

**Istituto Statale di Istruzione Superiore**  
*Corsi diurni e serali*

Via XXV Aprile, 86 - 52100 AREZZO  
0575/35911 • fax 0575/359127  
P.zza della Badia  
0575/37381 • fax 0575/351327  
Cod. fiscale 80008840516  
Email: [ariso13007@istruzione.it](mailto:ariso13007@istruzione.it)  
PEC: [ariso13007@pec.istruzione.it](mailto:ariso13007@pec.istruzione.it)  
Sito: [www.buonarroti-fossombroni.it](http://www.buonarroti-fossombroni.it)

**Settore Economico**  
*Amministrazione, Finanza e Marketing*  
*Servizi Informativi Aziendali*  
*Servizi Socio-Sanitari*  
*Relazioni Internazionali per il Marketing*  
*Turismo*

**Settore Tecnologico**  
*Costruzioni, Ambiente e Territorio*  
*Tecnologie del Legno nelle Costruzioni*  
*Geotecnico*  
*Grafica e Comunicazione*

Circolare n. 20

Arezzo, 03/10/2014

AI GENITORI DEGLI ALUNNI  
DELLA CLASSE **4BR**  
AI DOCENTI INTERESSATI

OGGETTO: Progetto "Piazza Affari Tedesco"

Comunico che il giorno **LUNEDÌ 06 OTTOBRE 2014**, dalle ore 09:00 alle ore 13:00, gli alunni della classe **4BR**, nei locali dell'Istituto, saranno impegnati nella prima fase del progetto "Piazza Affari Tedesco", che prevede l'incontro con un rappresentante del Goethe Institut Italia e la strutturazione di un blog dedicato al progetto, i cui contenuti sono illustrati in allegato.

L'orario della mattinata sarà, pertanto, il seguente:

- ore 08:15 ingresso in Istituto (appello, prime informazioni sull'attività da svolgere);
- ore 09:00 riunione nell'aula destinata all'incontro accompagnati dai docenti di Tedesco e di Economia aziendale;
- ore 13:00 termine delle attività e ritorno alle proprie abitazioni.



Il Dirigente Scolastico  
(Prof. Alessandro Artini)\*



=====  
Parte da staccare e riconsegnare alla prof.ssa Annalisa Scorio

Il sottoscritto ....., genitore dello studente .....,  
della classe **4BR**, dichiara di essere informato sulla circolare n. **20** relativa alle modalità di svolgimento delle lezioni nel giorno 06 OTTOBRE 2014.

Firma \_\_\_\_\_

## Piazza Affari Tedesco – Unternehmen Deutsch Goethe-Institut Italia

**Format:** concorso per 15 scuole in Italia gemellate ad altrettante imprese, con blog dedicato al progetto.

**Durata del progetto:** ottobre 2014 - maggio 2015

**Destinatari:** scuole superiori con il tedesco come lingua straniera, insegnanti di tedesco e di economia (in cooperazione, se possibile), imprese tedesche in Italia o imprese italiane con rapporti commerciali con la Germania

### Descrizione

Il progetto *Piazza Affari Tedesco* abbinava argomenti di economia all'insegnamento del tedesco. Si tratta di un concorso di idee per scuole che, gemellate a imprese presenti sul proprio territorio, simulano lo sviluppo e il lancio promozionale di un prodotto o di un servizio che rappresentino un valido ampliamento dell'offerta della propria azienda partner. L'obiettivo è motivare gli alunni nell'apprendimento del tedesco e concretizzarne il plusvalore per la loro carriera professionale.

I compiti degli alunni si articolano in diverse fasi con tre consegne (v. pag. 2 tempistica). Ogni elaborato sarà presentato sul blog dedicato al progetto secondo la tempistica del progetto. Nelle diverse fasi del concorso gli alunni dovranno mostrare motivazione, spirito d'innovazione e creatività. Una giuria composta da rappresentanti del mondo dell'imprenditoria e dell'istruzione seleziona i risultati migliori. I vincitori saranno premiati nell'ambito di una cerimonia ad alta visibilità pubblica e mediatica.

