



UNTERNEHMEN DEUTSCH

LERNPARTNERSCHAFTEN ZWISCHEN SCHULEN
UND UNTERNEHMEN

PARTENARIATI TRA SCUOLE E IMPRESE



Al lavoro
col tedesco

**GOETHE
INSTITUT**

Sprache. Kultur. Deutschland.

IMPRESSUM

© Goethe-Institut Italien 2016

Länderdirektion Italien: Gabriele Kreuter-Lenz

Herausgeber: Ulrike Tietze

Redaktion: Klaus Dorwarth

Redaktionsassistentz: Laura Oellers

Autoren:

Adele Chittano

Paola De Paolis

Nadia Del Torrione

Laura Oellers

Projektteam:

Klaus Dorwarth

Adrian Lewerken

Hartmut Retzlaff

Ulrike Tietze

Gestaltung: Matthias Schilling, d-signbureau

Druck: Tipografia So.Co.Me snc

ISBN-Nr.: 978-3-945048-14-6

Das Goethe-Institut ist per Dekret des italienischen Bildungsministeriums (D.M. Nr. 90/2003) offiziell für die Aus- und Fortbildung von Lehrenden an Schulen akkreditiert.

Alle Rechte vorbehalten. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.
Das Werk und alle seine Teile sind urheberrechtlich geschützt.
Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen Zustimmung des Goethe-Instituts.

Aus Gründen der Übersichtlichkeit und zur besseren Lesbarkeit wird teilweise auf die Nennung der weiblichen Form verzichtet.
Gleichwohl beziehen sich die Angaben auf beide Geschlechter.



UNTERNEHMEN DEUTSCH

LERNPARTNERSCHAFTEN ZWISCHEN SCHULEN
UND UNTERNEHMEN

PARTENARIATI TRA SCUOLE E IMPRESE

VORWORT

Unternehmen Deutsch in Italien

Das Projekt Unternehmen Deutsch wurde ins Leben gerufen, um Brücken zwischen Schule und Arbeitswelt zu bauen, den Erfindergeist von Schülern zu fördern und diese bei ihrer beruflichen Orientierung zu unterstützen. Das Goethe-Institut und seine Partner wollen im Rahmen der deutsch-italienischen Zusammenarbeit mit der vorliegenden Veröffentlichung in deutscher und italienischer Sprache einen Beitrag zur Umsetzung der Schulreform „La Buona Scuola“ und zur „Alternanza Scuola-Lavoro“, der Verzahnung von Schule und Beruf, leisten.

Fragen nach der beruflichen Zukunft sind für Jugendliche von zentraler Bedeutung: Was soll ich nach der Schule beruflich machen? Welche Möglichkeiten gibt es? Wo liegen meine Stärken und Schwächen? Wer kann mir bei der Berufswahl helfen? Wir wissen aus einer Reihe von Untersuchungen des Bundesinstituts für Berufsbildung und anderer Institutionen in Deutschland, dass hier insbesondere die Eltern wesentliche Ratgeber sind. Auch Lehrer sowie Freunde und Bekannte spielen eine wichtige Rolle. Dies dürfte in Italien ähnlich sein. Aber wie können Jugendliche sich selber informieren und einen Zugang zur Arbeitswelt finden?

An der zuletzt genannten Frage setzt das Projekt Unternehmen Deutsch an. Gemeinsam erkunden Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe II die Wirtschaftsstruktur ihrer Region. Anschließend wählen sie ihr Partnerunternehmen aus und lernen es bei einem Besuch näher kennen. Sie erleben, was in einem Betrieb geschieht, welche Berufsbilder dort vertreten sind und wie Arbeitsprozesse organisiert werden. Schließlich entwickeln sie für „ihr“ Unternehmen eine neue Geschäftsidee und stellen diese in einer simulierten Werbekampagne vor.

Die Ergebnisse sind beeindruckend. Sie zeigen, dass die Jugendlichen über hohe kreative Potentiale und Motivation verfügen. Durch die Analyse des regionalen Wirtschaftsraums entdecken sie ihre nächste Umgebung aus einer neuen Perspektive. Der aufgabenorientierte Projektcharakter beschleunigt den Lernprozess, die deutsche Sprache wird gewissermaßen nebenbei gelernt. Zugleich rücken Teamarbeit und das eigenverantwortliche Übernehmen von Aufgaben in den Vordergrund. Dies fördert Kompetenzen, die von der Arbeitswelt heute erwartet werden. Unternehmen Deutsch ist schließlich ein gelungenes Beispiel für die fächerübergreifende Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftslehrer und den Einsatz von CLIL (Content and Language Integrated Learning) in deutscher Sprache.

Das Schülerprojekt überzeugt auch die Unternehmenswelt. Betriebe und Einrichtungen erhalten durch die Projektteilnahme die Möglichkeit, sich ihren potentiellen Fachkräften von morgen zu präsentieren und diese kennen zu lernen. Und: Die junge Generation weiß intuitiv, was auf dem Markt erfolgsversprechend ist, denn sie sind selbst die künftigen Kunden. Das Interesse der lokalen Presse an der Initiative tut ihr Übriges: Die Berichterstattung sorgt dafür, dass beide Seiten, Schulen wie Unternehmen, stärker ins öffentliche Bewusstsein treten und an Sichtbarkeit gewinnen.

Die Initiatoren dieses Projektes hoffen, dass sich zahlreiche Lehrkräfte von den vorliegenden Unterrichtsmaterialien inspirieren lassen und zum Aufbau von Lernpartnerschaften zwischen Schulen und Unternehmen nutzen. Es wäre wünschenswert, dass sich die so entstandenen Beziehungen über die konkrete Projektpartnerschaft hinaus weiterentwickeln und die „Alternanza Scuola-Lavoro“ mit Leben füllen.

Dieses Projekt wurde vom Goethe-Institut Italien entwickelt. Die Projektpartner sind das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), das italienische Bildungsministerium (MIUR) sowie GOVET, die Zentralstelle für internationale Berufsbildungskooperation beim Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB).

Prof. Michael Heister
Bundesinstitut für Berufsbildung, Bonn

Dr. Henk van Liempt
Bundesministerium für Bildung und Forschung, Bonn

Gabriele Kreuter-Lenz
Goethe-Institut Italien, Rom

PREFAZIONE

Piazza Affari Tedesco in Italia

Il Progetto Piazza Affari Tedesco è stato pensato per creare un collegamento tra scuola e mondo del lavoro, per favorire lo spirito creativo degli studenti e agevolare il loro orientamento professionale. Attraverso questa pubblicazione in lingua tedesca e italiana il Goethe-Institut e i suoi partner vogliono offrire un contributo, nell'ambito della collaborazione italo-tedesca, all'attuazione della Riforma "La Buona Scuola" e dell'Alternanza Scuola-Lavoro, nonché creare collegamenti tra scuola e mondo del lavoro.

Molte domande relative al futuro professionale sono per i giovani di fondamentale rilevanza: che lavoro farò dopo la scuola? Quali possibilità ci sono? Quali sono i miei punti di forza e di debolezza? Chi può aiutarmi nella scelta lavorativa? Da una serie di ricerche condotte dall'Istituto Federale tedesco per la Formazione Professionale e da altre istituzioni tedesche risulta che, al momento, i genitori sono coloro che principalmente guidano i propri figli nelle loro scelte professionali, così come gli insegnanti, gli amici e i conoscenti, i quali rivestono ugualmente un ruolo importante. È probabile che anche in Italia si verifichi la stessa situazione. Ma i giovani come possono informarsi da soli e avere così accesso al mondo del lavoro?

Piazza Affari Tedesco risponde proprio a quest'ultimo interrogativo. Gli allievi della scuola secondaria di II grado esplorano la realtà economica della propria regione. In seguito scelgono la loro impresa partner e tramite la visita aziendale la conoscono da vicino. Essi sperimentano ciò che avviene all'interno di un'azienda, quali figure professionali sono in essa rappresentate e come viene organizzato il processo lavorativo. In seguito sviluppano per la "loro" impresa una nuova idea commerciale e ne simulano la relativa campagna pubblicitaria.

I risultati sono estremamente positivi. Essi dimostrano che i giovani dispongono di un alto potenziale creativo e di una notevole motivazione. Attraverso l'analisi della realtà economica regionale scoprono il proprio territorio da una nuova prospettiva. Il carattere pratico e concreto del progetto accelera il processo di apprendimento e contemporaneamente favorisce l'acquisizione della lingua tedesca. Al tempo stesso il lavoro in team e l'assunzione di responsabilità vengono valorizzati. Ciò promuove una serie di competenze richieste oggi dal mondo del lavoro. Piazza Affari Tedesco si rivela infine un esempio riuscito di collaborazione interdisciplinare con i docenti di economia aziendale e di inserimento del CLIL (Content and Language Integrated Learning) in lingua tedesca.

Il presente progetto scolastico risulta convincente anche per il mondo imprenditoriale. Aziende e istituzioni, attraverso la loro partecipazione al progetto hanno la possibilità di presentarsi ai loro potenziali futuri professionisti e al tempo stesso di conoscerli. Le nuove generazioni sanno intuitivamente ciò che avrà successo sul mercato, perché esse stesse costituiranno la futura clientela. L'interesse all'iniziativa da parte della stampa locale avrà un ruolo decisivo per la scuola e per l'impresa che guadagneranno visibilità presso l'opinione pubblica.

I promotori di questo progetto sperano che molti docenti possano trarre ispirazione dai presenti materiali didattici e che possano aiutarli a creare partenariati fra scuola e impresa. Sarebbe auspicabile che tali rapporti andassero oltre i partenariati stessi e dessero vita a iniziative di Alternanza Scuola-Lavoro.

Questo progetto è stato sviluppato dal Goethe-Institut Italien. Partner del progetto sono il Ministero per l'Istruzione, Formazione e Ricerca tedesco (BMBF), il Ministero italiano per l'Istruzione, Università e Ricerca (MIUR), così come GOVET, l'Istituto Centrale per la Cooperazione e la Formazione professionale internazionale presso l'Istituto Federale per la Formazione Professionale tedesco (BIBB).

Prof. Michael Heister
Istituto Federale per la Formazione Professionale, Bonn

Dr. Henk van Liempt
Ministero per l'Istruzione, Formazione e Ricerca, Bonn

Gabriele Kreuter-Lenz
Goethe-Institut Italien, Rom

GRUSSWORT

Unternehmen Deutsch in Italien Grußwort des italienischen Bildungsministeriums

Die Neuerungen, die durch das Reformgesetz Nr.107 vom 13.07.2015 in das nationale Bildungs- und Ausbildungssystem eingeführt wurden, stellen eine große Herausforderung für Schulen und Unternehmen in Italien dar. Die „Alternanza Scuola-Lavoro“ (vorberufliche Orientierungsmaßnahmen während der Schulzeit) ist für berufsbildende Schulen und Gymnasien in den letzten drei Jahren verpflichtend geworden. Erstere müssen dafür insgesamt mindestens 400 Stunden aufwenden, Gymnasien wenigstens 200 Stunden. Vorberufliche Praxiserfahrung kann in Unternehmen, öffentlichen Einrichtungen und Museen gesammelt werden. Dies kann auch während der Sommerferien und eventuell im Ausland erfolgen. Außerdem werden im Nachmittagsbereich innovative didaktische Programme und Workshops gefördert, die der Berufsorientierung dienen und dem Schulabbruch entgegen wirken sollen.

Vor diesem Hintergrund leistet das Projekt Unternehmen Deutsch einen wichtigen Beitrag zur Berufsorientierung Jugendlicher. Ein Teil der hier geleisteten Stundenzahl kann im Rahmen der „Alternanza Scuola-Lavoro“ anerkannt werden. Voraussetzung dafür ist ein entsprechendes Abkommen zwischen der Schule und ihrem Partnerunternehmen. Die an Unternehmen Deutsch teilnehmenden Betriebe können sich wiederum im nationalen Register der Unternehmen und Institutionen aufführen lassen, die bereit sind, berufsorientierende Programme durchzuführen.

Die langjährige vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen dem italienischen Bildungsministerium und dem Goethe-Institut fand Eingang in dem deutsch-italienischen Abkommen „Per la promozione dell'Alternanza Scuola-Lavoro“, das im Dezember 2013 unterzeichnet wurde.

Die hier vorliegenden Unterrichtsmaterialien können an italienischen Schulen sowohl im Fach Deutsch als auch im Wirtschaftsunterricht eingesetzt werden. Über den berufsorientierenden Charakter hinaus leistet das Projekt Unternehmen Deutsch einen wesentlichen Beitrag zur Förderung der CLIL-Methodik für fächerübergreifendes Lernen.

Das deutsch-italienische Abkommen zur „Alternanza Scuola-Lavoro“ bewegt sich also in einer europäischen Dimension, ist äußerst vielversprechend und verdient zweifelsohne auch künftig neue Möglichkeiten der Vertiefung und weitergehenden Zusammenarbeit.

Gedankt sei an dieser Stelle all denen, die gemeinsam für das Gelingen des Projekts gearbeitet haben, Lehrern und Schulleitern, Vertretern von Schulbehörden und Unternehmen ebenso wie Verbänden und Institutionen.

Francesco Branca
Koordinator der nationalen Schulaufsicht
Italienisches Bildungsministerium

SALUTO

Piazza Affari Tedesco in Italia Saluto da parte del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

Le innovazioni introdotte dalla Legge n.107 del 13/07/2015 di riforma del sistema nazionale di istruzione e formazione rappresentano una grande sfida per le scuole e le imprese in Italia. L'alternanza scuola-lavoro è ormai obbligatoria negli ultimi tre anni scolastici sia per gli Istituti Tecnici e Professionali che per i Licei, per un numero complessivo rispettivamente di almeno 400 e 200 ore. L'alternanza può essere realizzata presso imprese, istituzioni pubbliche, musei e svolta anche durante il periodo estivo ed eventualmente all'estero. Inoltre verranno promossi programmi didattici innovativi e workshop che potranno svolgersi negli orari pomeridiani e che saranno utili sia per l'orientamento professionale che per contrastare la dispersione scolastica.

In questo contesto il progetto Piazza Affari Tedesco offre un importante contributo all'orientamento professionale dei giovani. Una parte del numero delle ore effettuate attraverso questo progetto potrà essere riconosciuta nell'ambito dell'attività di "Alternanza Scuola Lavoro". Condizione affinché ciò avvenga è che ci sia un accordo tra la scuola e l'impresa partner. Le imprese che partecipano all'iniziativa Piazza Affari Tedesco possono a loro volta chiedere di essere iscritte nel registro nazionale delle imprese e delle istituzioni disponibili a portare avanti programmi di alternanza scuola-lavoro.

L'intesa tra il Ministero dell'Istruzione italiano e il Goethe-Institut, basata su una sperimentata collaborazione e fiducia reciproca, è stata sancita con l'accordo "Per la promozione dell'Alternanza Scuola-Lavoro", firmato nel dicembre del 2013.

I materiali didattici presenti in questa pubblicazione potranno essere utili alle scuole italiane sia per lo studio della lingua tedesca che per quello relativo alle materie di indirizzo economico. Oltre all'aspetto dell'orientamento professionale il progetto Piazza Affari Tedesco offre un contributo essenziale alla promozione di un approccio CLIL per un apprendimento pluridisciplinare.

Un accordo quindi, quello italo-tedesco su un progetto in dimensione europea, molto proficuo che merita sicuramente di avere in futuro nuove occasioni di approfondimento ed ulteriori possibilità di sviluppo.

Un ringraziamento infine a quanti hanno collaborato, docenti e dirigenti oltre funzionari e rappresentanti di imprese nonché associazioni ed istituzioni sia italiani che tedeschi, per la buona riuscita del progetto.

Francesco Branca
Coordinatore Nazionale del Servizio Ispettivo del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

INHALT / INDICE

2	Impressum	114	Per il docente di economia aziendale
4	Vorwort/Prefazione	142	Bild- und Quellennachweise
6	Grusswort/Saluto		
8	Inhalt/Indice		
10	Das Projekt		
18	Il progetto		

■ MODUL 1

UNSER WIRTSCHAFTSRAUM

27	Übersicht
29	AB 1.1 Italienische und deutsche Unternehmen
30	AB 1.2 Kaffee, Flüge, Schokolade ...
32	AB 1.3 Produkte, Dienstleistungen und Branchen
35	AB 1.4 Die Wirtschaftswelt in unserem Land
36	AB 1.5 Entdecke deutsche Produkte bei dir zu Hause
37	AB 1.6 Unsere Region als Wirtschaftsraum
39	AB 1.7 Wir suchen unser Partnerunternehmen
40	AB 1.8 Was weiß ich? – Quiz
42	AB 1.9 Was weiß ich? – Meine Wörter
43	W 1 Wortschatz

LÖSUNGEN

44	AB 1.1 Italienische und deutsche Unternehmen
45	AB 1.2 Kaffee, Flüge, Schokolade ...
46	AB 1.3 Produkte, Dienstleistungen und Branchen
48	AB 1.4 Die Wirtschaftswelt in unserem Land
49	AB 1.8 Was weiß ich? – Quiz

■ MODUL 2

UNSER PARTNERUNTERNEHMEN

51	Übersicht
52	AB 2.1 Die Abteilungen im Unternehmen
53	AB 2.2 Die Aufgaben der Abteilungen
54	AB 2.3 Wir bereiten den Unternehmensbesuch vor
56	AB 2.4 Wir besuchen unser Unternehmen
57	AB 2.5 Wir präsentieren unser Unternehmen
58	AB 2.6 Geschäftskontakte
59	AB 2.7 Was weiß ich? – Quiz
60	AB 2.8 Was weiß ich? – Meine Wörter
61	W 2 Wortschatz

LÖSUNGEN

62	AB 2.1 Die Abteilungen im Unternehmen
63	AB 2.2 Die Aufgaben der Abteilungen
64	AB 2.7 Was weiß ich? – Quiz

■ MODULO 1

LA NOSTRA REALTÀ ECONOMICA

117	Contenuti del modulo
118	Scheda 1.6 Il nostro territorio come realtà economica
119	Scheda 1.7 Cerchiamo la nostra impresa partner

■ MODULO 2

LA NOSTRA IMPRESA PARTNER

121	Contenuti del modulo
122	Scheda 2.1 I reparti di un'impresa
123	Scheda 2.2 Le funzioni dei reparti
124	Scheda 2.3 Prepariamo la visita aziendale
125	Scheda 2.4 Visitiamo la nostra impresa
126	Scheda 2.5 Presentiamo la nostra impresa

■ MODUL 3 UNSERE GESCHÄFTSIDE

67		Übersicht
68	AB 3.1	Ideenfindung
69	AB 3.2	Die Welt der Werbung
70	AB 3.3	Wie macht man Werbung?
74	AB 3.4	Wir kreieren einen Werbeslogan
75	AB 3.5	Wir produzieren unsere Werbung
76	AB 3.6	Was weiß ich? – Quiz
78	AB 3.7	Was weiß ich? – Meine Wörter
79	W 3	Wortschatz
LÖSUNGEN		
80	AB 3.2	Die Welt der Werbung
81	AB 3.6	Was weiß ich? – Quiz

■ TRAININGSMODUL BERUFSORIENTIERUNG

83		Übersicht
84	AB 4.1	Berufe, Berufe ...
88	AB 4.2	Wer macht was wo?
94	AB 4.3	Meine Interessen, meine Stärken, mein Berufswunsch
95	AB 4.4	Studium oder Ausbildung?
98	AB 4.5	Variante A: Mein Steckbrief Variante B: Lebenslauf und Bewerbungsschreiben
102	AB 4.6	Was weiß ich? – Quiz
104	AB 4.7	Was weiß ich? – Meine Wörter
105	W 4	Wortschatz
LÖSUNGEN		
108	AB 4.1	Berufe, Berufe ...
109	AB 4.2	Wer macht was wo?
110	AB 4.4	Studium oder Ausbildung?
111	AB 4.5	Variante B: Lebenslauf und Bewerbungsschreiben
112	AB 4.6	Was weiß ich? – Quiz

■ MODULO 3 LA NOSTRA IDEA COMMERCIALE

129		Contenuti del modulo
130	Scheda 3.1	Sviluppiamo un'idea commerciale
131	Scheda 3.4	Creiamo uno slogan pubblicitario
132	Scheda 3.5	Realizziamo una pubblicità

■ MODULO TRAINING ORIENTAMENTO PROFESSIONALE

135		Contenuti del modulo
136	Scheda 4.3	I miei interessi, i miei punti di forza, le mie aspirazioni professionali
137	Scheda 4.4	Studi universitari o formazione professionale?
139	Scheda 4.5	Variante B: Curriculum vitae e domanda per uno stage

DAS PROJEKT

Was ist Unternehmen Deutsch?

Wichtige Voraussetzungen für einen gelungenen Übergang von der Schule in die Arbeitswelt sind heute eine frühzeitige Berufsorientierung und Fremdsprachenkenntnisse. Junge Menschen, die sich rechtzeitig beruflich orientieren und Fremdsprachen erlernen, investieren in ihre Zukunft. Wer Deutsch neben Englisch spricht, ist auf dem italienischen und europäischen Arbeitsmarkt gefragt. Vor dem Hintergrund der hohen Jugendarbeitslosigkeit in den Ländern Südeuropas startete das Goethe-Institut gemeinsam mit seinen Partnern das Projekt Unternehmen Deutsch, das auf die Bedürfnisse von Schulen und Unternehmen zugeschnitten ist. Ziel dieser Initiative ist der Aufbau von Lernpartnerschaften und Netzwerken zwischen Schulen und Unternehmen: Unternehmenserkundungen, Produktentwicklung, Praktika und weitere Formate der Zusammenarbeit tragen zu Kommunikation und Kooperation zwischen Schule und Arbeitswelt bei und unterstützen Schüler bei der Berufswahl.

Unternehmen Deutsch ist für Schulen der Sekundarstufe II konzipiert, die eine Brücke zur Arbeitswelt schlagen wollen oder schon bestehende Kontakte zu Firmen in ihrem Einzugsgebiet ausbauen möchten. Angesprochen sind in erster Linie berufsbildende Schulen mit Deutschunterricht, aber auch allgemeinbildende Schulen wie Gymnasien können das Projekt gewinnbringend durchführen. Einblicke in die Arbeitswelt zu erhalten ist besonders für Schüler der letzten drei Schuljahre von Bedeutung, da diese vor Entscheidungen bezüglich ihrer beruflichen Zukunft stehen. Unternehmen Deutsch leistet dazu einen Beitrag, indem es die Gelegenheit bietet, Berufsbilder und Arbeitsprozesse in der Praxis kennen zu lernen. Die in das Projekt involvierten Unternehmen sind deutsche Betriebe, die in Italien ansässig sind sowie italienische Firmen mit bestehenden oder angestrebten Geschäftsbeziehungen nach Deutschland oder zu deutschsprachigen Kunden und Partnern. Neben privaten Unternehmen sind auch öffentliche und halböffentliche Einrichtungen mit Deutschlandbezug mögliche Projektpartner (Tourismusämter, Kulturvereine, Museen).

Unternehmen Deutsch verknüpft den Fremdsprachenunterricht Deutsch mit dem Thema Wirtschaft nach dem Prinzip des handlungsorientierten Lernens. Zentrale Aufgabe der Schüler ist es, für ein selbst gewähltes Unternehmen in der lokalen Umgebung simulativ ein innovatives Produkt oder eine innovative Dienstleistung zu entwickeln. Das neue Produkt bzw. die neue Dienstleistung soll eine sinnvolle Erweiterung des Unternehmensangebots darstellen und markttauglich sein. Mit Blick auf potentielle deutschsprachige Kunden kreieren die Schüler für

ihre Geschäftsidee einen Werbeslogan und vermarkten ihre Idee durch ein selbstgewähltes Werbeformat (z.B. Videoclip, Radiospot, Broschüre). Die gemeinsame aufgabenorientierte Arbeit fördert bei den Schülern zum einen Erfindergeist und Marketingverständnis, zum anderen soziale Schlüsselkompetenzen wie Teamfähigkeit, Eigenverantwortlichkeit und interkulturelles Bewusstsein.

Wesentlicher Bestandteil des Projekts ist der Besuch bei dem ausgewählten Partnerunternehmen. Dieser ermöglicht den Schülern einen Einblick in die reale Arbeitswelt und liefert nützliche Informationen für das zu erstellende Firmenportrait wie auch hilfreiche Inputs für die Erfindung des neuen Produkts bzw. der neuen Dienstleistung. Unternehmen Deutsch ruft eine bedeutende Resonanz in der lokalen Presse hervor und stärkt die Präsenz und Sichtbarkeit von Schulen wie Unternehmen in der Region. Firmen schätzen das Projekt als Möglichkeit des gesellschaftlichen Engagements (social responsibility) und nutzen es für ihre Öffentlichkeitsarbeit. Zu den am Projekt beteiligten Partnerunternehmen gehören unter anderem Bosch, Bruno Manetti Cashmere, Faber-Castell, Gastronomica Italiana-Gruppo CAMST, Illycaffè, Lavazza, Mercedes-Benz, Osram, Pietro Coricelli, Poltrona Frau, SAP und TOD'S.

Eine besondere Rolle kommt der Initiative Unternehmen Deutsch angesichts der italienischen Schulreform La Buona Scuola vom Juli 2015 zu. Demnach sind Schulen der Sekundarstufe II jetzt dazu verpflichtet, den Schülern der letzten drei Jahrgangsstufen eine Mindeststundenzahl an betrieblicher Praxiserfahrung zu garantieren (Alternanza Scuola-Lavoro). In Schultypen mit berufsbildendem Fächerangebot (Istituti tecnici und Istituti professionali) sind dies insgesamt mindestens 400 Stunden, in Gymnasien (Licei) mindestens 200 Stunden. Für entsprechende Programme stellt der italienische Staat Gelder zur Verfügung. Die Praktika können in Unternehmen, öffentlichen Institutionen, Museen und im Sommer auch im Ausland abgeleistet werden. Hierfür wird ein Abkommen mit den Rechten und Pflichten der Jugendlichen vorbereitet. In einem nationalen Register werden Institutionen und Unternehmen geführt, die Programme zur Förderung von vorberuflicher Praxiserfahrung anbieten. Die Jugendlichen können ihre Teilnahme an diesen Programmen und deren Wirksamkeit evaluieren. Zudem stehen Gelder für innovative didaktische Programme zur Verfügung, die der Berufsorientierung dienen und dem Schulabbruch entgegen wirken sollen. Des Weiteren sollen der Fremdsprachen- und der Wirtschaftsunterricht gestärkt werden. Unternehmen Deutsch entspricht in seiner Konzeption den Neuerungen der Schulreform und erfüllt durch die Kombination der Fächer Deutsch und Wirtschaft die Anforderungen eines innovativen CLIL-Unterrichts (Content and

Language Integrated Learning). Das Goethe-Institut ist per Dekret des italienischen Bildungsministeriums (D.M. Nr. 90/2003) offiziell für die Aus- und Fortbildung von Lehrenden an Schulen akkreditiert.

