "Social media strategy". Si procederà, inoltre, alla progettazione di una brochure che riassuma le fasi dell'itinerario

	proposto, e alla programmazione di un evento di richiamo in occasione del lancio del nuovo itinerario, che si orienterà verosimilmente nell'ambito del trekking urbano, e verrà promosso attraverso i canali più idonei, orientandosi specialmente al mercato estero (area target Francia, Germania, Inghilterra, Nord Italia). In azienda, gli alunni potranno rispondere a mail, anche in lingua straniera, da parte di clienti ed essere a disposizione di eventuali turisti per fornire informazioni relative al territorio, all'organizzazione e alla prenotazione di attività da svolgere durante il loro soggiorno in Sicilia; utilizzeranno il linguaggio settoriale turistico per interagire nell'ambito e nel contesto professionale al livello B 2 del quadro comune europeo di riferimento per le lingue (QCER). E' previsto, anche, che comincino a utilizzare i programmi informatici specifici del settore: accederanno alla piattaforma Wordpress di www.eastsicily.com, per scoprire come nascono e vengono pubblicati i contenuti. Apprenderanno come scegliere e modificare il formato di foto da pubblicare, e saranno all'occorrenza chiamati a realizzare scatti per la creazione del dépliant da distribuire il giorno dell'evento finale di presentazione del percorso urbano. Nella quarta fase, gli alunni saranno chiamati a realizzare attività tipiche del settore turistico e funzionali all'organizzazione dei servizi per la valorizzazione del territorio e la promozione di eventi. Al momento dell'erogazione del servizio finale, gli alunni si divideranno I ruoli e lavoreranno in gruppi e saranno coinvolti direttamente.

10. PERSONALIZZAZIONE DEI PERCORSI

Attività previste per il percorso a scuola	Modalità di svolgimento
Attività formativa in aula frontale e in laboratori o di informatica. Le 12 ore di aula previste a scuola saranno occasione per approfondire le tematiche curricolari inerenti il marketing maggiormente funzionali a un corretto svolgimento dell'esperienza di alternanza in azienda. Oltre a una preparazione relativa agli aspetticomportamentali e pratici (rispetto degli orari,comportamento da tenere in azienda, corretta conservazione e compilazione dei documenti, ecc), la classe sarà guidata nella	Le lezioni saranno alternate una parte in aula frontale ad una parte svolta in laboratorio di informatica, attrezzato con gli adeguati software installati su ogni computer per permettere agli studenti di eseguire le esercitazioni proposte e illustrate dal docente mostrate attraverso l'uso della Lim. Nella parte frontale, i docenti utilizzeranno lavagne e lasceranno agli studente le dispense relative alla parte teorica .

analisi del contesto locale mediante un attività di ricerca e risoluzione di un caso aziendale, relativo alla penetrazione di un nuovo mercato in modo che : - gli studenti possano avere punti di riferimento immediatamente spendibili nella propria esperienza in azienda; - l'esperienza di alternanza sia occasione di applicazione di un sapere già acquisito: solo in tal modo il tirocinio potrà avere una funzione non solo meramente orientativa e ancillare rispetto al percorso scolastico, ma potrà diventare occasione di sperimentare concretamente un contesto dalla forte "potenza cognitiva" quale quello aziendale	

11. ATTIVITÀ LABORATORIALI

Lavoro di gruppo per lo sviluppo di un concept – Business Concept- Come nasce l'idea Imprenditoriale, Come trasformarla in un progetto e come comunicarla.
Realizzazione in power- point per la presentazione del concept con lavoro di gruppo.

12. UTILIZZO DELLE NUOVE TECNOLOGIE, STRUMENTAZIONI INFORMATICHE, NETWORKING

La rete di riferimento è costituita dai Consigli di classe, dai tutor interni, dai tutor aziendali, dagli insegnanti di lingua straniera, , che cureranno la predisposizione del piano formativo iniziale, di accompagnamento e tutoraggio nonché delle certificazioni delle competenze di fine percorso. Le metodologie:
-Role play per l'utilizzo della micro lingua di settore: Accoglienza,
- simulazione di casi tipici;
- lavoro di gruppo con la suddivisione dei compiti tra gli studenti al fine di migliorare l'azione didattica;
- percorso metacognitivo per l'acquisizione di atteggiamenti idonei al "cooperative learning".
- momento di confronto tra i ragazzi per la condivisione delle informazioni, procedure e metodi usati da ognuno, da attuarsi dopo l'esperienza di Alternanza Scuola-lavoro.

13. MONITORAGGIO DEL PERCORSO FORMATIVO E DEL PROGETTO

L'attività di monitoraggio rappresenta uno strumento fondamentale per sostenere il processo di miglioramento continuo del sistema di alternanza scuola lavoro, permettendo l' analisi delle attività e delle ripercussioni della stessa sullo studente ed in generale sulle realtà scolastica.
La fase di monitoraggio permette di individuare gli interventi correttivi al fine di trarne utili indicazioni, sia per apportare correzioni in itinere all'attività, sia per le successive fasi di programmazione.
Sarà compito del tutor scolastico congiuntamente al tutor aziendale di svolgere le attività di monitoraggio in itinere.
In base alle relazioni del tutor e ad eventuali segnalazioni di docenti e allievi circa la frequenza, il gradimento dello stage, la qualità dell'attività di docenza, la gestione finanziaria, il tutor scolastico

