



# 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

# 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

# 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
		<b>LÖSUNGEN</b>
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
		<b>LÖSUNGEN</b>
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

# 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](http://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/](http://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.