Wie überzeuge ich Schule und Unternehmen vom Projekt?

Um Kollegen, Unternehmer und Eltern von diesem Projekt zu überzeugen, haben wir die wichtigsten Argumente für eine Lernpartnerschaft zwischen Schule und Unternehmen zusammengestellt. Durch Kooperationen mit Unternehmen erweitern die Schulen ihr Bildungsangebot auch außerhalb des Klassenzimmers und werden so für Schüler, Eltern und Lehrer attraktiver. Umgekehrt lernen Unternehmen ihren potentiellen beruflichen Nachwuchs kennen und erhalten die Möglichkeit, Jugendliche schon vor dem Schulabschluss für eine berufliche Ausbildung zu motivieren und zu fördern.

Aus der Sicht der Schule sind Lernpartnerschaften in der Lage,

- die Schüler bei der beruflichen Orientierung und beim Übergang von der Schule in die Ausbildung zu unterstützen
- Einblicke in berufliche, wirtschaftliche und soziale Zusammenhänge zu vermitteln
- die Berufschancen und Zukunftsperspektiven der Schüler zu verbessern
- den Mehrwert von Deutsch für den Arbeitsmarkt zu verdeutlichen
- Schüler und Lehrer gleichermaßen langfristig zu motivieren
- Schüler bei der Entwicklung sozialer Kompetenzen (soft skills) zu unterstützen
- das Ansehen der Schule in der Öffentlichkeit zu stärken.

Aus der Sicht der Unternehmen können Lernpartnerschaften

- qualifizierten Nachwuchs für das eigene Unternehmen fördern und aufbauen
- die Qualität der Berufsorientierung junger Menschen verbessern
- das gesellschaftliche Engagement des Unternehmens (social responsibility) verdeutlichen
- das Image und die Akzeptanz in der Gesellschaft optimieren (Öffentlichkeitsarbeit)
- die Integration in regionale, nationale und europäische Netzwerke fördern
- das Unternehmensangebot durch junge Ideen bereichern
- die eigenen Mitarbeiter motivieren, deren Kinder die Schulen im Umfeld besuchen.

Die Bedeutung des Wirtschaftslehrers und die Chancen für einen interdisziplinären Unterricht und CLIL

Unternehmen Deutsch eignet sich in besonderer Weise für einen fächerübergreifenden Unterricht. Die Begleitung des Projekts durch den Wirtschaftslehrer motiviert Schüler wie Lehrkräfte, da zur Erreichung des Projektzieles Kenntnisse aus zwei unterschiedlichen Lernbereichen real aufeinander bezogen sind. Die Projektarbeit basiert auf praxisorientierten Aufgaben, in deren Mittelpunkt der regionale Wirtschaftsraum steht. Dies hat katalysatorische Wirkung für den Lernprozess in beiden Fächern. Je nach Voraussetzungen vor Ort können aus der Kooperation zwischen dem Deutsch- und Wirtschaftsunterricht CLIL-spezifische Arbeitsformen entwickelt werden. Dies entspricht den ministeriellen Vorgaben bezüglich eines innovativen Sachfachunterrichts in der Fremdsprache.

Die Beteiligung des Wirtschaftskollegen am Projekt kann unterschiedlich intensiv gestaltet werden. Der Kollege kann nur für vereinzelte Nachfragen seiner Schüler oder aber für eine engere Auseinandersetzung mit den Projektaufgaben zur Verfügung stehen. Der Unternehmensbesuch und der daraus entstehende Folgekontakt zum Unternehmen sind erfahrungsgemäß für den Wirtschaftslehrer und seine Beziehung zu den Schülern eine bereichernde Erfahrung. Damit sich der Fachkollege einen konkreten Eindruck von den Schüleraufgaben verschaffen kann, fügen wir auf den Seiten 114 bis 141 eine Übersetzung der Arbeitsblätter an. Nicht übersetzt sind diejenigen Arbeitsblätter, die die Schüler an das Thema Wirtschaft heranführen und rein fremdsprachliche Übungen enthalten. In der Übersetzung liegen hingegen diejenigen Arbeitsmaterialien vor, die Inhaltliches thematisieren und den Wirtschaftslehrer in seiner fachlichen Kompetenz ansprechen und zur Mitarbeit einladen.

An Schulen ohne Deutschunterricht kann der Wirtschaftslehrer das Projekt auch selbstständig durchführen: Er kann den deutschlandzentrierten Fokus beibehalten oder aber das Spektrum erweitern und den Fokus auf die Präsenz von allgemein europäischen Unternehmen in der Region ausweiten. Eine solche inhaltliche Akzentverschiebung zugunsten einer europäischen Dimension kann sich für solche Schüler als positiv erweisen, die andere Fremdsprachen lernen als Deutsch.

Die Arbeit mit den Unterrichtsmodulen

Unternehmen Deutsch ist in seiner vorliegenden Form für den Unterricht Deutsch als Fremdsprache (DaF) konzipiert. Sprachliche Voraussetzung für die Arbeit mit den Unterrichtsmaterialien (Module) ist die abgeschlossene Niveaustufe A1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen des Europarats (GER). Die vorliegenden Materialien ermöglichen es der Lehrkraft, das Projekt autonom in der Klasse durchzuführen. Zur Verfügung stehen drei Module mit jeweils einem zentralen Arbeitsauftrag. Diese Module bauen aufeinander auf und leiten folgerichtig durch das Projekt. Zusätzlich wird ein Trainingsmodul angeboten, das der Sensibilisierung für berufliche Fragen und der beruflichen Orientierung der Schülerinnen und Schüler dient.

MODUL 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM

Präsentation der Region als Wirtschaftsraum

MODUL 2: UNSER PARTNERUNTERNEHMEN

Portrait des Partnerunternehmens

MODUL 3: UNSERE GESCHÄFTSIDEEN

Entwicklung und Vermarktung
eines Produkts/einer Dienstleistung

TRAININGSMODUL: BERUFSDIENTUNG

Berufe, Berufswünsche und Bewerbungstraining

In das Projekt leiten einfache spielerische Aufgabentypen ein, die die Schüler an die Thematik heranführen und für diese motivieren sollen. Im weiteren Verlauf wird der erforderliche Fachwortschatz aufgebaut. Dialogbeispiele sorgen dafür, dass grammatische Strukturen und neue Wörter integriert geübt und verarbeitet werden. Mündliche Aufgabenstellungen, die eine differenziertere inhaltliche Diskussion implizieren, werden von Schülern mit A1-Kenntnissen in der Muttersprache bearbeitet. Die schriftlichen Aufgabenstellungen sind so gehalten, dass sie auf jedem Sprachniveau mit den jeweils vorhandenen sprachlichen Mitteln erfüllt werden können. Die Lehrkraft einer Schülergruppe mit abgeschlossenen A2-Kenntnisse oder höher kann „zu einfache“ Arbeitsmaterialien gleichwohl verwenden, wenn damit bestimmte Ziele verfolgt werden (z. B. Motivierung, Aktivierung von Vorwissen). Je nach realem Sprachstand und Motivation der Schülerinnen und Schüler wird die Lehrkraft also selbst und von Fall zu Fall entscheiden, welche Arbeitsblätter gewinnbringend einzusetzen sind. Für eine korrekte Durchführung des Projekts ist es allerdings wichtig, dass – unabhängig

von den Deutschkenntnissen - die drei zentralen Arbeitsaufträge (s. Modul 1 bis 3) bearbeitet werden. Diese bilden den Kern von Unternehmen Deutsch und repräsentieren die wesentlichen Etappen zur Erreichung des Projektziels.

Das „Trainingsmodul: Berufsorientierung“ nimmt innerhalb des Projekts eine besondere Stellung ein. Es enthält keinen zentralen Arbeitsauftrag, wie dies in den Modulen 1 bis 3 der Fall ist. Die Schüler beschäftigen sich mit ihren persönlichen Interessen und Berufswünschen, mit Berufsbildern, Fragen zu Ausbildung bzw. Studium und Kriterien der schriftlichen Bewerbung. Wir empfehlen, das Trainingsmodul zwischen Modul 1 und Modul 2 zu bearbeiten. Damit kann der Zeitraum sinnvoll genutzt werden, in dem Lehrkraft und Schulleitung damit beschäftigt sind, ein disponibles Unternehmen für die Projektpartnerschaft zu akquirieren. Gleichzeitig werden die Schüler durch die angebotenen Aufgaben auf den persönlichen Besuch bei ihrem Partnerunternehmen und den bevorstehenden Kontakt zur Arbeitswelt vorbereitet.

Zeitliche und inhaltliche Organisation

Die Lehrkraft sollte mit ihrer Klasse im Schnitt mindestens eine Unterrichtsstunde pro Woche auf das Projekt verwenden. Einige Aufgaben (z. B. Rechercheaufgaben) können von den Schülern zu Hause erledigt werden. Als zeitlichen Rahmen empfehlen wir die Monate Oktober bis April. Im folgenden Ablaufplan geben wir zeitliche Empfehlungen, die der Orientierung dienen.

Phase 1 – Oktober bis November: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM (MODUL 1)

Aufgabe ist es, die Region als Wirtschaftsraum zu erkunden und zu präsentieren. Die Schüler untersuchen dazu ihr lokales Umfeld auf wichtige Wirtschaftszweige und beispielhafte Unternehmen hin und dokumentieren ihre Ergebnisse in einer wirtschaftsgeographischen Präsentation. Bei ihrer Recherche achten die Schüler auf die Präsenz von deutschen Firmen und italienischen Firmen mit Geschäftsbeziehungen nach Deutschland. Diese Fokussierung dient dazu, mögliche Partnerunternehmen für die Projektpartnerschaft zu identifizieren und die Unternehmensakquirierung vorzubereiten.

Phase 2 – November bis Dezember:

Akquirierung des Partnerunternehmens und berufliche Orientierung (TRAININGSMODUL BERUFSORIENTIERUNG)

Die Klasse entscheidet, für welches der identifizierten potentiellen Partnerunternehmen sie ein innovatives Produkt oder eine innovative Dienstleistung entwickeln möchte. Der Schulleiter kontaktiert gemeinsam mit der Lehrkraft das Unternehmen, um dieses für die Projektpartnerschaft zu gewinnen. Hilfreich sind dabei die im vorangegangenen Kapitel aufgeführten Argumente. Das Unternehmen muss sich bereit erklären, die Schulklasse zu einem Informationsbesuch zu empfangen und ihr in einem Rundgang die betriebseigenen Arbeitsbereiche und -prozesse sowie Berufsprofile zu zeigen. Im Falle einer Ablehnung durch das erstkontaktierte Unternehmen werden weitere Unternehmen kontaktiert, die in Phase 1 identifiziert worden sind.

Während Schulleitung und Lehrkraft das Partnerunternehmen akquirieren, beschäftigen sich die Schüler mit dem Trainingsmodul Berufsorientierung. Sie analysieren Arbeitsbereiche, Berufsbilder und eigene berufliche Vorstellungen. Wenn die sprachlichen und altersmäßigen Voraussetzungen vorhanden sind, lernen die Schüler außerdem, ein Bewerbungsschreiben auf Deutsch zu verfassen und bereiten sich so auf künftige realistische Situationen vor (z.B. Bewerbung um eine Praktikumsstelle).

Phase 3 – Dezember bis Februar:

UNSER PARTNERUNTERNEHMEN (MODUL 2)

Zentrale Aufgabe dieser Phase ist es, ein Portrait des Partnerunternehmens zu erstellen. Vor dem Besuch recherchieren die Schüler im Internet gezielt über ihr Unternehmen und bereiten einen Katalog mit Fragen vor, die sie ihren Gesprächspartnern während des Besuchs stellen. Das Interview wird von Schülern mit nur einfachen Deutschkenntnissen in der Muttersprache geführt. Fortgeschrittenere Schüler sollten das Interview auf Deutsch führen, sofern im Unternehmen ein deutschsprachiger Gesprächspartner zur Verfügung steht. Alle gesammelten Informationen dienen der Klasse dazu, ein ihrem Sprachniveau angemessenes Bild von ihrem Unternehmen in deutscher Sprache zu erstellen. Wir empfehlen, die Modalitäten für den Firmenbesuch im Vorfeld genau abzusprechen: Datum, Dauer des Besuchs, Schülerzahl, Interviewpartner, Interviewfragen, Rundgang durch den Betrieb, die Möglichkeit von Foto- oder Videoaufnahmen.

Phase 4 – Februar bis April:

UNSERE GESCHÄFTSIDE (MODUL 3)

In dieser Phase arbeiten die Schüler kreativ im Team und entwickeln die Geschäftsidee für ihr Partnerunternehmen. Die Schüler erfinden ein Produkt oder eine Dienstleistung mit innovativem Charakter, das/die dem Unternehmensprofil entspricht. Das neue Produkt bzw. die neue Dienstleistung soll realistisch und markttauglich sein, d.h. für das Partnerunternehmen umsetzbar und für dessen potentiellen deutschsprachigen Kundenkreis interessant und nützlich. Anschließend widmen sich die Schüler dem Marketing. Sie definieren Zielgruppe, Preis und Werbeformat (Spot für Fernsehen oder Radio, Broschüre, Plakat, Zeitungsanzeige). Sie finden einen werbewirksamen Namen für das Produkt bzw. die Dienstleistung und simulieren die Lancierung ihrer Geschäftsidee mit einem originellen Werbeslogan in deutscher Sprache.

Die Klassen, die das Projekt bei sich im Unterricht durchgeführt haben, können nach Rücksprache mit dem Goethe-Institut Rom eine Bescheinigung über die Projektteilnahme erhalten. Möchte eine Klasse am jährlich auf der Website des Goethe-Instituts Italien ausgeschriebenen Ideenwettbewerb Unternehmen Deutsch teilnehmen, müssen alle Arbeiten bis zum angegebenen Abgabetermin beim Goethe-Institut Rom eingereicht werden. Die ersten drei Gewinnerklassen werden gemeinsam mit ihren Partnerunternehmen prämiert. Weitere Informationen finden Sie dazu auf unserem Lehrerportal www.goethe.de/pervoi.

Hinweise und Empfehlungen

Bei Interesse an der Durchführung des Projekts muss die Lehrkraft die Schulleitung und das Lehrerkollegium rechtzeitig informieren und einbeziehen. Unternehmen Deutsch wird von namhaften italienischen und deutschen Partnern unterstützt und bildet ein qualifiziertes schulisches Angebot im Rahmen der Alternanza Scuola-Lavoro (Verzahnung von Schule und Arbeitswelt).

Es empfiehlt sich, die lokale Presse von der Durchführung des Projekts an der Schule zu unterrichten. Ein Artikel in der Zeitung verleiht der Schule und dem Unternehmen eine erhöhte Sichtbarkeit in der Region.

Mit „Region“ meinen wir nicht „Regione“ im Sinne der italienischen Gebietskörperschaft, sondern beziehen uns damit auf die lokale Umgebung im Sinne von „territorio“. Je nach Situation vor Ort kann die Recherche deshalb wahlweise auf der Ebene der Metropolregion, der Provinz oder der Region erfolgen.

Die Schüler können ihre Arbeiten durch unterschiedliche mediale Formate illustrieren und ergänzen (PowerPoint, Foto, Video, Zeichnung, Grafik, Statistik, Poster, Collage).

Der Besuch beim Partnerunternehmen ist von zentraler Bedeutung. Hierfür sind genaue vorherige Absprachen notwendig. Aus der persönlichen Begegnung heraus kann die Bereitschaft des Unternehmens entstehen, die Schulklasse bei der Entwicklung ihrer Geschäftsidee durch das eigene Fachpersonal zu unterstützen. In jedem Fall sollte die Lehrkraft nach dem Besuch den Kontakt zum Unternehmen halten und dieses über die Entwicklung der Geschäftsidee auf dem Laufenden halten.

Der entstandene Kontakt zum Unternehmen sollte möglichst der Beginn einer langfristig angelegten Partnerschaft sein, die es der Schule erlaubt, im Sinne der italienischen Schulreform weitere Formen der Zusammenarbeit zu vereinbaren (z. B. Schülerpraktika).

Der vorliegende Band enthält Grafiken und Aufgabentypen, die dem Band „Unternehmen Deutsch – Eine Brücke zwischen Wirtschaft und Deutschunterricht“, Goethe-Institut Paris 2014, entliehen sind. Der interessierte Lehrer findet dort weitere nützliche Materialien für den Einsatz im Deutschunterricht.

Weitere Formate für Lernpartnerschaften zwischen Schule und Unternehmen

Unternehmen Deutsch erhebt nicht den Anspruch, in den Köpfen der Jugendlichen Klarheit darüber zu schaffen, welchen Beruf sie später ergreifen wollen. Dazu sind vertiefende Maßnahmen wie persönliche Beratungsgespräche oder Praktika notwendig. Wie kann es also nach dem Abschluss des Projektes Unternehmen Deutsch mit einer Lernpartnerschaft weitergehen? Hierzu gibt es zahlreiche erfolgreich erprobte Formate der Zusammenarbeit, die von der Basiserkundung in den Abteilungen eines Unternehmens über Career Days, Bewerbungstraining, Schülerpraktika, Unternehmenssimulationen bis hin zur Gründung einer Schülerfirma reichen. Informationsabende für Eltern und die allgemeine Öffentlichkeit sowie Mentoring-Programme runden das Programm ab. Lernpartnerschaften zwischen Unternehmen und Schulen haben sich in den letzten Jahren in fast allen Bundesländern in Deutschland erfolgreich etabliert. Entscheidende Unterstützung und Beratung leisten dabei die regionalen Handelskammern. Dies verbessert bereits in der Schule Ausbildungsqualität und Vorbereitung der Jugendlichen auf die Berufs- und Arbeitswelt. Einige bewährte Formate der Lernpartnerschaften zwischen Schulen und Unternehmen sind auch im internationalen Kontext sinnvoll. Wir haben eine Auswahl zusammengestellt.

Differenzierte Betriebserkundung in Kleingruppen

Bei einer differenzierten Betriebserkundung erkunden Schüler in Kleingruppen einzelne Arbeitsbereiche eines Unternehmens und übernehmen dort sogar kleinere Arbeiten. Im Klassenverband erläutern sie anschließend den anderen Schülern die Ergebnisse ihrer Erkundung und Erfahrungen und erstellen gemeinsam ein Gesamtbild des Unternehmens, seiner Arbeitsbereiche und seiner Arbeitsabläufe. Die Analyse der Beziehungen des Unternehmens zur Stadt, zur Region und im nationalen wie auch internationalen Kontext runden das Bild ab.

Berufsorientierung und Career Days

Schon während der Betriebserkundungen lernen Schüler verschiedene Berufe kennen und erleben Mitarbeiter direkt vor Ort in ihrem betrieblichen Umfeld. Im Unterricht und mit Hilfe von Berufsberatern arbeiten sie ihre Erlebnisse auf. Auf der Basis der Erkenntnis eigener Stärken und Schwächen können erste Berufswünsche und das Interesse für ein Praktikum entwickelt werden.

Bewerbungstraining

(s. Trainingsmodul: Berufsorientierung)

Konkretisiert sich der Wunsch nach einem Praktikum, bietet sich die Möglichkeit, im Unterricht ein Bewerbungstraining durchzuführen, und zwar schriftlich wie auch mündlich im Rahmen der Simulation eines Bewerbungsgespräches, am idealerweise mit einem Vertreter der Personalabteilung des Partnerunternehmens. Leitaufgaben und -fragen können sein:

- Wie baue ich ein Bewerbungsschreiben auf?
- Wie verfasse ich einen europäischen Lebenslauf?
- Wie bereite ich mich auf ein Bewerbungsgespräch vor?

Schülerpraktikum

Es ist nicht nur wichtig, sondern auch sehr interessant, sich früh beruflich zu orientieren und herauszufinden, welcher Beruf zu einem passt und einem auch Spaß macht. Schüler schnuppern Praxisluft und entdecken, was in der Ausbildung und im späteren Beruf auf sie zukommt. Dabei können Schülerpraktika verschiedene Formate haben: sie können einen Tag, eine Woche oder länger dauern, sie können aber auch einmal pro Woche in einem Unternehmen vor Ort über einen längeren Zeitraum stattfinden, was eine langfristige Bindung zwischen Schülern und Betrieb fördert. Bei Praktika geht es immer auch um die Persönlichkeitsentwicklung der Jugendlichen. Seit Juli 2015 sind diese in Italien für die Schüler der Sekundarstufe II verpflichtend.

Unternehmenssimulation, Schülerfirma, Start Up

In Unternehmenssimulationen gründen Schüler auf der Basis einer Geschäftsidee ihr eigenes Unternehmen und simulieren unternehmerisches Handeln und die Abläufe eines Betriebes von der Produktentwicklung über die Produktion und Vermarktung bis hin zum Vertrieb ihres Produktes oder ihrer Serviceleistung. Dies kann in besonders glücklichen Fällen sogar zur Gründung einer wirklichen Schülerfirma führen. Eine reelle Schülerfirma zu betreiben, ist wiederum eine hoch spannende, faszinierende und motivierende Aufgabe für ein Unternehmen. Wenn Sie Beispiele für über 250 Schülerfirmen in Deutschland kennenlernen wollen, laden wir Sie ein, die folgende Website zu besuchen: www.schuelerfirmen.de/

Informationsabende für Eltern und Familien

Informationsveranstaltungen und Aktionstage von Schule und Unternehmen für Schüler, Eltern und Familien sind ein gesellschaftliches Ereignis, in dessen Rahmen die Lernpartnerschaft lebendig und lebensnah präsentiert werden kann. Schüler, Auszubildende, Lehrer, Mitarbeiter, Schulleiter und Unternehmer informieren über ihre Projekte und die lokale Presse berichtet darüber. Und beim geselligen Beisammensein können weitere Ideen entworfen und entwickelt werden.

Mentoring-Programme

Mentoring-Programme existieren in der Wirtschaft seit längerem, kommen inzwischen aber auch stärker im schulischen Bereich zum Tragen. So geben Erwachsene mit Berufspraxis und Lebenserfahrung ihr Wissen ehrenamtlich an Schulen, Kinder und Jugendliche weiter. Das Knowhow eines Unternehmens wird so gemeinnützig für Schulen zugänglich gemacht.

In Italien und Frankreich bietet das Goethe-Institut „Unternehmen Deutsch“ als Schulprojekt an.

Italien

In Italien entstand „Unternehmen Deutsch“ aus einem durch das Goethe-Institut koordinierten Ideenwettbewerb heraus. Die vorliegenden Materialien erlauben es jetzt, das Projekt auch eigenständig und wettbewerbsunabhängig im Unterricht durchzuführen.

Schulklassen ermitteln dazu in ihrem lokalen Umfeld ein deutsches oder ein italienisches Unternehmen mit Geschäftsbeziehungen nach Deutschland. In einem Firmenbesuch lernt die Klasse ihr Partnerunternehmen und dessen betriebliche Abläufe kennen. Die Schüler erstellen ein Unternehmensportrait und entwickeln anschließend für die Bedürfnisse „ihrer“ Firma eine innovative Produkt- oder Dienstleistungsidee. Mit Blick auf potentielle deutschsprachige Kunden des Unternehmens simulieren die jungen Erfinder eine Werbeaktion (z. B. Videospot), die zusammen mit einem originellen Werbeslogan vom Kauf des Produkts bzw. der Dienstleistung überzeugen soll.

Das Projekt trägt zur ersten beruflichen Orientierung bei und fördert lokale Lernpartnerschaften zwischen Schulen und Unternehmen. Unternehmen Deutsch versteht sich zudem als Beitrag zum schulischen Bildungsangebot Italiens, das mit der italienischen Schulreform vom Juli 2015 verpflichtend Programme zwischen Schulen der Sekundarstufe II und Unternehmen vorsieht, die zur Verzahnung von Theorie und Praxis beitragen.

Mehr Informationen zum Projekt „Unternehmen Deutsch“ in Italien finden Sie unter:

www.goethe.de/it/unternehmendeutsch

Frankreich

In Frankreich wird „Unternehmen Deutsch“ als Blended-Learning-Projekt durchgeführt. Dies ermöglicht den Schülergruppen, ihre Präsentationen als Wikis in Moodle-Arbeitsräumen zu entwickeln und zugleich wichtige Dokumente und Bilder allen zugänglich zu machen. Der Schwerpunkt liegt auf der direkten Kooperation des Goethe-Instituts Paris mit Partnerunternehmen in Deutschland, die auf dem Weltmarkt präsent sind. Die Lernenden recherchieren in Arbeitsgruppen zu diesen Unternehmen. Während der Recherchephase können sich die Projektgruppen unmittelbar an „ihr“ Unternehmen wenden, um aus erster Hand Informationen über die Firma zu bekommen. Zudem besteht für Schülerinnen und Schüler aus Frankreich die Möglichkeit, sich für ein Mini-Praktikum in einem Unternehmen in Deutschland zu bewerben. Dieses Praktikum wird durch ein Stipendium des Goethe-Instituts Paris unterstützt. Seit 2016 werden darüber hinaus auch Betriebsbesichtigungen deutscher oder auch französischer Unternehmen mit Handelsbeziehungen nach Deutschland in der direkten Umgebung der Schule angeboten.

Mehr Informationen zum Projekt „Unternehmen Deutsch“ in Frankreich finden Sie unter:

www.goethe.de/frankreich

www.goethe.de/unternehmendeutsch



**« IL LEGAME CREATOSI CON I COMPAGNI MI È PIACIUTO
PARTICOLARMENTE. COME CLASSE ABBIAMO MIGLIORATO
LA COLLABORAZIONE. »**

Evaluation Unternehmen Deutsch

IL PROGETTO

Che cos'è Piazza Affari Tedesco?

Un precoce orientamento professionale e la conoscenza delle lingue straniere sono oggi due importanti premesse per garantire un'efficace transizione dalla scuola al mondo del lavoro. I giovani che imparano le lingue straniere e riconoscono per tempo i loro sbocchi professionali investono nel proprio futuro. Chi, oltre all'inglese, parla anche tedesco è più richiesto sul mercato del lavoro italiano ed europeo. Sullo sfondo dell'alto tasso di disoccupazione giovanile nei Paesi dell'Europa meridionale, il Goethe-Institut ha avviato in collaborazione con i suoi partner Piazza Affari Tedesco, un progetto improntato sulle esigenze di scuole e imprese. L'iniziativa punta alla creazione di partenariati didattici e reti fra scuole e imprese: le visite aziendali, lo sviluppo di prodotti, i tirocini e altri format favoriscono la comunicazione e la collaborazione fra il mondo della scuola e quello del lavoro e aiutano gli alunni a fare le loro scelte professionali.