e il tutor azienda le apporterà le necessarie azioni correttive e/o preventive per migliorare il percorso formativo.
L'attività di monitoraggio sarà svolta in relazione a diversi fattori: l'efficacia delle azioni e della strategia, i punti di forza e debolezza, i possibili interventi migliorativi, le opportunità, e gli aspetti di replicabilità e trasferibilità delle competenze.
La pratica valutativa relativa al progetto avrà il suo focus nelle singole fasi di attuazione dello stesso, per le quali saranno tenuti sotto controllo , in particolare:
- gli studenti
- le risorse impegnate
- i metodi utilizzati
- le attività realizzate
- i risultati ottenuti
Attraverso la fase di monitoraggio, si intende:
- dare trasparenza all'intero processo
- attivare un dispositivo di controllo dell'intero processo che permetta interventi tempestivi e funzionali alle esigenze di progetto
- valutare i risultati di progetto e le relative ricadute occupazionali.
Gli oggetti della valutazione:
-L'apprendimento, in termini di competenze acquisite
-La parte formativa, in termini di gradimento
-Gli esperti, in termini di competenza, chiarezza di esposizione, tecniche e metodologie utilizzate, qualità/quantità materiale fornito.
-Lo stage, in termini di efficienza dell'attività volta in azienda e inerenza la progetto .
Gli indicatori di efficacia:
Indicatori di prodotto e di processo
Le competenze acquisite in aula e in azienda
I risultati ottenuti
Gli strumenti di valutazione:
Verifiche finali
Test, questionari, esercitazioni, role playing
Durante tutto il percorso, grazie al monitoraggio ed alle verifiche finali, si ha la possibilità di verificare se l'attività formativa progettata, in relazione ai bisogni in entrata concordati sia con il tutor scolastico che con il tutor aziendale, risponde agli obbiettivi previsti.

14. VALUTAZIONE DEL PERCORSO FORMATIVO E DEL PROGETTO

Criteri, indicatori per la valutazione degli apprendimenti:
Criteri, indicatori per la valutazione degli apprendimenti:
COMPORTAMENTO: Puntualità, decoro, rispetto delle regole stabilite dall'azienda;
SVOLGIMENTO DEI COMPITI ASSEGNATI: Capacità di portare a termine compiti assegnati, di rispettare i tempi nell'esecuzione di tali compiti, saper organizzare autonomamente il proprio lavoro, di porsi attivamente verso nuove situazioni;
INTERAZIONE CON ALTRI: Capacità di comunicare efficacemente con altri, di comprendere e rispettare le regole e i ruoli nell'ambito lavorativo, di lavorare interagendo con gli altri.

Strumenti e modalità per la valutazione degli apprendimenti:
A percorso concluso il Consiglio di classe unitamente al tutor, valuteranno i punti di forza e di debolezza del progetto allo scopo di migliorarlo in futuro.

Agli studenti saranno certificate le competenze acquisite.

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

Griglie di valutazione in itinere e finali, osservazioni ed auto-osservazioni dello studente, simulazioni. Scheda di valutazione del tutor aziendale, scheda di autovalutazione dello studente, verifica del prodotto e dell'operato.

16. COMPETENZE DA ACQUISIRE, NEL PERCORSO PROGETTUALE CON SPECIFICO RIFERIMENTO ALL'EQF

Livello	Competenze	Abilità	Conoscenze
	Individuare e comunicare valori e caratteristiche del territorio Attrarre risorse adeguate allo sviluppo del territorio Elaborare e gestire progetti di sviluppo turistico locale Promuovere l'immagine e le attività turistiche Utilizzare metodologie di marketing Pianificare e gestire attività turistiche Scegliere le reti di comunicazione Utilizzare gli strumenti del marketing per valorizzare prodotti/servizi/culturali	Saper definire strategicamente su quali strumenti strutturare una strategia Gestire in modo rigoroso e complessivo le leve strategiche e operative del marketing territoriale Progettare percorsi integrati di valorizzazione del territorio a partire dalle sue specificità Definire il ruolo attivo e di governance dei diversi soggetti coinvolti nel promuovere il territorio e delineare alcuni scenari operativi Valutare lo stato dell'arte delle banche dati e del materiale statistico utile per la valorizzazione del territorio Promuovere i prodotti/servizi culturali	Comprendere le possibilità di marketing relazionale, esperienziale ed emozionale. Comprendere le caratteristiche specifiche dello strumento principe di Social Network, condizioni e termini di utilizzo, limiti commerciali e pubblicazione contenuto Il marketing territoriale: riflessioni e provocazioni. Il concetto di marketing management relativo al territorio. Il concetto di mercato territoriale e di confini territoriali. Le tipologie di marketing territoriale. Domanda, Offerta e Mercato Il costituirsi di una offerta di territorio e il suo ruolo. Il costituirsi di una domanda di territorio e il suo ruolo. I prezzi ed i costi Uno sviluppo trainato dall'offerta

			Il concetto di offerta integrata e la combinazione di diverse tipologie di offerta. Le leve del marketing mix territoriale Il ciclo di vita del prodotto-territorio e le azioni di marketing specifiche in ogni fase. L'interazione tra pubblico – privato: il partenariato come approccio al marketing del territorio. I processi relazionali che si sviluppano nell'ambito del marketing territoriale Attività di governance Pianificazione e controllo del Processo di marketing.

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

Dichiarazione delle competenze conseguite nel percorso di alternanza sottoscritto dal tutor scolastico, dal tutor aziendale e dal Dirigente scolastico.

18. DIFFUSIONE/ COMUNICAZIONE/INFORMAZIONE DEI RISULTATI

Al termine del percorso di Alternanza Scuola Lavoro sarà data comunicazione e diffusione dei risultati conseguiti attraverso il sito web della scuola, le testate giornalistiche locali.