



Skills act 4 VET

Strumento di identificazione delle competenze

Relazione finale



31 MARZO 2020



INDICE

1. Introduzione all' Intellectual Output 1	3
2. Il questionario	3
3. Gli studenti	4
3.1. Paesi	4
3.2. Età	4
3.3. Il tirocinio	5
4. Insegnanti	6
4.1. Paesi	6
4.2. Come sono stati preparati gli studenti alla mobilità	6
5. Compagnie	7
5.1. Paesi	7
5.2. Avete mai ospitato nella vostra azienda studenti provenienti dall'estero per uno stage?	7
5.3. Settore di attività dell'azienda	8
5.4. Quale membro dell'azienda ha risposto	8
6. Stage	9
6.1. Durata del tirocinio	9
6.2. Paese ospitante	9
6.3. Settore stage	10
6.4. Informazioni sulle lingue	10
6.5. Impressioni su un'esperienza di mobilità	11
6.6. Difficoltà incontrate durante un'esperienza di mobilità	11
6.7. Lezioni apprese	13
7. L'app	14
8. Le competenze più utili	15
8.1. Elenco delle competenze più importanti	15
8.2. Le cinque competenze del nostro modello	17
8.2.1. PROATTIVITÀ	18
8.2.2. FIDUCIA IN SÈ	18
8.2.3. CONSAPEVOLEZZA CULTURALE	18
8.2.4. FOLLOWERSHIP	19
8.2.5. ADATTABILITÀ E LETTURA DEL CONTESTO	19
9. Prima conclusione	20
10. Attività basate sul lavoro	20



10.1. Pubblicità, pubbliche relazioni, marketing, fotografia	22
10.2. Agricoltura e giardinaggio	23
10.3. Servizi/saloni di bellezza (parrucchieri ed estetisti)	24
10.4. Libri, riviste e giornali	25
10.5. Costruttori/Installatori	26
10.6. Software e tecnologia informatica (IT)	27
10.7. Elettricità ed Elettronica	28
10.8. Gastronomia (aiuto cuoco, barista)	29
10.9. Servizi di assistenza sanitaria	30
10.10. Logistica	31
10.11. Meccanica e Meccatronica	32
10.12. Non profit, ONG	33
10.13. Pubblica amministrazione	34
10.14. Scuola e istruzione	35
10.15. Turismo (musei, agenzie di viaggio, tour operator)	36
10.16. Ospitalità (hotel, catering, pulizie, reception)	37
10.17. Commercio / Economia (commesso/a)	38



1. Introduzione all' Intellectual Output 1

Lo strumento di identificazione delle competenze Skills Act 4 VET è il risultato di un'ampia ricerca esplorativa. Esso mirava a identificare le cinque competenze trasversali più richieste o individuate come necessarie dalle PMI (aziende ospitanti nell'ambito dell'esperienza di apprendimento basato sul lavoro all'estero), dagli studenti e dagli insegnanti.

La ricerca ci ha permesso di:

- selezionare e indentificare le cinque competenze trasversali target;
- descrivere accuratamente il contenuto di ogni competenza trasversale – inquadrata nell'ambito dei bisogni di apprendimento di studenti (destinatari) di uno specifico target (14-18 anni iscritti alla formazione IFP)

3

2. Il questionario

Abbiamo condotto la ricerca esplorativa inviando un questionario online. In tale modo, siamo stati in grado di raccogliere feedback da insegnanti, studenti e società ospitanti. Abbiamo progettato tre diversi tipi di questionario, uno per ogni gruppo target, e ogni tipo di questionario è stato tradotto in cinque lingue:

1. Inglese 2. Italiano 3. Spagnolo 4. Greco 5. Polacco

Le principali informazioni che abbiamo raccolto riguardano:

- Le principali **attività di tirocinio** svolte durante l'esperienza lavorativa (descrizione del lavoro, descrizione delle mansioni generali o altri compiti correlati e le responsabilità durante lo stage)
- Esempi di **criticità**, difficoltà riscontrate da tutti i soggetti coinvolti
- Principali **risultati di apprendimento** percepiti da tutti i soggetti in merito alle competenze trasversali
- I questionari sono stati formulati attraverso un insieme di domande volte ad **individuare le competenze trasversali più richieste e sviluppabili** da utilizzare come riferimento per il progetto. Come base per favorire l'analisi, abbiamo fornito una raccolta di competenze trasversali target. Includere quelle identificate durante l'analisi preliminare dei bisogni nel progetto condotta da Tribeka insieme alle sue 80 scuole partner: lavoro di squadra, fiducia in sé stessi, capacità di eseguire un'analisi di contesto, gestione del tempo, adattabilità, intelligenza emotiva / capacità di gestire le emozioni.

Dopo alcune settimane, abbiamo ricevuto molti questionari, da ogni target, e da ogni paese rappresentato nel progetto. Nella tabella sottostante, riportiamo alcuni numeri interessanti su questa ricerca.

Insegnanti IFP (formazione professionale)	Studenti	PMI	Paesi	Lingue
226	705	100	11	5

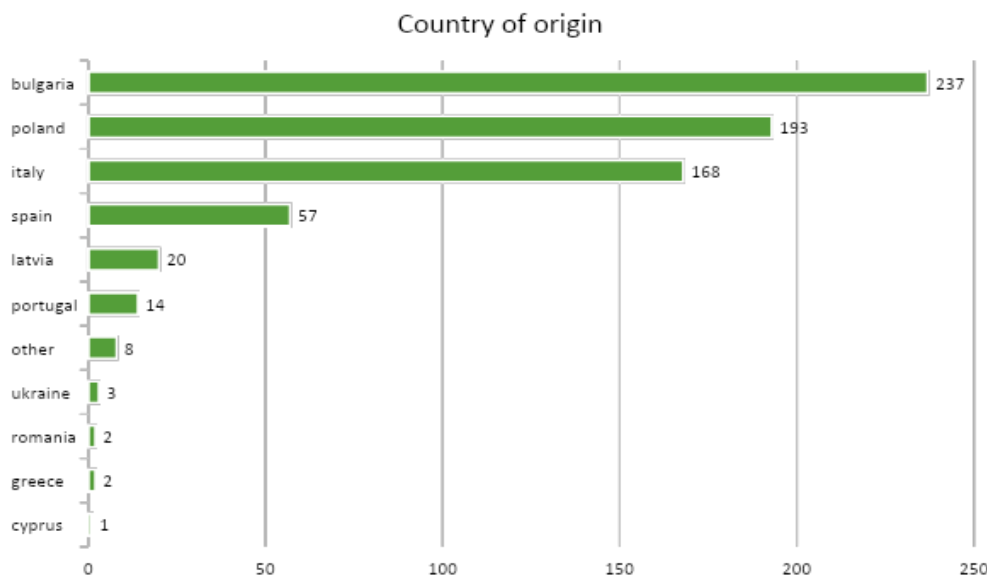
BIA ha coordinato la progettazione e la somministrazione dei questionari alle PMI, facendo affidamento sul contributo attivo di tutti i partner. Elidea si è occupata di condurre l'analisi e la reportistica dei dati, mentre BIA ha coordinato la gestione degli strumenti di ricerca e la raccolta



dei dati. Si è potuto contare sulla grande collaborazione di tutti i partner e di Tribeka, il coordinatore, per la definizione del contenuto degli strumenti di ricerca e la loro gestione.

3. Gli studenti

3.1. Paesi

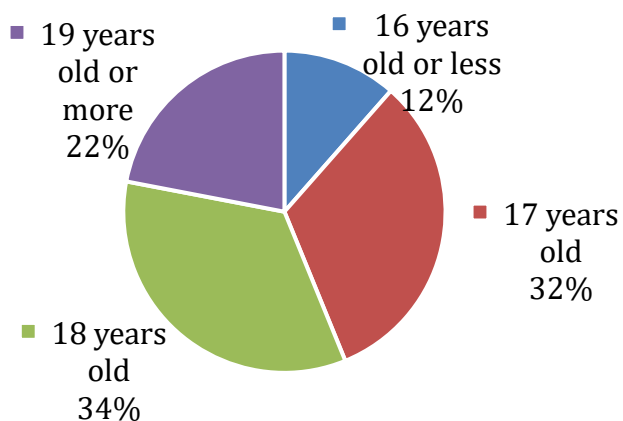


Come si può osservare dai grafici, i 705 studenti provengono da diversi paesi. I più rappresentativi sono Bulgaria, Polonia, Italia e Spagna.



3.2. Età

How old were you when you did your last internship abroad?

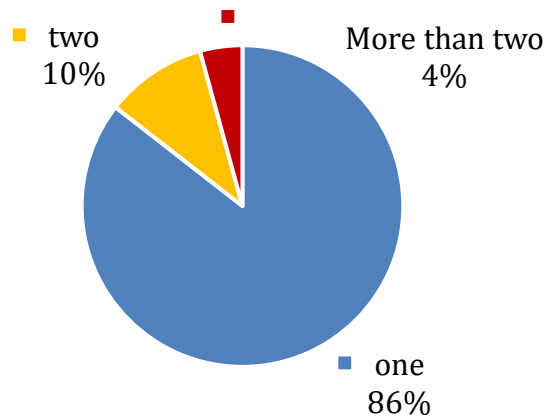


I nostri studenti erano molto giovani; la maggior parte di loro aveva fatto lo stage in un'età compresa tra i 17 e i 18 anni.



3.3. Il tirocinio

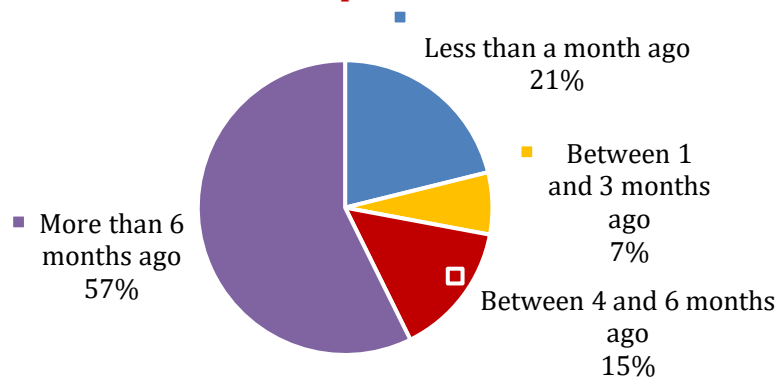
How many internships abroad have you done?



5

La maggioranza del campione preso in esame ha riferito di aver svolto uno stage all'estero (86%).

How long ago did you participate in your internship abroad?



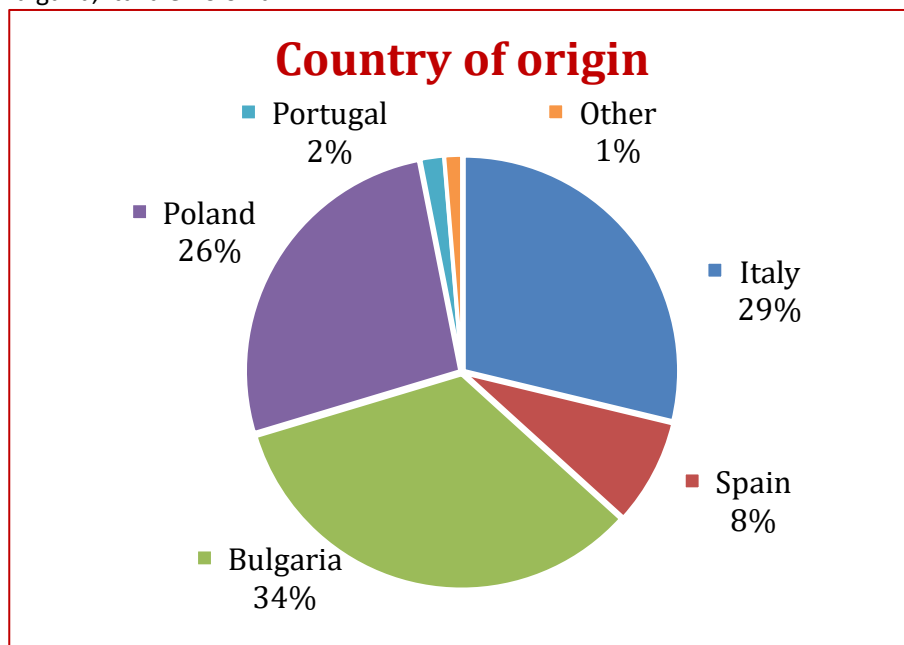
La maggior parte di loro (57%) ha riferito di aver partecipato allo stage all'estero per più di sei mesi fa.



4. Insegnanti

4.1. Paesi

Abbiamo ricevuto 226 questionari dagli insegnanti, provenienti da 6 paesi. I più rappresentativi risultano essere Bulgaria, Italia e Polonia.



6

4.2. Come sono stati preparati gli studenti alla mobilità

Questa era una domanda aperta. Abbiamo raccolto tutte le risposte forniteci e abbiamo creato delle "categorie". Ogni insegnante ha potuto descrivere più di un'attività riservata ai propri studenti.

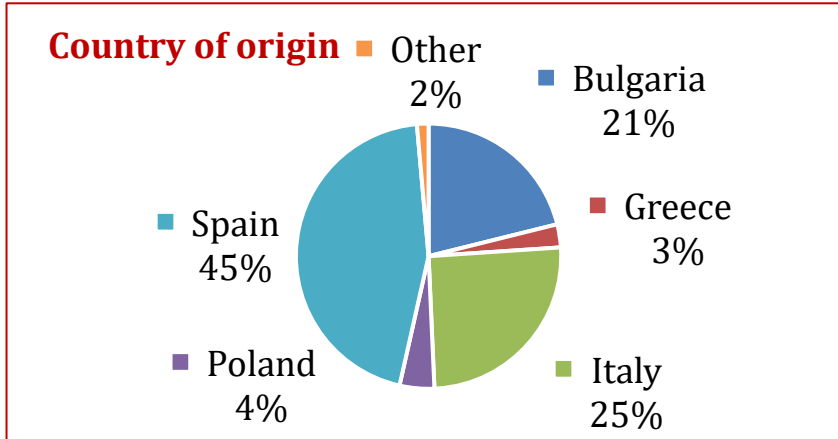
Tipo di attività	Quanti insegnanti fanno quest'attività
Corso di lingua	113
Programma di formazione interculturale	92
Preparazione professionale	22
Formazione	21
Formazione educativa e psicologica specifica	16
Esercizi	12
Istruzioni per la creazione di un CV e di una lettera motivazionale	11
Conoscere il paese ospitante	10
Testimonianze scolastiche degli studenti dei corsi precedenti	3



5. Compagnie

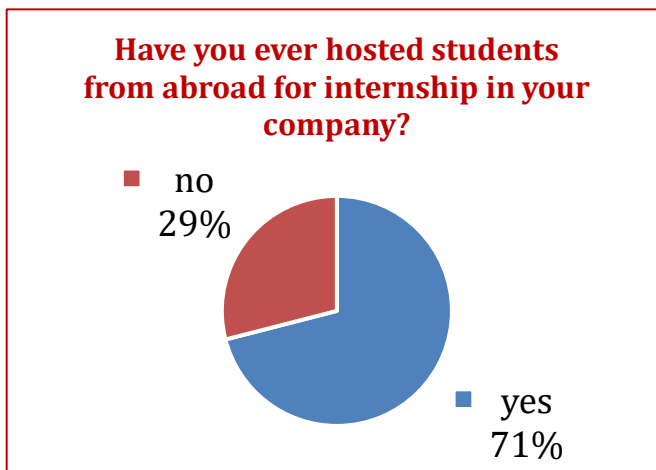
5.1. Paesi

Abbiamo ricevuto 100 questionari, di cui quasi la metà proveniente dalla Spagna.



7

5.2. Avete mai ospitato nella vostra azienda studenti provenienti dall'estero per uno stage?



Sicuramente questa è stata la domanda più interessante. Abbiamo chiesto se le aziende avessero già ospitato studenti stranieri per uno stage.

Dei 100 questionari che abbiamo ricevuto, solo 71 provenivano da aziende che erano intenzionati ad ospitare stagisti.

Questo dato suggerisce la presenza di una mancanza di comunicazione; le aziende non sono a conoscenza della possibilità di ospitare studenti dall'estero per uno stage.

Abbiamo raccolto dati anche dalle 29 aziende che non hanno aderito al progetto. È stato chiesto loro il motivo per cui non hanno partecipato a un programma internazionale di IFP.

Perché la sua azienda non ha partecipato a un programma internazionale di formazione professionale?

Non dispone di informazioni per tale programma	19
Non possiede sufficienti capacità amministrative	3
Non possiede la capacità di fornire sufficiente attività di tutoraggio	2
Non dispone di posizioni in azienda adatte al programma	2
Altro	2
Non si è mai presentata tale opportunità	1



5.3. Settore di attività dell'azienda

La maggior parte delle aziende operavano nel campo del turismo, inclusi musei, agenzie di viaggio e tour operator. Inoltre, anche i settori della gastronomia (9) e dell'ospitalità, compresi gli alberghi, la ristorazione e le pulizie (8) Computer, software e tecnologia (5) hanno mostrato un alto numero di frequenze.



8

5.4. Quale membro dell'azienda ha risposto

Abbiamo raccolto informazioni sul ruolo della persona incaricata di rispondere al questionario. Come abbiamo potuto osservare dalla tabella, il più delle volte, è stato il direttore stesso a rispondere al sondaggio.

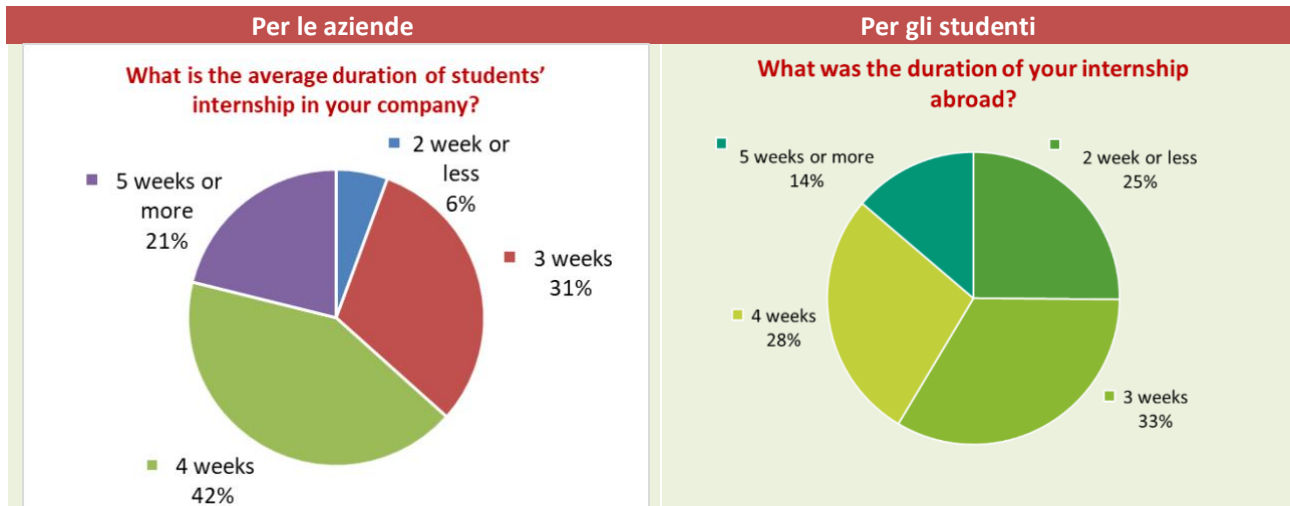
Ruolo	risposta
Direttore	17
Imprenditori	9
AMMINISTRATORE DELEGATO (CEO)	6
Coordinatore	7
Socio(partner)	3
Capo	3
manager, project manager	3
Segreteria	2
Front office	2
Insegnante	2
tecnico di progetto, talent partner	2
Ingegnere dei Sistemi Informativi, sviluppatore senior	2
Altro	4



6. Stage

6.1. Durata del tirocinio

Abbiamo chiesto agli studenti e alle aziende informazioni in merito allo stage. Come si può osservare dai grafici, in media, uno stage dura tra le 3 e le 4 settimane.