Piazza Affari Tedesco è un'iniziativa concepita per le scuole secondarie di secondo grado che vogliono entrare in contatto con il mondo del lavoro o approfondire i contatti già esistenti con le aziende del proprio territorio. Principali destinatari sono innanzitutto gli istituti tecnici e professionali che prevedono l'insegnamento della lingua tedesca, ma anche gli istituti superiori d'istruzione generale come i licei possono partecipare con profitto al progetto. Farsi un'idea del mondo del lavoro è importante soprattutto per gli alunni del triennio, che devono prendere delle decisioni sul proprio futuro professionale. Piazza Affari Tedesco offre un contributo in tale senso, dando l'opportunità di conoscere a livello pratico le figure professionali e i processi lavorativi. Le imprese coinvolte nel progetto sono imprese tedesche con sede in Italia, oppure aziende italiane che vantano rapporti commerciali con la Germania o con clienti e partner di lingua tedesca, o che intendono avviarli. Altri possibili partner, oltre alle imprese private, sono istituzioni pubbliche o semipubbliche che hanno rapporti con la Germania (enti per il turismo, istituzioni culturali, musei).

Seguendo il principio dell'apprendimento orientato alla pratica, Piazza Affari Tedesco abbina argomenti di economia all'insegnamento del tedesco come lingua straniera. Compito principale degli alunni è quello di simulare lo sviluppo di un prodotto o di un servizio innovativo per l'azienda scelta fra quelle presenti nel loro territorio. Il nuovo prodotto o servizio deve ampliare in maniera sensata l'offerta dell'azienda ed essere adatto al mercato di riferimento. Pensando ai potenziali clienti di lingua tedesca, gli alunni formulano uno slogan per la propria idea e la commercializzano scegliendo un format pubblicitario (p.es. videoclip, spot radiofonico, brochure). Quest'attività di gruppo

portata avanti dagli alunni per svolgere tale compito, non si limita a favorire la loro creatività e le loro nozioni di marketing, ma promuove anche competenze chiave come l'attitudine al lavoro di squadra, la responsabilità e la consapevolezza interculturale.

Componente essenziale del progetto è la visita dell'azienda partner prescelta, che permette agli alunni di immergersi in un reale contesto lavorativo, fornendo importanti informazioni per realizzare il profilo aziendale e utili input per la creazione di un nuovo prodotto o servizio. Piazza Affari Tedesco richiama anche l'interesse della stampa locale, rafforzando la presenza e la visibilità delle scuole e delle imprese nella regione. Le aziende vedono nel progetto anche un'opportunità di impegno sociale (social responsibility) utile per la propria attività di comunicazione. Fra le aziende partner che hanno già partecipato al progetto vi sono Bosch, Bruno Manetti Cashmere, Faber-Castell, Gastronomia Italiana-Gruppo CAMST, Illycaffè, Lavazza, Mercedes-Benz, Osram, Pietro Coricelli, Poltrona Frau, SAP e TOD'S.

L'iniziativa Piazza Affari Tedesco ricopre un ruolo particolare anche alla luce de "La Buona Scuola", la riforma scolastica varata in Italia a luglio 2015. Con questa riforma l'alternanza scuola-lavoro è diventata obbligatoria negli ultimi tre anni scolastici. L'esperienza pratica in azienda richiesta dalla riforma prevede complessivamente almeno 400 ore negli Istituti tecnici e professionali e almeno 200 ore nei Licei. Per i relativi programmi lo Stato italiano mette a disposizione dei fondi. I tirocini possono essere svolti nelle imprese, nelle istituzioni pubbliche, nei musei e in estate anche all'estero. A questo proposito è in preparazione un accordo con lo statuto degli studenti. In un registro nazionale vengono poi inserite tutte le istituzioni e le imprese che offrono programmi volti a promuovere esperienze pratiche professionalizzanti. I giovani possono successivamente valutare la loro partecipazione e l'efficienza di questi programmi. Inoltre vengono stanziati fondi per programmi didattici innovativi, volti a promuovere l'orientamento professionale e a contrastare l'abbandono scolastico. Fra gli obiettivi anche quello di rafforzare l'insegnamento delle lingue straniere e dell'economia. La concezione su cui si basa Piazza Affari Tedesco è in linea con le novità introdotte dalla riforma scolastica e soddisfa, attraverso l'abbinamento del tedesco all'economia, le esigenze di un insegnamento innovativo in modalità CLIL (Content and Language Integrated Learning).

In virtù di un decreto del Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca italiano (D.M. n. 90/2003) il Goethe-Institut è ufficialmente accreditato per la formazione e l'aggiornamento dei docenti delle scuole.

Come convinco scuole e aziende a partecipare al progetto?

Per convincere colleghi, imprenditori e genitori del valore di questo progetto abbiamo raccolto i principali argomenti a favore di un partenariato didattico fra scuole e aziende. Grazie alla collaborazione con le aziende, le scuole ampliano la propria offerta formativa anche oltre i confini della classe, diventando più attraenti per alunni, genitori e insegnanti. D'altro canto le imprese imparano a conoscere le potenziali nuove leve, hanno la possibilità di sostenere i giovani e motivarli ancor prima della fine della scuola a intraprendere una formazione professionale.

Dal punto di vista della scuola, i partenariati didattici sono in grado di

- affiancare gli alunni nell'orientamento professionale e durante la transizione dalla scuola alla formazione
- dare un'idea dei collegamenti tra professione, società e mondo economico
- migliorare le opportunità lavorative e le prospettive future degli alunni
- ribadire il valore aggiunto del tedesco sul mercato del lavoro
- motivare nel lungo periodo tanto gli alunni quanto gli insegnanti
- aiutare gli alunni a sviluppare competenze sociali (soft skills)
- rafforzare l'immagine della scuola nell'opinione pubblica.

Dal punto di vista delle imprese, i partenariati didattici sono in grado di

- promuovere e formare nuove leve qualificate per la propria impresa
- migliorare la qualità dell'orientamento professionale dei giovani
- evidenziare l'impegno sociale dell'impresa (social responsibility)
- migliorare l'immagine dell'impresa nei confronti dell'opinione pubblica (pubbliche relazioni)
- favorire l'integrazione all'interno di reti regionali, nazionali ed europee
- arricchire con idee nuove l'offerta aziendale
- motivare i propri collaboratori, i cui figli frequentano le scuole della zona.

L'importanza del docente di economia e le opportunità per un insegnamento interdisciplinare in modalità CLIL

Piazza Affari Tedesco si addice particolarmente a un insegnamento interdisciplinare. La collaborazione al progetto da parte del docente di economia motiva tanto gli alunni quanto gli insegnanti, dato che per il raggiungimento degli obiettivi stabiliti sono richieste conoscenze specifiche di entrambe le discipline. Questo permette di promuovere e intrecciare le conoscenze inerenti i due diversi ambiti di studio. Il lavoro portato avanti dal progetto prevede lo svolgimento di compiti concreti, il cui punto focale è l'ambito economico regionale. Così facendo si riesce a catalizzare il processo di apprendimento in entrambe le materie. A seconda della peculiare realtà scolastica è possibile sviluppare, grazie alla collaborazione fra la lezione di tedesco e quella di economia, forme di lavoro specifiche in modalità CLIL, rispettando in questo modo le direttive ministeriali circa l'insegnamento innovativo di materie non linguistiche in una lingua straniera.

La partecipazione al progetto del docente di economia aziendale può essere più o meno attiva: egli infatti può mettersi a disposizione per rispondere alle domande da parte degli alunni o anche per collaborare più da vicino alle attività progettuali. L'esperienza dimostra che la visita aziendale e i successivi contatti con l'impresa sono proficui per l'insegnante di economia e per il suo rapporto con gli alunni. Affinché il docente di economia possa farsi un'idea concreta dei compiti affidati agli allievi, riportiamo da pagina 114 a pagina 141 la traduzione delle schede di lavoro. Non sono state tradotte le schede che avvicinano gli allievi ai temi economici e che contengono esercizi puramente linguistici. Tradotti sono invece quei documenti che trattano di contenuti specifici e che coinvolgono direttamente l'insegnante di economia aziendale e le sue competenze disciplinari, stimolandone la collaborazione.

Nelle scuole ove non sia insegnata la lingua tedesca, il docente di economia aziendale può svolgere il progetto anche autonomamente: egli può concentrarsi sulla Germania, oppure ampliarne la portata rilevando la presenza di imprese europee nella sua regione. Un tale spostamento dei contenuti a favore di una dimensione più europea del progetto può rivelarsi positivo anche per quegli alunni che imparano lingue straniere diverse dal tedesco.

Lavorare con i materiali didattici

Piazza Affari Tedesco è stato concepito nella sua versione attuale per la lezione di tedesco come lingua straniera (DaF). Presupposto linguistico per lavorare con i materiali didattici è il livello A1 del Quadro comune europeo di riferimento per la conoscenza delle lingue del Consiglio d'Europa (QCER). I materiali disponibili sono concepiti in modo tale da permettere all'insegnante di svolgere autonomamente il progetto in classe. A disposizione vengono messi tre moduli che prevedono rispettivamente lo svolgimento di un compito principale. Questi moduli sono correlati fra di loro e permettono di affrontare il progetto seguendo un filo logico. Oltre a questi tre moduli didattici, viene offerto anche un modulo di training che sensibilizza gli alunni alle questioni lavorative e li avvicina all'orientamento professionale.

MODULO 1: LA NOSTRA REALTÀ ECONOMICA

Presentazione del territorio come realtà economica

MODULO 2: LA NOSTRA IMPRESA PARTNER

Profilo dell'impresa partner

MODULO 3: LA NOSTRA IDEA COMMERCIALE

Sviluppo e commercializzazione di un prodotto/servizio

MODULO DI TRAINING: ORIENTAMENTO PROFESSIONALE

mestieri, aspirazioni lavorative e formazione sulla presentazione di una candidatura

Nella fase iniziale il progetto introduce tipologie di esercizi semplici e giochi, che puntano ad avvicinare gli alunni alla tematica trattata, stimolando la loro curiosità. Successivamente viene costruito il lessico specifico necessario. Esempi di dialoghi fanno sì che siano esercitate parallelamente le strutture grammaticali e le conoscenze lessicali. Gli alunni con conoscenze di livello A1 affrontano invece compiti orali, che implicano una differenziata discussione sui contenuti, nella propria lingua madre. Gli esercizi di produzione scritta sono presentati in modo da poter essere svolti a ciascun livello di competenza linguistica. Gli insegnanti di alunni con una conoscenza della lingua tedesca pari a un livello A2 o superiore possono comunque utilizzare i materiali didattici linguisticamente più semplici con lo scopo di raggiungere determinati obiettivi (p.es. per stimolare la motivazione all'apprendimento o per attivare conoscenze già acquisite). A seconda del reale livello linguistico e della motivazione degli alunni sarà l'insegnante stesso a decidere caso per caso quali moduli didattici utilizzare con profitto. Per un corretto sviluppo

del progetto è importante svolgere, indipendentemente dal livello di conoscenza della lingua tedesca, tutti e tre i compiti centrali (cfr. moduli da 1 a 3). Questi costituiscono il cuore di Piazza Affari Tedesco e ne rappresentano le tappe essenziali per il raggiungimento dello scopo del progetto.

Il "Modulo di training: orientamento professionale" ricopre un ruolo particolare all'interno del progetto, in quanto non contiene alcun compito principale da svolgere, come accade invece per i moduli da 1 a 3. Nell'affrontare questo modulo gli alunni si occupano principalmente dei loro interessi personali e delle loro aspirazioni professionali, dei profili lavorativi, delle questioni sulla formazione o sullo studio universitario e dei criteri per redigere una candidatura scritta. Consigliamo di affrontare il modulo di training tra modulo 1 e il modulo 2. Questo permetterà anche di sfruttare ragionevolmente il tempo in cui il docente e la dirigenza scolastica saranno impegnati con il reperimento di un'impresa partner. Al contempo i compiti da svolgere all'interno di questo modulo prepareranno gli alunni alla visita aziendale e all'imminente contatto con il mondo del lavoro.

Tempi e organizzazione dei contenuti

In classe l'insegnante deve dedicare mediamente almeno un'ora la settimana al progetto. Gli alunni possono svolgere alcuni compiti (p.es. attività di ricerca) in parte anche a casa. In generale si consiglia di programmare la durata del progetto da ottobre ad aprile. La seguente tabella di marcia fornisce alcune indicazioni inerenti la tempistica alle quali potersi orientare.

Fase 1 - da ottobre a novembre:**LA NOSTRA REALTÀ ECONOMICA (MODULO 1)**

Il compito consiste nel sondare e presentare il proprio territorio come realtà economica. Gli alunni analizzano il territorio locale (la provincia), cercando di individuare importanti settori economici e imprese significative. I risultati vengono raccolti in una presentazione economico-geografica. Durante la loro attività di ricerca gli alunni prestano attenzione alla presenza di aziende tedesche o italiane che intrattengono rapporti commerciali con la Germania. Questa focalizzazione ha lo scopo di individuare possibili imprese partner per il progetto ed è il primo passo verso l'acquisizione dell'azienda-partner.

**Fase 2 – da novembre a dicembre:
acquisizione dell'azienda partner e orientamento professionale
(MODULO TRAINING: ORIENTAMENTO PROFESSIONALE)**

La classe decide per quale delle imprese identificate sul territorio desidera sviluppare un prodotto o un servizio innovativo. Il dirigente scolastico contatta assieme all'insegnante l'impresa con l'obiettivo di coinvolgerla nel progetto come azienda partner. Utili a tale scopo sono gli argomenti elencati nel capitolo precedente. L'impresa deve essere disposta ad accogliere la classe per una visita aziendale, mostrandole lo stabilimento, i settori e processi lavorativi, nonché le figure professionali coinvolte. In caso di rifiuto da parte della prima impresa contattata, verranno contattate le altre imprese individuate nella fase 1.

Mentre la dirigenza della scuola e il docente si occupano dell'acquisizione dell'impresa partner, gli alunni svolgono il training per l'orientamento professionale, analizzando gli ambiti lavorativi, le figure professionali e le proprie aspirazioni lavorative. Se esistono le condizioni linguistiche e di età anagrafica idonee, gli alunni impareranno anche a redigere una lettera motivazionale in lingua tedesca, preparandosi così ad affrontare future situazioni concrete (p.es. la candidatura per uno stage).

**Fase 3 – da dicembre a febbraio:
LA NOSTRA IMPRESA PARTNER (MODULO 2)**

Il compito centrale in questa fase consiste nel redigere un profilo dell'impresa partner. Prima della visita in azienda, i ragazzi effettuano una ricerca mirata online e preparano una lista di domande da fare ai loro interlocutori durante la visita in azienda. L'intervista sarà condotta nella propria lingua madre dagli alunni che hanno in tedesco competenze linguistiche di base. Gli studenti con competenze linguistiche più avanzate dovranno condurre l'intervista in tedesco, a condizione che in azienda vi sia un interlocutore di lingua tedesca. Tutte le informazioni raccolte serviranno alla classe per redigere, compatibilmente con le proprie conoscenze linguistiche, un adeguato profilo dell'azienda in lingua tedesca. Consigliamo di concordare anticipatamente e in maniera dettagliata le modalità secondo le quali si svolgerà la visita aziendale: data, durata della visita, numero di alunni partecipanti, interlocutore per l'intervista, domande dell'intervista, visita allo stabilimento, possibilità di realizzare fotografie o riprese video.

**Fase 4 – da febbraio ad aprile:
LA NOSTRA IDEA COMMERCIALE (MODULO 3)**

In questa fase del progetto gli alunni lavorano insieme, liberando tutto il loro potenziale creativo, e sviluppano un'idea commerciale per l'impresa partner. Gli alunni inventano un prodotto o un servizio dal carattere innovativo, che rientri nel profilo dell'impresa. Il nuovo prodotto o servizio deve essere realistico e adatto al mercato di riferimento, ovvero realizzabile dall'impresa partner, nonché interessante ed utile per la sua potenziale clientela di lingua tedesca. Successivamente gli studenti si dedicano al marketing. Stabiliscono il target dei potenziali clienti, il prezzo del prodotto e il format pubblicitario (spot per la televisione o la radio, brochure, manifesti, inserzioni sul giornale). Trovano un nome di effetto pubblicitario per la loro idea e ne simulano il lancio, creando un originale slogan promozionale in lingua tedesca.

Le classi che avranno svolto il progetto potranno ottenere, d'accordo con il Goethe-Institut Rom, un attestato di partecipazione.

Le classi che intendono partecipare al concorso d'idee Piazza Affari Tedesco, bandito ogni anno sulla homepage del Goethe-Institut Italien, dovranno far pervenire i propri lavori al Goethe-Institut Rom entro i termini stabiliti. Le tre migliori classi verranno premiate assieme alle loro imprese partner. Maggiori informazioni a questo proposito sono disponibili sul nostro portale per gli insegnanti all'indirizzo www.goethe.de/pervoi.

Indicazioni e raccomandazioni

Qualora vi sia interesse a svolgere il progetto, il docente dovrà informare e coinvolgere per tempo sia la dirigenza scolastica che il collegio docenti. L'iniziativa Piazza Affari Tedesco è sostenuta da rinomati partner italiani e tedeschi e rappresenta un'offerta scolastica qualificata nell'ambito dell'alternanza scuola-lavoro.

È consigliabile informare la stampa locale circa lo svolgimento a scuola del progetto. Un eventuale articolo pubblicato sul giornale garantisce alla scuola una maggiore visibilità sul territorio.

Con il termine tedesco "Region" non si intende la ripartizione amministrativa territoriale come la si conosce in Italia, ma si fa piuttosto riferimento alla superficie limitrofa intesa come "territorio". A seconda delle condizioni presenti in loco il lavoro di ricerca può essere condotto a livello cittadino (città metropolitana), provinciale o regionale.

Gli alunni possono illustrare e integrare i propri lavori con l'ausilio dei media più diversi (fotografie, video, disegni, grafici, statistiche, poster, collage).

La visita dell'azienda partner è di centrale importanza e deve essere precedentemente concordata in modo dettagliato. Dall'incontro personale può nascere la disponibilità da parte dell'impresa di affiancare con il proprio personale qualificato la classe durante lo sviluppo dell'idea commerciale. Ad ogni modo, dopo la visita in azienda sarebbe bene che l'insegnante restasse in contatto con l'impresa, per aggiornarla sullo sviluppo dell'idea commerciale.

Il rapporto così instaurato con il partner aziendale dovrebbe costituire il primo passo per un legame più duraturo, che permetta alla scuola, ai sensi della recente riforma scolastica italiana, di concordare ulteriori forme di collaborazione (p. es. tirocini aziendali per gli alunni).

Il presente volume contiene grafici ed esercizi tratti dal testo "Unternehmen Deutsch – Eine Brücke zwischen Wirtschaft und Deutschunterricht", Goethe Institut Paris 2014. Il docente interessato vi troverà ulteriori materiali utili per l'impiego nella lezione di tedesco.

Altri format di partenariati didattici fra scuole e imprese

Piazza Affari Tedesco non pretende di fare chiarezza nelle menti dei giovani su quale professione vorranno intraprendere in futuro. A tal fine sono necessarie misure più approfondite come p. es. consulenze personalizzate oppure stage.

Una volta concluso il progetto Piazza Affari Tedesco come può proseguire un partenariato didattico? Esistono numerose possibilità di collaborazione, sperimentate con successo, che vanno da un'attenta analisi delle singole sezioni di un'impresa ai Career Days, passando per la formazione su come presentare la propria candidatura, i tirocini aziendali per gli alunni, le simulazioni d'impresa fino alla fondazione di un'azienda gestita dagli alunni. Sarete informative per i genitori e l'opinione pubblica, nonché programmi di tutoraggio, completano l'offerta. Negli ultimi anni i partenariati didattici fra scuole e imprese si sono consolidati con successo in quasi tutti i Länder federali della Germania. Determinante, in questo contesto, è l'appoggio e la consulenza da parte delle Camere di commercio. Tutto ciò contribuisce a un miglioramento della qualità formativa e della preparazione dei giovani al mondo del lavoro. Alcuni format consolidati di partenariato didattico fra scuole e imprese possono avere un senso anche in un contesto internazionale. Abbiamo, a questo scopo, fatto una selezione.

Analisi differenziata dell'azienda in piccoli gruppi

Per una conoscenza approfondita dell'impresa gli alunni, riuniti in piccoli gruppi, esplorano i diversi settori lavorativi, simulando addirittura qualche piccola mansione. Rientrati in classe presenteranno agli altri alunni i risultati della loro ricerca, illustreranno le esperienze fatte, per poi realizzare insieme un profilo completo dell'impresa con i suoi settori e processi lavorativi. L'analisi dei rapporti che l'impresa ha con la città, con la regione, con un contesto nazionale ed internazionale completa il quadro.

Orientamento professionale e Career Days

Già durante le visite aziendali gli alunni imparano a conoscere le diverse professioni e hanno modo di osservare i dipendenti al lavoro nel contesto aziendale. A lezione, possibilmente con l'aiuto di consulenti del lavoro, gli alunni elaborano poi le esperienze fatte e dopo aver individuato alcune delle proprie capacità e debolezze, possono esprimere le aspirazioni professionali nonché l'interesse a un tirocinio.

Training su come presentare la propria candidatura (v. modulo di training sull'orientamento professionale)

Nel momento in cui si concretizza il desiderio di fare un tirocinio, è possibile organizzare in classe un training scritto e orale su come candidarsi, simulando un colloquio di selezione, idealmente con la partecipazione di un rappresentante del dipartimento per le risorse umane dell'azienda partner. Il training potrebbe orientarsi ai seguenti compiti o quesiti:

- Come articolare una lettera motivazionale?
- Come redigo un curriculum vitae europeo?
- Come mi preparo a un colloquio?

Tirocinio per alunni

Non è solo importante, ma anche molto interessante orientarsi per tempo sui possibili sbocchi professionali e capire quale mestiere si addice maggiormente e si adatta a ciascuno. Gli alunni assaporano la vita lavorativa e scoprono cosa li attenderà durante la formazione e, successivamente, nel lavoro. I tirocini rivolti agli alunni possono avere diversi formati: possono durare un giorno, una settimana o anche più a lungo, oppure possono prevedere un impegno di una volta la settimana, in un'azienda presente in loco, per un periodo più lungo. Questo tipo di tirocinio favorirebbe un legame più duraturo fra gli alunni e l'impresa. I tirocini servono sempre anche a sviluppare la personalità dei giovani. Da luglio del 2015 sono diventati obbligatori per gli alunni delle scuole superiori di secondo grado in Italia.

Simulazione d'impresa, azienda gestita dagli alunni, start up

Con una simulazione d'impresa gli alunni fondano sulla base di un'idea commerciale una propria impresa, di cui simulano il lavoro e i diversi processi, dallo sviluppo dei prodotti alla loro produzione e commercializzazione fino alla distribuzione. Nei casi più fortunati quest'iniziativa può portare addirittura alla fondazione di una vera e propria azienda gestita dagli alunni. Affiancare una vera impresa gestita da allievi può essere a sua volta un'attività molto appassionante, di grande interesse e fascino anche per un'impresa. Per conoscere alcuni esempi delle oltre 250 imprese gestite dagli alunni in Germania, vi invitiamo a consultare il seguente sito internet: www.schuelerfirmen.de/

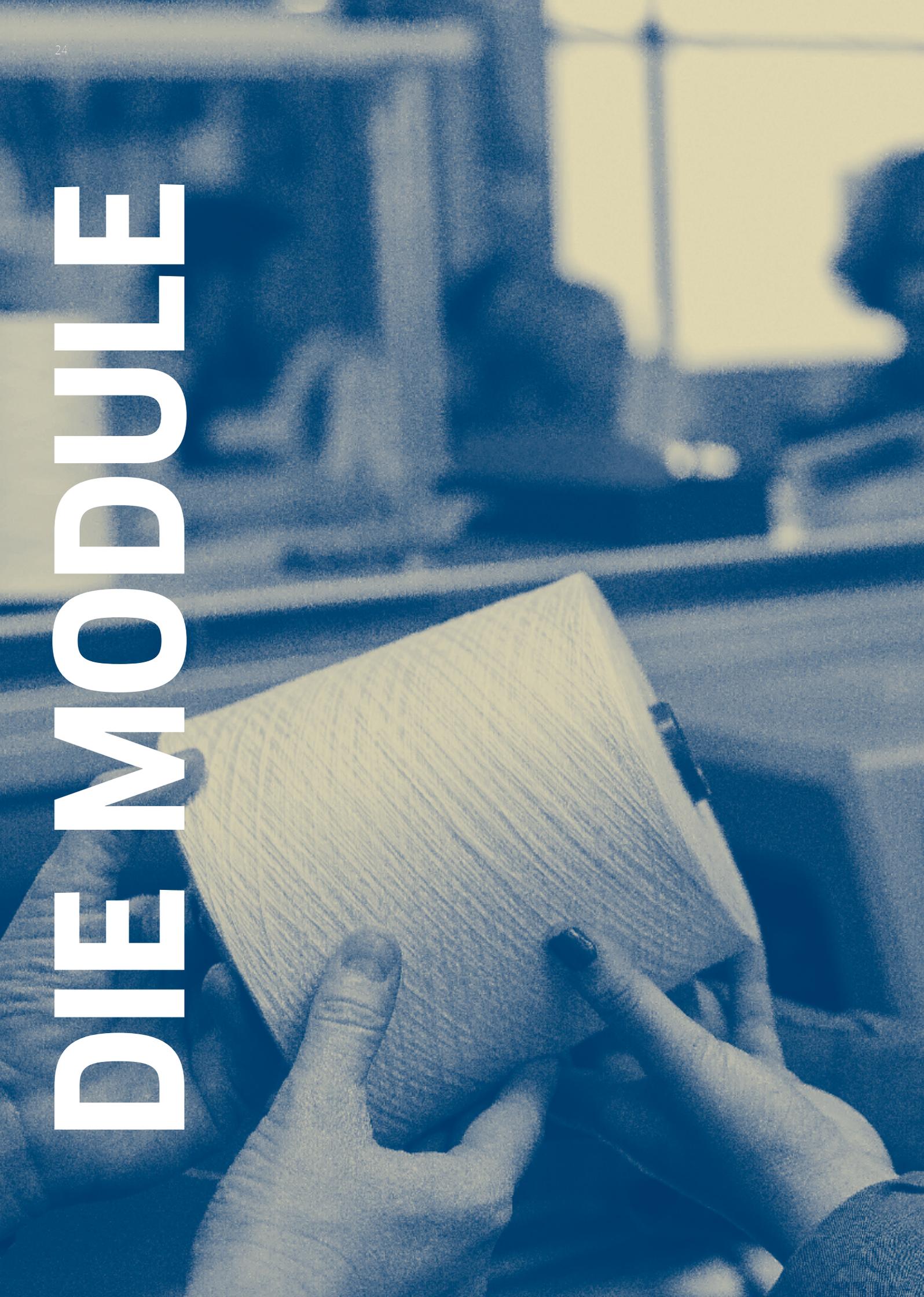
Serate informative per i genitori e le famiglie

Manifestazioni informative e giornate di attività organizzate dalla scuola e dall'impresa per gli alunni, i genitori e le famiglie sono un evento sociale all'interno del quale presentare in modo vivace e realistico il partenariato didattico. Gli alunni, gli apprendisti, i docenti, i collaboratori, il dirigente scolastico e l'imprenditore informano sui loro progetti, mentre la stampa locale descrive l'evento da un punto di vista mediatico. E stando amichevolmente in compagnia è possibile progettare e sviluppare nuove idee.

