

**FORMULARIO DEL PROGETTO DI ALTERNANZA SCUOLA/LAVORO - 10^a edizione
triennio 2012-2015
autorizzato con D.D.G. AOODRPU Prot. n. 795 del 29/01/2013**

Istituto scolastico beneficiario:	
Liceo Scientifico "Ilaria Alpi" Comune Rutigliano <i>(indicare la denominazione dell'istituto)</i>	
Tel 0804761264 fax 0804761264 e-mail www.liceorutigliano.com	
Codice Meccanografico:	BAPS28000X
SETTORE autorizzato Turismo	

Titolo del Progetto
TICKET TO RIDE

Destinatari Per ogni progetto il numero di studenti a cui si rivolge)		
Nr. studenti	Classi II 111	TOT 20

Il progetto si effettua:		
Per classi intere	sì <input type="checkbox"/>	no <input checked="" type="checkbox"/>
Per gruppi di studenti provenienti da classi diverse	sì <input checked="" type="checkbox"/>	no <input type="checkbox"/>

Tipologia del progetto: (barrare la voce corrispondente)
<input checked="" type="checkbox"/> Alternanza in Azienda
<input type="checkbox"/> Impresa formativa simulata sostenuta dall'Azienda partner
<input type="checkbox"/> Modalità mista (attività in azienda e a scuola in laboratorio di Impresa simulata)

Aziende o associazioni coinvolte nel progetto		
Denominazione	Sede	Responsabile
Agriturismo Montepaolo	Conversano	Bassi Anna Maria
Armida società cooperativa	Conversano	Mansueto Carlo
INFORMA S.c.a.r.l.	Bari	Ricci Anna Maria
Agriturismo Lama San Giorgio	Rutigliano	Scianatico Giovanni

Rilevazione dei bisogni

1. **per la scuola:** TICKET TO RIDE è un percorso che intende promuovere l'impreditorialità nei giovani, cercando di coniugare quelle che sono le vocazioni dei singoli studenti, a volte anche latenti, con il contesto socio-economico e culturale del territorio, quale la Puglia e in particolare Rutigliano, che accanto ad una spiccata economia agricola, anche finalizzata all'esportazione non solo nazionale, possiede un patrimonio artistico non adeguatamente valorizzato e un'antica tradizione artigianale nell'ambito della lavorazione della terracotta, in cui la produzione è finalizzata non solo alla realizzazione di oggetti di uso quotidiano, ma anche di manufatti artistici. Questa Istituzione scolastica partecipa per la prima volta al Percorso Alternanza Scuola Lavoro, ma già da tempo è sensibile alla necessità di coniugare la formazione formale con quella non formale, anche attraverso esperienze di stage, che i nostri studenti hanno saputo apprezzare attraverso l'azione C5 (stage aziendali) nell'ambito del FSE. Inoltre sono stati creati concreti legami con il territorio, grazie ad accordi di rete; tra questi si segnala quello con il GAL Sud Est barese (Gruppo di azione locale), che ha come mission la valorizzazione del territorio, anche in un'ottica di ampliamento dell'offerta turistica. Inoltre la scuola è beneficiaria dell'Azione F3 - "Sviluppo di reti contro la dispersione scolastica e la creazione di prototipi innovativi", per questo risulta essere in rete con le scuole del comune di Rutigliano e con sette Enti partner, tra questi si menzionano Informa S.c.r.a.l, cooperativa finalizzata all'orientamento e al bilancio di competenze, per l'inserimento e il reinserimento lavorativo e Cooperativa Armida, volta alla valorizzazione del patrimonio storico-artistico locale. E' evidente, quindi, che la scuola sente tra i compiti prioritari quello di farsi polo di formazione attivo nei confronti del territorio, oltre che rispondere ai bisogni diretti dell'utenza.
2. **per gli alunni e le famiglie:** TICKET TO RIDE è un percorso inteso ad offrire agli studenti quelle competenze di base che potranno essere spese nella fase di startup, non solo di una eventuale impresa nell'ambito turistico, ma anche nella promozione di se stessi nella formazione futura, in un'idea di long life learning. Inoltre potranno cogliere l'opportunità di mettere in campo le competenze di indirizzo in contesto lavorativo, traendone un forte valore aggiunto in termini orientativi e di investimento professionale futuro.