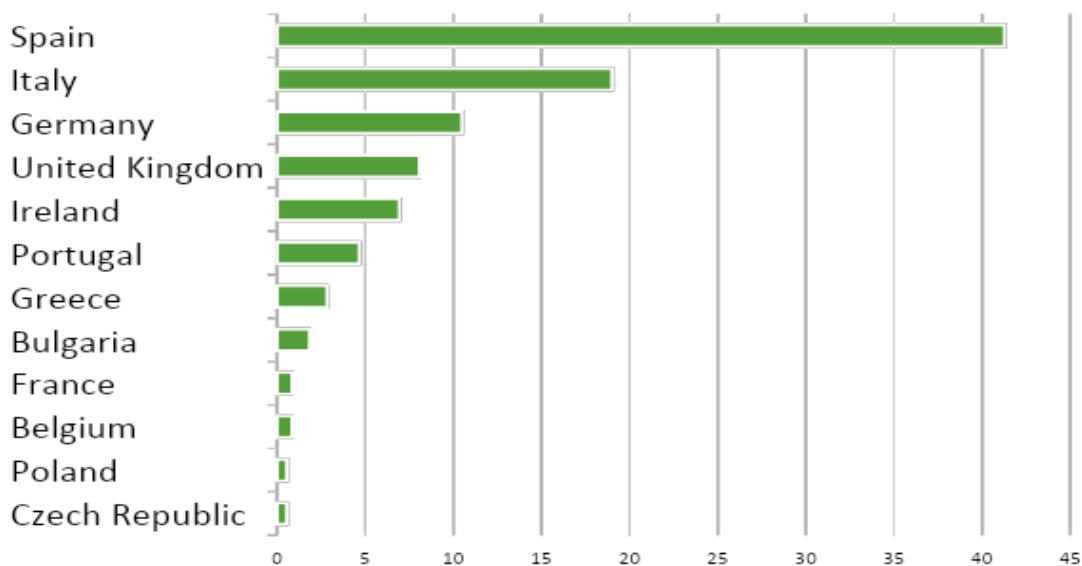


9

6.2. Paese ospitante

La Spagna è risultato essere il paese che ha ospitato la maggioranza degli studenti con più del 40% del totale. L'Italia, con quasi il 20%, è risultato essere il secondo paese ospitante.

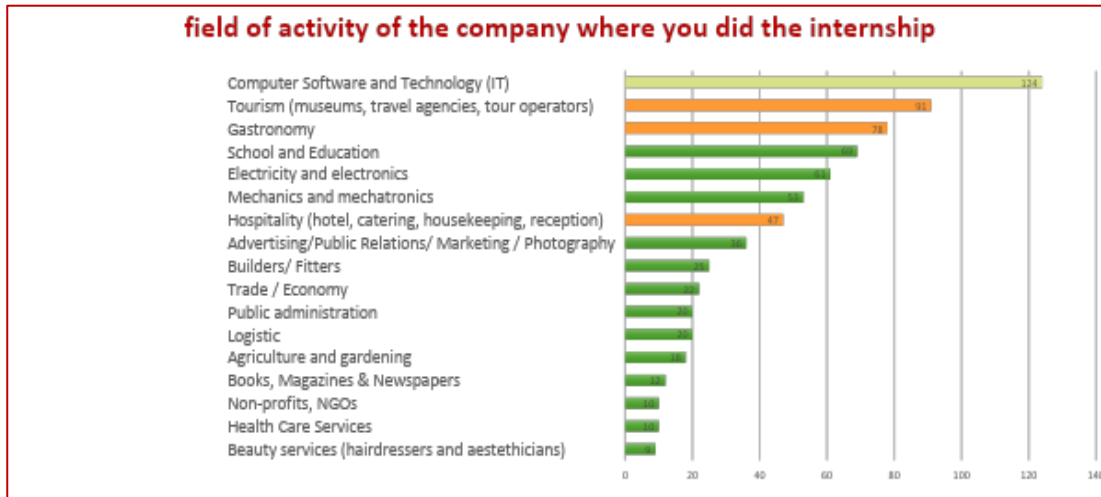
Where did you do the internship? (Country)





6.3. Settore stage

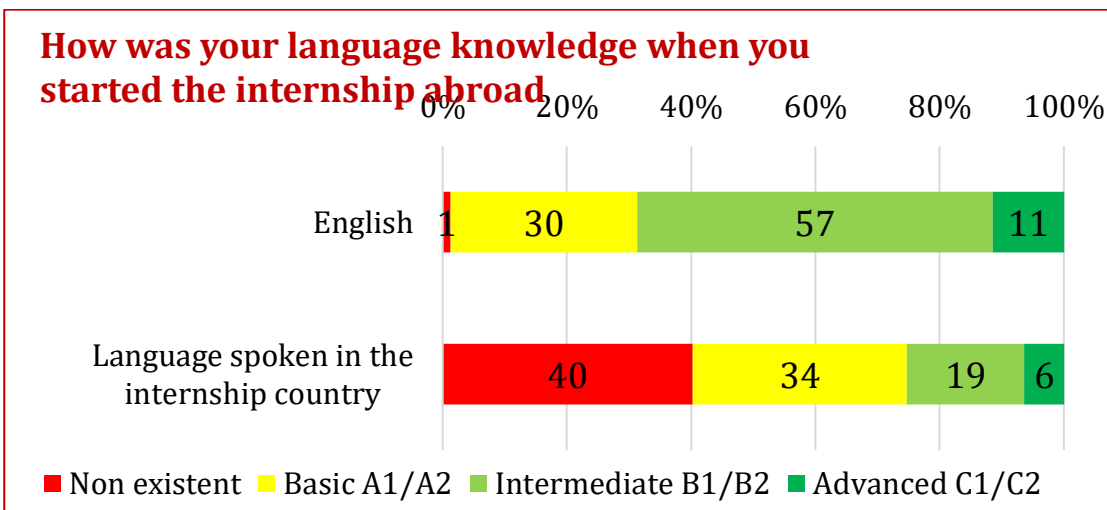
124 studenti hanno riferito che lo stage si svolgeva nell'ambito dell'informatica, dei software e della tecnologia. Seguono le attività di turismo (91), gastronomia (78), *hospitality* (47).



6.4. Informazioni sulle lingue

Abbiamo chiesto agli studenti le loro competenze linguistiche prima di iniziare lo stage all'estero. Sono stati stabiliti quattro livelli: "Inesistente"; " Base A1/A2"; "Intermedio B1/B2"; "Avanzato C1/C2".

In merito alla conoscenza dell'inglese, il 68% degli studenti possiede un livello intermedio e l'11% avanzato. Invece, per quanto riguarda la lingua parlata nel paese dello stage, la maggioranza (40%) ha risposto: "inesistente".

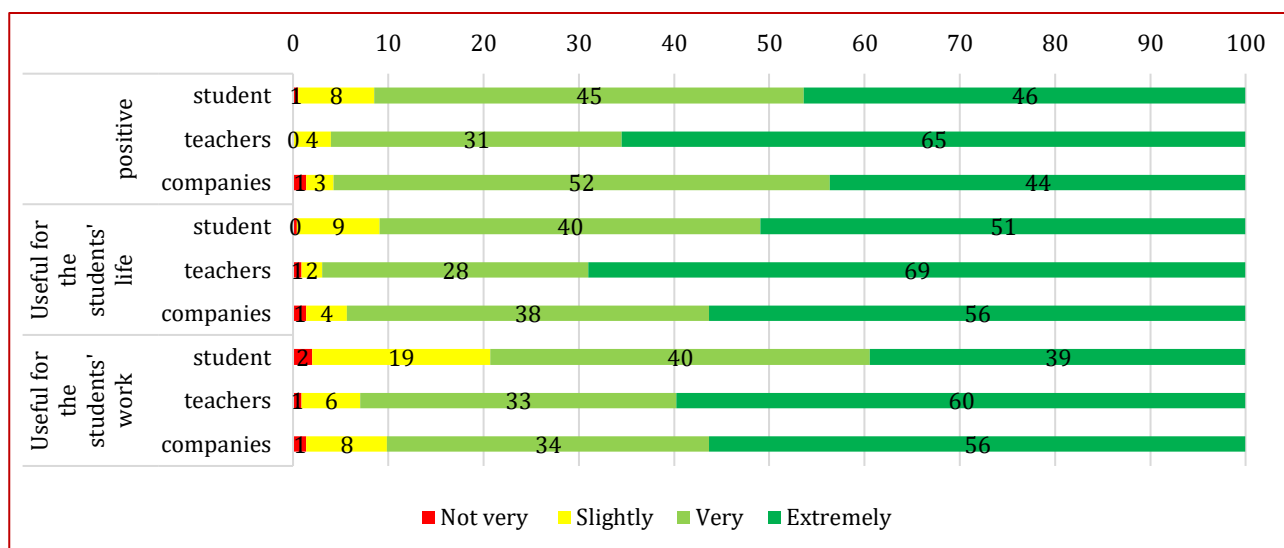


6.5. Impressioni su un'esperienza di mobilità

Nella tabella sottostante, si può osservare come i tre gruppi target considerano l'esperienza all'estero. Abbiamo dato loro tre diversi punti di vista:

- Positivo
- utile per la vita degli studenti
- utile per il lavoro degli studenti.

In linea generale, le risposte dei tre gruppi risultano essere molto positive.



11

6.6. Difficoltà incontrate durante un'esperienza di mobilità

Nel sondaggio, abbiamo chiesto a studenti, insegnanti e aziende le difficoltà che hanno riscontrato durante il progetto. Tutti e tre i gruppi hanno inserito al primo posto le difficoltà linguistiche. Un'altra difficoltà significativa, riscontrata principalmente dagli studenti, è risultata essere la nostalgia di casa, inserita nel cluster delle difficoltà emotive / psicologiche.

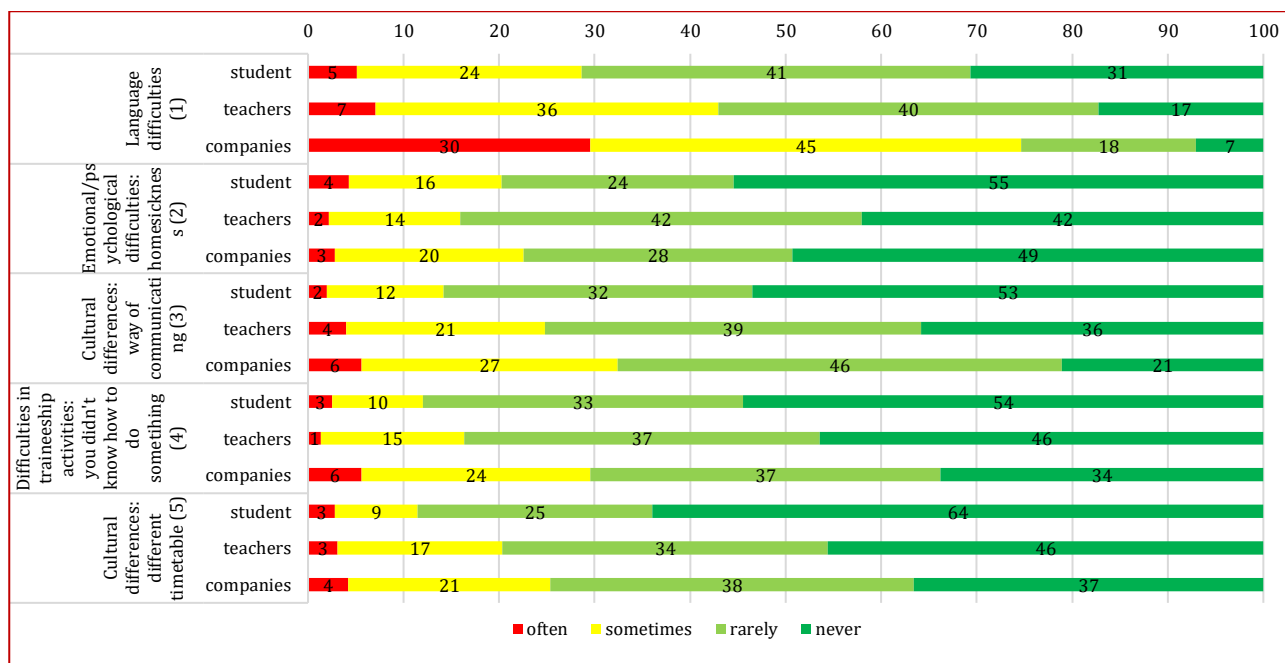
Nella tabella, si possono osservare in rosso i tipi di problemi più comuni secondo i tre gruppi.

Elenco delle difficoltà	studenti	insegnanti	compagnie
Difficoltà linguistiche	1	1	1
Difficoltà emotive/psicologiche: nostalgia di casa	2	7	6
Differenze culturali: il modo di comunicare	3	2	2
Difficoltà nelle attività di tirocinio: non sapevi come fare qualcosa	4	8	3
Differenze culturali: orari diversi	5	4	5
Con altri studenti che hanno condiviso questa esperienza con loro	6	5	10
Differenze culturali: il modo di lavorare	7	3	4
Differenze culturali: spazio personale	8	9	7
Con i colleghi dello studente, il supervisore e le persone che hanno lavorato con lo studente in azienda	9	5	9
Con gli insegnanti che hanno accompagnato lo studente	10	15	12
Con il tutor dell'azienda	11	10	11
Difficoltà a muoversi per la città	12	14	8
Con la gente del luogo	13	11	14
Difficoltà nelle attività di tirocinio: i compiti erano troppo difficili	14	12	13



Difficoltà emotive/psicologiche: attacchi di panico 15 13 15

Abbiamo anche chiesto quanto spesso gli studenti affrontino questo tipo di difficoltà. Nella tabella, si può osservare la frequenza delle risposte:



12

Un'altra domanda all'interno del sondaggio riguardava le difficoltà personali riscontrate durante lo stage; questa era una domanda aperta. In basso le risposte più frequenti. Le abbiamo raccolte in macro-categorie

Difficoltà linguistiche	Freq
Ho avuto difficoltà a causa della barriera linguistica	55
Difficoltà riscontrate durante i compiti, quando dovevamo presentare lavori in inglese	4
Comprendere l'accento e la pronuncia di determinate parole	4
Cercare di imparare la lingua locale	2

Difficoltà emotive/psicologiche: nostalgia di casa	Freq
Nostalgia di casa	29
Quando ho avuto alcuni problemi di salute	9
Solitudine	6
Rottura della zona di comfort, inizialmente ho avuto difficoltà ad adattarmi a causa del periodo di adattamento ad una nuova cultura, mentalità e abitudini del paese straniero	28
Quando sono dovuto andarmene	3

Altro	Freq
Non sapevo davvero cosa fare	14
Talune difficoltà nell'adattarsi al cibo	15



6.7. Lezioni apprese

Abbiamo chiesto quale fosse stata la lezione più importante appresa durante lo stage. La tabella seguente mostra le principali categorie di risposte per ciascun obiettivo.

Alcune risposte sono in comune con due obiettivi, vediamo le principali:

- *Lavoro di squadra*: è una lezione importante appresa per ogni obiettivo
- *Aumentare la conoscenza della lingua straniera*: è fondamentale sia per gli studenti che per gli insegnanti
- *Maggior fiducia in sé stessi*: è vitale sia per gli studenti che per gli insegnanti
- *Esperienza lavorativa reale*: è essenziale per studenti e aziende

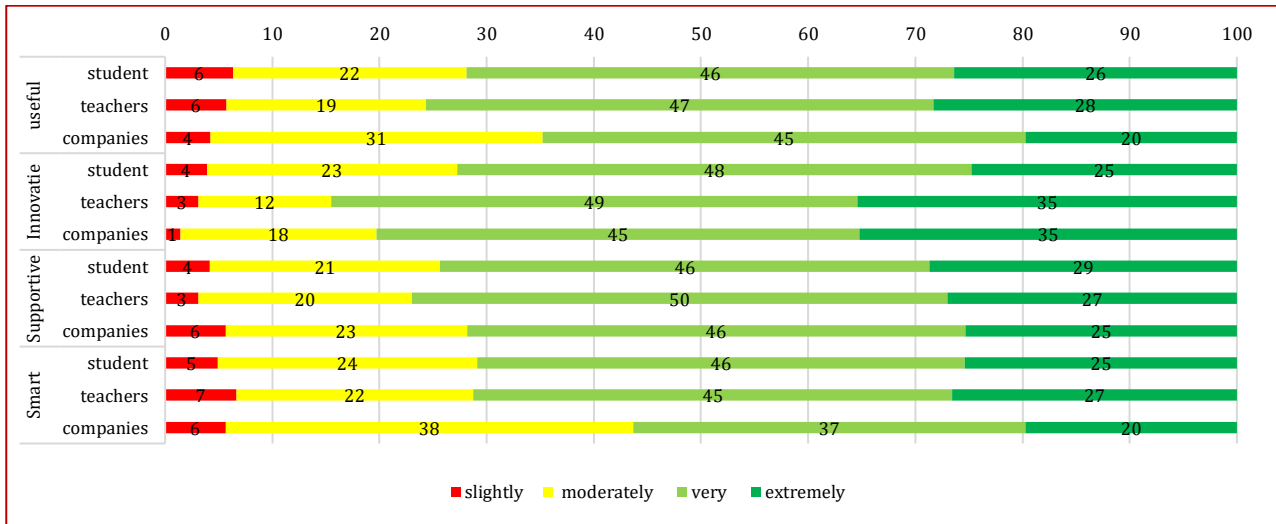
STUDENTI	INSEGNANTI	COMPAGNIE
• Aumentare le competenze linguistiche (83)	• Maggiore fiducia in se stessi (40)	• Lavoro di squadra (14)
• Imparare ad affrontare le difficoltà da solo (72)	• Sono più aperti e ricettivi a nuove esperienze e culture (23)	• Orientamento al cliente (12)
• Come entrare a far parte di un team (71)	• Maggiore iniziativa e atteggiamento proattivo (20)	• esperienza lavorativa reale (9)
• esperienza lavorativa reale (29)	• Migliorare la lingua (17)	
• uscire dalla propria zona di comfort fa crescere (27)	• Una visione più ampia del mondo del lavoro (15)	
• Ampliamento della mia conoscenza degli aspetti culturali (17)	• Lavoro di squadra (11)	
• Comunicare con nuove persone (17)	• Sentirsi più a proprio agio con altre persone (11)	
• come vivere secondo le regole, le norme e la tradizione (17)		



7. L'app

Abbiamo anche chiesto cosa ne pensassero della creazione di un'app in grado di misurare questo tipo di competenze.

Come si può osservare dal grafico sottostante, la maggior parte ritiene che quest'app possa essere molto / estremamente utile, innovativa e di supporto.





8. Le competenze più utili

8.1. Elenco delle competenze più importanti

Diverse domande riguardavano gli atteggiamenti o i comportamenti più efficaci al fine di ottenere il miglior apprendimento nell'esperienza all'estero. Gli intervistati, sulla base della loro esperienza, hanno dovuto ordinare gli atteggiamenti/comportamenti, partendo dai più ai meno utili per l'apprendimento all'estero tramite questo programma di mobilità.

