

# EDUCAZIONE ALL'IMPRENDITORIALITÀ

Prof. Armando Persico

Presentazione della pratica didattica, per colleghi e colleghe.



# CONTENUTI

- Analisi dei bisogni: problema e soluzione
- Prima di iniziare
- Modalità di svolgimento (accorgimenti teorici e pratici)
- Strumenti necessari
- Punti di forza e criticità
- Opportunità
- Accorgimenti generali

# Analisi dei bisogni

## Problema

- Gli studenti italiani sentono la necessità di un approccio pratico, non hanno più la stessa passione che li motivava a studiare.
- I ragazzi hanno bisogno di una motivazione pratica per studiare, non basta più il solo prestigio o la convinzione che in futuro ciò che si apprende potrà servire.
- Le lezioni frontali e teoriche non permettono di sviluppare competenze interdisciplinari e sono limitanti per la valutazione di uno studente.
- Lo studio sui libri tende a dimenticarsi mentre lo studio «pratico» rimane.
- Le lezioni «classiche» limitano la creatività dello studente.

# Analisi dei bisogni

## Soluzione

- L'economia aziendale si avvicina all'imprenditorialità con un metodo «learning by doing» (imparare facendo).
- Le lezioni diventano interdisciplinari.
- L'alunno viene spronato a fare i conti con la realtà. Guardando un bisogno, si rendono conto che è nel loro potenziale rispondere a questo bisogno.
- Si crea un ribaltamento da conoscenze della materia a competenze nella materia.

# Prima di iniziare

1. Tempo necessario per farla propria

POCO      MOLTO

2. Per i primi risultati si deve avere

POCA PAZIENZA      MOLTA PAZIENZA

3. Livello di condivisione con studenti e/o genitori necessario prima di metterla in pratica

POCO      MOLTO

4. Applicabilità

DIRETTAMENTE APPLICABILE      NECESSITA DI APPROFONDIMENTI

5. Applicabilità alle discipline

APPLICABILE A TUTTE LE DISCIPLINE      DISCIPLINA-SPECIFICA

6. Applicabilità al grado scolastico

APPLICABILE IN ALTRI GRADI SCOLARI      GRADO SCOLARE-SPECIFICO

# Modalità di svolgimento

- **FASE 1: CERCARE UNO STATO DI INSODDISFAZIONE**

Gli studenti sono spronati a cercare i cosiddetti «stati di insoddisfazione», ai quali dare una risposta. Sono problemi o situazioni di bisogno che circondano gli studenti e le persone che stanno intorno a loro.

- **FASE 2: FORMAZIONE DEI GRUPPI e IDENTIFICAZIONE DEL PRETOTIPO**

Il ragazzi si riuniscono in gruppi e iniziano a identificare prodotti o servizi che possano risolvere/affrontare il bisogno di sopra.

- **FASE 3: VALIDAZIONE**

I ragazzi cercano di capire come il mercato reagisce alla loro idea di servizio/prodotto.

- **FASE 4: INDIVIDUAZIONE DI PERSONE IN GRADO DI AIUTARE NELLA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO**

I ragazzi devono interfacciarsi con più persone, affinché queste possano aiutare nello sviluppo del progetto. Questo li aiuta a utilizzare modalità comunicative scritte e orali, diverse da quelle usate a Scuola.

- **FASE 5: STRUTTURA DEL PROGETTO**

I ragazzi delineano il progetto in termini di competitor, costi, prezzo di vendita , marketing etc. Questo fa sì che si sviluppino le loro capacità di ricerca.

- **FASE 6: REALIZZAZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE (misura minore)**

Quest'ultima fase consente ad alunni e alunne di mettersi in gioco all'interno del mercato, seppur piccolo.

# Strumenti/Attività

- Team working
- Relazione con persone provenienti da diversi background.  
Artigiani, imprenditori, ecc.
- Public speaking (presentazioni progetto)
- Brainstorming

# Punti di forza

- I ragazzi hanno un atteggiamento positivo e sono motivati allo studio della disciplina.
- L'insegnante riesce a conoscere meglio i suoi alunni e alunne. Non ci si basa solo sui risultati scolastici, ma si guarda oltre, così da avere una visione a 360 gradi.
- Viene valorizzata l'identità di ogni studente, indipendentemente dalla resa scolastica.
- Lo studente viene spronato a trovare soluzioni ai problemi, che si traduce in un accompagnamento verso l'autonomia dello stesso.
- Lo studente impara a conoscere se stesso e qualità che non sapeva di possedere. Tra le competenze che si acquisiscono: abilità nell'affrontare e risolvere problemi (problem solving), lavorare per obiettivi e non per compartimenti stagni, capacità di adattarsi ai cambiamenti, leadership, resistenza allo stress, gestione del fallimento, sviluppare atteggiamenti positivi e propositivi come la fiducia in sé e nelle proprie capacità, etc.
- La pratica è applicabile a più indirizzi di scuola secondaria (non solo agli istituti tecnici).

# Criticità

- La pratica trova resistenza/diffidenza da parte dei professori più «tradizionali».
- La pratica ha bisogno di uno sforzo maggiore da parte del professore che non può limitarsi a preparare la lezione sui libri, ma dovrà farsi guidare dalla creatività degli alunni.
- La pratica implica un percorso lungo, di almeno un anno, per vedere i risultati.



# Opportunità

Opportunità e cambiamenti presenti e futuri, che la pratica didattica può apportare non solo nella vita dei discenti ma anche in tutti gli altri attori della Scuola e della società.

- Può diventare uno strumento per sviluppare un'idea imprenditoriale che si concretizza nel futuro.
- Sviluppa un senso di appartenenza ad un gruppo, il gruppo di lavoro oggi; la comunità un domani.
- Si generano situazioni WIN WIN, dove tutti trovano benefici, alunni, genitori, società.
- L'educazione all'imprenditorialità permette un approccio reale alla concretezza di tutti i giorni.
- Acquisire tutte quelle attitudini, competenze e capacità trasversali meglio conosciute come "soft skills", competenze che possono essere utili, non solo all'interno della Scuola, ma in qualsiasi contesto della vita.

# ACCORGIMENTI GENERALI

- Genitori, professori e stackholders del progetto ideato dall'alunno non devono essere i solutori dei problemi, ma devono essere una guida che accompagni i ragazzi in un percorso di crescita e formazione.
- Il concetto di lezione viene «ribaltato» perché i ragazzi sono i protagonisti del percorso, le lezioni non saranno preparate sui libri, ma guidate dalla creatività dei ragazzi.
- L'obiettivo della pratica non è il voto, ma risolvere un problema, affrontare insieme una dinamica, assumersi un rischio.
- Il fine del progetto educativo è quello di costituire una realtà imprenditoriale funzionante nella sua struttura. Lo scopo, però, non è far soldi, il lavoro è sempre orientato all'apprendimento.

GRAZIE PER  
L'ATTENZIONE

E-mail:

[armando.persico@jaitalia.org](mailto:armando.persico@jaitalia.org)