Programmi di tutoraggio

Da diverso tempo esistono, in economia, dei programmi di tutoraggio che vengono sempre più organizzati anche a livello scolastico. Persone adulte che hanno esperienza di vita e professionale mettono le loro conoscenze gratuitamente a disposizione delle scuole, dei bambini e dei giovani. In questo modo il know-how di un'impresa viene messo a disposizione delle scuole.

DIE MODULE





Arbeitsformen

- Einzelarbeit
- Partnerarbeit
- Gruppenarbeit
- Plenum



Fertigkeiten

- Lesen
- Sprechen
- Schreiben
- Hören



MODUL 1

UNSER WIRTSCHAFTSRAUM

ÜBERSICHT

Die Schülerinnen und Schüler

- lernen, italienische und deutsche Unternehmen voneinander zu unterscheiden.
- lernen, Produkte, Dienstleistungen und Unternehmen einzelnen Branchen zuzuordnen.
- erhalten einen Einblick in Zusammenhänge der deutsch-italienischen Wirtschaft.
- stellen ihre Rechercheergebnisse in einer wirtschaftsgeographischen Präsentation dar.

Arbeitsblatt	Inhalt / Aufgabe	Zeit	Fertigkeiten	Arbeitsform
AB 1.1 Italienische und deutsche Unternehmen	Vorwissen aktivieren: Firmenlogos erkennen und den beiden Ländern zuordnen	0,5 UE		
AB 1.2 Kaffee, Flüge, Schokolade ...	Bild- und Wortkarten, die Produkte und Dienstleistungen darstellen, zu Paaren verbinden	0,5 UE		
AB 1.3 Produkte, Dienstleistungen und Branchen	Produkte von Dienstleistungen unterscheiden; Produkte und Dienstleistungen den Unternehmen zuordnen; Branchen kennen lernen und den Unternehmen zuordnen	1 UE	 	
AB 1.4 Die Wirtschaftswelt in unserem Land	Firmensitze von Unternehmen in Italien recherchieren	1 UE	 	
AB 1.5 Entdecke deutsche Produkte bei dir zu Hause	Deutsche Produkte im persönlichen Umfeld suchen und in der Klasse darüber berichten	0,5 UE		
AB 1.6 Unsere Region als Wirtschaftsraum	Die Region als Wirtschaftsraum beschreiben: Welche Branchen und Unternehmen gibt es? Was produzieren sie?	1 UE		
AB 1.7 Wir suchen unser Partnerunternehmen	Identifizieren von Unternehmen im lokalen Umfeld mit Geschäftskontakten nach Deutschland; eine Hitliste mit den bevorzugten Partnerunternehmen erstellen	1 UE		
AB 1.8 Was weiß ich? - Quiz	Abschluss des Moduls	10 Minuten		
AB 1.9 Was weiß ich? - Meine Wörter	Wortschatzarbeit	15 Minuten		
W 1 Was weiß ich? - Wortschatz				
Gesamtdauer	ca. 5 - 6 Unterrichtseinheiten + Rechercheaufgaben			

Erklärung:

Eine Unterrichtseinheit (UE) entspricht etwa 45 Minuten. Alle angegebenen Zeiten sind ungefähre Angaben, die je nach Gruppenstärke, Sprachniveau und Vorwissen variieren können. Es empfiehlt sich, bestimmte Aufgaben zu Hause erledigen zu lassen (z. B. Eigenrecherche). Fertigkeiten werden nur angegeben, wenn sie in der Übung gezielt trainiert werden.



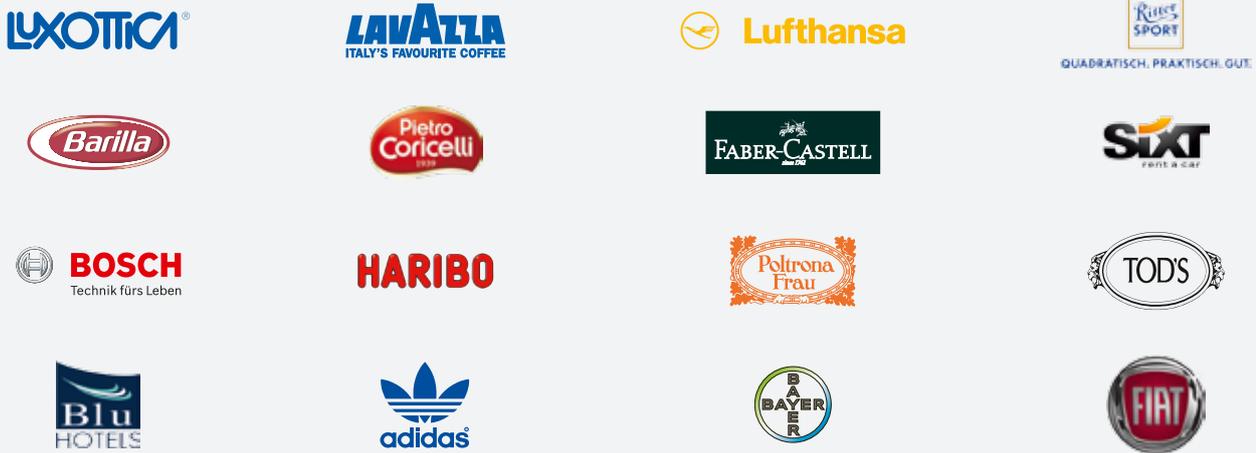
**« ES IST FÜR UNS SEHR WICHTIG, MITARBEITER
ZU HABEN, DIE MIT UNSEREN DEUTSCHEN KUNDEN
KOMMUNIZIEREN KÖNNEN. »**

Bruno Manetti, Bruno Manetti Cashmere

MODUL 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM

1.1 ITALIENISCHE UND DEUTSCHE UNTERNEHMEN

Bekannte Unternehmen haben ein Logo. Kennt Ihr diese Logos?



Barilla ist ein Unternehmen aus Italien. Adidas ist ein Unternehmen aus Deutschland.
 Ordne die Unternehmen in die Tabelle ein.

italienische Unternehmen 	deutsche Unternehmen 
Barilla	Adidas

MODUL 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM

1.2 KAFFEE, FLÜGE, SCHOKOLADE ...

Legt die Bildkarten und Wortkarten offen auf den Tisch. Welche Wortkarte passt zu welcher Bildkarte? Ordnet zu.



MODUL 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM 1.2 KAFFEE, FLÜGE, SCHOKOLADE ...

Legt die Bildkarten und Wortkarten offen auf den Tisch. Welche Wortkarte passt zu welcher Bildkarte? Ordnet zu.



der Kaffee	der Sessel	die Sportbekleidung	die Haushaltsgeräte (Pl.)
der Flug	das Olivenöl	der Mietwagen	das Medikament
das Hotelzimmer	die Nudeln (Pl.)	die Schuhe (Pl.)	die Brille
die Buntstifte (Pl.)	die Schokolade	die Gummibärchen (Pl.)	das Auto

MODUL 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM

1.3 PRODUKTE, DIENSTLEISTUNGEN UND BRANCHEN

a) Welche Branche macht was? Schreibe Sätze wie im Beispiel. Welche Verben kannst du verwenden?

Elektroindustrie

Lebensmittelindustrie

Luftverkehr

Automobilindustrie

Autovermietungsbranche

Kaffeeindustrie

Pharmaindustrie

Tourismusbranche



Die Lebensmittelindustrie produziert Lebensmittel wie zum Beispiel Nudeln.
Die Lebensmittelindustrie stellt Lebensmittel wie zum Beispiel Nudeln her.



MODUL 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM

1.3 PRODUKTE, DIENSTLEISTUNGEN UND BRANCHEN

a) Welche Branche macht was? Schreibe Sätze wie im Beispiel. Welche Verben kannst du verwenden?

Elektroindustrie Lebensmittelindustrie Luftverkehr Automobilindustrie

Autovermietungsbranche Kaffeeindustrie Pharmaindustrie Tourismusbranche

MODUL 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM

1.3 PRODUKTE, DIENSTLEISTUNGEN UND BRANCHEN

- b) Welche Unternehmen stellen Produkte her? Welche Unternehmen bieten Dienstleistungen an? Ergänze die Tabelle mit den Elementen aus Arbeitsblatt 1.1 und 1.2.
- c) Unternehmen gehören Branchen an. Ordne die Branchen den Unternehmen zu und trage sie in die Tabelle ein.

Süßwarenindustrie

Elektroindustrie

Lebensmittelindustrie

Luftverkehr

Sportbekleidungsindustrie

Brillenindustrie

Möbelindustrie

Kaffeeindustrie

Automobilindustrie

Schuhindustrie

Schreibwarenindustrie

Autovermietungsbranche

Pharmaindustrie

Tourismusbranche

das Unternehmen	das Produkt	die Dienstleistung	die Branche
Adidas			

- d) Sprecht in der Klasse:**
- Was produziert Lavazza?
 Produziert Ritter Sport Nudeln?
 Bietet Sixt Dienstleistungen an?
 (...)

Lavazza produziert Kaffee.
 Nein, Ritter Sport stellt Schokolade her.
 Ja. Sixt vermietet Mietwagen.

MODUL 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM

1.4 DIE WIRTSCHAFTSWELT IN UNSEREM LAND

a) Wo haben die folgenden Unternehmen in Italien ihren Firmensitz? Recherchiere und trage die Städte und Regionen in die Tabelle ein.

Handwritten labels for company headquarters:

- Turin, das Piemont
- Cunettone, die Lombardei
- Tolentino, die Marken (PI.)
- Brescia, die Lombardei
- Rom, das Latium
- Mailand, die Lombardei
- Monza, die Lombardei
- Spoletto, - Umbrien
- Parma, die Emilia-Romagna
- Sant'Elpidio a Mare, die Marken (PI.)

Unternehmen	Firmensitz
Adidas	
Barilla	
Bayer	
Blu Hotels	
Bosch	
Coricelli	
Faber-Castell	
Fiat	Turin, im Piemont
Haribo	
Lavazza	
Lufthansa	
Luxottica	
Poltrona Frau	
Ritter Sport	
Sixt	
Tod's	

b) Vergleicht eure Ergebnisse in der Klasse. Sprecht zusammen:


 Wo hat Lavazza seinen Firmensitz? Lavazza hat seinen Firmensitz in Turin, im Piemont.
 Hat Lufthansa seinen Firmensitz in Sizilien? Nein, Lufthansa hat seinen Sitz in Mailand, in der Lombardei.
 (...)

MODUL 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM

1.5 ENTDECKE DEUTSCHE PRODUKTE BEI DIR ZU HAUSE

- a) **Findest du zu Hause Produkte aus Deutschland? In deinem Federmäppchen, in der Küche, im Kleiderschrank ... ? Notiere das Produkt und die Firma. Recherchiere: Wo hat die Firma ihren Sitz?**

Produkt

Firma

Firmensitz in Deutschland

Firmensitz in Italien

Produkt

Firma

Firmensitz in Deutschland

Firmensitz in Italien

Produkt

Firma

Firmensitz in Deutschland

Firmensitz in Italien

Produkt

Firma

Firmensitz in Deutschland

Firmensitz in Italien

- b) **Sprecht in der Klasse:**



Hast du etwas bei dir zu Hause gefunden?

Ich habe im Kühlschrank ... gefunden.

Ja, ich habe ... gefunden. Das ist ein Produkt von ...

Der deutsche Firmensitz von ... ist in ...

Das Unternehmen hat auch einen Sitz in Italien, in ...

(...)

MODUL 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM

1.6 UNSERE REGION ALS WIRTSCHAFTSRAUM

Welche wichtigen Branchen und Unternehmen gibt es in deiner Region? Was produzieren sie? Bieten sie Dienstleistungen an? Wo haben die Unternehmen ihren Sitz? Nenne zwei Beispiele.

- a) **Recherchiere im Internet und frage deine Familie, Freunde und Bekannten. Suche zwei Beispiele. Schreibe dann mit den Informationen einen kurzen Text.**

Meine Recherche:
<hr/>
Branche
<hr/>
Name des Unternehmens
<hr/>
Produkt / Dienstleistung
<hr/>
Firmensitz / Standort
<hr/>
Branche
<hr/>
Name des Unternehmens
<hr/>
Produkt / Dienstleistung
<hr/>
Firmensitz / Standort

Mein Text: Die Wirtschaft in meiner Region
<hr/>

MODUL 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM

1.7 WIR SUCHEN UNSER PARTNERUNTERNEHMEN

- a) **Habt ihr bei der Recherche italienische Unternehmen mit Kontakten nach Deutschland gefunden? Gibt es deutsche Unternehmen in der Region?**

- b) **Für eines dieser Unternehmen müsst ihr ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung erfinden. Welches Unternehmen findet ihr interessant? Welches Unternehmen wollt ihr in einem Besuch persönlich kennen lernen? Diskutiert eure Präferenzen in der Klasse und macht eine Hitliste.**

HITLISTE - PLATZ 1

Name des Unternehmens

Branche

Produkt/Dienstleistung

Firmensitz/Standort

Interessiert uns, weil

HITLISTE - PLATZ 2

Name des Unternehmens

Branche

Produkt/Dienstleistung

Firmensitz/Standort

Interessiert uns, weil

HITLISTE - PLATZ 3

Name des Unternehmens

Branche

Produkt/Dienstleistung

Firmensitz/Standort

Interessiert uns, weil

MODUL 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM

1.8 WAS WEISS ICH? – QUIZ



1. Welche Branche stellt Nudeln und Schokolade her?

- a) die Pharmaindustrie
- b) die Tourismusbranche
- c) die Lebensmittelindustrie

2. Wo hat das Unternehmen Poltrona Frau seinen Firmensitz?

- a) in der Lombardei
- b) in Sizilien
- c) in den Marken

3. Flüge und Hotelzimmer sind ...

- a) Produkte
- b) Dienstleistungen
- c) beides

4. Aspirin ist ein Produkt von ... ?

- a) Braun
- b) Bayer
- c) Beiersdorf

5. Sixt ist in ... tätig.

- a) der Möbelindustrie
- b) der Automobilindustrie
- c) der Autovermietungsbranche



« HA DATO, POI, LA POSSIBILITÀ A NOI GIOVANI DI ENTRARE IN CONTATTO CON UNA NUOVA FETTA DEL MONDO DEL LAVORO. IL DIRETTO CONTATTO CON L'AZIENDA PARTNER HA SICURAMENTE CHIARITO LE IDEE DI MOLTI, ME COMPRESA, SUL PROPRIO FUTURO CHE SIA, O NO, INDIRIZZATO A QUESTO TIPO DI PROFESSIONE. »

MODUL 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM

1.9 WAS WEISS ICH? – MEINE WÖRTER

Welche fünf Wörter aus Modul 1 findest du wichtig? Schreibe sie in die linke Spalte.
Schreibe dann für jedes Wort einen Satz in die rechte Spalte.

Kontrolliere jetzt die Wortschatzliste. Findest du deine Lieblingswörter dort wieder?

MODUL 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM W1 WAS WEISS ICH? – WORTSCHATZ

Substantive

das Angebot/-e	der Kühlschrank/-schränke	das Unternehmen/-
das Auto/-s	das Lebensmittel/-	die Vermietung/-en
die Automobilindustrie/-n	das Lieblingswort/-wörter	die Ware/-n
die Autovermietung/-en	der Luftverkehr (Sing.)	die Wirtschaft/-en
die Bekleidung (Sing.)	das Logo/-s	die Wirtschaftswelt (Sing.)
die Branche/-n	das Medikament/-e	der Wirtschaftsraum/-räume
die Brille/-n	der Mietwagen/-	
der Buntstift/-e	das Möbel/-	
die Dienstleistung/-en	die Nudeln (Pl.)	Verben
die Elektroindustrie/-n	das Olivenöl/-e	etwas anbieten
die Firma/Firmen	das Partnerunternehmen/-	etwas erfinden
der Firmensitz/-e	die Pharmaindustrie/-n	etwas ergänzen
das Firmenlogo/-s	die Präsentation/-en	etwas herstellen/produzieren
der Flug/Flüge	das Produkt/-e	passen (zu + D)
das Gerät/-e	der Produktname/-n	etwas präsentieren
die Grafik/-en	die Recherche/-n	recherchieren
das Gummibärchen/-	die Region/-en	tätig sein/aktiv sein
das Haushaltsgerät/-e	die Schokolade/-n	etwas vermieten
das Hotel/-s	die Schreibwaren (Pl.)	etwas zuordnen
das Hotelzimmer/-	der Schuh/-e	zusammenarbeiten
die Illustration/-en	der Sessel/-	
die Industrie/-n	die Sportbekleidung (Sing.)	
der Kaffee/-s	der Standort/-e	Adjektive
der Kleiderschrank/-schränke	die Statistik/-en	bekannt
die Küche/-n	die Süßwaren (Pl.)	lokal
	der Tourismus (Sing.)	wichtig

MODUL 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM

1.1 ITALIENISCHE UND DEUTSCHE UNTERNEHMEN

LÖSUNG

Barilla ist ein Unternehmen aus Italien. Adidas ist ein Unternehmen aus Deutschland.
Ordne die Unternehmen in die Tabelle ein.

italienische Unternehmen 	deutsche Unternehmen 
Barilla	Adidas
Blu Hotels	Bayer
Coricelli	Bosch
Fiat	Faber-Castell
Lavazza	Haribo
Luxottica	Lufthansa
Poltrona Frau	Ritter Sport
Tod's	Sixt

MODUL 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM

1.2 KAFFEE, FLÜGE, SCHOKOLADE ...

LÖSUNG

Legt die Bildkarten und Wortkarten offen auf den Tisch. Welche Wortkarte passt zu welcher Bildkarte?
 Ordnet zu.

 <p>der Kaffee</p>	 <p>der Sessel</p>	 <p>die Sportbekleidung</p>	 <p>die Haushaltsgeräte (Pl.)</p>
 <p>der Flug</p>	 <p>das Olivenöl</p>	 <p>der Mietwagen</p>	 <p>das Medikament</p>
 <p>das Hotelzimmer</p>	 <p>die Nudeln (Pl.)</p>	 <p>die Schuhe (Pl.)</p>	 <p>die Brille</p>
 <p>die Buntstifte (Pl.)</p>	 <p>die Schokolade</p>	 <p>die Gummibärchen (Pl.)</p>	 <p>das Auto</p>

MODUL 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM

1.3 PRODUKTE, DIENSTLEISTUNGEN UND BRANCHEN

LÖSUNG

a) Welche Branche macht was? Schreibe Sätze wie im Beispiel. Welche Verben kannst du verwenden?

	Die Lebensmittelindustrie produziert Lebensmittel wie zum Beispiel Nudeln. Die Lebensmittelindustrie stellt Lebensmittel wie zum Beispiel Nudeln her.		Die Kaffeeindustrie produziert Kaffee. Die Kaffeeindustrie stellt Kaffee her.
	Die Automobilindustrie produziert Autos. Die Automobilindustrie stellt Autos her.		Der Luftverkehr bietet Flüge / Flugreisen an.
	Die Autovermietungsbranche bietet Mietwagen an.		Die Pharmaindustrie produziert Medikamente. Die Pharmaindustrie stellt Medikamente her.
	Die Elektroindustrie produziert Haushaltsgeräte. Die Elektroindustrie stellt Haushaltsgeräte her.		Die Tourismusbranche bietet Reisen an.

MODUL 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM

1.3 PRODUKTE, DIENSTLEISTUNGEN UND BRANCHEN

LÖSUNG

c) Unternehmen gehören Branchen an. Ordne die Branchen den Unternehmen zu und trage sie in die Tabelle ein.

das Unternehmen	das Produkt	die Dienstleistung	die Branche
Adidas	Sportbekleidung		Sportbekleidungsindustrie
Barilla	Nudeln		Lebensmittelindustrie
Bayer	Medikamente		Pharmaindustrie
Blu Hotels		Hotelzimmer	Tourismusbranche
Bosch	Haushaltsgeräte		Elektroindustrie
Coricelli	Olivenöl		Lebensmittelindustrie
Faber-Castell	Schreibwaren		Schreibwarenindustrie
Fiat	Autos		Automobilindustrie
Haribo	Gummibärchen		Süßwarenindustrie
Lavazza	Kaffee		Kaffeeindustrie
Lufthansa		Flüge	Luftverkehr
Luxottica	Brillen		Brillenindustrie
Poltrona Frau	Sessel		Möbelindustrie
Ritter Sport	Schokolade		Süßwarenindustrie
Sixt		Mietwagen	Autovermietungsbranche
Tod's	Schuhe		Schuhindustrie

MODUL 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM

1.4 DIE WIRTSCHAFTSWELT IN UNSEREM LAND

LÖSUNG

- a) Wo haben die folgenden Unternehmen in Italien ihren Firmensitz? Recherchiere und trage die Städte und Regionen in die Tabelle ein.

Unternehmen	Firmensitz
Adidas	Monza, in der Lombardei
Barilla	Parma, in der Emilia-Romagna
Bayer	Mailand, in der Lombardei
Blu Hotels	Cunettone, in der Lombardei
Bosch	Mailand, in der Lombardei
Coricelli	Spoletto, in Umbrien
Faber-Castell	Mailand, in der Lombardei
Fiat	Turin, im Piemont
Haribo	Mailand, in der Lombardei
Lavazza	Turin, im Piemont
Lufthansa	Mailand, in der Lombardei
Luxottica	Mailand, in der Lombardei
Poltrona Frau	Tolentino, in den Marken
Ritter Sport	Brescia, in der Lombardei
Sixt	Rom, im Latium
Tod's	Sant'Elpidio a Mare, in den Marken

MODUL 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM

1.8 WAS WEISS ICH? – QUIZ

LÖSUNG

1. Welche Branche stellt Nudeln und Schokolade her?

- a) die Pharmaindustrie
- b) die Tourismusbranche
- c) **die Lebensmittelindustrie**

2. Wo hat das Unternehmen Poltrona Frau seinen Firmensitz?

- a) in der Lombardei
- b) in Sizilien
- c) **in den Marken**

3. Flüge und Hotelzimmer sind ...

- a) Produkte
- b) **Dienstleistungen**
- c) beides

4. Aspirin ist ein Produkt von ...?

- a) Braun
- b) **Bayer**
- c) Beiersdorf

5. Sixt ist in ... tätig.

- a) der Möbelindustrie
- b) der Automobilindustrie
- c) **der Autovermietungsbranche**



MODUL 2

UNSER PARTNERUNTERNEHMEN

ÜBERSICHT

Die Schülerinnen und Schüler

- lernen, wie ein Unternehmen aufgebaut ist und welche Abteilungen welche Aufgaben haben.
- bereiten einen Unternehmensbesuch vor.
- lernen ihr Partnerunternehmen persönlich kennen.
- erstellen ein Porträt über ihr Partnerunternehmen.

Arbeitsblatt	Inhalt / Aufgabe	Zeit	Fertigkeiten	Arbeitsform
AB 2.1 Die Abteilungen im Unternehmen	Unternehmensorganigramm: Zuordnung von italienischen und deutschen Abteilungsbezeichnungen	1 UE		
AB 2.2 Die Aufgaben der Abteilungen	Aufgaben den richtigen Abteilungen zuordnen; Für einen Tag im Unternehmen: In welcher Abteilung möchtest du assistieren?	1 UE		
AB 2.3 Wir bereiten den Unternehmensbesuch vor	Hintergrundinformationen zum Partnerunternehmen darstellen; Vorbereitung von zehn Interviewfragen auf Deutsch und Italienisch	2 UE		
AB 2.4 Wir besuchen unser Unternehmen	Ein Interview mit dem Unternehmensvertreter führen und den Betrieb kennen lernen	1 UE		
AB 2.5 Wir präsentieren unser Unternehmen	Ein Porträt über das Partnerunternehmen und den Unternehmensbesuch erstellen	2 UE		
AB 2.6 Geschäftskontakte	Eine Visitenkarte analysieren und eine eigene Visitenkarte entwerfen	1 UE		
AB 2.7 Was weiß ich? - Quiz	Abschluss des Moduls	10 Minuten		
AB 2.8 Was weiß ich? - Meine Wörter	Wortschatzarbeit	15 Minuten		
W 2 Was weiß ich? - Wortschatz				
Gesamtdauer	ca. 8 Unterrichtseinheiten + Unternehmensbesuch			

Erklärung:

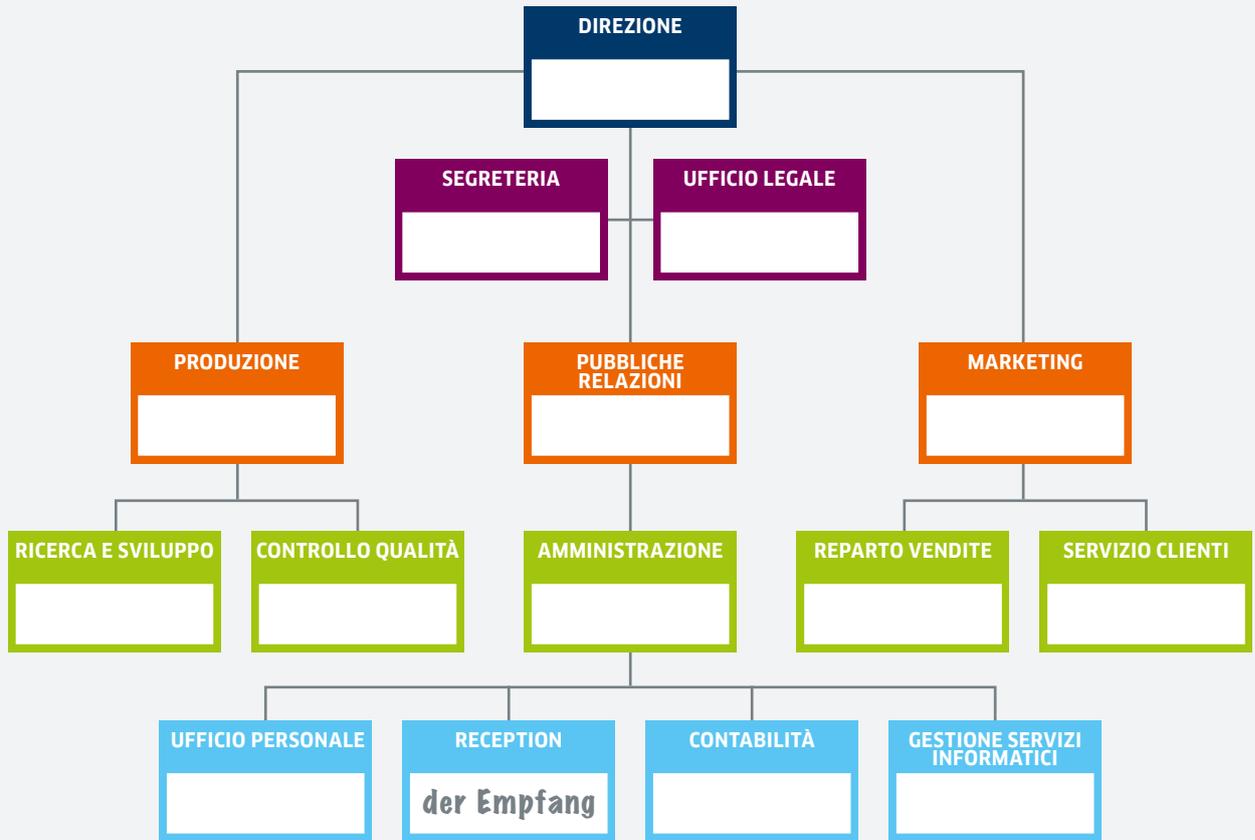
Eine Unterrichtseinheit (UE) entspricht etwa 45 Minuten. Alle angegebenen Zeiten sind ungefähre Angaben, die je nach Gruppenstärke, Sprachniveau und Vorwissen variieren können. Es empfiehlt sich, bestimmte Aufgaben zu Hause erledigen zu lassen (z. B. Eigenrecherche). Fertigkeiten werden nur angegeben, wenn sie in der Übung gezielt trainiert werden.