Nella tabella sottostante, riportiamo le diverse competenze che abbiamo fornito per ottenere questa lista.

Nome abilità	Definizione delle competenze
1. FIDUCIA IN SÉ STESSI	Avere fiducia in sé stessi, fidarsi delle proprie capacità, riconoscere i propri punti di forza e di debolezza, agire in modo adeguato per il raggiungimento degli obiettivi
2. GESTIONE DEL TEMPO	Organizzare e pianificare come dividere il proprio tempo tra diverse specifiche attività. Lavorare in modo più intelligente e provare a fare di più in meno tempo
3. FOLLOWERSHIP	Supportare attivamente il proprio referente/superiore e i propri colleghi sul posto di lavoro. Dimostrare fiducia nei membri del gruppo e capacità di collaborare insieme agli altri
4. PROATTIVITÀ/RISOLUZIONE DEI PROBLEMI	Agire in anticipo rispetto a una situazione futura, non limitandosi a reagire. Assumere il controllo affrontando i problemi in situazioni difficili cercando le soluzioni più adeguate
5. CONSAPEVOLEZZA ED ESPRESSIONE CULTURALE	Rispettare ed essere consapevoli delle differenze culturali ed essere in grado di lavorare efficacemente con persone provenienti da molteplici contesti sociali e culturali. Riguarda anche la capacità di essere tolleranti e di saper confrontarsi apertamente con idee e valori diversi
6. CREARE E MANTENERE BUONI RAPPORTI	Creare e mantenere una relazione positiva con gli altri. Esprimere le proprie opinioni e saper riconoscere i bisogni degli altri lasciando loro spazio per esprimere il proprio pensiero
7. IMPRENDITORIALITÀ	Trasformare le idee in azione. Include essere creativi, innovativi ed essere in grado di pianificare e gestire progetti per raggiungere i propri obiettivi
8. CAPACITÀ DI GESTIRE LE EMOZIONI	Essere aperti ai propri sentimenti e regolarli al fine di migliorare la comprensione di sé stessi. In situazioni difficili o nuove riuscire a gestire le emozioni negative

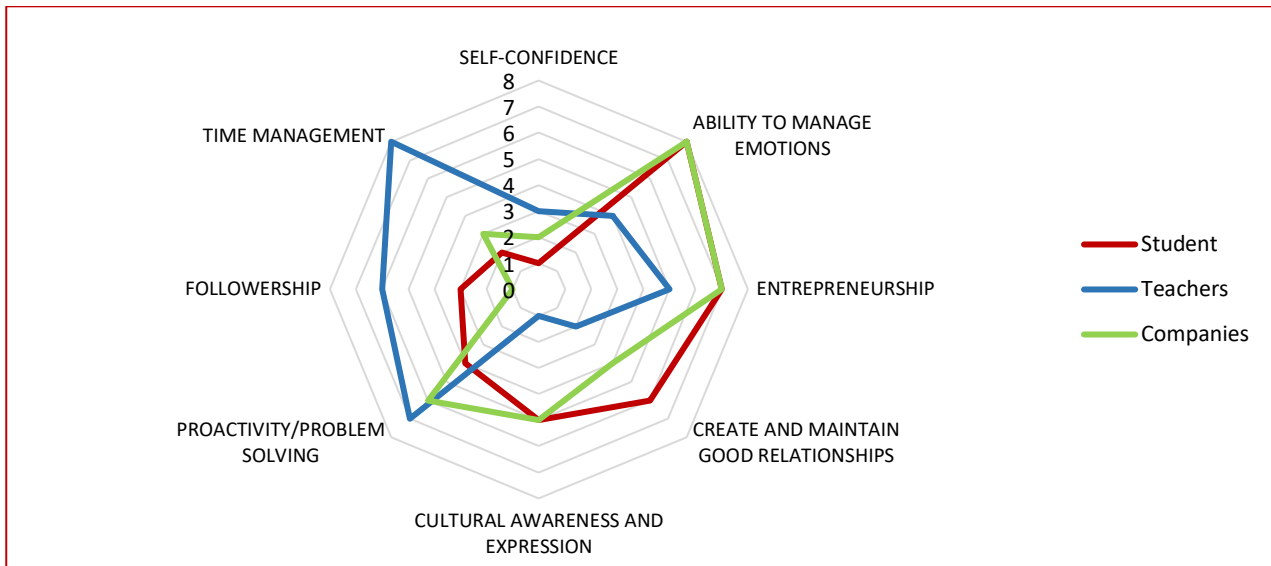


Il seguente grafico radar è stato estrapolato dalle tre diverse liste di priorità. Più si è vicini al centro più risulta rilevante. Più si allontana più risulta essere meno importante.

Linea ROSSA = risposte studenti

Linea BLU = risposte docenti

Linea VERDE = risposte aziende



16

Dai grafici, possiamo osservare come i tre gruppi abbiano in comune alcune competenze:

- **La fiducia in sé stessi** è considerata cruciale; si trova nella posizione migliore per ognuno dei tre gruppi target: 1° per gli studenti, 2° per gli insegnanti, 3° per le aziende
- **Proattività**. Si trova nella parte centrale per ogni gruppo: 4° per gli studenti, 5° per gli insegnanti, 6° per le aziende

I tre gruppi mostrano una diversa percezione delle altre abilità. Studenti e aziende hanno fornito risposte più simili tra loro rispetto agli insegnanti.

- **Gestione del tempo** È essenziale per studenti e per le aziende (rispettivamente 2° e 3°). Risulta meno critico per gli insegnanti (8°)
- **Imprenditorialità** È importante tanto per gli studenti quanto per le aziende (7°). Più cruciale per gli insegnanti (4°)
- **Consapevolezza ed espressione culturale** È importante sia per gli studenti sia per le aziende (5°). Risulta più importante per gli insegnanti (1°)
- **Capacità di gestire le emozioni** È risultata essere meno vitale sia per gli studenti che per le aziende (8°), al contrario risulta centrale per gli insegnanti (4°)



8.2. Le cinque competenze del nostro modello

Incrociando le difficoltà riscontrate con le competenze utili evidenziate dagli intervistati, abbiamo identificato cinque dimensioni considerate soft skills critiche per prepararsi all'esperienza di mobilità.

DIFFICOLTÀ	COMPETENZE TRASVERSALI	BREVE DESCRIZIONE (nel sondaggio)
Difficoltà linguistiche	LETTURA DEL CONTESTO e ADATTABILITÀ	È la capacità di agire correttamente sia in contesti nuovi che familiari, adattandosi alle loro caratteristiche specifiche e riconoscendo i valori, le credenze, le risorse e i limiti dell'ambiente e delle persone.
Differenze culturali: il modo di comunicare		È la capacità di riconoscere le aspettative proprie e altrui sul ruolo. In contesti multiculturali, questa capacità implica l'adattamento linguistico-comunicativo a un ambiente specifico.
Difficoltà emotive/psicologiche: nostalgia di casa	FIDUCIA IN SÈ	Riconoscere i nostri punti di forza e di debolezza.
Difficoltà nelle attività di tirocinio	FOLLOWERSHIP	Supportare il proprio referente/superiore e i propri collaboratori sul posto di lavoro e dimostrare collaborazione, fiducia nei membri del gruppo e capacità di coesione
Differenze culturali: orari diversi	CONSAPEVOLEZZA CULTURALE	Rispettare ed essere consapevoli delle differenze culturali e lavorare efficacemente con persone provenienti da diversi contesti sociali e culturali
<i>TUTTE LE PRECEDENTI</i>	PROATTIVITÀ	Agire in anticipo rispetto a una situazione futura, piuttosto che limitarsi a reagire

17

1. Le risposte riguardanti le "difficoltà linguistiche e le differenze culturali del modo di comunicare" sono state associate alle soft skills di lettura del contesto e Adattabilità.
2. Le risposte riguardanti le "difficoltà emotiva/psicologica della nostalgia di casa" sono state associate alla soft skill della fiducia in sé stessi.
3. Le risposte riguardanti le "difficoltà nelle attività di tirocinio" sono state associate alla soft skill della Followership.
4. Le risposte riguardanti "differenze culturali dei diversità nella pianificazione degli orari" sono state associate alla soft skill della Consapevolezza Culturale.
5. Invece, la soft skill della Proattività è stata associata in risposta a tutte queste difficoltà.

Nome, definizioni e indicatori comportamentali descrivono ogni competenza trasversale identificata.



8.2.1. PROATTIVITÀ

<i>Definizione</i>	<i>indicatori comportamentali</i>
<p>Agire in anticipo rispetto ad una situazione futura, piuttosto che limitarsi a reagire.</p> <p>Capacità di creare opportunità, prendere l'iniziativa al fine di migliorare le circostanze attuali o crearne di nuove e perseverare nell'apportare cambiamenti significativi. Agire di propria iniziativa seguendo la propria ispirazione. Eseguire compiti ancor prima che siano richiesti, inventare nuovi modi di fare le cose e realizzare compiti o processi diversi</p>	<ul style="list-style-type: none">● Ricerca stimoli e opportunità di miglioramento;● Spesso propone spontaneamente idee, osservazioni, interpretazioni e soluzioni, anche innovative.● Agisce coinvolgendo sé stesso e gli altri in compiti extra● Identifica e utilizza le risorse sociali● Lui / lei usa informazioni, consigli, aiuto pratico e supporto emotivo da parte degli altri.● Lui / lei immagina il successo, anticipando i problemi e stabilendo come affrontarli● L'iniziativa, la riflessione, la pianificazione e la prevenzione sono tutti parte delle sue strategie di coping

8.2.2. FIDUCIA IN SÉ

<i>Definizione</i>	<i>indicatori comportamentali</i>
<p>La fiducia nelle proprie abilità, capacità e nelle proprie idee, riconoscendo i punti di forza e di debolezza personale. Presuppone la convinzione di poter affrontare con successo le sfide e le richieste quotidiane</p>	<ul style="list-style-type: none">● Riflette su sé stesso e dimostra consapevolezza delle proprie emozioni.● Possiede una percezione realistica dei propri punti di forza e di debolezza.● Riconosce l'impatto che i comportamenti possono avere su sé stessi e sulle persone.● Decide in autonomia anche in presenza di incertezze e pressioni.● Riesce e sa affrontare diverse situazioni e non si arrende di fronte alle difficoltà● Non generalizza sconfitte e vittorie ma riesce ad attribuirne le cause ai veri fattori

8.2.3. CONSAPEVOLEZZA CULTURALE

<i>Definizione</i>	<i>indicatori comportamentali</i>
<p>Capacità dell'individuo di interagire e rapportarsi efficacemente in contesti culturalmente diversi</p>	<ul style="list-style-type: none">● Essere motivati a confrontarsi con altre culture, sapersi comportare secondo l'etichetta richiesta● interpretare i gesti sconosciuti e ambigui di qualcuno come farebbero i connazionali di quella persona● estrarre dal comportamento di una persona o di un gruppo quelle caratteristiche che sarebbero vere per tutte le persone e tutti i gruppi,



- Non aver paura di commettere errori (gaffe), di superare ostacoli e imprevisti.
- capacità di accogliere e imitare i costumi e gli usi delle persone che ti circondano
- La consapevolezza culturale implica anche l'apportare modifiche e il sapersi adattare, quando necessario, a diverse situazioni sociali e professionali.
- Non generalizzare eccessivamente.

8.2.4. FOLLOWERSHIP

<i>Definizione</i>	<i>indicatori comportamentali</i>
<p>È la capacità di supportare il proprio superiore sul posto di lavoro, assumendosi la responsabilità del raggiungimento dell'obiettivo comune e partecipando attivamente a qualsiasi compito o cambiamento necessario per il gruppo. È la capacità di dimostrare collaborazione, fiducia nei membri del gruppo e capacità di coesione.</p> <p>Tre micro-competenze: Supportare il leader, Pensiero critico, Autonomia</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Supportare il proprio manager o capo ● Capacità di promuovere rapporti di lavoro collaborativi e rispettosi ● Impegnarsi nel lavoro ● Sentirsi coinvolti nel lavoro in team ● Aiutare i colleghi anche se non c'è profitto diretto per sé stessi ● Essere in linea con gli obiettivi del gruppo ● Sentire la responsabilità anche in situazioni difficili ● Dare sostegno ai colleghi che sono in difficoltà ● Capacità di esprimere il proprio punto di vista in modo positivo ed evitando qualsiasi tipo di critica ● Avere piacere nel ricevere feedback e condividere le proprie idee con i capi ● I propri contributi vengono considerati costruttivi dai capi

8.2.5. ADATTABILITÀ E LETTURA DEL CONTESTO

<i>Definizione</i>	<i>indicatori comportamentali</i>
<p>È la capacità di agire correttamente sia in contesti nuovi che familiari, adattandosi allo specifico contesto e riconoscendo i valori, le credenze, le risorse e i limiti dell'ambiente e delle persone.</p> <p>È la capacità di riconoscere le proprie e le altre aspettative sul ruolo. In contesti multiculturali, questa capacità implica l'adattamento linguistico-comunicativo ad uno specifico ambiente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Sentirsi a proprio agio anche in situazioni nuove o sconosciute ● Porre l'attenzione sui processi relazionali tra le persone ● Conoscere la cultura e gli stili comunicativi del contesto ● Essere in grado di comprendere le relazioni gerarchiche formali e informali tra le persone nel contesto lavorativo ● Essere in grado di riconoscere le aspettative degli altri ● Stabilire relazioni considerando le caratteristiche del contesto



- Essere in grado di aggiornare le proprie competenze seguendo lo sviluppo dell'organizzazione

9. Prima conclusione

Le competenze trasversali non sono facili da estrapolare dal contesto e non sono facili da quantificare o misurare. Lo strumento di identificazione dello skills Act 4 VET sulle competenze ha affrontato questo problema, offrendo una soluzione innovativa che potrebbe essere utilizzata come riferimento generale anche a prescindere dall'ambito VET.

Le competenze trasversali (e quindi lo strumento di identificazione) possono essere integrate in qualsiasi attività di apprendimento, in quanto sono fortemente collegate e connesse sia alle competenze hard che alle competenze di base. Le competenze trasversali non sono associate ad alcuna specifica conoscenza o abilità tecnica, al contrario delle hard skills. Le soft skills si definiscono trasversali ad ogni attività professionale o sociale, riferendosi ad ogni ruolo che sia operativo, tecnico, specialistico, manageriale o imprenditoriale. Questo in virtù del fatto che le abilità trasversali fanno riferimento al modo in cui pensiamo, sentiamo, agiamo in diverse situazioni in quanto descrivono "la modalità" con cui facciamo le cose e non il "cosa" facciamo.

Questa caratteristica intrinseca dell'elemento fondamentale di analisi del progetto fa sì che lo strumento "The Skills Act 4 VET identification", come il resto dei risultati del progetto, possa essere rapidamente riadattato per ulteriori contesti e situazioni di apprendimento.

10. Attività basate sul lavoro

Al fine di raccogliere dati utili per l'output 2 "Skills Act 4 VET Work-based tasks map" abbiamo chiesto a studenti e aziende di indicare le principali mansioni necessarie durante lo stage.

Ogni persona che ha risposto ha fornito informazioni su una specifica area. In base all'esperienza del nostro coordinatore e degli altri partner, abbiamo fornito agli studenti e alle aziende una lista di aree:

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">● Pubblicità/Pubbliche relazioni
Marketing/Fotografia● Agricoltura e giardinaggio● Servizi di bellezza (parrucchieri ed estetisti)● Libri, riviste e giornali● Costruttori/ Installatori● Software e tecnologia informatica (IT)● Elettricità ed elettronica● Gastronomia (aiuto cuoco, barista)● Servizi di assistenza sanitaria | <ul style="list-style-type: none">● Logistica● Meccanica e meccatronica● Non profit, ONG● Pubblica amministrazione● Scuola e istruzione● Turismo (musei, agenzie di viaggio, tour operator)● Hospitality (hotel, catering, pulizie, reception)● Commercio / Economia (shop assistant) |
|---|--|



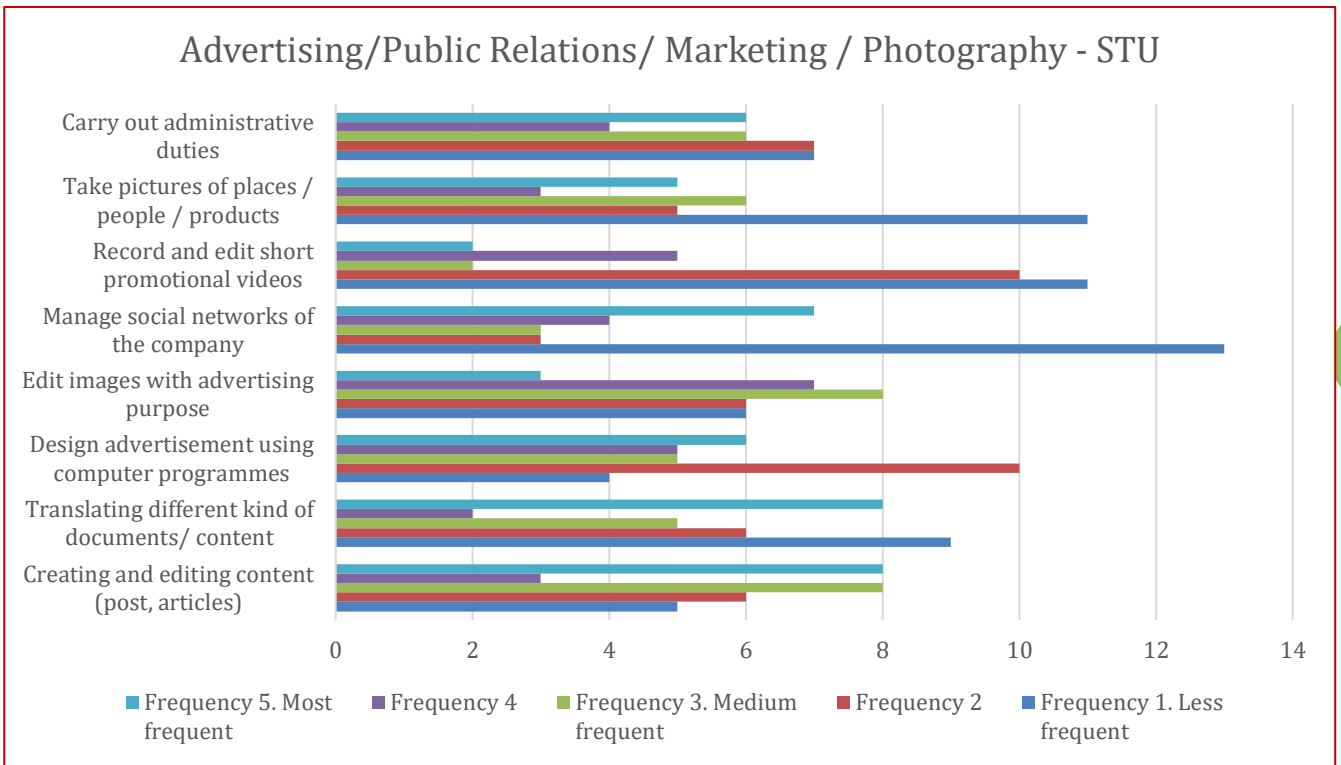


Dopo aver scelto l'area, sulla base della propria esperienza, l'intervistato, può compilare la lista degli specifici compiti. Nelle pagine successive si possono osservare le risposte, evidenziate tramite grafici:

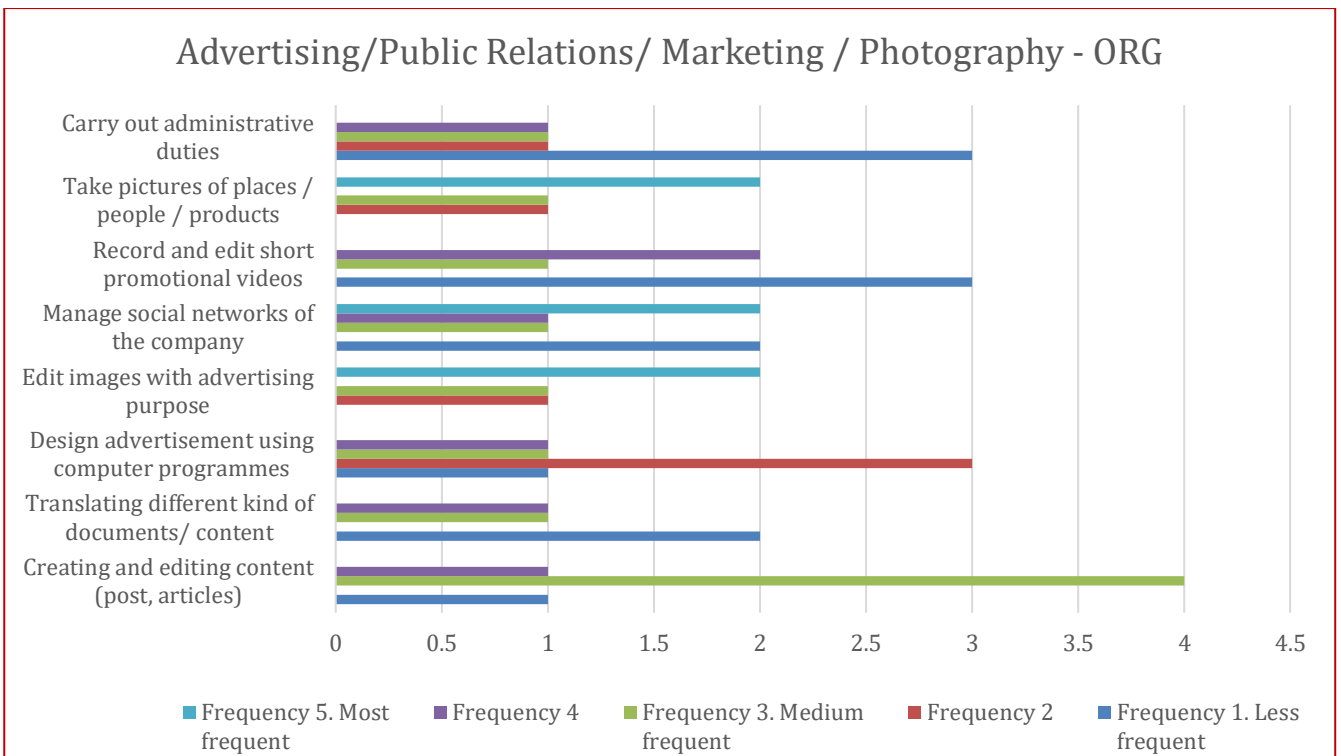
- Per ogni area (il capitolo)
- Per studenti e aziende (ogni grafico è denominato "STU" e "ORG")