Al termine del progetto il blog verrà reso pubblico, al fine di rendere visibili gli elaborati degli studenti e delle imprese previo accordo con le parti. I materiali dovranno essere sviluppati in autonomia, non dovranno essere utilizzati materiali protetti da diritti d'autore.

Il progetto verrà riproposto per la terza volta nell'anno scolastico 2014/2015. Durante le prime due edizioni hanno preso parte rinomate aziende, tra cui Bosch, Bruno Manetti Cashmere, Faber-Castell, illycaffè, TOD'S, Lavazza, Osram e SAP. I partenariati didattici tra scuole e imprese erano distribuiti su tutto il territorio italiano e sono stati accompagnati da una risonanza mediatica significativa, conferendo grande visibilità alle scuole e alle imprese.

### Obiettivi

Il concorso mira ad avvicinare i giovani al mondo del lavoro, instaurando rapporti di cooperazione e partenariati reciproci tra scuole e imprese, al fine di:

- dare una dimensione pratica e concreta alla lezione di tedesco, con effetto positivo sulla motivazione degli alunni
- migliorare l'orientamento alla professione dei giovani e supportare il passaggio dalla scuola alla formazione
- consentire uno sguardo sul mondo del lavoro e sulle connessioni professionali, economiche e sociali
- migliorare le opportunità professionali e le prospettive future degli alunni
- incentivare e formare nuove leve qualificate per le imprese
- promuovere partenariati didattici tra scuole e imprese
- concretizzare e rendere tangibile il plusvalore del tedesco per la carriera professionale, oltre a migliorare le conoscenze stesse di tedesco degli alunni
- richiamare alla metodologia CLIL (*Content and Language Integrated Learning*), integrando l'insegnamento del tedesco con argomenti di economia aziendale e marketing, con l'eventuale collaborazione di un docente di economia
- acquisire maggiore dimestichezza con i nuovi media attraverso l'utilizzo di un blog, della piattaforma *moodle* e di diversi format mediatici
- rafforzare l'immagine pubblica della scuola e dell'azienda

### Requisiti

- conoscenza del tedesco da parte degli alunni a livello A2 completato, meglio se B1
- competenze nell'uso dei media da parte degli insegnanti

### Tempistica

**29 e 30 settembre 2014: conferenza e workshop introduttivi per insegnanti a Roma**

Alla presenza di docenti e imprenditori dell'edizione precedente, i nuovi partecipanti approfondiscono la conoscenza del progetto in tutte le sue fasi. Viene illustrato l'utilizzo del blog e della piattaforma *moodle*. Gli insegnanti conosceranno il loro tutor che li accompagnerà durante il progetto in due workshop presso la scuola e che sarà a loro disposizione, come persona di riferimento, per tutta la durata del progetto.

**Dal 1 al 15 ottobre 2014: workshop introduttivi per studenti**

Un tutor del Goethe-Institut tiene un workshop in lingua tedesca di 4 ore presso ognuna delle scuole partecipanti per illustrare le diverse fasi del progetto. Inoltre gli studenti apprendono le terminologie specifiche dell'economia aziendale e del marketing. Viene introdotto il blog su cui gli alunni presentano poi la loro classe, la loro scuola, la loro città.

**Ottobre 2014: consegna 1 – presentazione del panorama imprenditoriale del proprio territorio e ricerca azienda partner**

Gli alunni svolgono una ricerca sulla presenza nella propria regione di imprese tedesche o di imprese italiane con rapporti commerciali con la Germania. Sarebbe auspicabile che i profili di queste imprese fossero in linea con l'indirizzo della scuola. Presentano sul blog il panorama imprenditoriale del proprio territorio. Per la presentazione i ragazzi possono scegliere tra i diversi format, quali testi, foto, video, ecc. Infine selezionano tre aziende e le comunicano al Goethe-Institut di riferimento (Milano per le scuole del nord, Roma per quelle del centro/sud). Un nostro referente quindi prende ufficialmente contatto con esse. Le imprese interessate a partecipare comunicano al Goethe-Institut il nominativo di una persona di riferimento.