MODUL 2: UNSER PARTNERUNTERNEHMEN

2.1 DIE ABTEILUNGEN IM UNTERNEHMEN

a) Das Organigramm zeigt typische Abteilungen in einem Unternehmen. Was machen die Abteilungen? Sprecht in der Klasse auf Deutsch oder wahlweise auf Italienisch.

Kennt ihr noch andere Abteilungen?



b) Wie heißen die Abteilungen auf Deutsch? Schreibt die deutschen Bezeichnungen mit dem richtigen Artikel in das Organigramm.



MODUL 2: UNSER PARTNERUNTERNEHMEN

2.2 DIE AUFGABEN DER ABTEILUNGEN

a) Welche Aufgaben haben die Abteilungen? Ordnet zu.



ABTEILUNG	AUFGABE
Der Empfang	begrüßt und informiert die Kunden und Gäste.
	entwickelt neue Produkte.
	stellt Produkte her.
	ist für die Mitarbeiter zuständig.
	ist für alle Fragen der Kunden zuständig.
	organisiert den Verkauf der Produkte.
	ist für die Computer und IT-Fragen zuständig.
	leitet das Unternehmen.
	unterstützt die Geschäftsführung.
	repräsentiert das Unternehmen nach außen.
	ist für die Rechnungen und die Gehälter zuständig.
	garantiert die Qualität der Produkte.
	ist für juristische Fragen zuständig.
	ist die Administration eines Unternehmens.
	entwickelt Marktstrategien für das Unternehmen.

b) Stellt Fragen und antwortet.



Was macht der Empfang?

Welche Aufgabe hat die Personalabteilung?

Der Empfang begrüßt und informiert die Kunden und Gäste.

Die Personalabteilung ...

c) Du bist für einen Tag Assistent in einem Unternehmen! Du kannst deine Abteilung frei wählen.

Welche Abteilung möchtest du kennen lernen? Bildet Gruppen und diskutiert.



Ich möchte am Empfang sein. Diese Arbeit gefällt mir. Ich bin gern in Kontakt mit Menschen.

Ich finde Forschung und Entwicklung interessant. Mein Onkel arbeitet in dieser Abteilung. Dort ...

MODUL 2: UNSER PARTNERUNTERNEHMEN

2.3 WIR BEREITEN DEN UNTERNEHMENS BESUCH VOR

Euer Partnerunternehmen ist gefunden. Jetzt könnt ihr euren Besuch im Unternehmen vorbereiten!

- a) Nehmt die Informationen aus der Hitliste in Modul 1 und beschreibt euer Unternehmen in vollständigen Sätzen. Sammelt neue Informationen und integriert diese (z. B. Gründung des Unternehmens, seine Geschichte, seine „Philosophie“).

HITLISTE - PLATZ 1

Name

1. Unser Unternehmen heißt

Produkt

Interesse

2. Es gehört zur (Name der Branche) und produziert

3. Der Firmensitz ist in

4.

5.

6.

MODUL 2: UNSER PARTNERUNTERNEHMEN

2.3 WIR BEREITEN DEN UNTERNEHMENSBESUCH VOR

- b) Für den Besuch im Unternehmen müsst ihr konkrete Fragen vorbereiten.
Was wollt ihr über euer Partnerunternehmen wissen? Formuliert zehn Fragen für das Interview.

Beispiel:

Hat das Unternehmen wirtschaftliche Beziehungen zu Deutschland?



Wichtig: Bereitet die Fragen auf Deutsch und auf Italienisch vor. Der Vertreter des Unternehmens spricht vielleicht kein Deutsch oder das Interview mit einem deutschen Mitarbeiter ist auf Deutsch zu schwierig.

MODUL 2: UNSER PARTNERUNTERNEHMEN

2.4 WIR BESUCHEN UNSER UNTERNEHMEN

Schreibt eure Fragen auf Deutsch und Italienisch in die Tabelle. Jetzt seid ihr bereit für das Interview mit dem Unternehmensvertreter! Nehmt die Tabelle zum Unternehmensbesuch mit und schreibt die Antworten in das reservierte Feld. Die Antworten sind wichtig für die nächste Aufgabe: die Präsentation eures Partnerunternehmens.

VIEL SPASS IM UNTERNEHMEN!

deutsch 	italienisch 
Frage	Domanda
Antwort	
Frage	Domanda
Antwort	
Frage	Domanda
Antwort	
Frage	Domanda
Antwort	
Frage	Domanda
Antwort	

MODUL 2: UNSER PARTNERUNTERNEHMEN

2.5 WIR PRÄSENTIEREN UNSER UNTERNEHMEN

Präsentiert euer Unternehmen und euren Besuch im Unternehmen.
Verwendet alle relevanten Informationen, die ihr gesammelt habt. Ihr könnt einen Text schreiben oder eine PowerPoint-Präsentation mit Fotos und interessanten Links vorbereiten.
Habt ihr im Unternehmen Videoszenen gefilmt? Oder habt ihr eine interessante Grafik oder Statistik?
Präsentiert alles, was euch gefällt.

UNSER PARTNERUNTERNEHMEN

Unser Partnerunternehmen heißt ...

MODUL 2: UNSER PARTNERUNTERNEHMEN

2.6 GESCHÄFTSKONTAKTE

a) Mitarbeiter einer Firma haben oft eine Visitenkarte. Warum? Welche Informationen findest du dort?



OPTIK GMBH
MUSTERSTR. 53
80220 MÜNCHEN

Dr. Max Mustermann
Leiter Personalabteilung

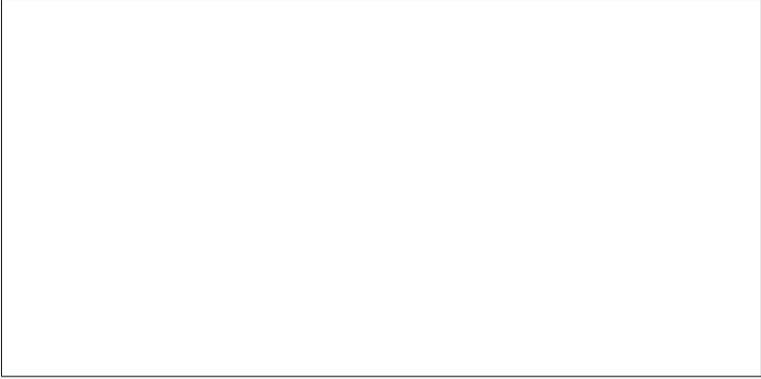
Telefon (089) 30303030
Telefax (089) 303030303

Mobil: 0130/3030303030
max.mustermann@optik.de

b) Gestalte jetzt deine persönliche Visitenkarte. Du hast zwei Möglichkeiten:

- Du bist ein neuer Mitarbeiter eures Partnerunternehmens.
- Du erfindest selbst etwas.

Meine Visitenkarte



MODUL 2: UNSER PARTNERUNTERNEHMEN

2.7 WAS WEISS ICH? – QUIZ

1. Was steht auf einer Visitenkarte?

- a) die Abteilung und Funktion
- b) die Privatadresse
- c) die Berufserfahrung

2. Welche Abteilung leitet das Unternehmen?

- a) die Personalabteilung
- b) das Sekretariat
- c) die Geschäftsführung

3. Welche Abteilung repräsentiert das Unternehmen nach außen?

- a) die EDV-Abteilung
- b) die Öffentlichkeitsarbeit
- c) die Produktion

4. Was heißt Buchhaltung auf Italienisch?

- a) Contabilità
- b) Amministrazione
- c) Segreteria

5. Was macht der Kundendienst?

- a) Er entwickelt Produkte.
- b) Er begrüßt die Kunden und Gäste.
- c) Er ist für alle Fragen der Kunden zuständig.

MODUL 2: UNSER PARTNERUNTERNEHMEN

2.8 WAS WEISS ICH? – MEINE WÖRTER

Welche fünf Wörter aus Modul 2 findest du wichtig? Schreibe sie in die linke Spalte.
Schreibe dann für jedes Wort einen Satz in die rechte Spalte.

Kontrolliere jetzt die Wortschatzliste. Findest du deine Lieblingswörter dort wieder?

MODUL 2: UNSER PARTNERUNTERNEHMEN

W2 WAS WEISS ICH? – WORTSCHATZ

Substantive

die Abteilung / -en
das Berufsbild / -er
der Besuch / -e
die Beziehung / -en
die Bilanz / -en
die Buchhaltung / -en
der Chef / -s
der Dienstleister / -
die EDV (elektronische
Datenverarbeitung)
der Empfang / Empfänge
die Entwicklung / -en
die Filiale / -n
die Forschung / -en
die Funktion / -en
das Gehalt / Gehälter
der Geschäftsführer / -
die Geschäftsführung / -en
der Geschäftskontakt / -e
die Gründung / -en
das Gründungsjahr / -e
der Handel (Sing.)
der Handelspartner / -
der Kunde / -n
der Kundendienst / -e

der Markt / Märkte
der Mitarbeiter / -
die Mitarbeiterzahl / -en
die Öffentlichkeit (Sing.)
die Öffentlichkeitsarbeit (Sing.)
die Personalabteilung / -en
die Philosophie / -n
das Praktikum / Praktika
die Präsentation / -en
die Privatadresse / -n
das Problem / -e
die Produktion / -en
die Qualität / -en
die Qualitätssicherung / -en
die Rechnung / -en
das Recht / -e
die Rechtsabteilung / -en
die Rechtsfrage / -n
die Strategie / -n
das Sekretariat / -e
der Umsatz / Umsätze
der Vertrieb / -e
der Vertreter / -
die Verwaltung / -en
die Videoszene / -n
die Visitenkarte / -n

Verben

jemanden begrüßen
jemanden / etwas empfangen
etwas exportieren
etwas filmen
forschen (nach + D)
etwas garantieren
gehören (zu + D)
etwas gründen
etwas importieren
jemanden informieren
jemanden / etwas kennen lernen
jemanden kontaktieren
etwas leiten
jemanden / etwas repräsentieren
jemandem etwas schicken
etwas sichern
jemanden unterstützen
etwas verwenden
etwas vorbereiten
zuständig sein (für + A)

Adjektive

juristisch
wirtschaftlich

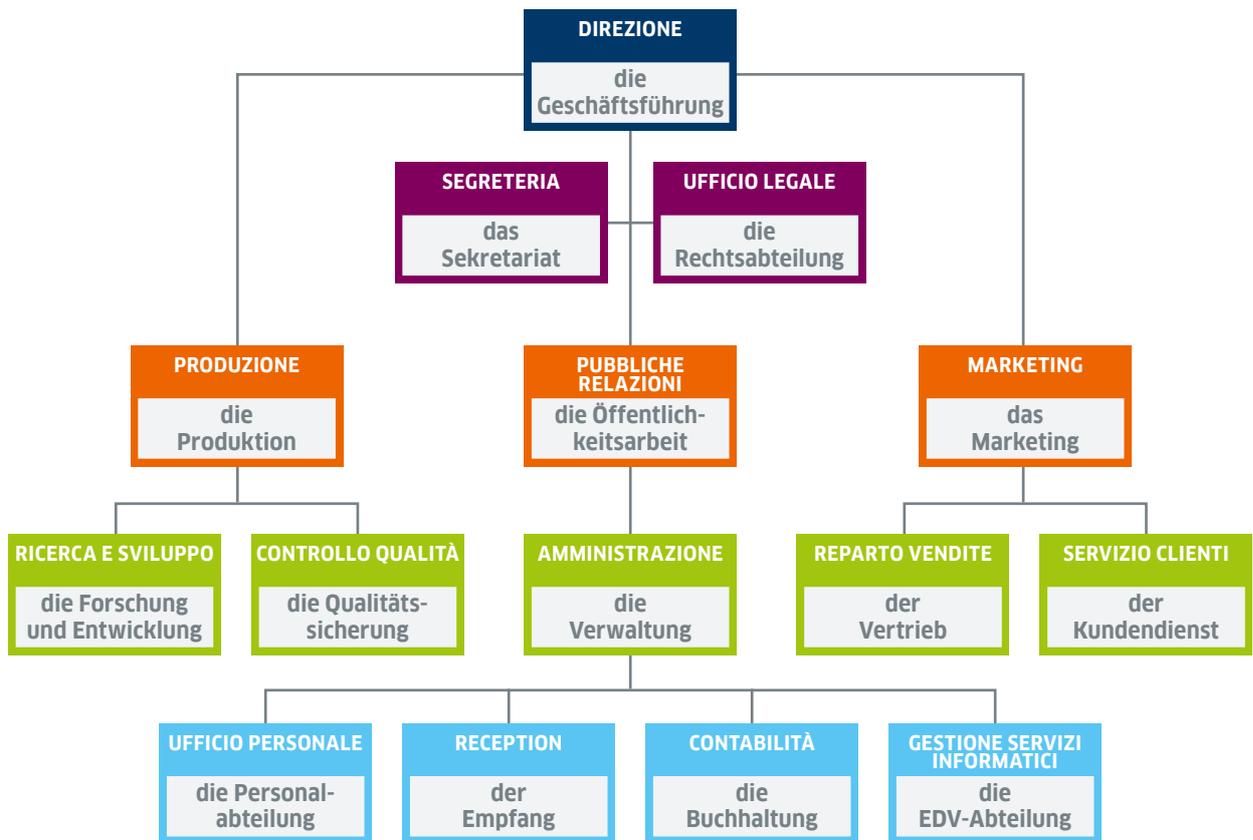
MODUL 2: UNSER PARTNERUNTERNEHMEN

2.1 DIE ABTEILUNGEN IM UNTERNEHMEN

LÖSUNG

- a) Das Organigramm zeigt typische Abteilungen in einem Unternehmen. Was machen die Abteilungen?
Sprecht in der Klasse auf Deutsch oder wahlweise auf Italienisch.

Kennt ihr noch andere Abteilungen?



MODUL 2: UNSER PARTNERUNTERNEHMEN

2.2 DIE AUFGABEN DER ABTEILUNGEN

LÖSUNG

a) Welche Aufgaben haben die Abteilungen? Ordnet zu.

ABTEILUNG	AUFGABE
Der Empfang	begrüßt und informiert die Kunden und Gäste.
Die Forschung und Entwicklung	entwickelt neue Produkte.
Die Produktion	stellt Produkte her.
Die Personalabteilung	ist für die Mitarbeiter zuständig.
Der Kundendienst	ist für alle Fragen der Kunden zuständig.
Der Vertrieb	organisiert den Verkauf der Produkte.
Die EDV-Abteilung	ist für die Computer und IT-Fragen zuständig.
Die Geschäftsführung	leitet das Unternehmen.
Das Sekretariat	unterstützt die Geschäftsführung.
Die Öffentlichkeitsarbeit	repräsentiert das Unternehmen nach außen.
Die Buchhaltung	ist für die Rechnungen und die Gehälter zuständig.
Die Qualitätssicherung	garantiert die Qualität der Produkte.
Die Rechtsabteilung	ist für juristische Fragen zuständig.
Die Verwaltung	ist die Administration eines Unternehmens.
Das Marketing	entwickelt Marktstrategien für das Unternehmen.

MODUL 2: UNSER PARTNERUNTERNEHMEN

2.7 WAS WEISS ICH? – QUIZ

LÖSUNG

1. Was steht auf einer Visitenkarte?

- a) **die Abteilung und Funktion**
- b) die Privatadresse
- c) die Berufserfahrung

2. Welche Abteilung leitet das Unternehmen?

- a) die Personalabteilung
- b) das Sekretariat
- c) **die Geschäftsführung**

3. Welche Abteilung repräsentiert das Unternehmen nach außen?

- a) die EDV-Abteilung
- b) **die Öffentlichkeitsarbeit**
- c) die Produktion

4. Was heißt Buchhaltung auf Italienisch?

- a) **Contabilità**
- b) Amministrazione
- c) Segreteria

5. Was macht der Kundendienst?

- a) Er entwickelt Produkte.
- b) Er begrüßt die Kunden und Gäste.
- c) **Er ist für alle Fragen der Kunden zuständig.**

**« HO CONOSCIUTO NUOVE PROFESSIONI E HO REALIZZATO
COSA SIGNIFICA ENTRARE NEL MONDO DEL LAVORO. »**

Evaluation Unternehmen Deutsch

by NOME COGNOME

a

f

f

r

e

MODUL 3

UNSERE GESCHÄFTSIDEE



ÜBERSICHT

Die Schülerinnen und Schüler

- erfinden ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung.
- lernen Fachvokabular zum Thema Werbung.
- analysieren Werbeanzeigen und erkennen deren Nutzen für die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen.
- kreieren einen eigenen Werbeslogan und produzieren selbst eine Werbung.

Arbeitsblatt	Inhalt / Aufgabe	Zeit	Fertigkeiten	Arbeitsform
AB 3.1 Ideenfindung	Eine Produktidee bzw. Dienstleistungsidee entwickeln	2 UE		
AB 3.2 Die Welt der Werbung	Über Werbung reflektieren; Fachbegriffe kennen lernen	1 UE		
AB 3.3 Wie macht man Werbung?	Werbeanzeigen analysieren	2 UE		
AB 3.4 Wir kreieren einen Werbeslogan	Experimentieren mit der Sprache: einen Namen und Werbespruch erfinden	1 UE		
AB 3.5 Wir produzieren unsere Werbung	Wahl des Werbeformats, Verteilung der Aufgaben und Realisierung der Werbung	4 UE		
AB 3.6 Was weiß ich? - Quiz	Abschluss des Moduls	10 Minuten		
AB 3.7 Was weiß ich? - Meine Wörter	Wortschatzarbeit	15 Minuten		
W 3 Was weiß ich? - Wortschatz				
Gesamtdauer	ca. 10 Unterrichtseinheiten + Erstellung der Werbung			

Erklärung:

Eine Unterrichtseinheit (UE) entspricht etwa 45 Minuten. Alle angegebenen Zeiten sind ungefähre Angaben, die je nach Gruppenstärke, Sprachniveau und Vorwissen variieren können. Es empfiehlt sich, bestimmte Aufgaben zu Hause erledigen zu lassen (z. B. Eigenrecherche). Fertigkeiten werden nur angegeben, wenn sie in der Übung gezielt trainiert werden.

MODUL 3: UNSERE GESCHÄFTSIDEEN

3.1 IDEENFINDUNG

Jetzt sind Kreativität und Teamgeist gefragt! Entwickelt ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung für euer Partnerunternehmen.

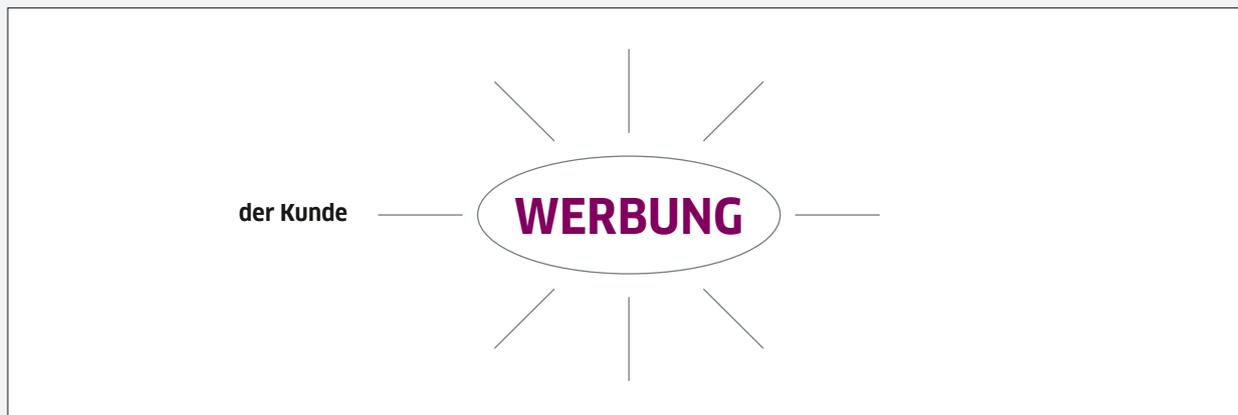
Diskutiert in der Klasse:

- Welches Produkt oder welche Dienstleistung ist innovativ und für das Unternehmen interessant?
- Für wen ist das Produkt/die Dienstleistung? Für Kinder, junge oder ältere Leute, Familien, Menschen im Privatleben oder im Beruf? (Zielgruppe?)
- Ist die Idee realistisch?
- Warum kauft der Kunde euer Produkt/eure Dienstleistung?
- Welche Funktion hat das Produkt? Was bietet die Dienstleistung an?
- Wie viel kostet das Produkt/die Dienstleistung?

Unser Produkt / unsere Dienstleistung	
Idee	
Zielgruppe	
Funktion/Angebot	
Unsere Idee überzeugt, weil...	
Preis	

MODUL 3: UNSERE GESCHÄFTSIDE 3.2 DIE WELT DER WERBUNG

- a) Wie wirbt ein Unternehmen für seine Produkte und Dienstleistungen? Was ist wichtig in der „Welt der Werbung“? Diskutiert auf Deutsch oder auf Italienisch.



- b) Verbindet die italienischen Wörter mit den richtigen deutschen Wörtern. Habt ihr in eurer Diskussion weitere Aspekte gefunden?

l'analisi di mercato	das Kaufverhalten
i destinatari	die Marktanalyse
il comportamento dei consumatori	der Kunde
il cliente	die Werbestrategie
la strategia pubblicitaria	die Zielgruppe
la commercializzazione	der Werbeslogan
il nome del prodotto/servizio	die Vermarktung
lo slogan pubblicitario	der Werbespot
lo spot pubblicitario	der Preis
il prezzo	der Name des Produkts/der Dienstleistung

MODUL 3: UNSERE GESCHÄFTSIDEA

3.3 WIE MACHT MAN WERBUNG?

a) Produktwerbung

Du siehst hier eine Werbeanzeige aus Italien und eine aus Deutschland. Schau sie dir genau an.

ANZEIGE 1:

La bellezza, a volte, confonde.

Poltrona "Vanity Fair". Archivio Frau. Da sempre, l'amore per lo stile e per il design di viene naturale. E da sempre uniamo tradizione e nuove tecnologie. Poltrona Vanity Fair presente nel catalogo Frau sin dal 1930, è considerata l'archetipo stesso della poltrona moderna: il retro e i sed anteriori sono rifiniti da 275 chiodini rivestiti in pelle e battuti a mano, uno per uno. Seducente, come il più moderno dei classici. Lasciatevi confondere dalla bellezza dei prodotti Poltrona Frau per conoscere il rivenditore più vicino a voi, chiamate lo 023908022.

Poltrona Frau
Fondata nel 1932

Sessel „Vanity Fair“, Poltrona Frau

MODUL 3: UNSERE GESCHÄFTSIDE 3.3 WIE MACHT MAN WERBUNG?

a) Produktwerbung

ANZEIGE 2:

Liebe auf den
ersten Knick.

RITTER SPORT. IN 24 PRALL GEFÜLLTEN SORTEN.

Erdbeer Joghurt
Halbbitter
Rum Trauben Nuss
Marzipan
Voll-Nuss
Krusperflakes
Weisse Voll-Nuss
Joghurt
Ganze Mandel
Pfefferminz
Alpenmilch
Edel-Vollmilch
Nugat

www.ritter-sport.de

Ritter
SPORT

QUADRATISCH. PRAKTISCH. GUT.

Schokoladensortiment, Ritter Sport

MODUL 3: UNSERE GESCHÄFTSIDEEN

3.3 WIE MACHT MAN WERBUNG?

a) Produktwerbung

1. Wie ist der Name der Produkte?

Anzeige 1

Anzeige 2

2. Wie lauten die Werbeslogans?

Anzeige 1

Anzeige 2

3. Gibt es Wortspiele?

Anzeige 1

Anzeige 2

4. Was verspricht die Werbung dem Kunden?

Anzeige 1

Anzeige 2

MODUL 3: UNSERE GESCHÄFTSIDE 3.3 WIE MACHT MAN WERBUNG?

b) Dienstleistungswerbung



MODUL 3

Flugreise, Lufthansa

Ergänze die Sätze!

Die Werbung wirbt für _____.

Das Unternehmen heißt _____.

Die Zielgruppe sind _____, denn _____.

Der Werbeslogan _____.

MODUL 3: UNSERE GESCHÄFTSIDE

3.4 WIR KREIEREN EINEN WERBESLOGAN

- a) **Sucht für euer Produkt oder eure Dienstleistung einen Namen. Diskutiert in der Klasse und wählt den besten Namen aus.**

Der Name für unser Produkt/unsere Dienstleistung ist:

- b) **Kreiert jetzt einen Werbeslogan. Beginnt mit einzelnen Wörtern. Welche Nomen, Adjektive oder Verben assoziiert ihr mit eurem Produkt /eurer Dienstleistung? Sammelt in der Klasse eure Ideen.**

- c) **Experimentiert mit euren Wörtern aus Aufgabe b). Spielt mit ihrer Bedeutung, ihrer Struktur, ihrem Rhythmus, ihrem Klang. Probiert verschiedene Varianten aus. Wie ist der Effekt? Welche Idee gefällt der Klasse am besten?**

Unser Werbeslogan ist:

MODUL 3: UNSERE GESCHÄFTSIDE 3.5 WIR PRODUZIEREN UNSERE WERBUNG

- a) **Ihr seid fast am Ziel! Es fehlt nur noch die Werbung für eure Geschäftsidee. Entscheidet gemeinsam: Welches Werbeformat wählt ihr? Warum?**

A diagram consisting of a large rectangular box containing five ovals. Each oval contains a question about an advertising format: 'ANZEIGE?', 'BROSCHÜRE?', 'RADIOSPOT?', 'VIDEOSPOT?', and 'WERBEPLAKAT?'. A sixth, empty oval at the bottom left contains '...?'.