10.1. Pubblicità, pubbliche relazioni, marketing, fotografia

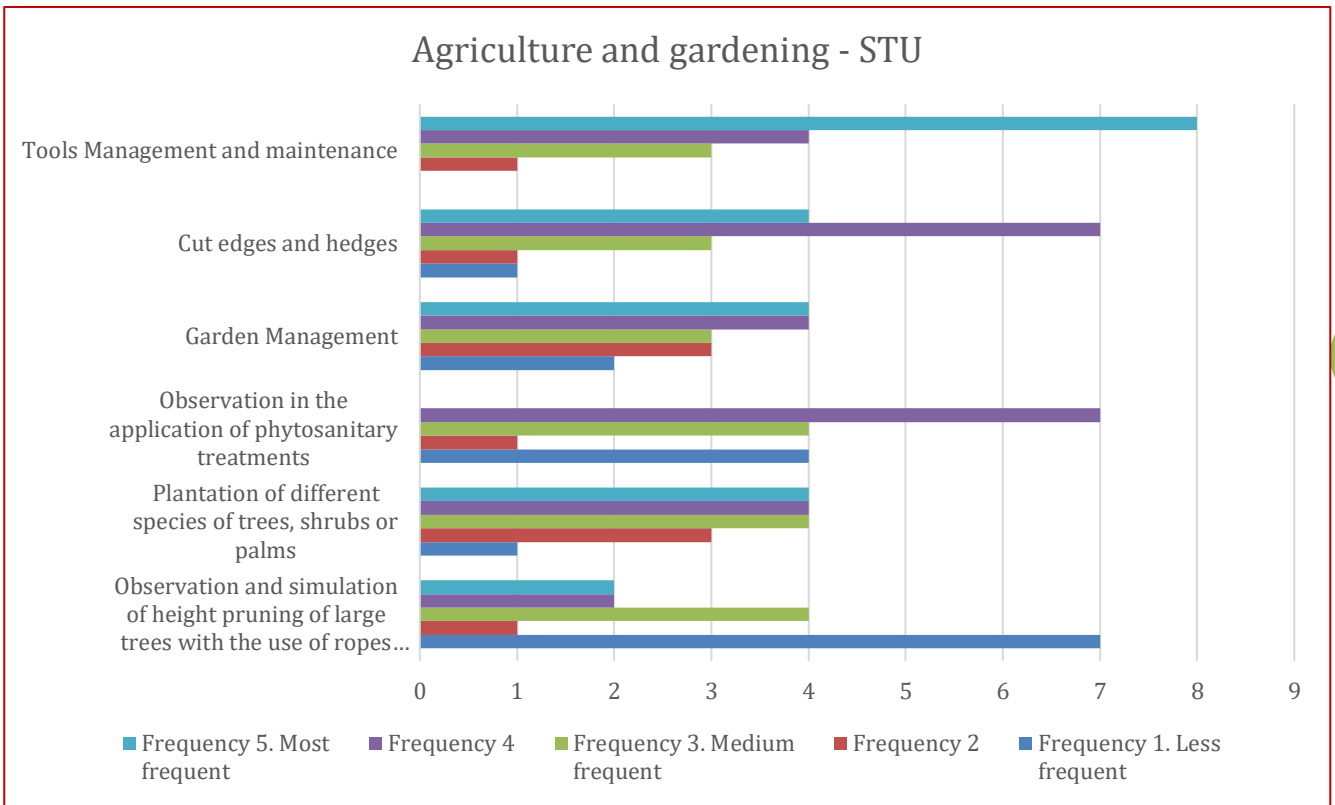


22

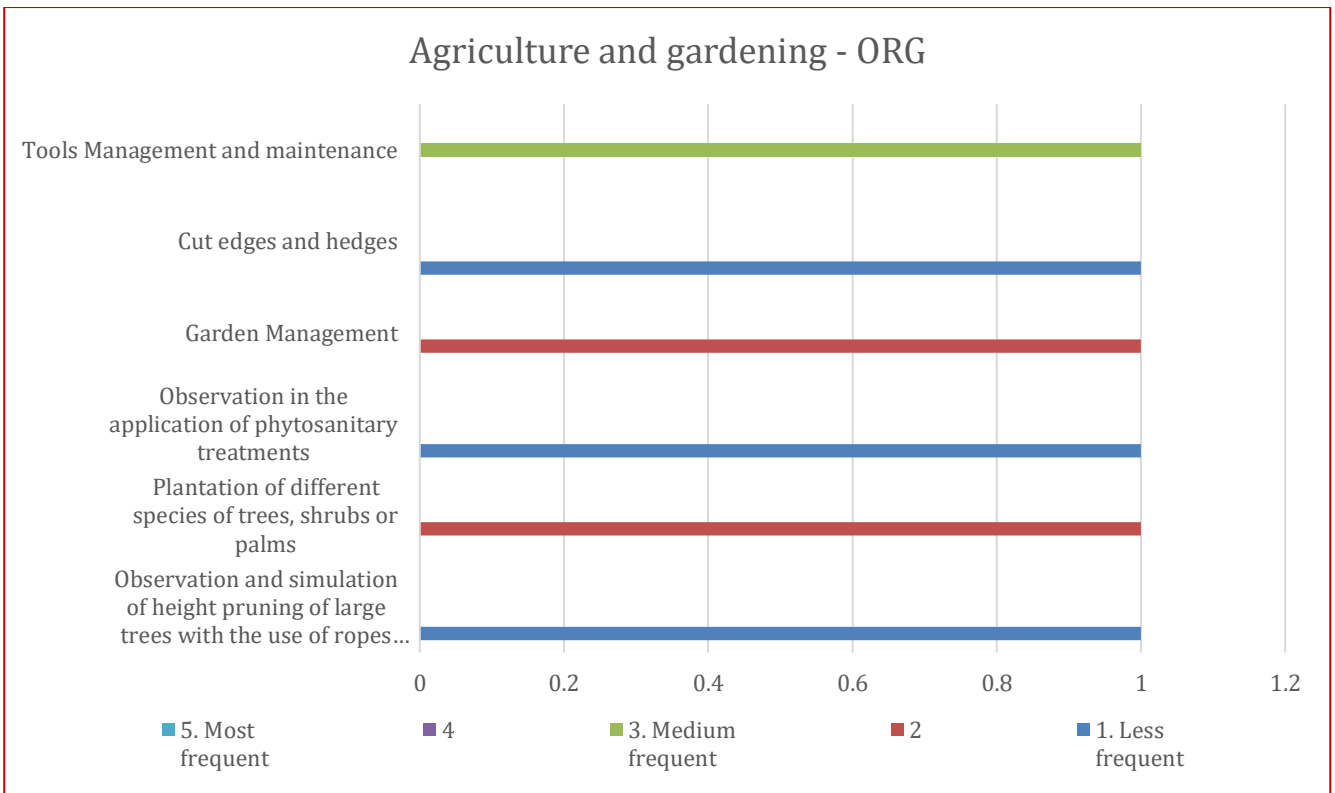




10.2. Agricoltura e giardinaggio

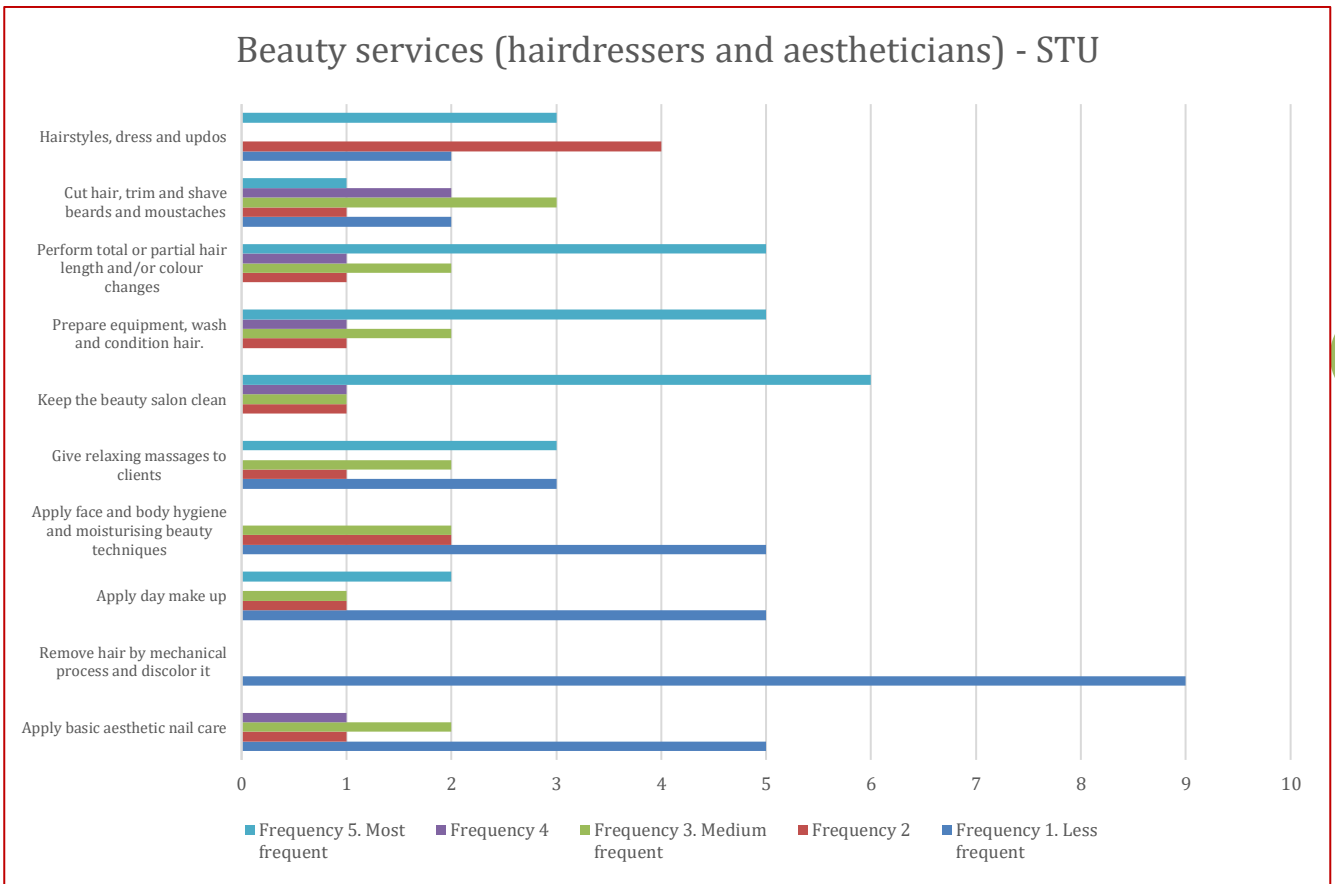


23





10.3. Servizi/saloni di bellezza (parrucchieri ed estetisti)

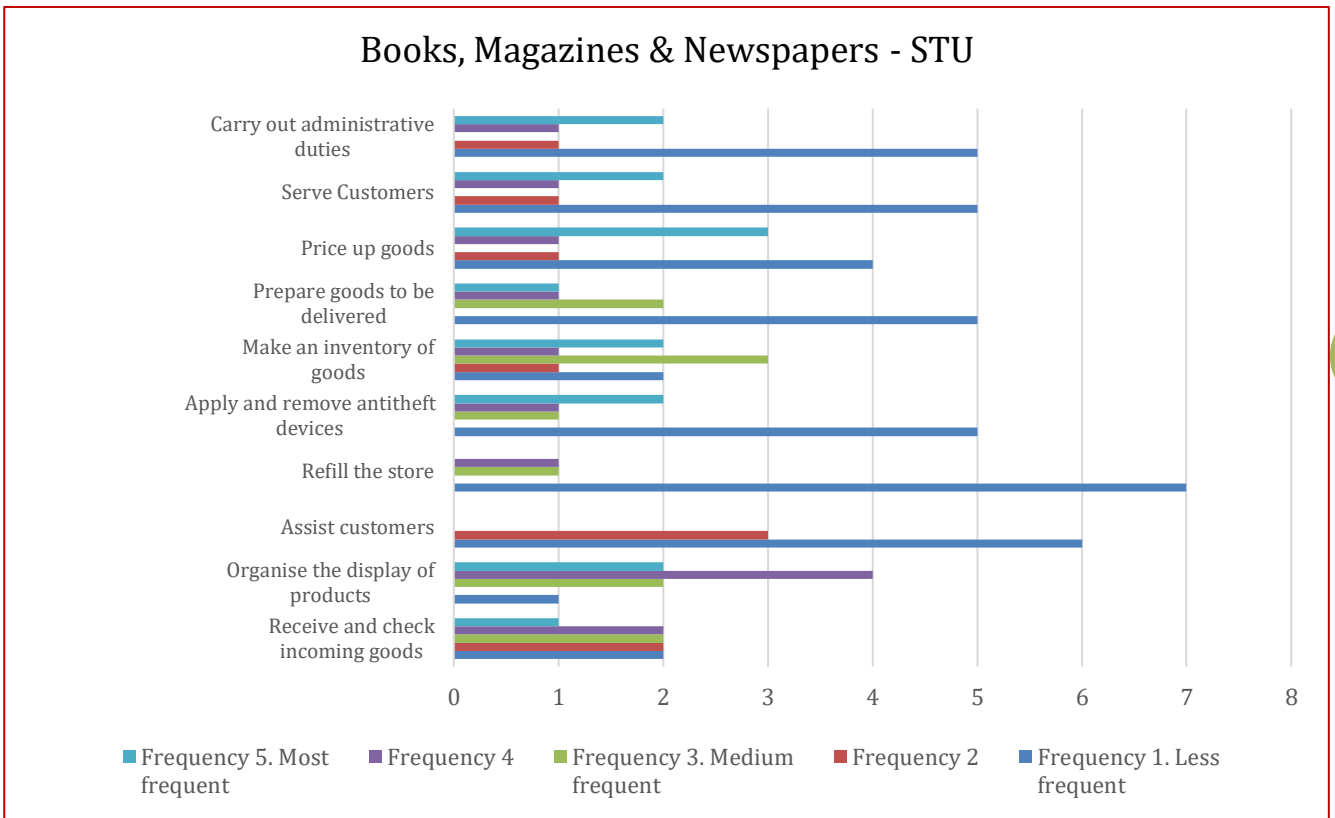


24

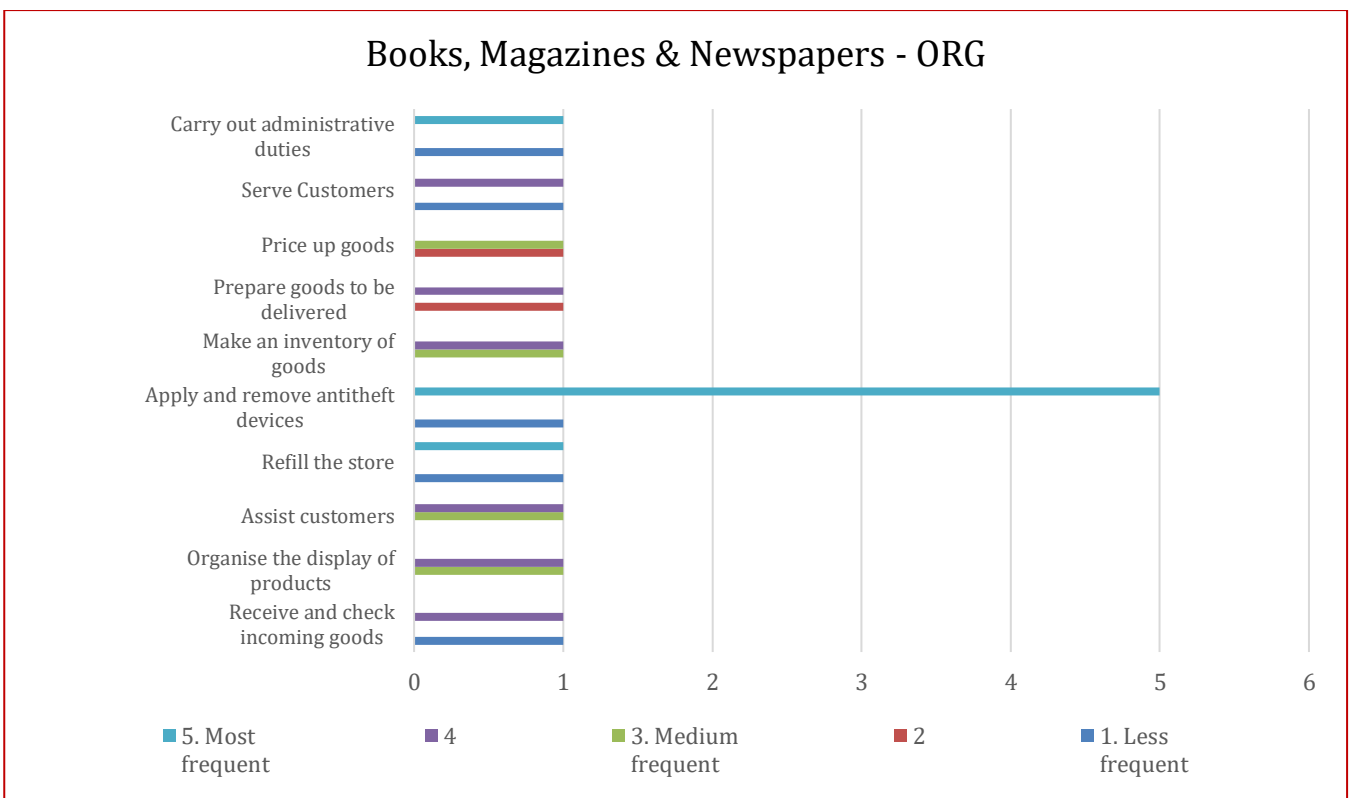




10.4. Libri, riviste e giornali

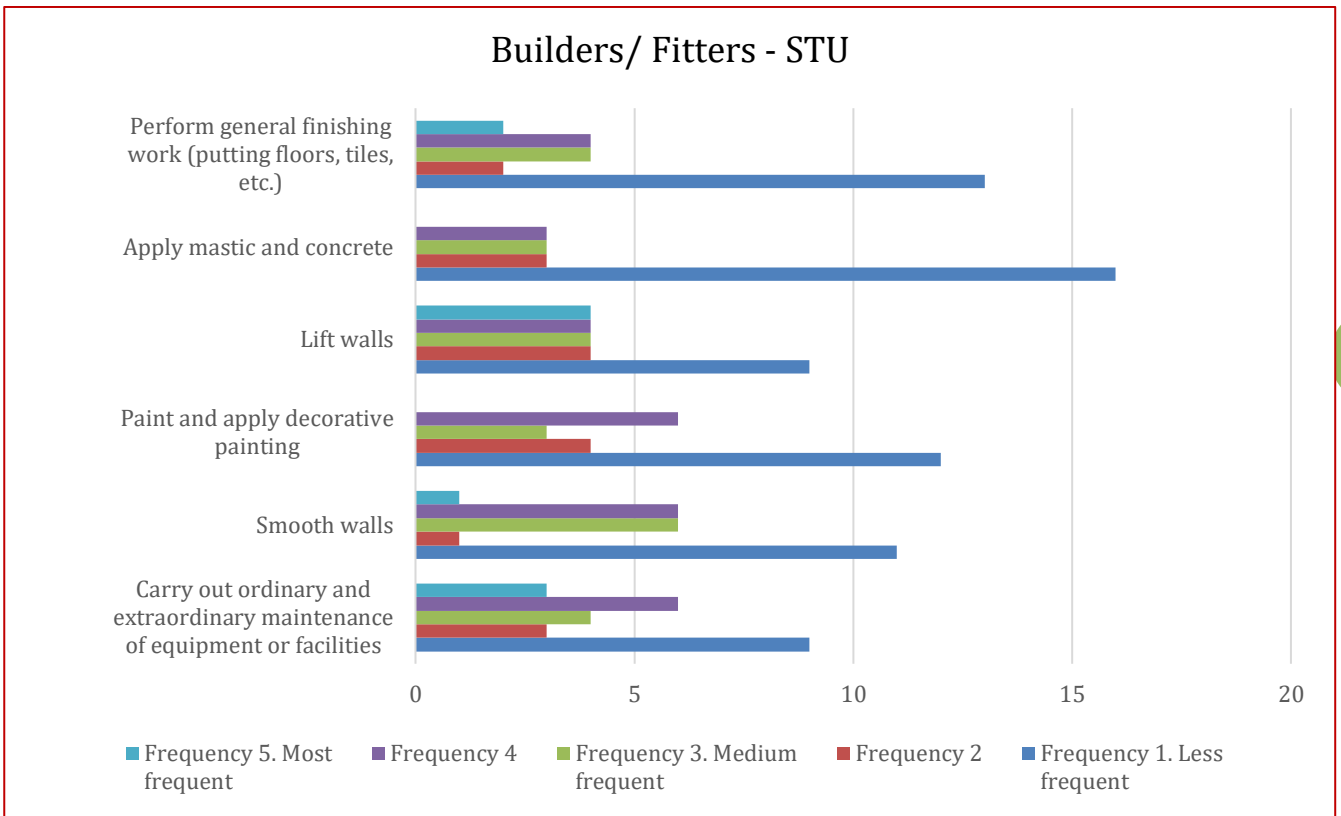


25

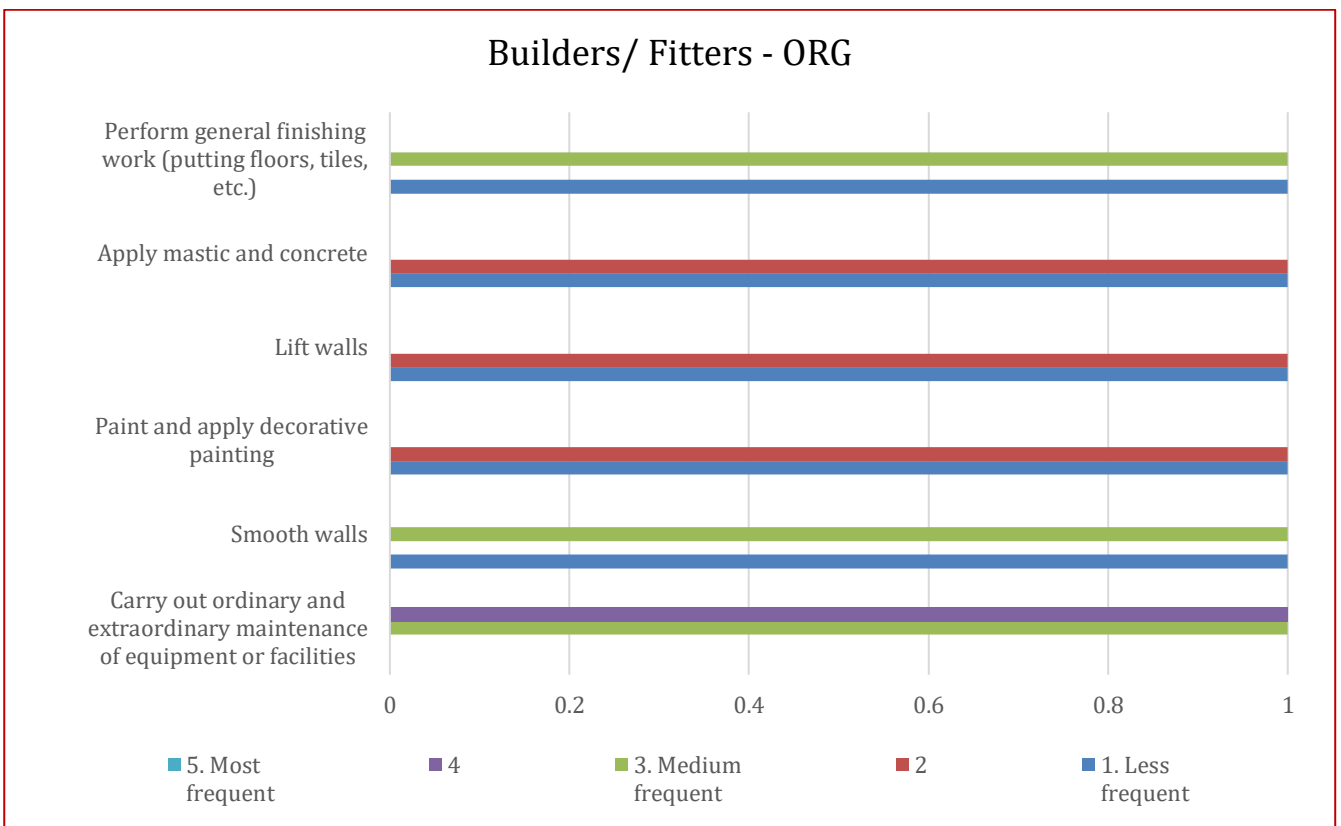




10.5. Costruttori/Installatori



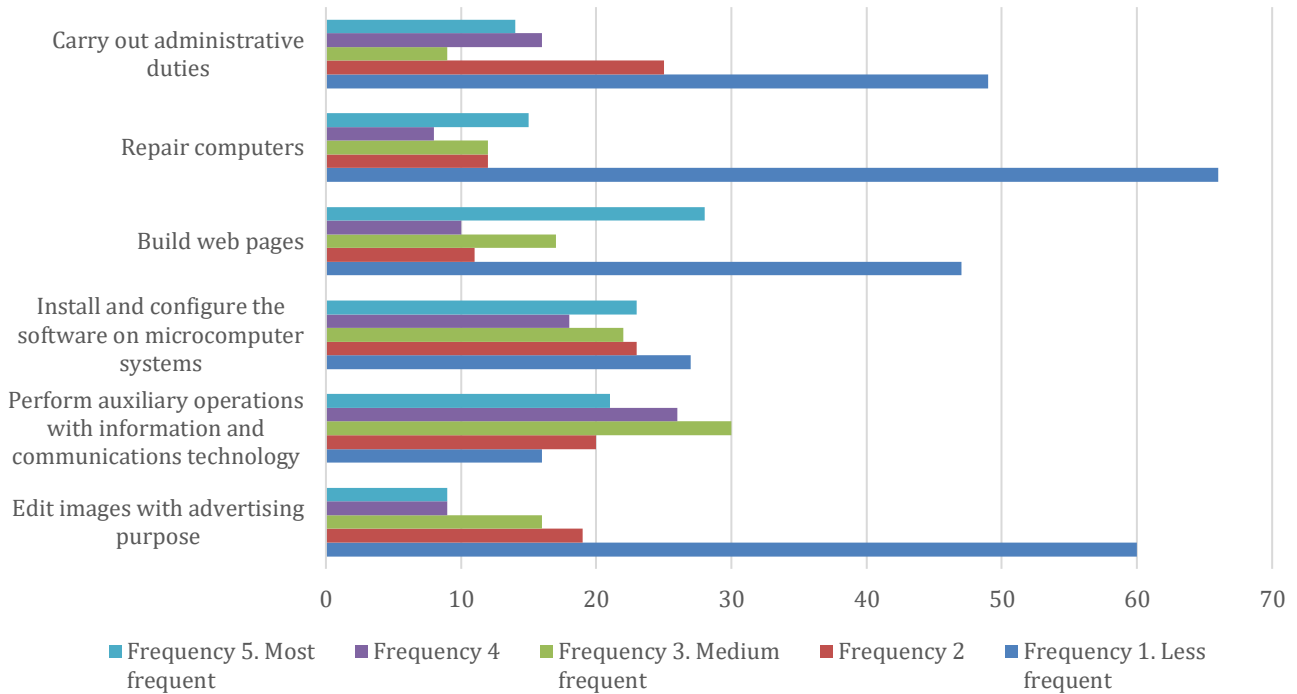
26





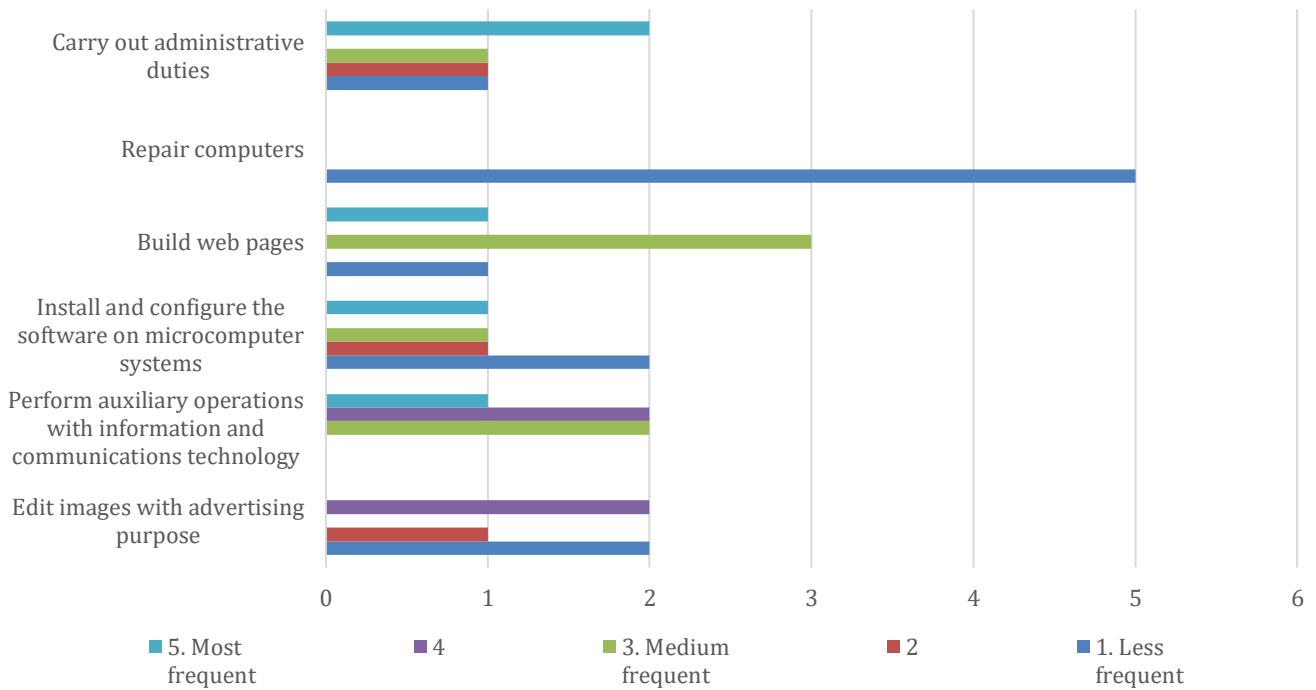
10.6. Software e tecnologia informatica (IT)