Obiettivi educativi e formativi trasversali

1. **Promuovere** senso di responsabilità e di impegno sociale e lavorativo
2. **Implementare** lo spirito di iniziativa e di imprenditorialità
3. **Favorire** e sollecitare la motivazione allo studio
4. **Sapersi** orientare nel mondo del lavoro
3. **Avere consapevolezza** della relationship e dei caratteri della leadership nel lavoro in team
4. **Acquisire** una vision flessibile e adattabile
5. **Accrescere** la resilienza
6. **Imparare** a lavorare in team condividendone la mission

Arete delle COMPETENZE (definizione dell'area del curricolo e relativo profilo in uscita – competenze specifiche da sviluppare durante il percorso di alternanza, individuate all'interno del percorso di studio curricolare)

Lo studente al termine del percorso svilupperà capacità e competenze che gli permettano di essere in grado di conoscere il territorio nei suoi aspetti culturali, storici, artistici, economici, tradizionali e turistici e possedere strumenti necessari a rendere efficace l'offerta turistica di aziende private ed enti pubblici.

1. Competenze tecnico professionali e profilo formativo di riferimento:

1. Realizzazione di percorsi turistici
2. Analisi dati di mercato
3. Applicazione delle analisi di tipo psicologico e sociologico

- 4.
- 5.

6. SVOLGERE INDAGINI DELL'OFFERTA TURISTICA, IN TERMINI DI PRODOTTO/SERVIZIO
7. SAPER UTILIZZARE LE STRATEGIE DI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)

4. Indagini dell'offerta turistica, in termini di prodotto/servizio
5. Strategie di Customer relationship management (CRM)
6. Individuazione dei prodotti/servizi turistici predisposti dalle organizzazioni turistiche del territorio e dei canali/strategie promozionali da utilizzare
7. Realizzazione di linee strategiche e piani di sviluppo del business turistico, individuando il posizionamento del prodotto/servizio, il target, gli obiettivi da raggiungere, i mezzi da utilizzare, la tempistica, il budget di spesa
8. Attività di benchmarking (studio dei prodotti e/o servizi presenti sul mercato)
9. Realizzazione di un project management
10. Realizzazione di un business planning
11. Utilizzo delle componenti del communication-mix
12. Creazione di un catalogo
13. Individuazione dei contenuti da trasmettere e identificazione della struttura e dello stile comunicativo del catalogo
14. Vendita dei prodotti a catalogo
15. Monitoraggio dell'andamento e della qualità del lavoro
16. Promozione del prodotto mediante agenzie turistiche, agenzie locali, comuni, associazioni
17. Fidelizzazione del cliente offrendo supporto e collaborazione
18. Compilazione della documentazione commerciale
19. Applicazione della normativa sul turismo
20. Utilizzo dell'e-tourism e-commerce per il turismo, CSM per la gestione di siti web nel turismo, Servizi di community e social networking nel turismo, grafica per la gestione di un sito web nel turismo

1. Competenze di cittadinanza (descritte in termini di abilità trasversali)

a) Competenze di collaborazione e comunicazione

- Gestire atteggiamenti e relazioni
- Accrescere capacità di collaborazione/interrelazione, confronto con gli altri, feedback verso altri/soluzione di conflitti
- Utilizzare linguaggi e codici diversi
- Riconoscere il proprio ruolo

b) Competenze organizzative

- Organizzare le attività: progettare, pianificare, programmare
- Verificare la rispondenza delle operazioni ai risultati: controllare
- Assumere incarichi e delega di compiti
- Stimare i tempi di lavoro

c) Abilità operative

- Definire obiettivi: assumere e comprendere il compito assegnato
- Eseguire operazioni: fare, realizzare
- Gestire informazioni e mezzi
- Ricercare soluzioni adeguate
- Utilizzare tecnologia informatica

d) Competenze relazionali e organizzative

- Potenziare capacità di lavorare in squadra
- Acquisire capacità di comunicare in modo efficace
- Sviluppare capacità di osservazione ed ascolto
- Acquisire flessibilità, adattamento, responsabilità
- Accrescere metodo/organizzazione personale e di gruppo
- Gestire tempo, spazio ed attività
- Rafforzare capacità di problem-solving
- Interagire in modo funzionale al contesto e allo scopo comunicativo

