

**“PIANO NAZIONALE DI RIPRESA E RESILIENZA (PNRR) – MISSIONE 4 “Istruzione e ricerca”
COMPONENTE 1 “Potenziamento dell’offerta dei servizi all’istruzione: dagli asili nido all’Università”
INVESTIMENTO 1.6 “Orientamento attivo nella transizione scuola-università”**

Progetto “ConsapevolMente” (2022 – 2026) - CUP J81I23000150006
Anno scolastico 2023 – 2024

Titolo del percorso di orientamento

ECO 01 - Etica, oltre all’estetica: il marketing è il diavolo dei tempi moderni?

Destinatari: studenti e studentesse delle terze, quarte e quinte classi degli Istituti secondari di 2° grado

Numero alunni coinvolti: 20/30 studenti per gruppo

Durata complessiva del percorso di orientamento: 15 ore

Articolazione: 3 moduli

Inizio attività: novembre 2023

Fine attività: agosto 2024

MODULO A

Conoscenza delle scelte post-diploma, dalla formazione superiore all’inserimento nel mondo del lavoro

A cura di: Esperti di elevata qualificazione

Durata del laboratorio: 2 ore

Modalità di erogazione: In presenza/on line. Orario da concordare con i referenti dei corsi

Sede: presso la sede del Dipartimento/Istituto scolastico

Abstract

Il modulo di orientamento è incentrato sui temi più importanti della scelta post-diploma: dall’inserimento nel mondo del lavoro alle diverse possibilità di proseguimento della formazione (corsi universitari, parauniversitari, ITS ...). Offrirà ai partecipanti la possibilità di conoscere e riflettere su tutte le scelte future da intraprendere anche grazie all’utilizzo di un approccio critico e di strumenti di auto-orientamento.

Obiettivi

Il modulo si pone l’obiettivo di accrescere la consapevolezza dei partecipanti sull’importanza di creare un proprio percorso di carriera, affrontando la differenza tra competenze e conoscenza, attitudini e valori personali.

Metodologie, strumenti, sistemi di lavoro utilizzati

Presentazioni in Power Point - Giochi dinamici di gruppo

Articolazione del Modulo:

L’attività si svolgerà in due incontri di 1 ora

MODULO B

Esperienza di didattica disciplinare attiva, partecipativa e laboratoriale, orientata dalla metodologia di approccio allo studio delle discipline economiche

A cura di: Dipartimento di ECONOMIA

Durata del laboratorio: 8 ore

Modalità di erogazione: In presenza, orario da concordare con il docente referente

Sede: Dipartimento di Economia (via dei Verdi, 75 – Messina) e/o presso la sede dell'istituto scolastico.

Abstract del laboratorio

L'intervento formativo mira a fornire agli studenti una comprensione approfondita delle questioni etiche legate alla gestione dell'impresa ed in particolare alla pratica del marketing. Da sempre al marketing sono state mosse numerose critiche in ordine alle tecniche e agli strumenti utilizzati per indurre i consumatori all'acquisto. Certamente le imprese hanno adottato spesso dei comportamenti poco etici, ma è altrettanto vero che il marketing, come si cercherà di evidenziare nel corso delle attività laboratoriale, è uno strumento e come tale non può essere giudicato buono o cattivo in quanto dipende da chi lo utilizza e per quali finalità. In particolare, il marketing inteso come filosofia di gestione considera la customer satisfaction come il presupposto per la sopravvivenza e lo sviluppo di qualunque organizzazione.

Obiettivi

L'intervento formativo si prefigge i seguenti obiettivi formativi:

- **Comprendere** i principi etici d'impresa. Gli studenti dovrebbero essere in grado di definire e spiegare i principi etici fondamentali che guidano il marketing, come l'onestà, la trasparenza, l'integrità e il rispetto del cliente
- **Identificare le questioni etiche.** Gli studenti dovrebbero essere in grado di identificare le questioni etiche comuni che sorgono nella gestione d'impresa, come la pubblicità ingannevole, la manipolazione delle emozioni, la violazione della privacy dei dati e la discriminazione.
- **Esaminare il ruolo dell'impresa nella società.** Gli studenti dovrebbero comprendere come il marketing influenzi la società, la cultura e il comportamento dei consumatori e dovrebbero essere in grado di discutere il ruolo responsabile del marketing in questi contesti.
- **Valutare le decisioni sotto il profilo etico.** Gli studenti dovrebbero sviluppare la capacità di valutare le decisioni etiche nelle attività di marketing e formulare argomentazioni basate su principi etici solidi.
- **Riflettere criticamente.** Gli studenti dovrebbero essere in grado di riflettere criticamente sul loro ruolo come futuri imprenditori o professionisti del marketing e sulle decisioni etiche che dovranno affrontare nella loro carriera.

Metodologie, strumenti, sistemi di lavoro utilizzati

La principale metodologia utilizzata nel laboratorio proposto sarà la lezione partecipata che sarà erogata utilizzando strumenti multimediali. È previsto lo svolgimento di una serie di simulazioni nelle quali lo studente deve affrontare dei dilemmi etici nell'assunzione della decisione (dilemma del ramo deviato, dilemma di Robin Hood, dilemma dell'uomo grasso, dilemma dell'ultimatum) che, oltre a rendere l'incontro più coinvolgente, rappresenterà l'occasione per riflettere sulle conseguenze delle nostre decisioni. È prevista, inoltre, la proiezione di "The Joneses", un film che racconta di una famiglia apparentemente normale che si trasferisce in un'elegante area residenziale. Tutti i loro vicini di casa in breve tempo restano tanto affascinati dal loro stile di vita da incominciare ad imitarli in tutto, a partire dagli abiti e dall'incredibile serie di oggetti e accessori favolosi che possiedono. Ciò che nessuno dei vicini ancora sa, è che i Jones non sono una famiglia normale, ma l'incarnazione dell'ultima, definitiva, frontiera del marketing: sono infatti un gruppo di venditori che si mettono anima e corpo in vetrina, cercando di vendere la propria immagine e il proprio stile di vita per stimolare l'acquisto di una gamma di prodotti ancor più vasta e costosa.

Articolazione del Laboratorio

- ✓ Svolgimento del test
- ✓ Visione del documentario

Docente referente

Prof. Cesaroni Fabrizio 090/6766148 e-mail (fabrizio.desaroni@unime.it)

MODULO C

Consolidamento delle competenze trasversali per la costruzione del proprio progetto di sviluppo formativo e professionale

A curadi: Psicologi Università degli Studi di Messina ed esperti di elevata qualificazione

Durata del laboratorio: 5 ore

Modalità di erogazione: In presenza, orario da concordare con i referenti dei corsi

Sede: presso la sede del Dipartimento/Istituto scolastico

Abstract

Consolidamento delle competenze trasversali (problem solving, decision making, autostima e autoefficacia) per la costruzione del progetto di sviluppo formativo e professionale. Tale modulo si configura come un percorso di orientamento ideato con l'intento di promuovere l'autoanalisi delle proprie caratteristiche e facilitare l'esplorazione, attraverso il gruppo, di tutte quelle dimensioni che possono sostenere lo studente nella progettazione del suo futuro.

Obiettivi

- acquisire consapevolezza del proprio sé e delle proprie aspirazioni accademico/professionali
- definire quali sono le risorse più utili da investire per raggiungere un obiettivo accademico/lavorativo
- favorire l'acquisizione di strategie di decision making e problem solving

Metodologie, strumenti, sistemi di lavoro utilizzati

Le attività facenti parte del modulo saranno realizzate sotto forma di esperienza laboratoriale.

Durante gli incontri saranno svolte attività sia individuali che in gruppo. Il lavoro si baserà sull'esperienza diretta che i partecipanti realizzeranno attraverso esercitazioni, giochi, momenti di riflessione e discussione.

Metodologie/strumenti: Presentazioni in Power Point - Uso di Questionari validati scientificamente - Giochi dinamici di gruppo - Brainstorming - Materiale cartaceo.

Articolazione del Laboratorio

Le attività, della durata complessiva di 5 ore, si svolgerà in un unico incontro