Computer Software and Technology (IT) - STU



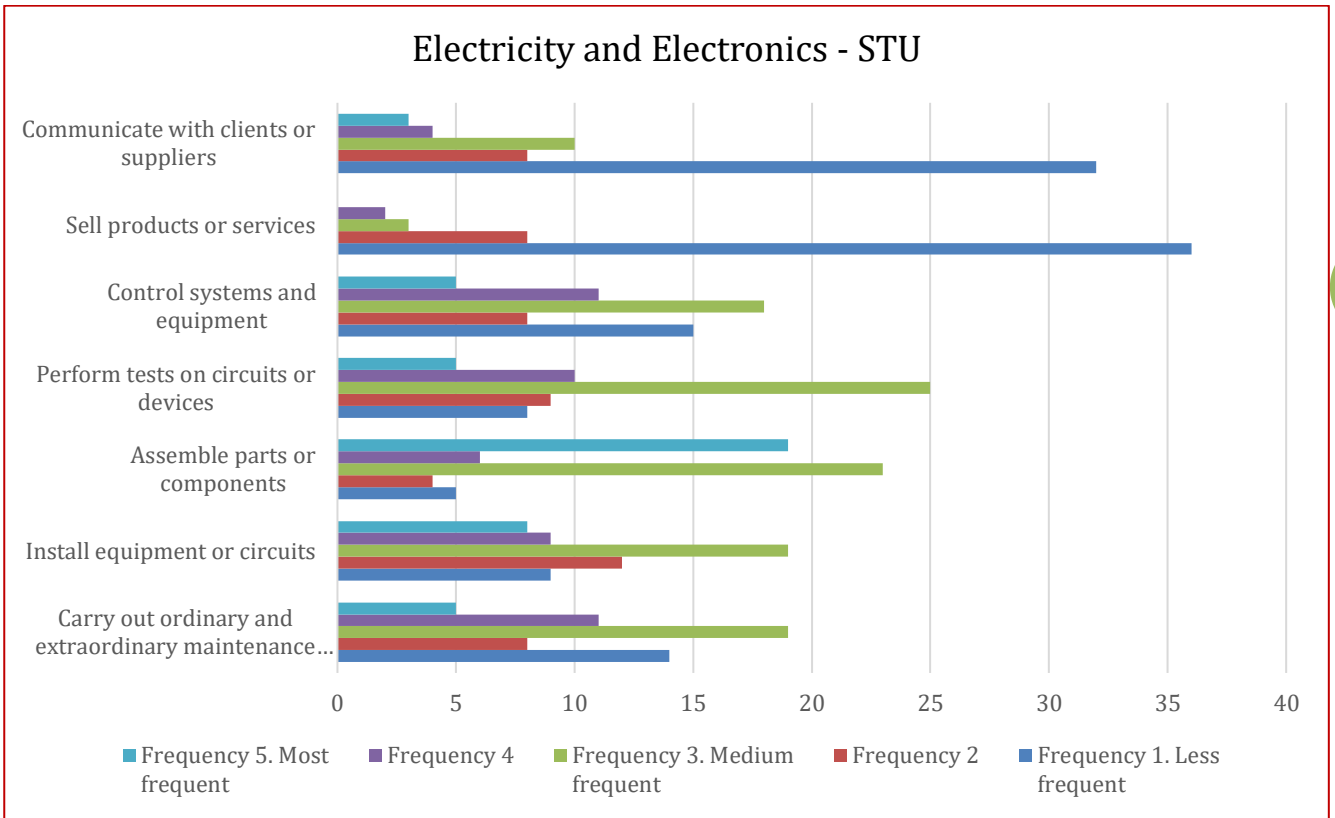
27

Computer Software and Technology (IT) - ORG

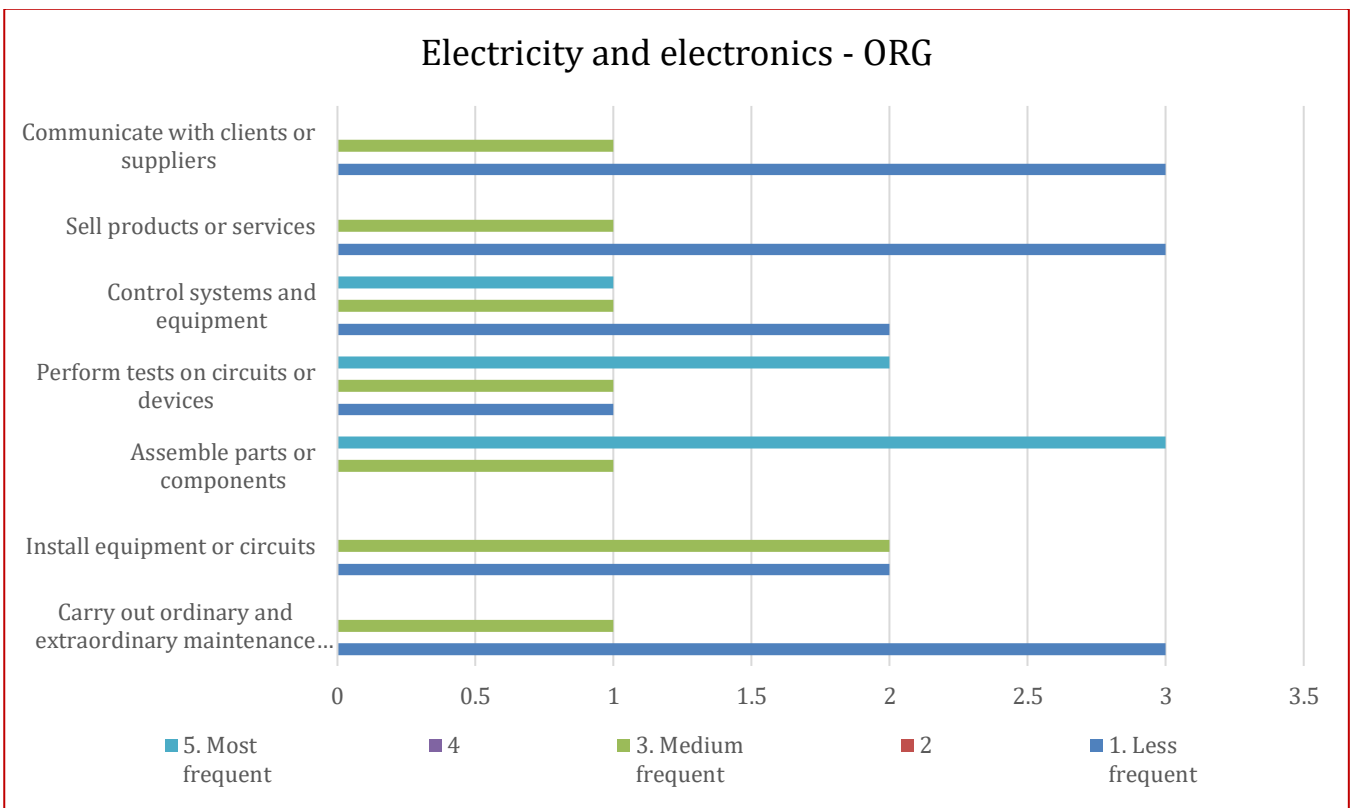




10.7 Elettricità ed Elettronica

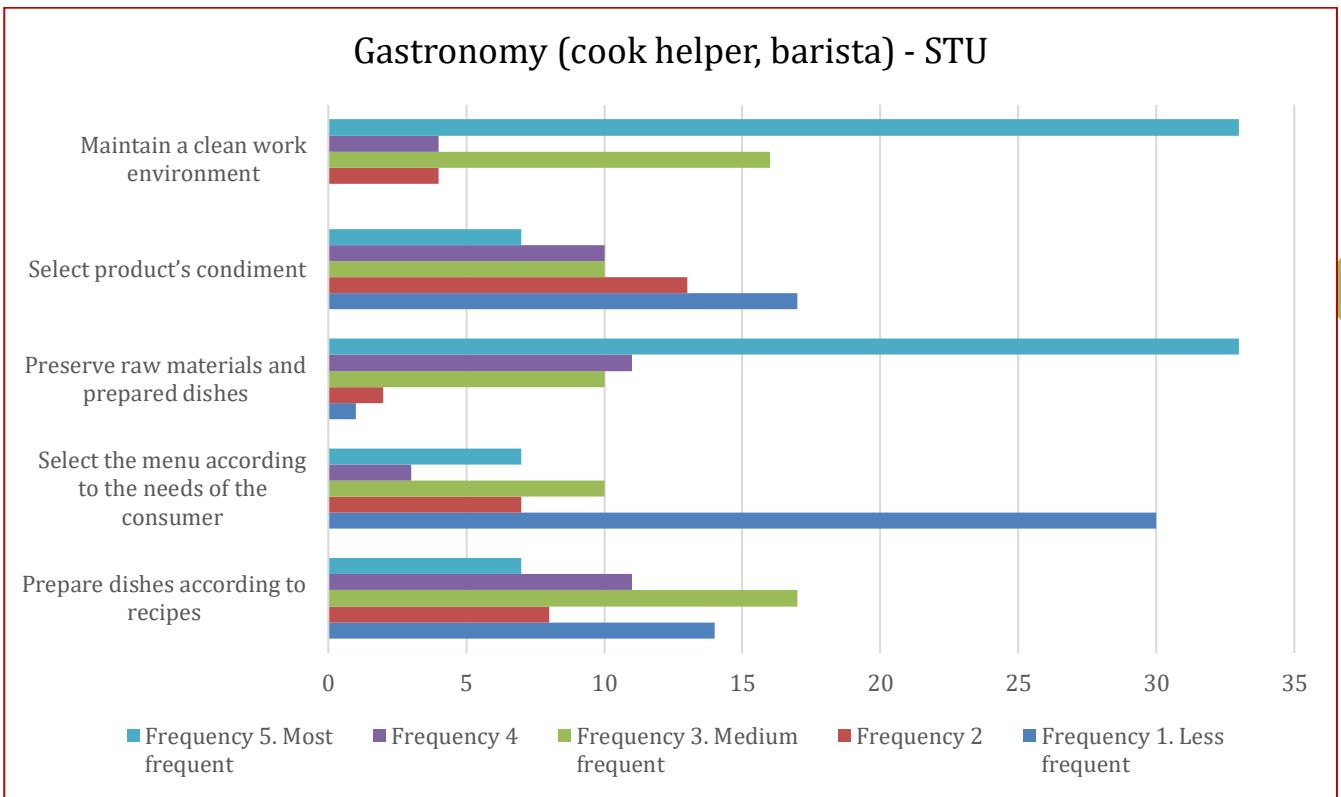


28

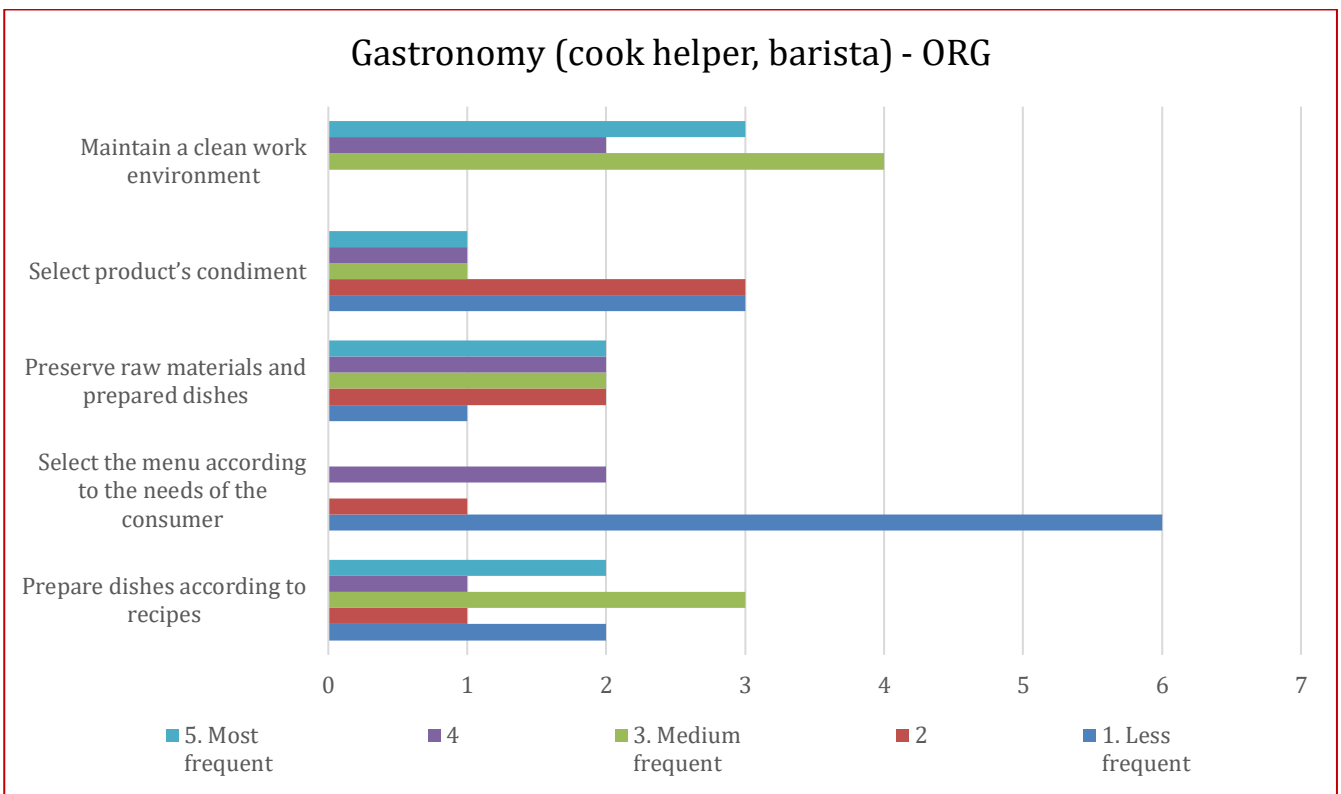




10.8 Gastronomia (aiuto cuoco, barista)

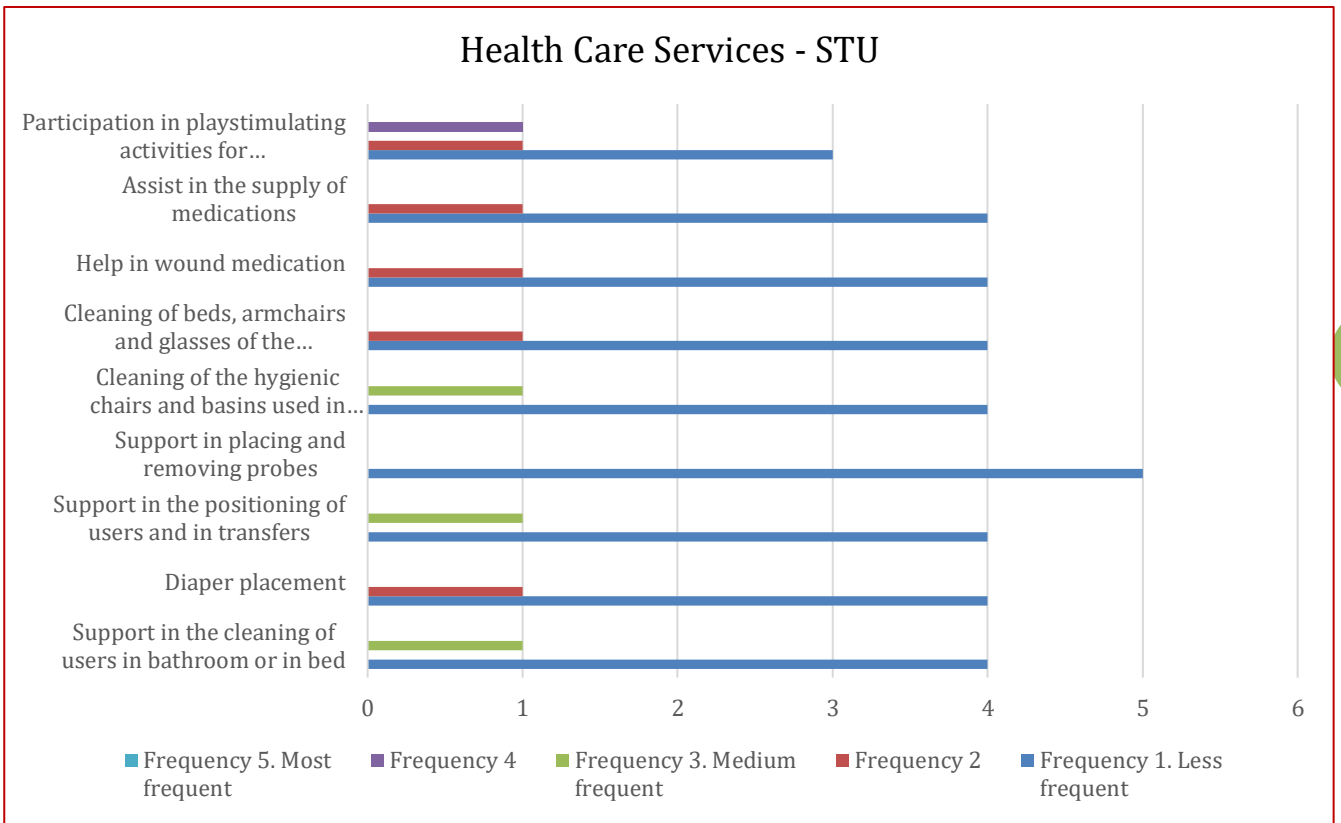


29

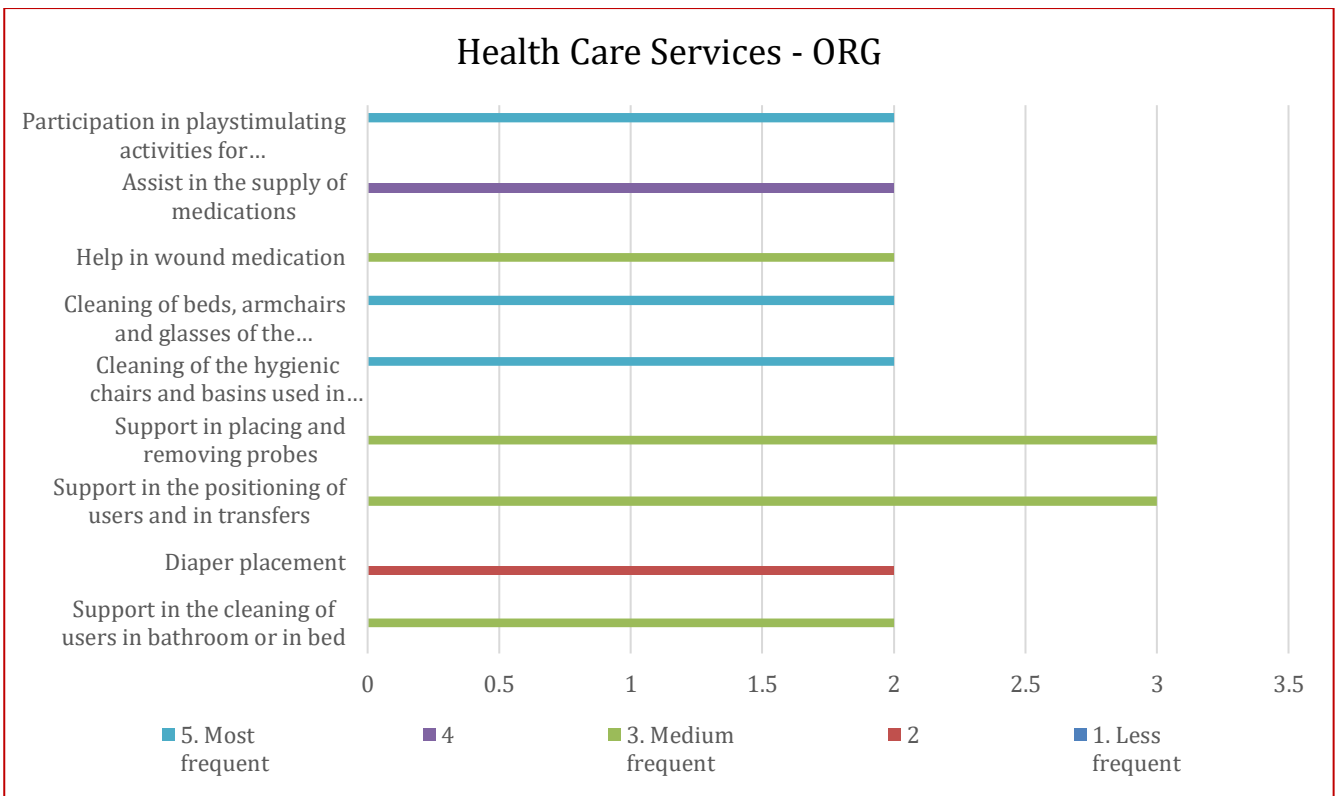