**Novembre 2014: fase di orientamento professionale e redazione di una candidatura**

Mentre viene stabilita l'azienda partner, gli alunni, attraverso la ricerca internet e con l'ausilio di materiali di lavoro, gettano uno sguardo sulla struttura e la composizione di un'impresa e si confrontano con i rispettivi settori lavorativi di un'azienda. Imparano poi a redigere una candidatura in tedesco per un'azienda in Germania a loro scelta. Attraverso tale simulazione non solo acquisiscono il lessico necessario per il lavoro successivo durante il concorso in oggetto, ma si preparano anche a future situazioni reali. Se poi alunni avessero interesse a intraprendere lo stage, avrebbero l'ulteriore possibilità di inviare realmente la loro candidatura.

**Dicembre - Gennaio 2015: consegna 2 – visita dell'azienda partner e presentazione dell'azienda e della visita stessa**

L'insegnante si mette in contatto con la persona di riferimento dell'impresa e insieme stabiliscono le modalità di una visita in azienda. Prima di visitare la propria impresa partner, gli alunni svolgono una ricerca sull'impresa e preparano una lista di domande da fare ai loro interlocutori. Le informazioni raccolte servono alla classe per presentare in lingua tedesca sul blog l'azienda partner e riferire sulla visita svolta. Anche in questo caso i ragazzi possono scegliere tra i diversi format elencati sopra.

**Gennaio 2015 – secondo workshop per studenti**

Il tutor del Goethe-Institut tiene un secondo workshop presso ciascuna scuola. Insieme discutono i risultati ottenuti fino a quel momento e si preparano al lavoro finale.

**Febbraio – Aprile 2015: consegna 3 – presentazione tramite lancio pubblicitario del prodotto o servizio elaborato dagli studenti**

A differenza della consegna precedente a carattere puramente informativo, questa fase permette agli alunni un approccio più creativo. Il compito è ideare un prodotto o un servizio adatto al profilo dell'azienda e alla sua offerta produttiva, tenendo conto dell'indirizzo formativo della propria scuola. Tuttavia, il prodotto o servizio ideato deve essere realistico, ovvero fattibile per l'impresa partner e utile ai suoi clienti. Successivamente, gli alunni si occupano del marketing e della promozione del loro prodotto o servizio. Devono assegnare un nome originale alla loro idea e pensare a uno slogan accattivante in lingua tedesca. Per il lancio simulato del prodotto o del servizio, gli alunni possono utilizzare diversi format (video, spot radio, manifesto pubblicitario, depliant, ecc.). Gli studenti possono trarre grandi benefici da un'eventuale collaborazione, ove possibile, con la sezione di marketing aziendale.

**Maggio 2015: selezione dei vincitori e cerimonia di premiazione**

Una giuria composta da rappresentanti del mondo dell'imprenditoria e dell'istruzione seleziona gli elaborati più convincenti. I vincitori del primo premio ricevono 500 Euro, i secondi 300 Euro e al terzo posto spettano 100 Euro. I vincitori saranno premiati nell'ambito di una cerimonia ad alta visibilità pubblica e mediatica.

**I Partner**

- BIBB (Bundesinstitut für Berufsbildung- Istituto federale per la formazione professionale)
- BMBF (Bundesministerium für Forschung und Bildung –Ministero federale per la ricerca e l'istruzione)
- Confapi (Associazione italiana per la piccola e media impresa)
- Camera di Commercio italo-tedesca, Milano
- Italia Lavoro S.p.A. (Agenzia del Ministero italiano per il Lavoro e le Politiche Sociali)
- Ministero Italiano per il Lavoro e le Politiche Sociali
- Ministero italiano per l'Istruzione, l'Università e la Ricerca

Con il patrocinio dell'Ambasciata della Repubblica Federale di Germania in Italia