Unser Werbeformat ist:

- b) **Wie realisiert ihr eure Werbung? Was sind eure Talente? Was braucht ihr? Wer macht was?**

Organisiert die Aufgaben in der Klasse.

- Szenen inszenieren und Schauspieler auswählen?
- ein kleines Drehbuch schreiben?
- filmen, fotografieren, zeichnen?
- Dialoge schreiben und sprechen?
- das Layout entscheiden?
- Texte schreiben?
- ... ?



MODUL 3: UNSERE GESCHÄFTSIDEEN

3.6 WAS WEISS ICH? – QUIZ

1. Ein Unternehmen ... sein Produkt durch Werbung.

- a) vermarktet
- b) produziert
- c) entwickelt

2. Im Fernsehen sehen wir ...

- a) Werbeplakate
- b) Zielgruppen
- c) Werbespots

3. Ein Werbespezialist entwickelt ...

- a) Produkte
- b) Werbestrategien
- c) Visitenkarten

4. In Werbeslogans findet man oft ...

- a) Bilder
- b) Musik
- c) Wortspiele

5. In der Werbung sieht man oft ...

- a) bekannte Menschen (Models, Schauspieler ...)
- b) Menschen wie du und ich
- c) beides

**« DURANTE LA VISITA ALL'AZIENDA HO POTUTO CONOSCERE
UNA REALTÀ DIVERSA DA QUELLA SCOLASTICA E DI CIÒ CHE
MI ASPETTERÀ IN FUTURO. »**

MODUL 3: UNSERE GESCHÄFTSIDEEN

3.7 WAS WEISS ICH? – MEINE WÖRTER

Welche fünf Wörter aus Modul 3 findest du wichtig? Schreibe sie in die linke Spalte.
Schreibe dann für jedes Wort einen Satz in die rechte Spalte.

Kontrolliere jetzt die Wortschatzliste. Findest du deine Lieblingswörter dort wieder?

MODUL 3: UNSERE GESCHÄFTSIDE W3 WAS WEISS ICH? – WORTSCHATZ

Substantive

die Aktion/-en
die Anzeige/-n
die Bedeutung/-en
das Bedürfnis/-se
die Broschüre/-n
der Dialog/-e
das Drehbuch/Drehbücher
der Effekt/-e
die Entwicklung/-en
die Funktion/-en
das Kaufverhalten (Sing.)
der Klang/Klänge
die Kreativität (Sing.)
das Layout/-s
die Leute (Pl.)
der Markt/Märkte
die Marktanalyse/-n
der Mensch/-en
das Plakat/-e
das Privatleben (Sing.)
die Produktwerbung/-en
der Rhythmus/Rhythmen

der Radiospot/-s

der Schauspieler/-

das Sortiment/-e

die Struktur/-en

die Szene/-n

der Teamgeist (Sing.)

die Variante/-n

die Vermarktung/-en

der Videospot/-s

die Welt/-en

die Werbung/-en

die Werbeanzeige/-n

das Werbeformat/-e

die Werbekampagne/-n

das Werbeplakat/-e

der Werbeslogan/-s

der Werbespot/-s

die Werbestrategie/-n

das Wortspiel/-e

die Zeitschrift/-en

das Ziel/-e

die Zielgruppe/-n

Verben

etwas assoziieren (mit + D)
etwas ausprobieren
entscheiden
experimentieren (mit + D)
fehlen
etwas fotografieren
etwas inszenieren
etwas kaufen
kosten
etwas kreieren
jemanden überzeugen (von + D)
etwas vermarkten
jemandem etwas versprechen
werben (für + A)
etwas zeichnen

Adjektive

innovativ
realistisch

MODUL 3: UNSERE GESCHÄFTSIDEEN

3.2 DIE WELT DER WERBUNG

LÖSUNG

b) Verbindet die italienischen Wörter mit den richtigen deutschen Wörtern. Habt ihr in eurer Diskussion weitere Aspekte gefunden?



MODUL 3: UNSERE GESCHÄFTSIDE 3.6 WAS WEISS ICH? – QUIZ LÖSUNG

1. Ein Unternehmen ... sein Produkt durch Werbung.

- a) vermarktet
- b) produziert
- c) entwickelt

2. Im Fernsehen sehen wir ...

- a) Werbeplakate
- b) Zielgruppen
- c) Werbespots

3. Ein Werbespezialist entwickelt ...

- a) Produkte
- b) Werbestrategien
- c) Visitenkarten

4. In Werbeslogans findet man oft ...

- a) Bilder
- b) Musik
- c) Wortspiele

5. In der Werbung sieht man oft ...

- a) bekannte Menschen (Models, Schauspieler ...)
- b) Menschen wie du und ich
- c) beides



TRAININGSMODUL

BERUFSORIENTIERUNG

die Zielgruppe

ansprechend

gut zu verkaufen

accattivante

preciso
breve,
preciso
(un modo di dire)
verbockung
verbockungs

servendo nota ad ogni giornata
è importante ascoltare per
Riv. Iniziativa
M. Gruppi.
a base in case, con
con tempo grande e
questione. Sono in
per le aziende e la
basta per loro. E
comunicabilità e

ÜBERSICHT

Die Schülerinnen und Schüler

- lernen Fachvokabular zum Thema Berufe, berufliche Tätigkeiten und Arbeitsorte.
- reflektieren über ihre persönlichen Interessen, Stärken und Berufswünsche.
- erhalten Informationen über das Ausbildungssystem und Ausbildungswege in Deutschland.
- erstellen ihren persönlichen Steckbrief bzw. einen Lebenslauf (Europass).
- verfassen ein Bewerbungsschreiben für eine Praktikumsanfrage.

Arbeitsblatt	Inhalt / Aufgabe	Zeit	Fertigkeiten	Arbeitsform
AB 4.1 Berufe, Berufe ...	Kombinationsspiel: Bildkarten und Wortkarten zum Thema Berufe einander zuordnen	1 UE		
AB 4.2 Wer macht was wo?	Tätigkeiten und Arbeitsorte den passenden Berufen zuordnen	1,5 UE		
AB 4.3 Meine Interessen, meine Stärken, mein Berufswunsch	Reflexion und Austausch zu persönlichen Interessen, Talenten und Berufswünschen; über Tätigkeiten im eigenen Wunschberuf recherchieren und berichten	1,5 UE		
AB 4.4 Studium oder Ausbildung?	Informationen zum Ausbildungssystem in Deutschland; Berufsprofilen ihre Ausbildungswege zuordnen und über persönliche Präferenzen sprechen	2 UE		
AB 4.5 Variante A: Mein Steckbrief	Einen Steckbrief mit Informationen über sich und seinen Wunschberuf erstellen	1,5 UE		
Variante B: Lebenslauf und Bewerbungsschreiben	Den Europass Lebenslauf als Textsorte kennen lernen; Verfassen eines eigenen Europass Lebenslaufs Aufbau und Inhalte eines Bewerbungsschreibens; Verfassen eines eigenen Bewerbungsschreibens (Praktikum)			
AB 4.6 Was weiß ich? - Quiz	Abschluss des Moduls	10 Minuten		
AB 4.7 Was weiß ich? - Meine Wörter	Wortschatzarbeit	15 Minuten		
W 4 Was weiß ich? - Wortschatz				
Gesamtdauer	ca. 8 Unterrichtseinheiten + Rechercheaufgaben			

Erklärung:

Eine Unterrichtseinheit (UE) entspricht etwa 45 Minuten. Alle angegebenen Zeiten sind ungefähre Angaben, die je nach Gruppenstärke, Sprachniveau und Vorwissen variieren können. Es empfiehlt sich, bestimmte Aufgaben zu Hause erledigen zu lassen (z. B. Eigenrecherche). Fertigkeiten werden nur angegeben, wenn sie in der Übung gezielt trainiert werden.

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.1 BERUFE, BERUFE ...

a) Legt die Bildkarten und Wortkarten offen auf den Tisch. Welche Wortkarte passt zu welcher Bildkarte? Ordnet zu.



TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.1 BERUFE, BERUFE ...



der Architekt die Architektin	der Arzt die Ärztin
der Bankkaufmann die Bankkauffrau	der Chemielaborant die Chemielaborantin
der Hotelfachmann die Hotelfachfrau	der Informatiker die Informatikerin
der Journalist die Journalistin	der Koch die Köchin

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.1 BERUFE, BERUFE ...

a) Legt die Bildkarten und Wortkarten offen auf den Tisch. Welche Wortkarte passt zu welcher Bildkarte? Ordnet zu.



TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.1 BERUFE, BERUFE ...



der Lehrer die Lehrerin	der Marketing-Manager die Marketing-Managerin
der Mechatroniker die Mechatronikerin	der Rechtsanwalt die Rechtsanwältin
der Restaurantfachmann die Restaurantfachfrau	der Tourismuskaufmann die Tourismuskauffrau
der Umweltingenieur die Umweltingenieurin	der Verkäufer die Verkäuferin

b) Nehmt die Bildkarten und stellt Fragen.



Was ist diese Person von Beruf?

Ist das ein Arzt?

(...)

Restaurantfachmann.

Ja./Nein, das ist ein(e) ...

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.2 WER MACHT WAS WO?

- a) In 4.1 hast du verschiedene Berufe kennen gelernt. Was macht man in diesen Berufen? Welche Aufgaben hat man? Schreibe die Tätigkeiten zu den passenden Berufen in die Tabelle.

verkauft Waren und bedient Kunden

analysiert chemische Stoffe

bedient Gäste

plant den Bau von Häusern

kocht Gerichte

entwickelt Marktstrategien

organisiert Zimmerreservierungen

untersucht Patienten und verschreibt Rezepte

berät Kunden in finanziellen Fragen

entwickelt Techniken für die Lösung von Umweltfragen

führt Interviews und schreibt Artikel

repariert Autos

entwickelt Software und EDV-Systeme

vertritt seine Mandanten

plant und bucht Reisen für Kunden

unterrichtet Schüler und korrigiert Hausaufgaben

- b) Wo arbeitet ein Koch oder ein Tourismuskaufmann? Schreibe die Arbeitsorte zu den passenden Berufen in die Tabelle.

in der Küche

in der Schule

im Hotel

in der Bank

in der Autowerkstatt

im Labor

in der Kanzlei und am Gericht

im Architekturbüro

in der Arztpraxis oder im Krankenhaus

im Restaurant

im Geschäft

in der Redaktion

in der Marketing-Abteilung eines Unternehmens

im Reisebüro

in der EDV-Abteilung eines Unternehmens

im Ingenieurbüro

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.2 WER MACHT WAS WO?

c) Trage die Textelemente aus a) und b) in die Tabelle ein.

Beruf	Was?	Wo?
der Architekt die Architektin		
der Arzt die Ärztin		
der Bankkaufmann die Bankkauffrau		
der Chemielaborant die Chemielaborantin		im Labor
der Hotelfachmann die Hotelfachfrau		
der Informatiker die Informatikerin		
der Journalist die Journalistin	führt Interviews und schreibt Artikel	
der Koch die Köchin		
der Lehrer die Lehrerin		
der Marketing-Manager die Marketing-Managerin		
der Mechatroniker die Mechatronikerin		
der Rechtsanwalt die Rechtsanwältin		
der Restaurantfachmann die Restaurantfachfrau		
der Tourismuskaufmann die Tourismuskauffrau		
der Umweltingenieur die Umweltingenieurin		
der Verkäufer die Verkäuferin		

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.2 WER MACHT WAS WO?

- d) **Wer macht was? Wer arbeitet wo?** Verwendet die Karten mit den Tätigkeiten und die Karten mit den Arbeitsorten. Stellt euch Fragen und antwortet.

WAS?

plant den Bau von Häusern	untersucht Patienten und verschreibt Rezepte
berät Kunden in finanziellen Fragen	analysiert chemische Stoffe
organisiert Zimmerreservierungen	entwickelt Software und EDV-Systeme
führt Interviews und schreibt Artikel	kocht Gerichte

Beispiel:



Was macht der Koch?

Und wo arbeitet er?

Wer arbeitet in der Redaktion?

(...)

Er kocht Gerichte.

In der Küche.

(...)

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.2 WER MACHT WAS WO?

WO?



im Architekturbüro	in der Arztpraxis oder im Krankenhaus
in der Bank	im Labor
im Hotel	in der EDV-Abteilung eines Unternehmens
in der Redaktion	in der Küche

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.2 WER MACHT WAS WO?

- d) Wer macht was? Wer arbeitet wo? Verwendet die Karten mit den Tätigkeiten und die Karten mit den Arbeitsorten. Stellt euch Fragen und antwortet.

WAS?

 unterrichtet Schüler und korrigiert Hausaufgaben	entwickelt Marktstrategien
repariert Autos	vertritt seine Mandanten
bedient Gäste	plant und bucht Reisen für Kunden
entwickelt Techniken für die Lösung von Umweltfragen	verkauft Waren und bedient Kunden

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.2 WER MACHT WAS WO?

WO?

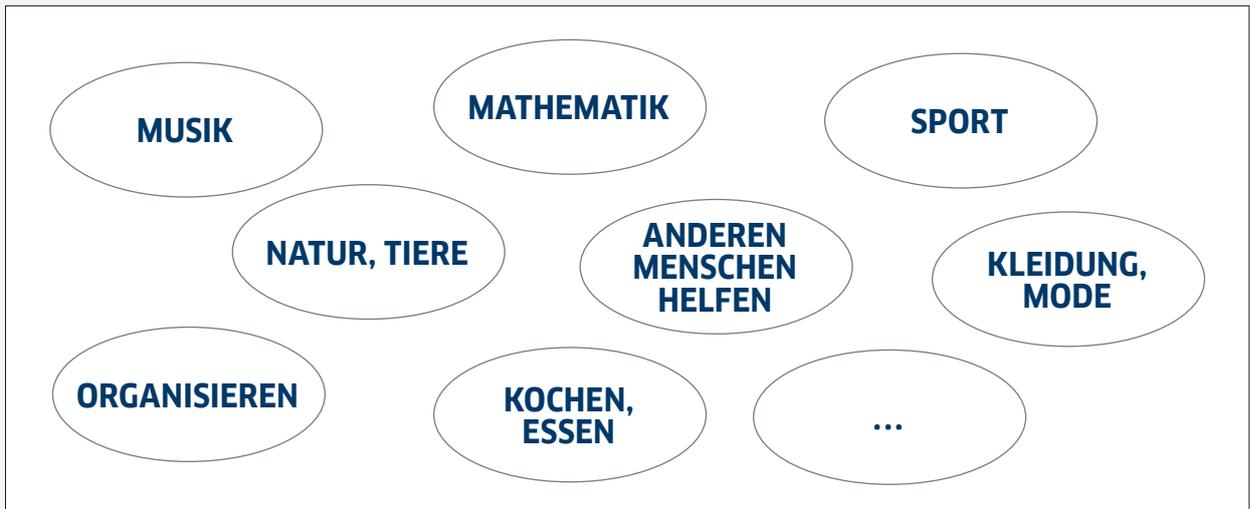


in der Schule	in der Marketing-Abteilung eines Unternehmens
in der Autowerkstatt	in der Kanzlei und am Gericht
im Restaurant	im Reisebüro
im Ingenieurbüro	im Geschäft

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.3 MEINE INTERESSEN, MEINE STÄRKEN, MEIN BERUFSWUNSCH

- a) Was machst du gern? Hast du spezielle Interessen oder Stärken? Was ist dein Lieblingsfach in der Schule? Hast du einen Berufswunsch?



Sprecht in der Klasse:



Ich mag Musik und spiele sehr gern Klavier. Musiker ist vielleicht ein Beruf für mich.

Mich interessiert Technik. Ich spiele gern am Computer. Mein Vater ist Informatiker.
Er sagt, diese Arbeit ist interessant.

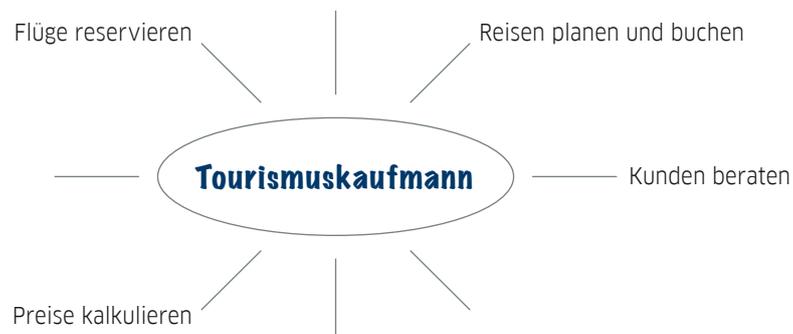
Ich weiß nicht genau. Ich glaube, ich kann gut organisieren. Vielleicht ...

Ich möchte Tierärztin werden. Ich liebe Tiere. Ich habe zwei Hunde und ...

(...)

- b) Informiere dich über deinen Berufswunsch. Welche Aufgaben hat man in diesem Beruf? Berichte in der Klasse. Arbeitet auf Deutsch oder Italienisch.

Beispiel:



TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.4 STUDIUM ODER AUSBILDUNG?

Für bestimmte Berufe muss man in Deutschland an einer Universität oder Fachhochschule studieren. Für andere Berufe besucht man eine Berufsschule und absolviert parallel eine praktische Ausbildung in einem Unternehmen.

- a) Lies den Text. Was versteht man unter dem „dualen System“? Wie funktioniert es? Erkläre kurz mit eigenen Worten das deutsche Ausbildungssystem.

DIE BETRIEBLICHE AUSBILDUNG IN DEUTSCHLAND

In Deutschland gibt es ungefähr 350 staatlich anerkannte Ausbildungsberufe: vom Änderungsschneider bis zum Zweiradmechaniker. 60% eines Schulabgänger-Jahrgangs entscheiden sich für eine praktische Berufsausbildung. Wer in Deutschland eine praktische Berufsausbildung absolviert, lernt einerseits in einem Betrieb und andererseits in der Berufsschule. Das hat den Vorteil, dass die Ausbildung sehr praktisch orientiert ist.

Beispiel: Ausbildung zum Bankkaufmann

Der Auszubildende – der „Azubi“ – arbeitet drei Jahre in einer Bank. Dabei lernt er die verschiedenen Abteilungen kennen. Mithilfe der Kollegen und Ausbildungsleiter lernt er, wie eine Bank arbeitet. Zusätzlich besucht er die Berufsschule. Dort lernt er die theoretischen und fachlichen Grundlagen des Berufs. Der Unterricht in der Berufsschule findet an ein bis zwei Tagen pro Woche statt oder konzentriert als Blockunterricht von mehreren Wochen.

Diese Kombination aus Praxis und Theorie nennt man das „duale System“. Je nach Beruf dauert die gesamte Ausbildung zwischen zwei und dreieinhalb Jahren. Am Ende der Ausbildung gibt es eine praktische und eine schriftliche Abschlussprüfung.

Das duale System gibt es auch in der Schweiz, in Österreich und in den Niederlanden.

Quelle: Unternehmen Deutsch © Goethe-Institut Paris 2014, Seite 57

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.4 STUDIUM ODER AUSBILDUNG?

b) Um einen Beruf auszuüben, braucht man die nötige Qualifikation. Für welche Berufe braucht man ein akademisches Studium und für welche Berufe braucht man eine praktische Ausbildung?

Schreibe die Berufe in die richtige Spalte der Tabelle.

Marketing-Manager Rechtsanwalt Hotelfachfrau Architektin Umweltingenieur

Koch Journalist Informatiker Restaurantfachmann Mechatroniker

Chemielaborantin Lehrerin Bankkaufmann Ärztin Verkäuferin

Hochschulstudium	Berufsausbildung

c) Willst du an einer Universität studieren oder eine praktische Ausbildung machen? Welche Qualifikation brauchst du für deinen Beruf? Was sind die Vorteile und Nachteile?

Diskutiert in der Klasse.



Weißt du schon, was du später machen möchtest?

Ja, ich möchte Umweltingenieurin werden. Dafür muss ich an der Universität studieren. Das Studium ist nicht einfach, aber ...

Und du?

Ich glaube, ich mache eine praktische Ausbildung. Die Universität ist mir zu theoretisch. Ich möchte gern ...

(...)

« IL PROGETTO CI HA FATTO CAPIRE L'UTILITÀ DEL TEDESCO IN FUTURO. »

Evaluation Unternehmen Deutsch

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.5 VARIANTE A: MEIN STECKBRIEF

Fülle den Steckbrief mit deinen persönlichen Daten aus. Was sind deine Interessen und Hobbys?
Hast du einen Traumberuf?

MEIN STECKBRIEF

PERSÖNLICHE DATEN

Foto

Vorname

Name

Geburtsort

Geburtsdatum

Wohnort

Region

MEINE INTERESSEN UND HOBBYS

MEIN TRAUMBERUF

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.5 VARIANTE B: LEBENS LAUF UND BEWERBUNGSSCHREIBEN

- a) In einen Lebenslauf schreibt man die wichtigsten Informationen über sich und seine Schul- und Berufsausbildung. Den Europass Lebenslauf gibt es in allen Sprachen, um sich international bewerben zu können.

Fülle deinen eigenen Europass Lebenslauf aus. Du findest das Formular für den Lebenslauf im Originalformat im Internet unter: <http://www.europass.cedefop.europa.eu>

Beispiel für einen Europass-Lebenslauf eines Schülers:



Lebenslauf

ANGABEN ZUR PERSON

Vorname Nachname(n)

Straße, Hausnummer, PLZ, Ort (Staat) angeben

Geburtsdatum Staatsangehörigkeit

BERUFSERFAHRUNG/ PRAKTISCHE ERFAHRUNGEN

Datum Praktikum

SCHUL- UND BERUFSBILDUNG

Datum Schule

Datum Schule

Abschluss voraussichtlich [Datum]

PERSONLICHE FAHIGKEITEN

Muttersprache(n) Muttersprache(n) eingeben

Weitere Sprache(n)

	VERSTEHEN		SPRECHEN		SCHREIBEN
	Hören	Lesen	An Gesprächen teilnehmen	Zusammenhängendes Sprechen	
Sprache angeben					
Sprache angeben					

A1/A2: elementare Sprachverwendung, B1/B2: selbstständige Sprachverwendung, C1/C2: kompetente Sprachverwendung
 Gemeinsamer Europäischer Referenzrahmen für Sprachen

Computerkenntnisse

ZUSÄTZLICHE INFORMATIONEN

ANLAGEN

- Bewerbungsanschreiben
- Aktuelles Schulzeugnis [Datum]

© Europäische Union, 2002-2015 | europass.cedefop.europa.eu Seite 1 / 2

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.5 VARIANTE B: LEBENS LAUF UND BEWERBUNGSSCHREIBEN

- b) Eine Bewerbung in deutscher Sprache enthält den Lebenslauf und ein Bewerbungsschreiben. Dieses folgt bestimmten formellen und inhaltlichen Kriterien. Man erklärt unter anderem, für welche Position/Stelle man sich bewirbt, was die Motivation der Bewerbung ist und welche Qualifikationen man hat.

Lies das Bewerbungsschreiben der Schülerin Anne Müller. Hat Anne in ihrem Brief alle formellen und inhaltlichen Kriterien aus der Tabelle befolgt? Schreibe die Buchstaben a - p an die richtige Stelle neben Annes Text.

a	Grußformel	e	Name	i	Anrede	m	Zukunftspläne
b	Schlusssatz	f	Ort und Datum	j	Verfügbarkeit	n	Kenntnisse/Erfahrungen
c	Unterschrift	g	Warum dieses Unternehmen?	k	Absender	o	Ansprechpartner
d	Motivation	h	Betreff	l	Adressat	p	aktuelle Situation

k

Anne Müller · Gartenstr. 2 · 83022 Rosenheim · Tel.: 08031/853370 · Email: annemueller98@gmail.com

Firma Jacobi GmbH
z. Hd. Herrn Baumann
Personalabteilung
Goethestr. 56
81544 München

Rosenheim, 04.05.2015

Bewerbung als Praktikantin in der Zeit vom 01. – 31.08.2015

Sehr geehrter Herr Baumann,

auf der Webseite Ihrer Firma habe ich gelesen, dass man bei Ihnen ein Schülerpraktikum machen kann. Dafür interessiere ich mich sehr. Zurzeit besuche ich die 11. Klasse des Werner-von Siemens-Gymnasiums in Rosenheim mit Schwerpunkt Wirtschaft.

Ich habe bereits ein Schülerpraktikum von zwei Wochen im Hotel Alpenblick in Rosenheim gemacht. Dort war ich an der Rezeption tätig. Der Kontakt mit den Gästen hat mir viel Freude bereitet und ich konnte meine Sprachkenntnisse in Englisch und Italienisch verbessern.

Ich möchte später Betriebswirtschaft studieren und in den deutsch-italienischen Handelsbeziehungen tätig sein. Ich bewerbe mich bei der Jacobi GmbH, weil es ein renommiertes Unternehmen ist und seit vielen Jahren Beziehungen zu Italien hat. Meine Ferien beginnen am 30. Juli. Ab diesem Termin kann ich Ihnen für vier Wochen zur Verfügung stehen, bevorzugt im Bereich Marketing.

Über eine positive Antwort freue ich mich sehr.

Mit freundlichen Grüßen

Anne Müller

Anne Müller

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.5 VARIANTE B: LEBENSLAUF UND BEWERBUNGSSCHREIBEN

- c) Du möchtest dich bei deinem Lieblingsunternehmen in der Region um ein Praktikum bewerben. Der Personalchef des Unternehmens spricht selbst Deutsch und sucht jemanden für die Korrespondenz mit Deutschland. Formuliere dein Bewerbungsschreiben. Folgende Struktur hilft dir.

1. ABSENDER

- Deine Kontaktdaten: Name, Postadresse, Telefonnummer, Email-Adresse

2. ADRESSAT

- Adresse des Unternehmens
- Wenn der Ansprechpartner bekannt ist: „z. Hd. Frau/Herrn [Familiename], ...“ (z. Hd. = zu Händen von)
- Die Abteilung nennen, wenn sie bekannt ist.