10.9 Servizi di assistenza sanitaria

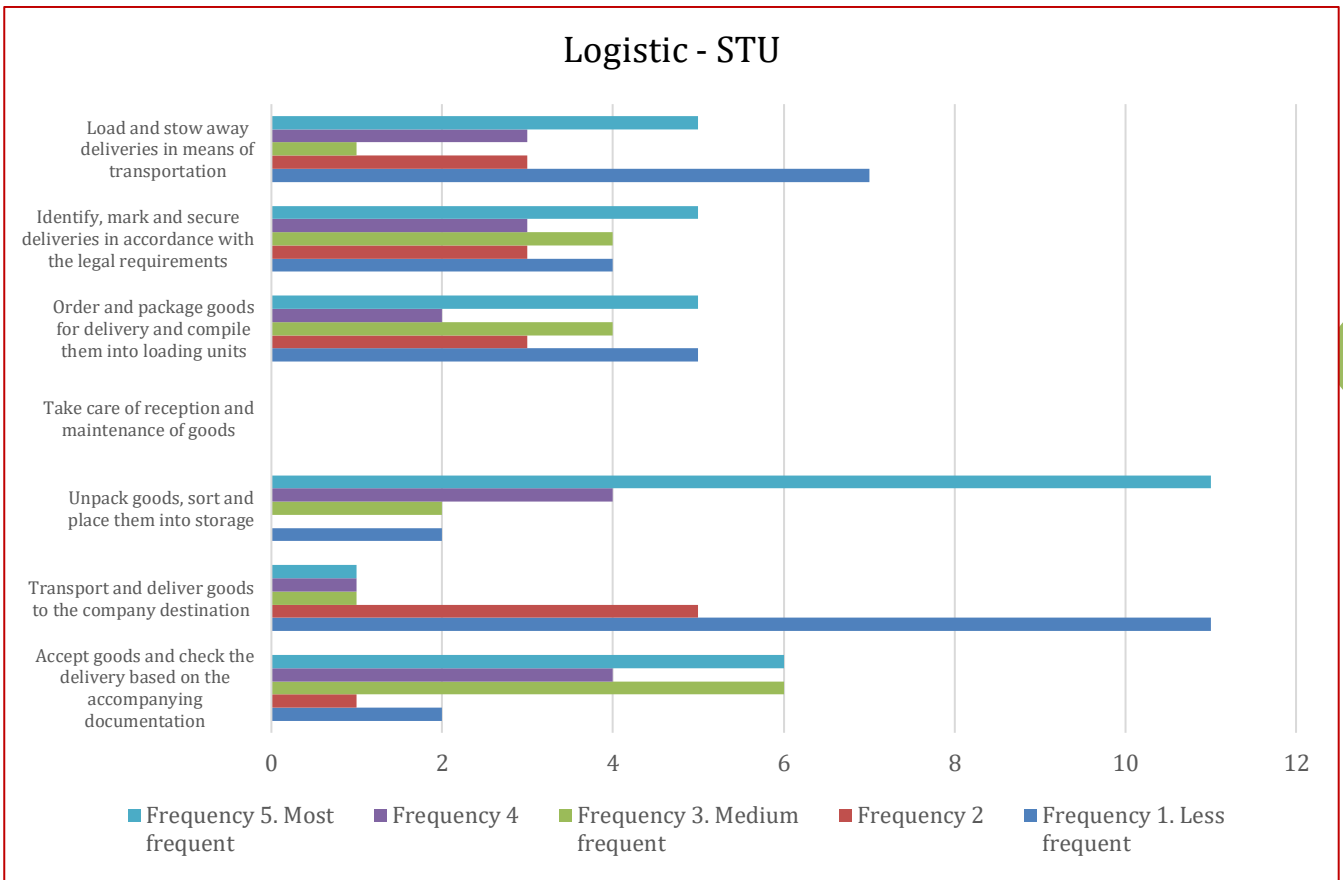


30

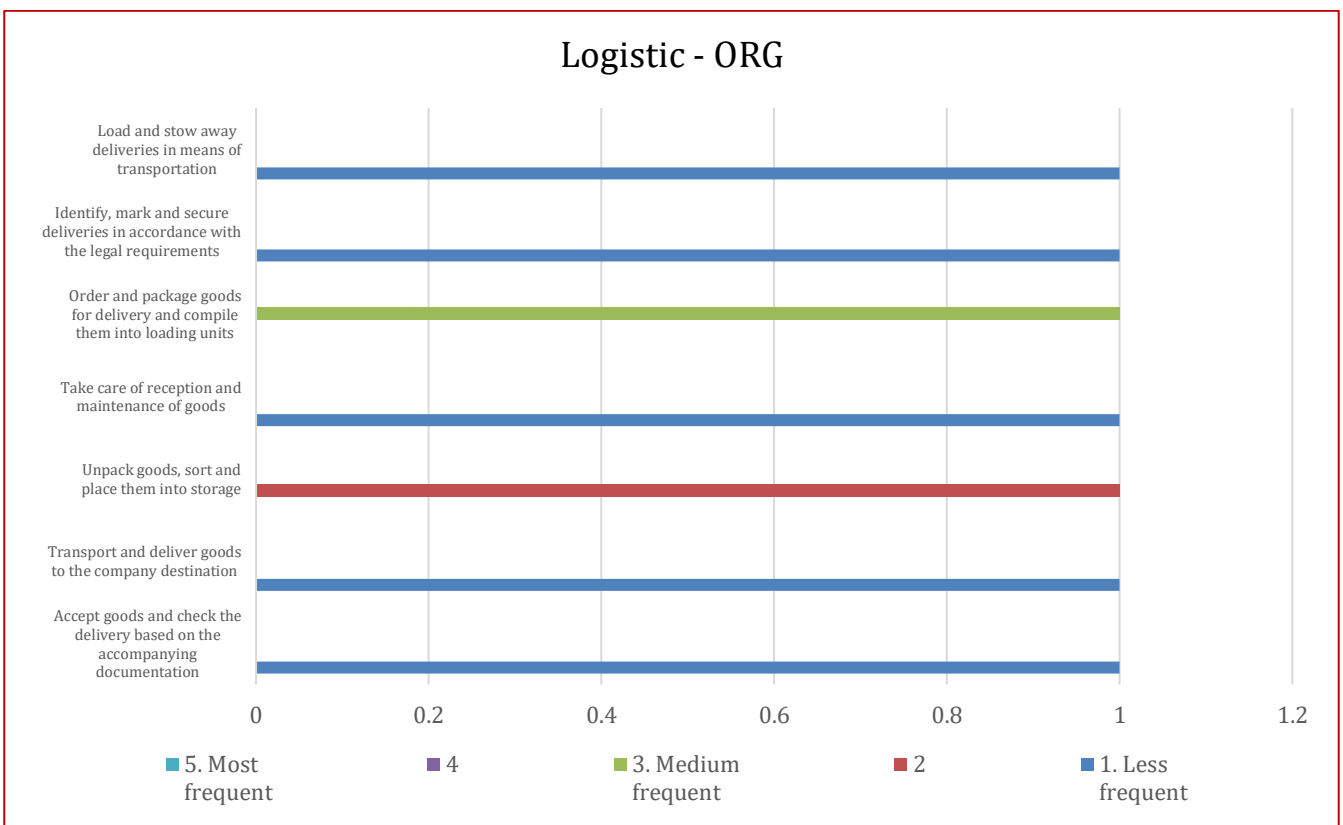




10.10 Logistica

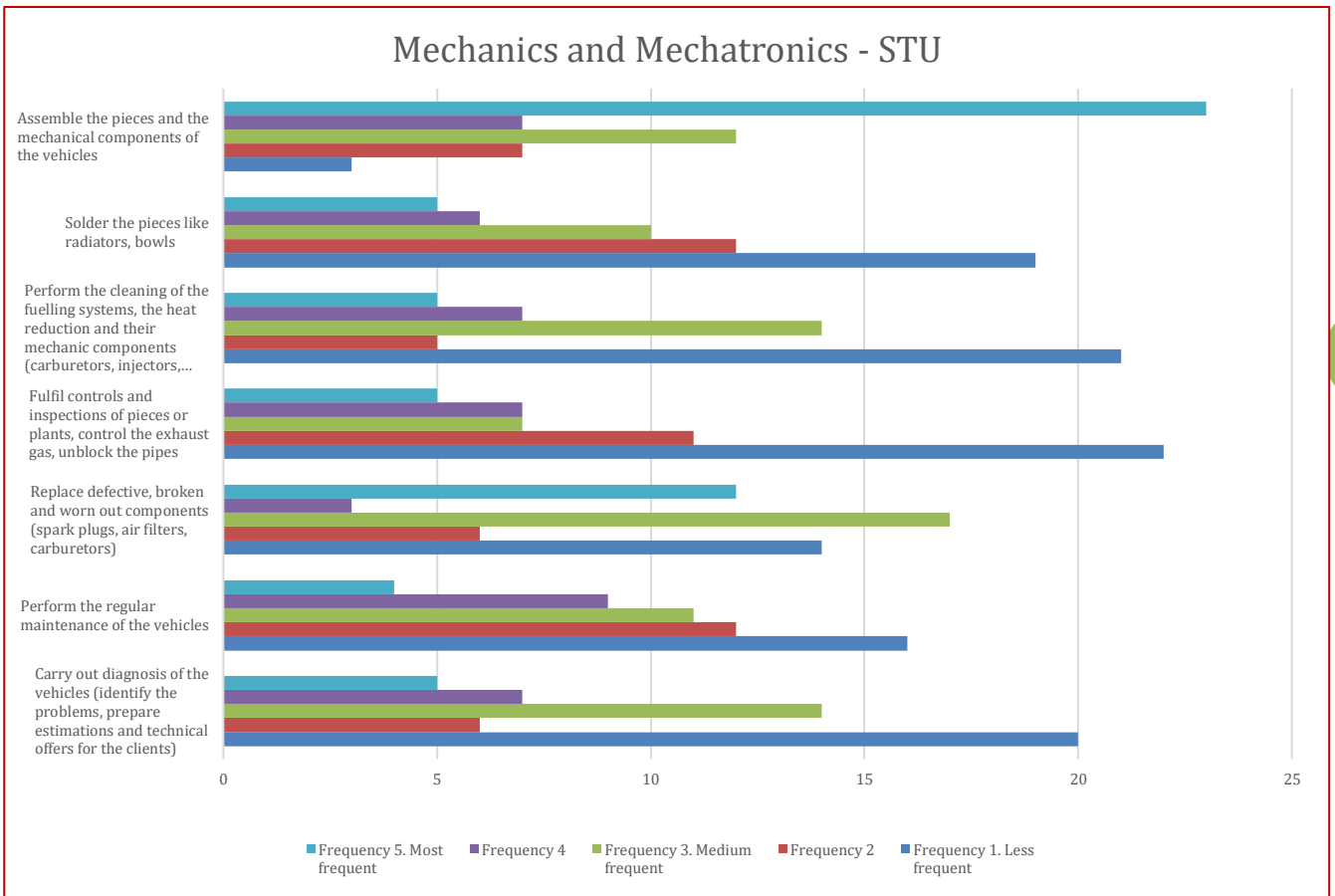


31

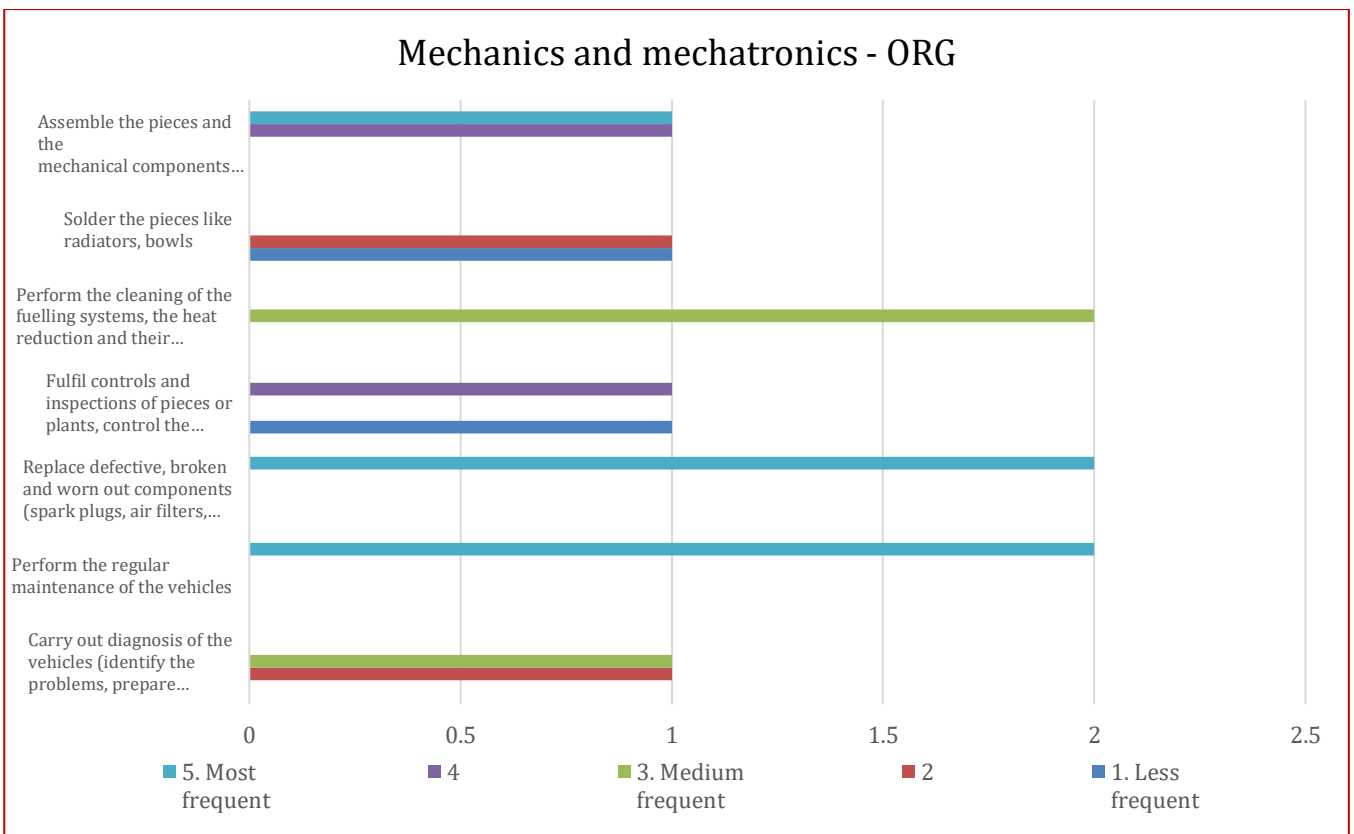




10.11 Meccanica e Meccatronica

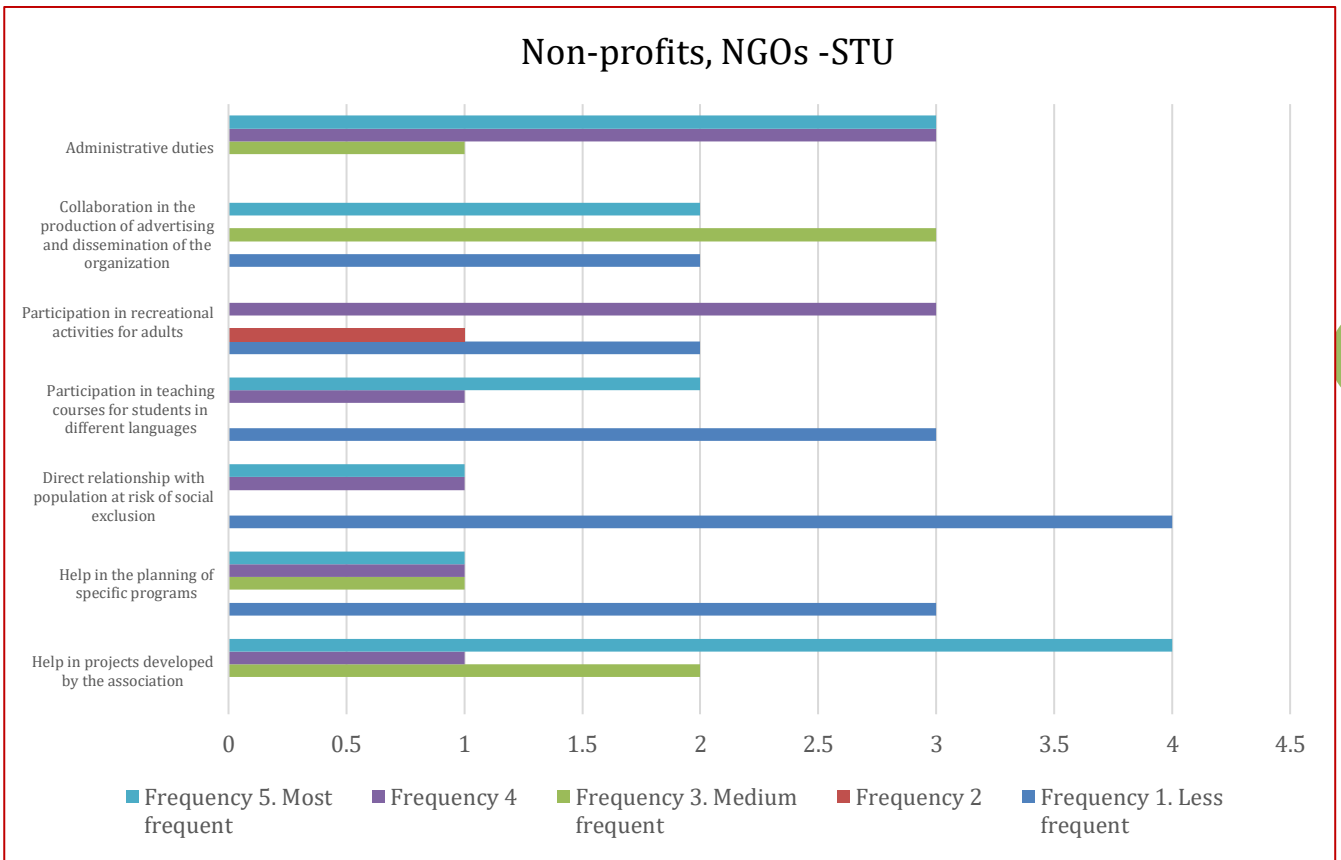


32

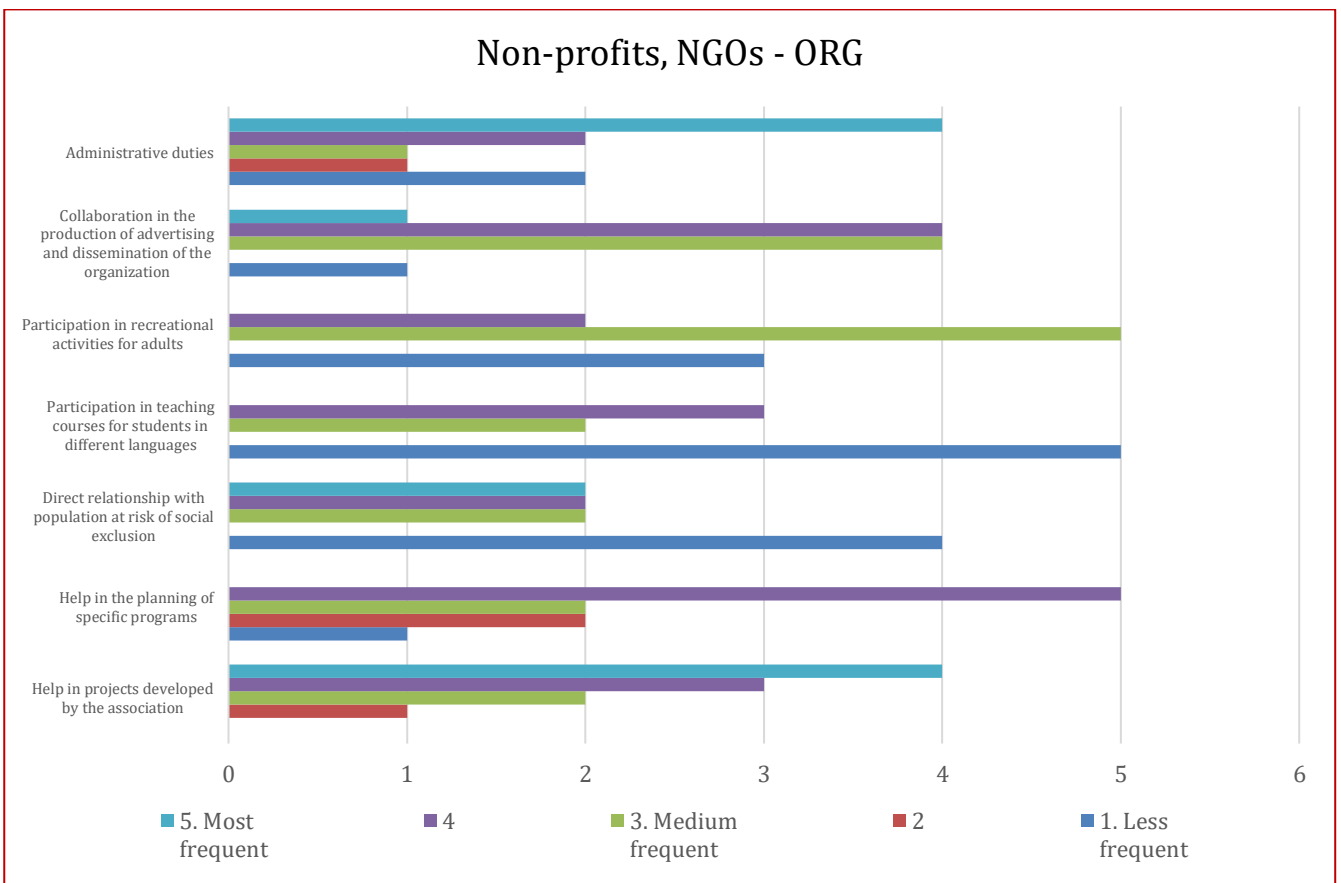




10.12 Non profit, ONG

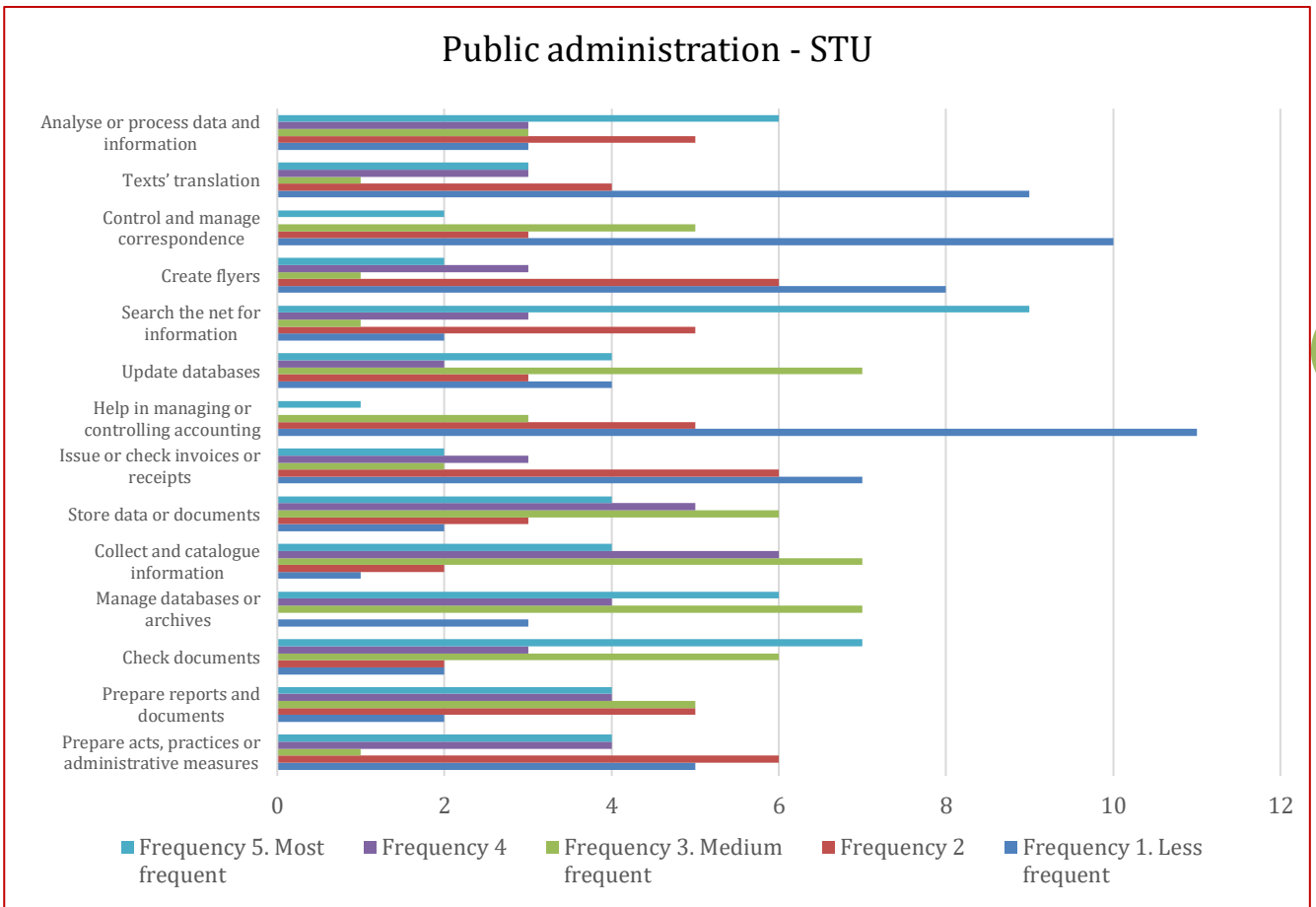