FASI E ARTICOLAZIONE DEL PROGETTO

FASE DI AVVIO – Informazione, sensibilizzazione, orientamento

1. **Attività:** (incontri con le famiglie, visite aziendali, incontri con esperti)
2. **Tempi:** 20 ore
3. **Risorse coinvolte:** (docenti, esperti, aziende)

PERCORSO DI ALTERNANZA

Area della specializzazione del curriculum - Competenze ed attività pianificate nel curriculum e funzionali al percorso

I^a annualità (terze classi)

Disciplina	Competenze	Abilità	Conoscenze
Italiano (8 ORE)	Riconoscere i diversi stili comunicativi Individuare le modalità comunicative adeguate agli obiettivi proposti Redigere una lettera formale e un curriculum vitae	Saper identificare il messaggio univoco senza ambiguità Utilizzare registri comunicativi adeguati ai diversi ambiti specialistici.	Saper applicare le tecniche di comunicazione efficace in funzione dei media e del target
Inglese (8 ORE)	Presentazione di sé e del proprio lavoro	Comunicazione Capacità di usare un linguaggio colloquiale semplice e chiaro	Comunicazione interpersonale Microlingua di settore
Matematica (9 ORE)	Comprensione, lettura e interpretazione di fenomeni attraverso grafici, tabelle e valori di sintesi/indici.	Analisi e sintesi di dati statistici. Individuazione delle relazioni fra variabili statistiche	Fasi di una indagine statistica, rilevazione e sistematizzazione dei dati. Valori di sintesi (medie, indici)

II^a annualità (quarte classi)

Disciplina	Competenze	Abilità	Conoscenze
Italiano (8 ORE)	Saper utilizzare la comunicazione verbale in contesto	Capacità di comunicare con l'advertising conoscendone gli strumenti Capacità di applicare le tecniche di comunicazione efficace nell'e-commerce	Saper realizzare una comunicazione efficace nell'advertising Comunicare con i nuovi media
Inglese (8 ORE)	Presentazione delle caratteristiche tecniche del prodotto realizzato, in lingua veicolare (inglese)	Comunicazione Capacità di usare un linguaggio colloquiale e tecnico	Comunicazione interpersonale Microlingua di settore
Matematica (9 ORE)	Controllo di qualità attraverso indagini	Redazione di un questionario per la rilevazione di dati. Analisi e sintesi di dati	Indagini campionarie, Elementi di statistica

	campionarie. Organizzazione di indagini sulla qualità di un prodotto e/o di custode satisfaction.	statistici. Individuazione delle relazioni fra variabili statistiche	inferenziale applicata al controllo della qualità.
--	--	--	--