3. ORT UND DATUM

- Rosenheim, 04.05.2015
- Rosenheim, 4. Mai 2015

4. BETREFF

- Grund für das Bewerbungsschreiben synthetisch zusammenfassen

5. ANREDE

- Wenn der Ansprechpartner unbekannt ist: „Sehr geehrte Damen und Herren, ...“
- Wenn der Ansprechpartner bekannt ist: „Sehr geehrte/r Frau/Herr [Familiename], ...“
- es folgt ein Komma, eine Leerzeile, dann wird klein weitergeschrieben.

6. TEXT

Hier erklärst du, warum du dich für die Stelle interessierst und beschreibst deine Motivation. Folgende Punkte sollten enthalten sein:

- Einleitender Satz, z. B.: Woher weißt du von dem Praktikumsplatz?
- Was ist deine aktuelle Situation? Welche Zukunftspläne hast du?
- Motivation: Warum interessierst du dich für diese Aufgabe?
- Erfahrungen und Kenntnisse: Warum bist du geeignet?
- Warum interessiert dich diese Firma?
- Wann bist du verfügbar? (= Wann hast du Zeit für das Praktikum?)
- Satzfazit, z. B. „Über eine positive Antwort freue ich mich sehr.“ oder „Ich bedanke mich für Ihr Interesse und freue mich über eine positive Antwort.“

7. GRUSSFORMEL

- Standardformulierung: „Mit freundlichen Grüßen“

8. (UNTERSCHRIFT) NAME

- Bei einer Online-Bewerbung genügt der Name ohne Unterschrift.
- Besser: eine gescannte Unterschrift



TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.6 WAS WEISS ICH? – QUIZ

1. Ein ... arbeitet in einem Unternehmen.

- a) Informatiker
- b) Journalist
- c) Arzt

2. Was macht ein Restaurantfachmann? Er ...

- a) vertritt seine Mandanten.
- b) verkauft Waren und bedient Kunden.
- c) bedient Gäste.

3. Wo arbeitet ein Chemielaborant?

- a) In der Schule.
- b) In der Küche.
- c) Im Labor.

4. Wenn man ... werden möchte, muss man an der Universität studieren.

- a) Mechatroniker
- b) Lehrer
- c) Koch

5. Wer plant und bucht Reisen?

- a) Ein Bankkaufmann.
- b) Ein Hotelfachmann.
- c) Ein Tourismuskaufmann.

« IL PROGETTO UNTERNEHMEN DEUTSCH COSTITUISCE UNA POSSIBILITÀ CONCRETA PER GLI STUDENTI CHE STUDIANO LA LINGUA TEDESCA DI CONFRONTARSI CON AZIENDE CHE HANNO RAPPORTI CON LA GERMANIA IN UNA MODALITÀ NON SOLO TEORICA, MA OPERATIVA E DI PRATICA APPLICAZIONE. »

Cesare Avanzi, Ifi

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.7 WAS WEISS ICH? – MEINE WÖRTER

Welche fünf Wörter aus dem Trainingsmodul findest du wichtig? Schreibe sie in die linke Spalte.
Schreibe dann für jedes Wort einen Satz in die rechte Spalte.

Kontrolliere jetzt die Wortschatzliste. Findest du deine Lieblingswörter dort wieder?

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG W 4 WAS WEISS ICH? – MEINE WÖRTER

Berufe

der Architekt/-en	der Journalist/-en	der Tierarzt/-ärzte
die Architektin/-nen	die Journalistin/-nen	die Tierärztin/-nen
der Arzt/Ärzte	der Koch/Köche	der Tourismuskaufmann
die Ärztin/-nen	die Köchin/-nen	die Tourismuskauffrau
		die Tourismuskaufleute (Pl.)
der Bankkaufmann	der Lehrer/-	
die Bankkauffrau	die Lehrerin/-nen	der Umweltingenieur/-e
die Bankkaufleute (Pl.)		die Umweltingenieurin/-nen
	der Marketing-Manager/-	
der Chemielaborant/-en	die Marketing-Managerin/-nen	der Verkäufer/-
die Chemielaborantin/-nen		die Verkäuferin/-nen
	der Mechatroniker/-	
der Hotelfachmann	die Mechatronikerin/-nen	
die Hotelfachfrau		
die Hotelfachleute (Pl.)	der Rechtsanwalt/-anwälte	
	die Rechtsanwältin/-nen	
der Informatiker/-		
die Informatikerin/-nen	der Restaurantfachmann	
	die Restaurantfachfrau	
	die Restaurantfachleute (Pl.)	

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

W 4 WAS WEISS ICH? – MEINE WÖRTER

Substantive

die Abteilung/-en	das Gericht/-e (Essen und Institution des Rechtsstaats)	die Mathematik (Sing.)
der Arbeitsort/-e	das Geschäft/-e	die Musik (Sing.)
der Artikel/- (grammatisch und kommerziell)	die GmbH (Gesellschaft mit beschränkter Haftung)	der Nachteil/-e
die Arztpraxis	der Hund/-e	die Natur (Sing.)
die Aufgabe/-n	das Hobby/-s	der Patient/-en
die Ausbildung/-en	die Hochschule/-n	die Patientin/-nen
die Autowerkstatt/-stätten	das Interesse/-n	der Preis/-e
der Bau (Sing.)	das Interview/-s	das Problem/-e
der Beruf/-e	die Kanzlei/-en	die Qualifikation/-en
die Berufsausbildung/-en	die Kleidung/Kleider	das Recht/-e
die Berufsorientierung (Sing.)	das Krankenhaus/-häuser	die Redaktion/-en
der Berufswunsch/-wünsche	der Kunde/-n	die Reise/-n
der Betrieb/-e	die Kundin/-nen	das Reisebüro/-s
die Bewerbung/-en	die Küche/-n	das Restaurant/-s
das Bewerbungsschreiben/-	das Labor/-e	das Rezept/-e (medizinisch und kulinarisch)
der Computer/-	der Lebenslauf/-läufe	die Schule/-n
die EDV (elektronische Datenverarbeitung)	das Lieblingsfach/-fächer	die Schulausbildung/-en
das EDV-System/-e	die Lösung/-en	die Software (Sing.)
das Formular/-e	der Mandant/-en	der Sport (Sing.)
der Gast/Gäste	die Mandantin/-nen	die Stärke/-n
die Gastronomie/-n	der Markt/Märkte	die Stelle/-n
	die Marktstrategie/-n	der Stoff/-e (Chemie und Textil)
		die Strategie/-n

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG W 4 WAS WEISS ICH? – MEINE WÖRTER

das Studium/Studien

das Talent/-e

die Technik/-en

das Ticket/-s

das Tier/-e

der Traumberuf/-e

die Umwelt (Sing.)

der Vorteil/-e

die Zimmerreservierung/-en

Verben

etwas analysieren

etwas ausüben

etwas auswählen

etwas bearbeiten

jemanden bedienen

etwas befolgen

jemanden beraten

etwas/jemandem berichten

etwas bestellen

sich bewerben (um + A)

etwas brauchen

etwas buchen

etwas enthalten

etwas entwickeln

etwas essen

etwas führen

jemanden/sich informieren

jemandem helfen

etwas kalkulieren

etwas kochen

etwas kontrollieren

etwas korrigieren

etwas mögen (ich mag/ich
möchte)

etwas organisieren

etwas planen

etwas reparieren

etwas reservieren

etwas tun

etwas/jemanden unterrichten

etwas/jemanden untersuchen

etwas verkaufen

etwas verschreiben

etwas/jemanden vertreten

etwas werden

Adjektive

akademisch

betrieblich

chemisch

finanziell

interessant

praktisch

privat

speziell

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.1 BERUFE, BERUFE ...

LÖSUNG

a) Legt die Bildkarten und Wortkarten offen auf den Tisch. Welche Wortkarte passt zu welcher Bildkarte? Ordnet zu.

 <p>der Architekt die Architektin</p>	 <p>der Arzt die Ärztin</p>	 <p>der Bankkaufmann die Bankkauffrau</p>	 <p>der Chemielaborant die Chemielaborantin</p>
 <p>der Hotelfachmann die Hotelfachfrau</p>	 <p>der Informatiker die Informatikerin</p>	 <p>der Journalist die Journalistin</p>	 <p>der Koch die Köchin</p>
 <p>der Lehrer die Lehrerin</p>	 <p>der Marketing-Manager die Marketing-Managerin</p>	 <p>der Mechatroniker die Mechatronikerin</p>	 <p>der Rechtsanwalt die Rechtsanwältin</p>
 <p>der Restaurantfachmann die Restaurantfachfrau</p>	 <p>der Tourismuskauflmann die Tourismuskauflfrau</p>	 <p>der Umweltingenieur die Umweltingenieurin</p>	 <p>der Verkäufer die Verkäuferin</p>

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.2 WER MACHT WAS WO?

LÖSUNG

c) Trage die Textelemente aus a) und b) in die Tabelle ein.

Beruf	Was?	Wo?
der Architekt die Architektin	plant den Bau von Häusern	im Architekturbüro
der Arzt die Ärztin	untersucht Patienten und verschreibt Rezepte	in der Arztpraxis oder im Krankenhaus
der Bankkaufmann die Bankkauffrau	berät Kunden in finanziellen Fragen	in der Bank
der Chemielaborant die Chemielaborantin	analysiert chemische Stoffe	im Labor
der Hotelfachmann die Hotelfachfrau	organisiert Zimmerreservierungen	im Hotel
der Informatiker die Informatikerin	entwickelt Software und EDV-Systeme	in der EDV-Abteilung eines Unternehmens
der Journalist die Journalistin	führt Interviews und schreibt Artikel	in der Redaktion
der Koch die Köchin	kocht Gerichte	in der Küche
der Lehrer die Lehrerin	unterrichtet Schüler und korrigiert Hausaufgaben	in der Schule
der Marketing-Manager die Marketing-Managerin	entwickelt Marktstrategien	in der Marketing-Abteilung eines Unternehmens
der Mechatroniker die Mechatronikerin	repariert Autos	in der Autowerkstatt
der Rechtsanwalt die Rechtsanwältin	vertritt seine Mandanten	in der Kanzlei und am Gericht
der Restaurantfachmann die Restaurantfachfrau	bedient Gäste	im Restaurant
der Tourismuskaufmann die Tourismuskauffrau	plant und bucht Reisen für Kunden	im Reisebüro
der Umweltingenieur die Umweltingenieurin	entwickelt Techniken für die Lösung von Umweltfragen	im Ingenieurbüro
der Verkäufer die Verkäuferin	verkauft Waren und bedient Kunden	im Geschäft

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.4 STUDIUM ODER AUSBILDUNG?

LÖSUNG

b) Schreibe die Berufe in die richtige Spalte der Tabelle.

Hochschulstudium	Berufsausbildung
Architektin	Bankkaufmann
Ärztin	Chemielaborantin
Informatiker	Hotelfachfrau
Journalist	Koch
Lehrerin	Mechatroniker
Marketing-Manager	Restaurantfachmann
Rechtsanwalt	Tourismuskauffrau
Umweltingenieur	Verkäuferin

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.5 VARIANTE B: LEBENSLAUF UND BEWERBUNGSSCHREIBEN

LÖSUNG

- b) Eine Bewerbung in deutscher Sprache enthält den Lebenslauf und ein Bewerbungsschreiben. Dieses folgt bestimmten formellen und inhaltlichen Kriterien. Man erklärt unter anderem, für welche Position/Stelle man sich bewirbt, was die Motivation der Bewerbung ist und welche Qualifikationen man hat.

Lies das Bewerbungsschreiben der Schülerin Anne Müller. Hat Anne in ihrem Brief alle formellen und inhaltlichen Kriterien aus der Tabelle befolgt? Schreibe die Buchstaben a – p an die richtige Stelle neben Annes Text.

a	Grußformel	e	Name	i	Anrede	m	Zukunftspläne
b	Schlussatz	f	Ort und Datum	j	Verfügbarkeit	n	Kenntnisse/Erfahrungen
c	Unterschrift	g	Warum dieses Unternehmen?	k	Absender	o	Ansprechpartner
d	Motivation	h	Betreff	l	Adressat	p	aktuelle Situation

k	Anne Müller · Gartenstr. 2 · 83022 Rosenheim · Tel.: 08031/853370 · Email: annemueller98@gmail.com
l	Firma Jacobi GmbH z. Hd. Herrn Baumann Personalabteilung Goethestr. 56 81544 München
o	
f	Rosenheim, 04.05.2015
h	Bewerbung als Praktikantin in der Zeit vom 01. – 31.08.2015
i	Sehr geehrter Herr Baumann,
p	auf der Webseite Ihrer Firma habe ich gelesen, dass man bei Ihnen ein Schülerpraktikum machen kann. Dafür interessiere ich mich sehr. Zurzeit besuche ich die 11. Klasse des Werner-von Siemens-Gymnasiums in Rosenheim mit Schwerpunkt Wirtschaft.
n	Ich habe bereits ein Schülerpraktikum von zwei Wochen im Hotel Alpenblick in Rosenheim gemacht. Dort war ich an der Rezeption tätig. Der Kontakt mit den Gästen hat mir viel Freude bereitet und ich konnte meine Sprachkenntnisse in Englisch und Italienisch verbessern.
d, m	Ich möchte später Betriebswirtschaft studieren und in den deutsch-italienischen Handelsbeziehungen tätig sein. Ich bewerbe mich bei der Jacobi GmbH, weil es ein renommiertes Unternehmen ist und seit vielen Jahren Beziehungen zu Italien hat. Meine Ferien beginnen am 30. Juli. Ab diesem Termin kann ich Ihnen für vier Wochen zur Verfügung stehen, bevorzugt im Bereich Marketing.
g	
j	
b	Über eine positive Antwort freue ich mich sehr.
a	Mit freundlichen Grüßen
c	<i>Anne Müller</i>
e	Anne Müller

TRAININGSMODUL: BERUFSORIENTIERUNG

4.6 WAS WEISS ICH? – QUIZ

LÖSUNG

1. Ein ... arbeitet in einem Unternehmen.

- a) Informatiker
- b) Journalist
- c) Arzt

2. Was macht ein Restaurantfachmann? Er ...

- a) vertritt seine Mandanten.
- b) verkauft Waren und bedient Kunden.
- c) bedient Gäste.

3. Wo arbeitet ein Chemielaborant?

- a) In der Schule.
- b) In der Küche.
- c) Im Labor.

4. Wenn man ... werden möchte, muss man an der Universität studieren.

- a) Mechatroniker
- b) Lehrer
- c) Koch

5. Wer plant und bucht Reisen?

- a) Ein Bankkaufmann.
- b) Ein Hotelfachmann.
- c) Ein Tourismuskaufmann.

« DIE TEILNAHME AM PROJEKT WAR EIN TOLLES ERFOLGS-
ERLEBNIS FÜR DIE SCHÜLER. SIE HÄTTEN AM ANFANG NIE GEAHNT,
DASS SIE SO UMFANGREICHE BEITRÄGE IN DEUTSCHER SPRACHE
VERFASSEN WÜRDEN. »

Evaluation Unternehmen Deutsch

CONCORSO D'ORO ADI
XIII EDIZIONE
EDIZIONE
EDITION
NO - 28.05.2014



PER IL DOCENTE DI ECONOMIA AZIENDALE

GUIDA PER L'UTILIZZO DEI MODULI

Nelle pagine seguenti proponiamo la versione italiana delle schede con cui gli studenti lavorano durante le lezioni in lingua tedesca. Non sono stati tradotti i materiali relativi agli esercizi nella lingua straniera, presenti nel quadro d'insieme dei vari moduli. Sono invece tradotti, anche se sinteticamente, i documenti che riguardano i contenuti specifici dell'economia aziendale e che coinvolgono direttamente l'insegnante di tale disciplina. Questi materiali vengono evidenziati nel prospetto d'insieme.

Ci auguriamo che la traduzione degli esercizi assegnati agli studenti possa promuovere la collaborazione tra l'insegnante di lingua tedesca, ove questa si insegna, e il collega di economia aziendale. Nelle scuole nelle quali non si insegna la lingua tedesca, il docente di economia aziendale potrà comunque decidere di proporre alle proprie classi "Unternehmen Deutsch - Piazza Affari Tedesco", in versione originale o modificata, secondo le proprie esigenze, prendendo in considerazione imprese europee, compreso quelle nelle quali il tedesco non risulta essere lingua vincolante. Le competenze acquisite dagli alunni saranno trasversali e indipendenti dalla specifica lingua straniera studiata.



MODULO 1

LA NOSTRA REALTÀ ECONOMICA

CONTENUTI DEL MODULO

Gli studenti

- conoscono aziende tedesche con sede in Italia e aziende italiane e i loro prodotti o servizi
- analizzano le caratteristiche economiche del loro contesto locale ed elaborano una presentazione geografico-economica del proprio territorio
- identificano aziende tedesche presenti sul territorio e aziende italiane che hanno rapporti economici con la Germania
- stabiliscono l'ordine di preferenza delle aziende da contattare successivamente. Gli studenti svilupperanno, nel corso del progetto, per l'azienda che si è resa disponibile un nuovo prodotto o un nuovo servizio e la relativa idea per il lancio commerciale.

Foglio di lavoro	Compiti e contenuti	Tempo	Abilità	Modalità di lavoro
Scheda 1.1 Imprese italiane e imprese tedesche	Attivare le preconoscenze: Riconoscere loghi di aziende e attribuirli ai due Paesi	0,5 lezione	 	
Scheda 1.2 Caffè, voli, cioccolata ...	Abbinare le immagini di prodotti e servizi ai termini corrispondenti	0,5 lezione		 
Scheda 1.3 Prodotti, servizi e settori economici	Distinguere i prodotti dai servizi Attribuire i prodotti e i servizi alle aziende Conoscere i settori economici e collegarli alle aziende	1 lezione	  	  
Scheda 1.4 Il mondo economico nel nostro Paese	Localizzare la sede di aziende in Italia, attraverso una ricerca	1 lezione	  	  
Scheda 1.5 Elenca prodotti tedeschi presenti a casa tua	Cercare prodotti tedeschi nel proprio ambiente e presentarli in classe	0,5 lezione	 	 
Scheda 1.6 Il nostro territorio come realtà economica	Descrivere la realtà economica e i settori produttivi del territorio	1 lezione	 	 
Scheda 1.7 Cerchiamo la nostra impresa partner	Identificare aziende presenti nel territorio che abbiano contatti commerciali con la Germania Creare una lista delle possibili imprese partner in ordine di preferenza (classifica)	1 lezione	 	
Scheda 1.8 Che cosa ho imparato? - Quiz	Conclusione del modulo	10 minuti		 
Scheda 1.9 Che cosa ho imparato? - I miei vocaboli preferiti	Lavoro sul lessico	15 minuti		
L1 Che cosa ho imparato? - Lessico				
Durata in totale	circa 5-6 lezioni + attività di ricerca			

MODULO 1: LA NOSTRA REALTÀ ECONOMICA

1.6 IL NOSTRO TERRITORIO COME REALTÀ ECONOMICA

Analizzate il vostro territorio come realtà economica.

Quali tipi di industrie esistono sul vostro territorio? Quali settori economici sono rilevanti nel vostro contesto locale? (turismo, agricoltura, lavorazione dei pellami, industria automobilistica, industria tessile...).

Redigete un profilo economico del vostro territorio e citate i nomi di alcune aziende che lo caratterizzano.

Suggerimenti / consigli:

- chiedete informazioni a un insegnante di economia aziendale della vostra scuola
- fate ricerche su internet
- informatevi presso il vostro Comune
- domandate ai vostri familiari e ad amici e conoscenti.

Obiettivo: redigere un profilo economico-geografico del proprio territorio.

MODULO 1: LA NOSTRA REALTÀ ECONOMICA

1.7 CERCHIAMO LA NOSTRA IMPRESA PARTNER

Identificate le aziende tedesche presenti sul vostro territorio e le aziende italiane locali che hanno relazioni economiche con la Germania. Una di loro diventerà l'impresa partner della vostra classe per la durata del progetto.

a) Predisponete una tabella con le aziende identificate e raccogliete informazioni sui seguenti punti:

- nome dell'azienda
- settore economico
- prodotti /servizi
- indirizzo (vicinanza alla scuola)
- numero di telefono
- pagina web
- nome della persona/del contatto di riferimento (se esiste).

b) Discutete le vostre preferenze e compilate una classifica delle vostre aziende preferite. Ponetevi, per esempio, le seguenti domande:

- Quali aziende ci interessano particolarmente? Perché questa impresa è la nostra preferita?
- Quale azienda ci piacerebbe visitare e conoscere direttamente?
- L'impresa è facilmente raggiungibile per effettuare una visita aziendale?
- Per quale azienda ci piacerebbe sviluppare un nuovo prodotto o un nuovo servizio?
- Abbiamo già una prima idea per un nuovo prodotto o un nuovo servizio?

L'insegnante prenderà contatto con le aziende secondo l'ordine della lista e ne reperirà una disponibile alla cooperazione con la classe.

Obiettivo: individuare possibili imprese partner per il progetto e stabilire i passaggi per un primo contatto.

A man in a dark suit, white shirt, and patterned tie is smiling and holding a folder with a logo. He is standing in a crowd of people, with a woman in a white top and glasses in the foreground. The entire image has an orange tint.

MODULO 2

LA NOSTRA IMPRESA PARTNER

CONTENUTI DEL MODULO

Gli alunni

- prima della visita aziendale cercano informazioni sulla loro impresa partner in internet o nella loro cerchia di conoscenze e predispongono su questa base il testo di un'intervista in tedesco /italiano con domande relative all'azienda
- durante la visita aziendale intervistano (possibilmente in tedesco, altrimenti in italiano) il loro interlocutore o i loro interlocutori di riferimento, avvalendosi del testo dell'intervista predisposto precedentemente e iniziano a conoscere i diversi ambiti di lavoro e i profili professionali dell'impresa
- dopo la visita in azienda preparano una presentazione dell'azienda e della visita stessa.

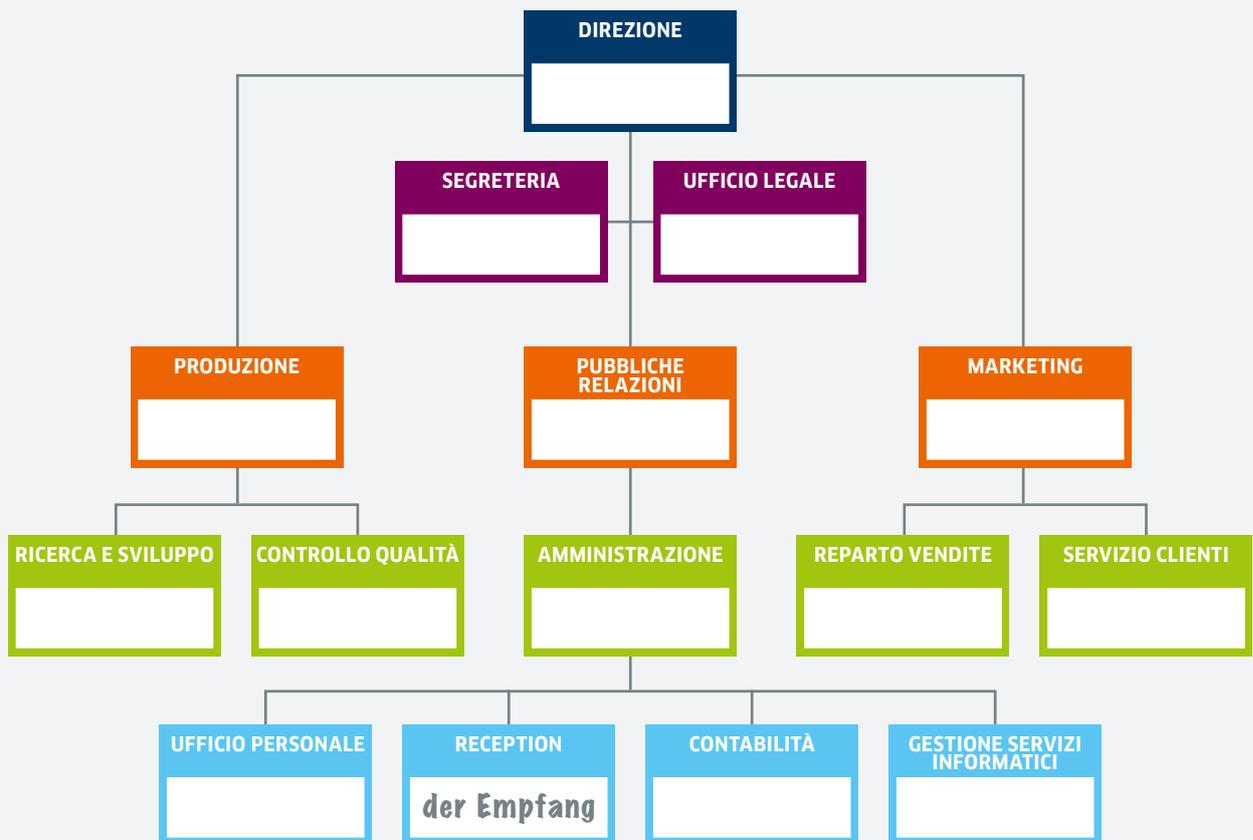
Foglio di lavoro	Compiti e contenuti	Tempo	Abilità	Modalità di lavoro
Scheda 2.1 I reparti di un'impresa	Organigramma aziendale: associare denominazioni italiane e tedesche	1 lezione	 	 
Scheda 2.2 Le funzioni dei reparti	Assegnare le varie funzioni ai reparti corrispondenti; quale reparto aziendale ti piacerebbe seguire per un giorno?	1 lezione	 	 
Scheda 2.3 Prepariamo la visita aziendale	Esporre informazioni di base sull'impresa partner; preparare dieci domande in tedesco e in italiano per l'intervista con l'azienda	2 lezione		 
Scheda 2.4 Visitiamo la nostra impresa	A scuola: definire la lista di domande per l'intervista; In azienda: fare un'intervista con il referente dell'azienda e conoscere l'impresa	1 lezione	 	
Scheda 2.5 Presentiamo la nostra impresa	Preparare un resoconto della visita aziendale e elaborare il profilo dell'impresa partner	2 lezione		 
Scheda 2.6 Contatti commerciali	Analizzare un biglietto da visita e crearne uno proprio	1 lezione	 	 
Scheda 2.7 Che cosa ho imparato? - Quiz	Conclusione del modulo	10 minuti		 
Scheda 2.8 Che cosa ho imparato? - I miei vocaboli preferiti	Lavoro sul lessico	15 minuti		
L2 Che cosa ho imparato? - Lessico				
Durata in totale	circa 8 lezioni + visita aziendale			

MODULO 2: LA NOSTRA IMPRESA PARTNER

2.1 I REPARTI DI UN'IMPRESA

a) L'organigramma mostra i reparti tipici di un'impresa. Di che cosa si occupano i seguenti reparti?