Area contributi esperti interni/esterni (<i>aziende, Enti, associazioni, partner del progetto ecc.</i>)		
Area tematica	Attività	Competenze
Promozione del territorio come prodotto turistico	Accoglienza dei visitatori, Sistemazione alberghiera, Visite guidate	Capacità di individuare la ricettività locale e saper prendere contatti con le strutture; Realizzare percorsi turistici
Creazione di un'impresa agrituristica	Analisi delle caratteristiche e delle potenzialità aziendali Trasformare l'idea in un progetto di sviluppo imprenditoriale Ricerca della fonte di finanziamento Modalità di accesso ai PSR	Realizzazione di un business plan economico finanziario
Orientamento al lavoro e bilancio delle competenze	<ul style="list-style-type: none"> • Il ruolo di project leader • La pianificazione delle attività progettuali • Strumenti per la gestione degli aspetti relazionali con i diversi interlocutori di progetto • uso del Business Model Canvas 	Essere in grado di realizzare un project management Saper realizzare un business planning Saper utilizzare le componenti del communication-mix
Elementi di normativa sul turismo	Interventi sulla normativa vigente nazionale e regionale nell'ambito del turismo	Saper ricercare e applicare la normativa sul turismo in Italia e in Puglia
Uso della comunicazione mediale nell'e-commerce del turismo	i vari media dell'advertising il search engine marketing (SEM) il social media marketing (SMM). La velocità di aggiornamento dei contenuti garantita da un CSM "friendly" La Brand Reputation Progettare e realizzare DB in relazione alle esigenze aziendali	Saper utilizzare l'e-tourism: e-commerce per il turismo, csm per la gestione di siti web nel turismo, servizi di community e social networking nel turismo, grafica per la gestione di un sito web nel turismo Sistema informatico e sistema informativo nei processi aziendali Software di utilità per la produzione e gestione di oggetti multimediali
Elementi di economia applicati alla creazione di un'impresa	Identificare azioni per la produzione e successiva commercializzazione di un prodotto	Produzione, distribuzione e scambio Impresa e mercato

	<p>Individuare tendenze attuali e future del mercato</p> <p>Identificare strategie di Marketing e Comunicazione</p> <p>Individuare e riconoscere le interdipendenze tra sistemi economici e le conseguenze che esse determinano in un dato contesto.</p> <p>Ricerca e descrivere le caratteristiche di elementi conoscitivi dei mercati di beni o servizi.</p>	Marketing: i fondamentali
La valorizzazione del territorio attraverso la conoscenza dei beni artistico-culturali	Analisi dei movimenti artistici e di alcune significative opere d'arte	Saper riconoscere le peculiarità dei principali movimenti artistici anche in relazione al territorio

Struttura organizzativa (max 15% del curriculum)		
Ore di preparazione in aula (d.l.vo n. 77/2005)	Attività in azienda	
	Durata in ore (minimo 100 ore per annualità)	Periodo
CI II 12		
CI III 50	CI III 100	19/05/2014 – 07/06/2014
CI IV 50	CI IV 100	18/05/2015 – 07/06/2015

Il progetto prevede:
<p>Referente (indicare funzione e compiti): Prof.ssa Anna Falcetta</p> <ul style="list-style-type: none"> - Redazione del progetto - Coordinamento attività tutor scolastici; - Raccordo del percorso di apprendimento in azienda con il contesto scolastico; - Monitoraggio andamento del percorso di alternanza in azienda; - Predisposizione di schede di valutazione degli apprendimenti in collaborazione con i tutor scolastici e aziendali; - Individuazione condivisa con i tutor aziendali delle competenze maturate dai ragazzi in alternanza
<p>Tutor scolastici (indicare funzione e compiti): Prof.sse Matilde D'Alò, Filomena Gagliardi, Immacolata Longobardi, Maria Rosa Turi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contatti con Enti o aziende che collaborano con la scuola nel progetto e/o individuazione di nuovi; - Contatti con i tutor aziendali e definizione delle modalità d'inserimento degli alunni in azienda; - Definizione, in collaborazione con i tutor aziendali, dei compiti e delle attività da svolgere in Azienda; - Gestione e controllo dei ragazzi nel percorso di Alternanza SL; - Verifica degli apprendimenti e dell'acquisizione delle competenze operative con il tutor aziendale e monitoraggio delle attività in azienda.

Tutor aziendali (indicare funzione e compiti): Anna Maria Bassi, Carlo Mansueto, Anna Maria Ricci, Giovanni Scianatico

- assegnare allo studente compiti/mansioni previsti dal modulo di Alternanza, come richiesto dal progetto concordato con il Tutor Scolastico;
- esaminare il materiale prodotto dallo studente correggendolo, incoraggiandolo e rafforzando i comportamenti adeguati;
- mantenere i rapporti con il Tutor Scolastico, anche per affrontare eventuali problemi o difficoltà; concorrere al processo di valutazione.

IL DIRIGENTE SCOLASTICO
prof.ssa Angela BORRELLI