Conoscete altri tipi di reparti aziendali?



b) Come si chiamano i reparti in tedesco? Scrivete le denominazioni tedesche con gli articoli corrispondenti nell'organigramma.

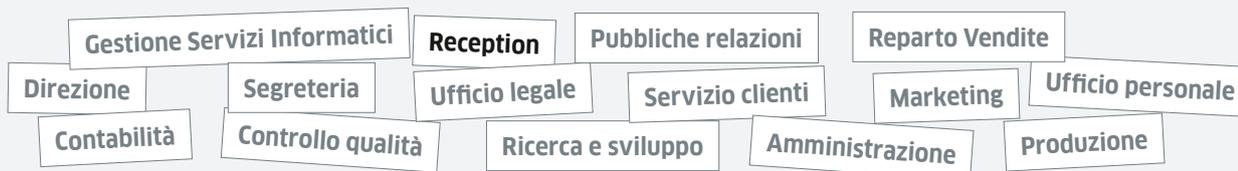


Obiettivo: conoscere i reparti di un'azienda.

MODULO 2: LA NOSTRA IMPRESA PARTNER

2.2 LA FUNZIONE DEI SINGOLI REPARTI

a) Quali compiti hanno i reparti? Assegnate i reparti alle funzioni corrispondenti.



REPARTO	FUNZIONE
La reception	accoglie ed informa clienti ed ospiti.
L'ufficio ricerca e sviluppo	sviluppa nuovi prodotti.
La produzione	realizza concretamente i prodotti.
L'ufficio del personale	si occupa della gestione dei dipendenti e della selezione delle figure professionali.
Il servizio clienti	risponde a tutte le esigenze della clientela.
Il reparto vendite	organizza la vendita dei prodotti.
Il reparto gestione servizi informatici	gestisce il sistema informatico dell'azienda.
La direzione	dirige l'impresa.
La segreteria	collabora con la direzione commerciale.
L'ufficio pubbliche relazioni	rappresenta l'impresa all'esterno.
La contabilità	è responsabile della fatturazione e del pagamento degli stipendi.
L'ufficio controllo qualità	garantisce la qualità dei prodotti.
L'ufficio legale	è responsabile per le questioni legali.
L'amministrazione	gestisce l'amministrazione dell'impresa.
L'ufficio marketing	sviluppa strategie di marketing per l'azienda.

b) Ponetevi domande sulle funzioni dei vari reparti.

c) Per una giornata puoi assistere i colleghi di un reparto a tua scelta. Quale reparto vuoi conoscere? Parlate in gruppo delle vostre preferenze.

Obiettivo: conoscere i compiti dei vari reparti aziendali e motivare la preferenza personale per uno di questi.

MODULO 2: LA NOSTRA IMPRESA PARTNER

2.3 PREPARIAMO LA VISITA AZIENDALE

a) Cercate informazioni sull'impresa partner.

- Recuperate le informazioni già raccolte per la classifica nel modulo 1.
- Documentatevi ulteriormente approfondendo la ricerca sulla vostra impresa partner (internet, famiglia, conoscenti, Comune ecc.).

b) Preparate 10 domande in tedesco / italiano per un'intervista da effettuare durante la visita in azienda per avere informazioni più precise e aggiornate sull'impresa.

- Formulate in un primo momento tutte le domande che vi vengono in mente.
- Organizzate poi le domande secondo un criterio logico e scegliete le dieci più rilevanti che volete porre al vostro interlocutore in azienda. Trascrivetele nella scheda 2.4 che dovrete portare con voi durante la visita.

Se il vostro insegnante ha ricevuto la necessaria autorizzazione, potete registrare il colloquio. In questo modo potrete riascoltare le domande e le relative risposte. Previa autorizzazione si possono fare anche foto e riprese video, che saranno utili per la vostra presentazione dell'azienda.

Obiettivo: ricerca approfondita sull'impresa partner e stesura di un'intervista con domande mirate da porre durante la visita aziendale.

MODULO 2: LA NOSTRA IMPRESA PARTNER

2.4 VISITIAMO LA NOSTRA IMPRESA

Ecco la griglia per le vostre domande in lingua tedesca e italiana da portare con voi durante la visita aziendale. Annotate le risposte negli appositi spazi. Le risposte ottenute sono la base sulla quale costruirete successivamente la presentazione della vostra impresa partner.

BUON DIVERTIMENTO IN AZIENDA!

Le vostre domande in tedesco	... e in italiano
Domanda	Domanda
Risposta	
Domanda	Domanda
Risposta	
Domanda	Domanda
Risposta	
Domanda	Domanda
Risposta	
Domanda	Domanda
Risposta	

Obiettivo: intervistare il rappresentante dell'azienda e conoscere le specificità della propria impresa partner mediante visita guidata.

MODULO 2: LA NOSTRA IMPRESA PARTNER

2.5 PRESENTIAMO LA NOSTRA IMPRESA

Presentate la vostra impresa partner e la visita in azienda. Utilizzate tutte le informazioni più rilevanti che avete raccolto. Potete scrivere un testo o preparare una presentazione Power Point, corredata di foto e link online. Avete fatto delle riprese video durante la visita? Oppure avete dei grafici o delle statistiche interessanti da utilizzare? Presentate tutto ciò che vi piace.

LA NOSTRA IMPRESA PARTNER

La nostra impresa partner si chiama ...

Obiettivo: preparare un resoconto della visita aziendale ed elaborare il profilo dell'impresa partner.

**« DIE SCHÜLER SIND MENSCHLICH VIEL REIFER GEWORDEN.
SIE HABEN GELERNT, DASS MAN SCHWIERIGKEITEN ÜBERWINDEN
KANN, WENN MAN DURCHHÄLT UND ZUSAMMENARBEITET. »**

Evaluation Unternehmen Deutsch



MODULO 3

LA NOSTRA IDEA COMMERCIALE

CONTENUTI DEL MODULO

Gli alunni

- inventano un nuovo prodotto o un nuovo servizio che sia adatto al mercato di riferimento e che sia conforme al profilo dell'azienda
- analizzano annunci pubblicitari e approfondiscono gli strumenti espressivi del linguaggio pubblicitario
- creano uno slogan pubblicitario e presentano la loro idea commerciale in un format di loro scelta.

Foglio di lavoro	Compiti e contenuti	Tempo	Abilità	Modalità di lavoro
Scheda 3.1 Sviluppare un'idea commerciale	Sviluppare un'idea commerciale per un prodotto o servizio	2 lezioni		
Scheda 3.2 Il mondo della pubblicità	Riflettere sul mondo della pubblicità; imparare termini tecnici	2 lezioni		
Scheda 3.3 Come si fa pubblicità?	Analizzare annunci pubblicitari	2 lezioni	 	
Scheda 3.4 Creiamo uno slogan pubblicitario	Sperimentare l'effetto dei mezzi linguistici: inventare un nome per il prodotto/servizio e formulare uno slogan pubblicitario	1 lezione	 	
Scheda 3.5 Realizziamo una pubblicità	Scelta del format pubblicitario, distribuzione dei compiti e realizzazione della pubblicità	4 lezioni	 	
Scheda 3.6 Che cosa ho imparato? - Quiz	Conclusione del modulo	10 minuti		
Scheda 3.7 Che cosa ho imparato? - I miei vocaboli preferiti	Lavoro sul lessico	15 minuti		
L3 Che cosa ho imparato? - Lessico				
Durata in totale	circa 10 lezioni + realizzazione della pubblicità			

MODULO 3: LA NOSTRA IDEA COMMERCIALE

3.1 SVILUPPARE UN'IDEA COMMERCIALE

Ora siete chiamati a dimostrare creatività e spirito di squadra! Sviluppate un'idea per un prodotto/un servizio innovativo per la vostra impresa partner.

Discutete in classe prendendo spunto dalle seguenti proposte di riflessione:

- Quale prodotto/quale servizio è innovativo e può essere interessante per la vostra impresa partner?
- Qual è il target del vostro prodotto/del vostro servizio? Bambini, giovani, adulti, famiglie, sfera privata o ambito lavorativo?
- Perché il cliente dovrebbe comprare il vostro prodotto/il vostro servizio?
- Il vostro prodotto/servizio è realizzabile? Non vi allontanate troppo dalla realtà.
- Quanto dovrebbe costare il prodotto/servizio?
- Quale funzione ha il prodotto? Cosa offre il servizio?

Il nostro prodotto / il nostro servizio	
Idea	
Target	
Funzione/Offerta	
La nostra idea è convincente perché ...	
Prezzo	

Obiettivo: trovare un'idea per un prodotto/servizio nuovo adatto all'azienda e al mercato di riferimento.

MODULO 3: LA NOSTRA IDEA COMMERCIALE

3.4 CREIAMO UNO SLOGAN PUBBLICITARIO

a) Cercate un nome per il vostro prodotto o servizio. Discutete le vostre proposte e scegliete il nome più convincente.

Il nome del nostro prodotto/servizio è:

b) Create uno slogan pubblicitario sperimentando nuove e originali espressioni linguistiche.

Il nostro slogan pubblicitario è:

Obiettivo: creare un nome e uno slogan pubblicitario per il prodotto/servizio inventato, sperimentando i mezzi linguistici a disposizione.

MODULO 3: LA NOSTRA IDEA COMMERCIALE

3.5 REALIZZIAMO UNA PUBBLICITÀ

a) Scegliete un format pubblicitario con cui volete presentare il vostro prodotto o il vostro servizio. Ponetevi le seguenti domande:

- Quale format è adatto al vostro prodotto o servizio e al vostro slogan pubblicitario?
- Come si può dare al cliente una rappresentazione chiara della vostra idea commerciale?

ANNUNCIO?

BROCHURE?

SPOT RADIO?

SPOT VIDEO?

POSTER?

... ?

Il nostro format è:

b) Realizzate ora la vostra pubblicità e presentate così il vostro prodotto o il vostro servizio a potenziali clienti di lingua tedesca.

- Integrate il nome e lo slogan del prodotto/servizio nella pubblicità.
- La pubblicità deve convincere il cliente e non raccontare il vostro lavoro.
- Attirate l'attenzione e trasmettete un messaggio chiaro.

Obiettivo: scegliere un format pubblicitario idoneo alla propria idea commerciale e realizzare il relativo lancio pubblicitario sotto forma di simulazione.

**« DAS PROJEKT UNTERNEHMEN DEUTSCH IST EINE
MÖGLICHKEIT, EINE ANREGUNG, EINE HERAUSFORDERUNG,
EIN ABENTEUER, EINE CHANCE, EIN ERLEBNIS. »**

Evaluation Unternehmen Deutsch



A man with dark, wavy hair, wearing a white lab coat over a striped shirt and a dark tie, is shown from the chest up. His hands are clasped in front of him. He is wearing a large, detailed watch on his left wrist and a ring on his left hand. The background consists of a perforated metal panel, possibly part of a server rack or laboratory equipment, with a coiled cable visible on the right. The entire image has a blue color cast.

MODULO TRAINING

ORIENTAMENTO PROFESSIONALE

CONTENUTI DEL MODULO

Gli alunni

- imparano il lessico specifico relativo a figure professionali, attività e luoghi di lavoro
- esplorano i loro interessi, i loro punti di forza e le loro aspirazioni professionali
- conoscono il sistema e i percorsi di formazione professionale in Germania
- redigono il loro curriculum vitae secondo il modello standard Europass
- imparano a compilare la propria candidatura per uno stage secondo gli standard formali tedeschi.

Foglio di lavoro	Compiti e contenuti	Tempo	Abilità	Modalità di lavoro
Scheda 4.1 Professioni, professioni ...	Abbinare le immagini delle professioni ai vocaboli corrispondenti	1 lezione		
Scheda 4.2 Chi fa che cosa e dove?	Assegnare le attività e i luoghi di lavoro alle relative professioni	1,5 lezioni		
Scheda 4.3 I miei interessi, i miei punti di forza, le mie aspirazioni professionali	Riflessione e scambio riguardo interessi, talenti e desideri personali in merito alle professioni; fare una ricerca sulle mansioni legate alla professione desiderata e riferirne in classe	1,5 lezioni		
Scheda 4.4 Studi universitari o formazione professionale?	Dati sul sistema di formazione professionale in Germania; abbinare figure professionali e relativi percorsi di formazione; parlare di preferenze personali	2 lezioni		
Scheda 4.5 Variante A: Il mio profilo personale	Compilare un profilo personale con riferimento alla professione desiderata	1,5 lezioni		
Variante B: Curriculum vitae e domanda per uno stage	Conoscere il curriculum vitae standard Europass come tipologia testuale; compilare il proprio curriculum vitae Europass Struttura e contenuti di una domanda di lavoro; scrivere la propria candidatura per uno stage			
Scheda 4.6 Che cosa ho imparato? - Quiz	Conclusione del modulo	10 minuti		
Scheda 4.7 Che cosa ho imparato? - I miei vocaboli preferiti	Lavoro sul lessico	15 minuti		
L4 Che cosa ho imparato? - Lessico				
Durata in totale	circa 8 lezioni + visita aziendale			

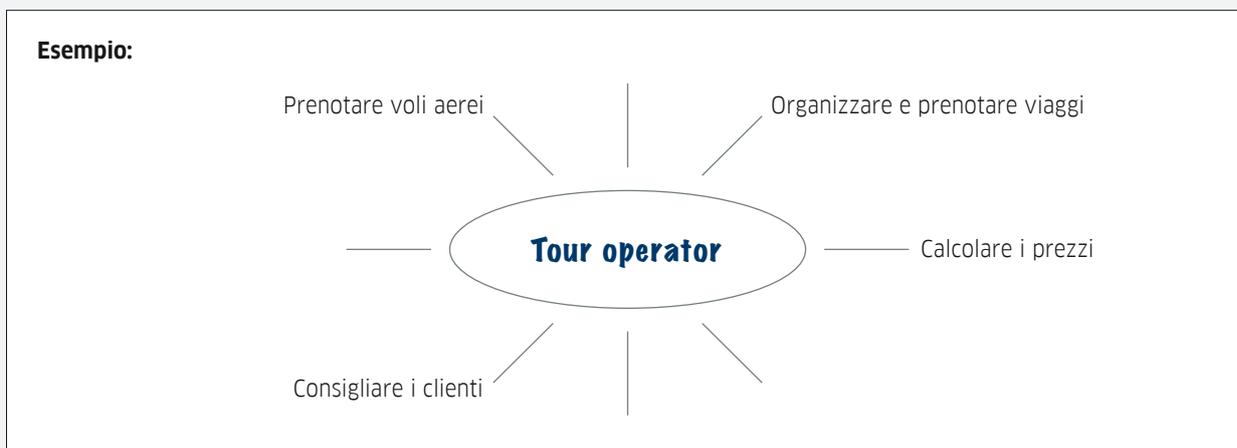
MODULO TRAINING: ORIENTAMENTO PROFESSIONALE

4.3 I MIEI INTERESSI, I MIEI PUNTI DI FORZA, LE MIE ASPIRAZIONI PROFESSIONALI

- a) Che cosa ami fare? Hai interessi o talenti specifici? Qual è la tua materia preferita a scuola? C'è una professione che sogni di fare?



- b) Quali sono i compiti richiesti relativi alla professione che ti interessa? Informati e riferisci in classe.



Obiettivo: esplorare i propri interessi, talenti e aspirazioni professionali.

MODULO TRAINING: ORIENTAMENTO PROFESSIONALE

4.4 STUDI UNIVERSITARI O FORMAZIONE PROFESSIONALE?

In Germania per alcune professioni si devono frequentare l'università o il politecnico. Per altre si frequenta una scuola professionale e si assolve parallelamente un tirocinio pratico presso un'azienda.

- a) Leggi il testo. Che cosa si intende per „Duales System“? Come funziona? Spiega brevemente con parole tue il sistema di formazione professionale tedesco.

LA FORMAZIONE AZIENDALE IN GERMANIA

In Germania ci sono circa 350 corsi di formazione professionale riconosciuti dallo stato: dalla riparazione sartoriale a quella dei motocicli. Il 60% di coloro che terminano la scuola sceglie la formazione professionale. In Germania chi assolve un percorso di formazione svolge uno stage di lavoro in azienda e al contempo frequenta una scuola professionale. Ciò ha il vantaggio che la formazione risulti molto pratica.

Esempio: formazione per impiegato di banca (bancario)

Il tirocinante lavora per tre anni in una banca e impara a conoscere i diversi reparti. Con l'aiuto dei colleghi e del tutor aziendale impara come si lavora in un istituto bancario. Inoltre egli frequenta una scuola di formazione professionale, in cui studia le materie di indirizzo in modo teorico. Le lezioni a scuola hanno luogo uno o due giorni la settimana oppure sono concentrate in un unico blocco per più settimane.

Questa combinazione di teoria e di pratica si chiama Sistema Duale e a seconda delle professioni dura da due fino a tre anni e mezzo. Al termine della formazione si deve sostenere un esame finale scritto e pratico.

Il sistema duale esiste anche in Svizzera, Austria e Olanda.

fonte: Unternehmen Deutsch © Goethe-Institut Paris, pag. 57

Obiettivo: conoscere il sistema di formazione professionale in Germania (sistema duale) ed esempi di percorsi di formazione professionale; concretizzare il percorso da intraprendere per le proprie scelte professionali.

MODULO TRAINING: ORIENTAMENTO PROFESSIONALE

4.4 STUDI UNIVERSITARI O FORMAZIONE PROFESSIONALE?

- b) Per poter esercitare una professione è necessaria la specifica qualifica professionale. Per quali professioni è necessario lo studio universitario e per quali è necessaria una formazione pratica?

Inserisci nella tabella le varie professioni nella giusta colonna.

Assistente di laboratorio chimico Impiegato d'albergo Architetto Ingegnere ambientale

Cuoco Giornalista Responsabile Manager Informatico Impiegato di un ristorante

Insegnante Avvocato Meccatronico Commessa Tour operator Medico Bancario

Studi universitari	Formazione professionale

- c) Vuoi studiare all'università o desideri iniziare una formazione pratica? Quale qualifica è necessaria per il tuo lavoro ideale? Quali sono i vantaggi e gli svantaggi della tua scelta lavorativa? Parlane in classe.

Obiettivo: conoscere il sistema di formazione professionale in Germania (sistema duale) ed esempi di percorsi di formazione professionale; concretizzare il percorso da intraprendere per le proprie scelte professionali.

MODULO TRAINING: ORIENTAMENTO PROFESSIONALE

4.5 VARIANTE B: CURRICULUM VITAE E DOMANDA PER UNO STAGE

- a) In un curriculum vitae si scrivono le principali informazioni su di sé e sulla propria formazione scolastica e professionale. Il curriculum vitae Europass esiste in tutte le lingue e viene utilizzato per fare domanda d'impiego in ambito internazionale.

Scrivi il tuo curriculum vitae Europass. Trovi il modulo anche in internet in formato originale:
<http://www.europass.cedefop.europa.eu>

Esempio di un curriculum vitae Europass di uno studente:



Lebenslauf

ANGABEN ZUR PERSON

Vorname _____ Nachname(n) _____

 Straße, Hausnummer, PLZ, Ort (Staat) angeben _____

 Geburtsdatum _____ |  Staatsangehörigkeit _____

BERUFSERFAHRUNG/ PRAKTISCHE ERFAHRUNGEN

Datum	Praktikum _____
-------	-----------------

SCHUL- UND BERUFSBILDUNG

Datum	Schule _____
Datum	Schule _____
Abschluss	voraussichtlich [Datum] _____

PERSONLICHE FAHIGKEITEN

Muttersprache(n) _____ Muttersprache(n) eingeben

Weitere Sprache(n) _____

	VERSTEHEN		SPRECHEN		SCHREIBEN
	Hören	Lesen	An Gesprächen teilnehmen	Zusammenhängendes Sprechen	
Sprache angeben	_____				
Sprache angeben	_____				

A1/A2: elementare Sprachverwendung, B1/B2: selbstständige Sprachverwendung, C1/C2: kompetente Sprachverwendung
Gemeinsamer Europäischer Referenzrahmen für Sprachen

Computerkenntnisse _____

ZUSÄTZLICHE INFORMATIONEN _____

ANLAGEN _____

- Bewerbungsanschreiben
- Aktuelles Schulzeugnis [Datum]

© Europäische Union, 2002-2015 | europass.cedefop.europa.eu Seite 1 / 2

MODULO TRAINING: ORIENTAMENTO PROFESSIONALE

4.5 VARIANTE B: CURRICULUM VITAE E DOMANDA PER UNO STAGE

- b) Una candidatura in lingua tedesca è costituita da un curriculum vitae e da una lettera di presentazione, che segue determinati parametri formali e di contenuto. Si spiega per quale posizione lavorativa ci si candida e per quali motivi, indicando anche la qualifica posseduta.

Leggi la lettera di presentazione dell'allieva Anne Müller. Anne, nel formulare la sua lettera, ha seguito tutti i criteri sia formali che di contenuto? Scrivi le lettere a - p nella giusta casella accanto al testo di Anne.

a	Forma di saluto	e	Nome	i	Formula di apertura	m	Piani per il futuro
b	Frase di congedo	f	Luogo e data	j	Disponibilità	n	Conoscenze/esperienze
c	Firma	g	Perché questa azienda?	k	Mittente	o	Partner di riferimento
d	Motivazione	h	Oggetto	l	Destinatario	p	Situazione attuale

k

Anne Müller · Gartenstr. 2 · 83022 Rosenheim · Tel.: 08031/853370 · Email: annemueller98@gmail.com

Ditta Jacobi S.r.l.
All'attenzione del Sig. Baumann
Ufficio Personale
Goethestr. 56
81544 Monaco

Rosenheim, 04/05/2015

Lettera di candidatura come tirocinante dal 01/08 al 31/08/2015

Egregio sig. Baumann,
nella pagina web della Sua ditta ho letto che da voi si possono svolgere stage per studenti. Sarei molto interessata e al momento frequento l'undicesima classe del liceo Werner-von-Siemens di Rosenheim ad indirizzo economico.

Io ho già fatto uno stage di 2 settimane presso l'hotel Alpenblick di Rosenheim. Lì ero addetta alla reception. Il contatto con gli ospiti mi dava molta soddisfazione e potevo migliorare le mie conoscenze linguistiche in inglese e in italiano.

Dopo la scuola vorrei frequentare la facoltà di economia aziendale e vorrei lavorare nel commercio italo-tedesco. Desidero candidarmi presso la ditta Jacobi srl perché è un'azienda rinomata e ha da molti anni rapporti commerciali con l'Italia. Le mie vacanze iniziano il 30 luglio. Da questa data posso mettermi a Vostra disposizione per quattro settimane, preferibilmente nel settore marketing.

Sperando in una Vostra risposta positiva

La saluto distintamente

Anne Müller

Anne Müller

MODULO TRAINING: ORIENTAMENTO PROFESSIONALE

4.5 VARIANTE B: CURRICULUM VITAE E DOMANDA PER UNO STAGE

- c) **Desideri candidarti per un tirocinio presso la tua azienda preferita. Il responsabile del personale conosce il tedesco e cerca qualcuno che lo parli per curare i contatti con la Germania. Formula la tua lettera di presentazione. Le indicazioni seguenti ti aiuteranno.**

1. MITTENTE

- Informazioni sul tuo contatto: nome, indirizzo, numero di telefono, indirizzo mail

2. DESTINATARIO

- Indirizzo dell'azienda
- Riferimento al proprio interlocutore se è conosciuto
- Riferimento al reparto, se è conosciuto

3. LUOGO E DATA

- Variante 1
- Variante 2

4. OGGETTO

- Spiegare il motivo della candidatura in modo sintetico

5. FORMULA DI APERTURA

- Variante 1: interlocutore sconosciuto
- Variante 2: interlocutore conosciuto
- Segue una virgola, un rigo vuoto, poi si prosegue a scrivere minuscolo

6. TESTO

Qui spieghi perché ti interessa il posto fornendo la motivazione, secondo i seguenti i punti:

- Frase introduttiva, per es. da dove hai saputo del posto di stage?
- Qual è la tua situazione attuale? Quali sono i tuoi progetti per il futuro?
- Motivazione: perché ti interessi a questa mansione?
- Esperienze e conoscenze: perché ti consideri idoneo?
- Perché ti interessa questa ditta?
- Quando sei disponibile?
- Frase di congedo

7. FORMA DI SALUTO

- Formula standard

8. (FIRMA) NOME

- Per una candidatura online è sufficiente il nome senza firma
- Meglio se si scansiona la firma

Obiettivo: compilare il proprio curriculum vitae usando il modello standard Europass; redigere una candidatura per uno stage secondo la tipologia formale tedesca.

BILD- UND QUELLENNACHWEISE

Titel	Michele Banzato
3	Michele Banzato
17	Klaus Dorwarth
24/25	Michele Banzato

Modul 1

26	Michele Banzato
28	Michele Banzato
29	Unternehmenslogos: adidas AG; Barilla S.p.a.; Blu Hotels S.p.a.; Bosch GmbH, Coricelli S.p.a.; Deutsche Lufthansa AG; Faber-Castell Aktiengesellschaft; Fiat Chrysler Automobiles N.V.; Haribo-Holding GmbH & Co. KG; Lavazza S.p.a.; Luxottica S.p.a.; Poltrona Frau S.p.a.; Alfred Ritter GmbH & Co. KG; Sixt GmbH & Co. Autovermietung KG; Tod's S.p.a.
30+45	Colourbox.de, Fiat 500: Fiat Chrysler Automobiles N.V.
32/33	Automobil- und Lebensmittelindustrie: Fotolia.de,
+46	alle weiteren: Colourbox.de
41	Michele Banzato

Modul 2

50	Colourbox.de
58	Logo Visitenkarte: Colourbox.de
65	Michele Banzato

Modul 3

66	Michele Banzato
70	Poltrona Frau S.p.A.
71	Ritter Sport, Alfred Ritter GmbH & Co. KG
73	Deutsche Lufthansa AG, www.horizont.net
77	Michele Banzato

Trainingsmodul

82	Michele Banzato
84+86	Informatiker: Michele Banzato Bankkaufmann: Fotolia.de alle weiteren: Colourbox.de
97	Colourbox
103	Michele Banzato
113	Michele Banzato
114/115	Michele Banzato
116	Michele Banzato
120	Michele Banzato
127	Michele Banzato
128	Klaus Dorwarth
133	Colourbox.de
134	Michele Banzato
143	Fotolia.de

Logodesign

„Unternehmen Deutsch“ HDMH visual concept
„Mit Deutsch in den Beruf“ BESIGN GRAPHICS LDA

Fragen der Urheberschaft und der Bildrechte sind durch das Goethe-Institut nach bestem Wissen geklärt.





Goethe-Institut Italien

Via Savoia, 15
00198 Rom
Italien

www.goethe.de/it/unternehmendeutsch
www.goethe.de/it/piazzaffaritedesco



Mit Deutsch
in den Beruf