33

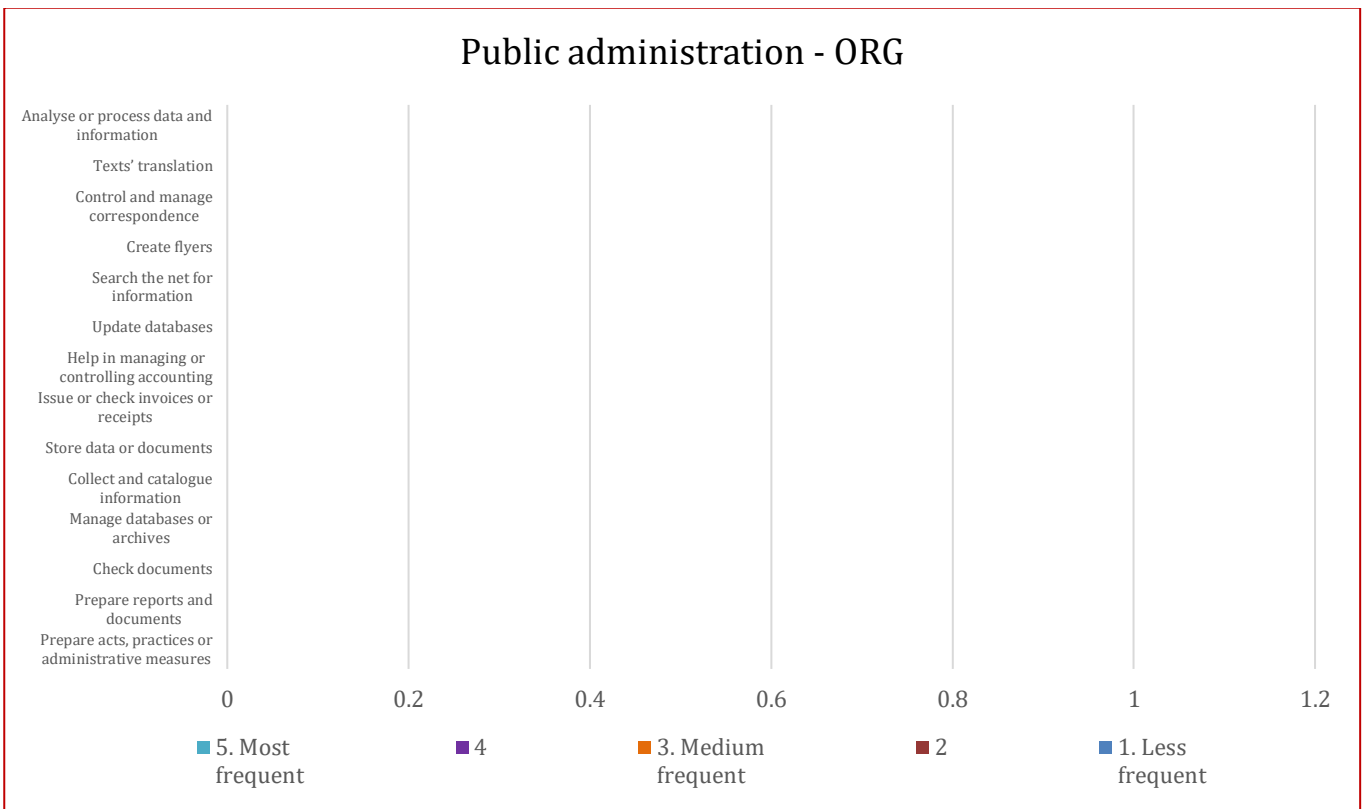




10.13 Pubblica amministrazione

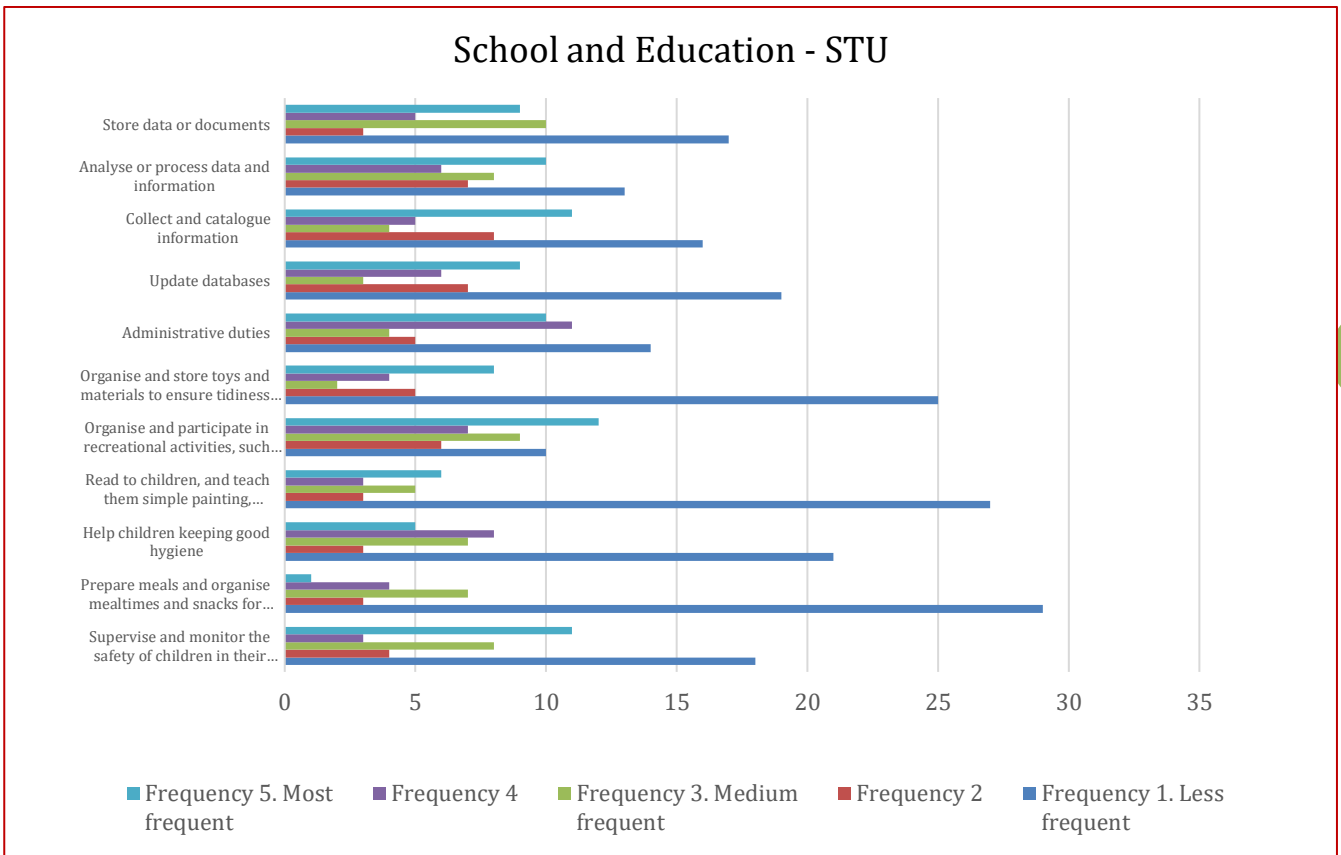


34

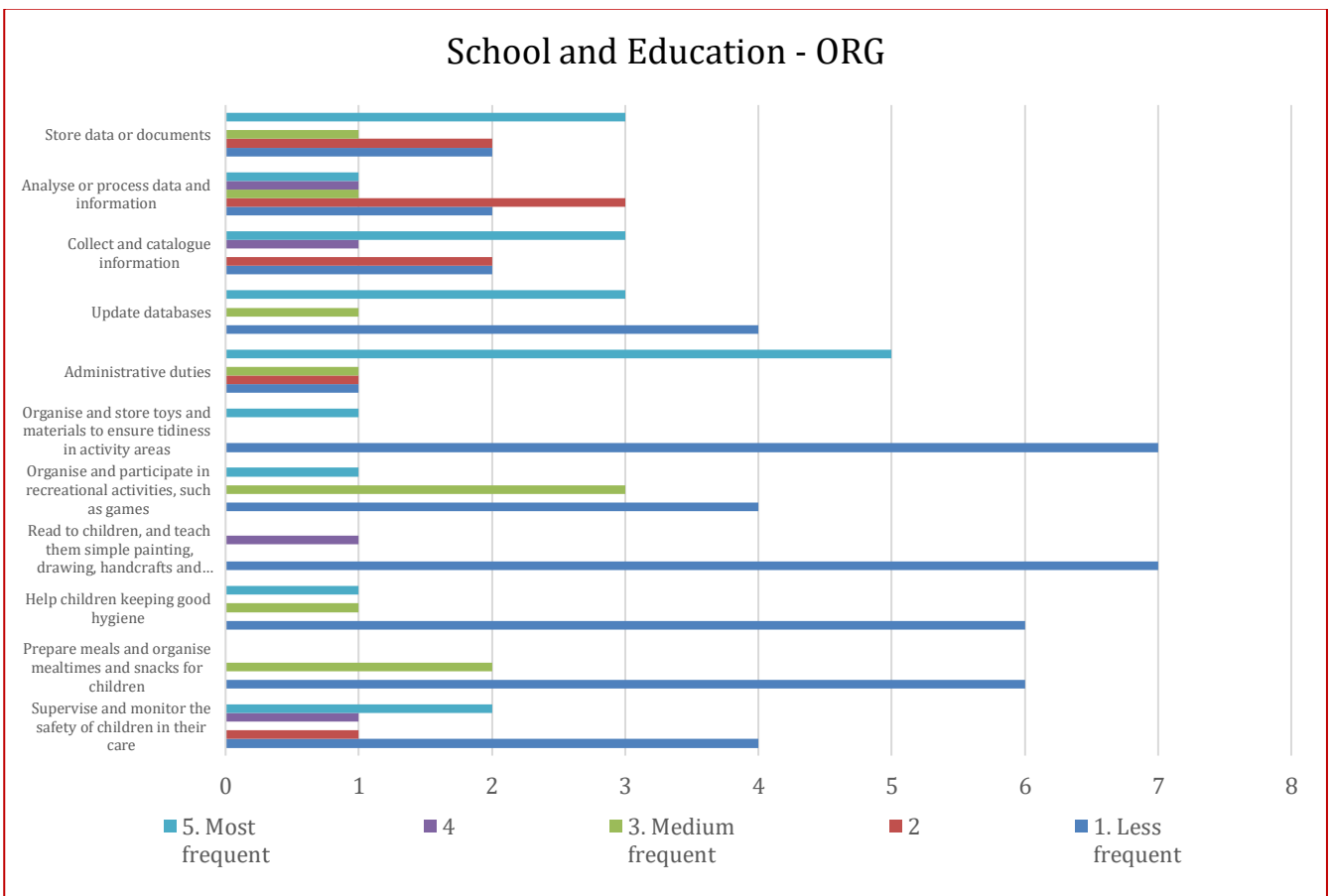




10.14 Scuola e istruzione



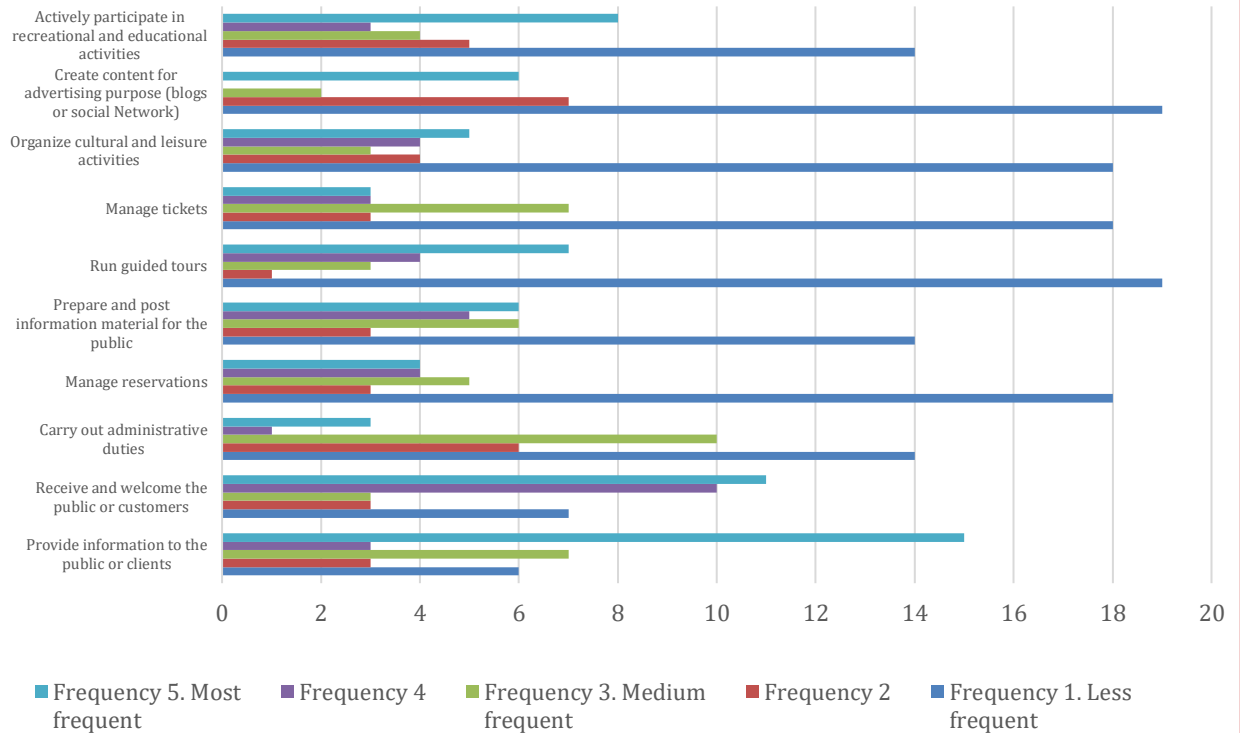
35





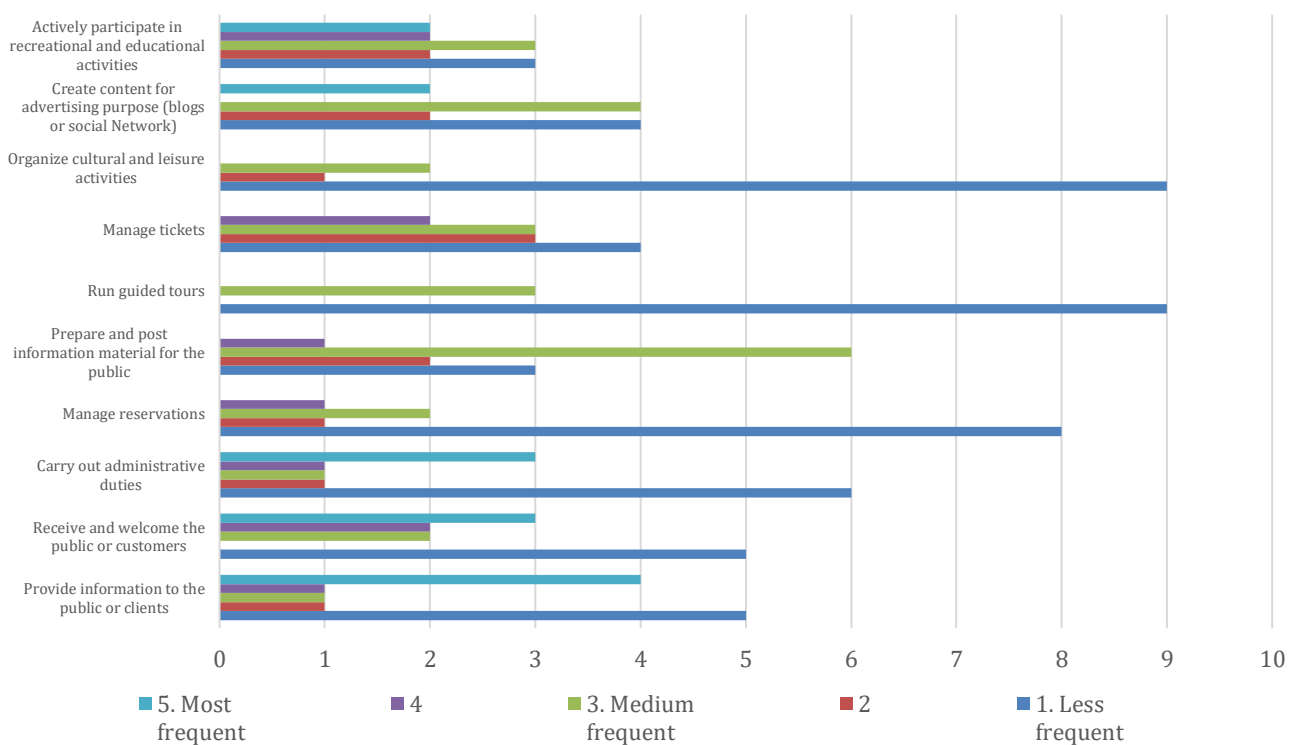
10.15 Turismo (musei, agenzie di viaggio, tour operator)

Tourism (museums, travel agencies, tour operators) - STU



36

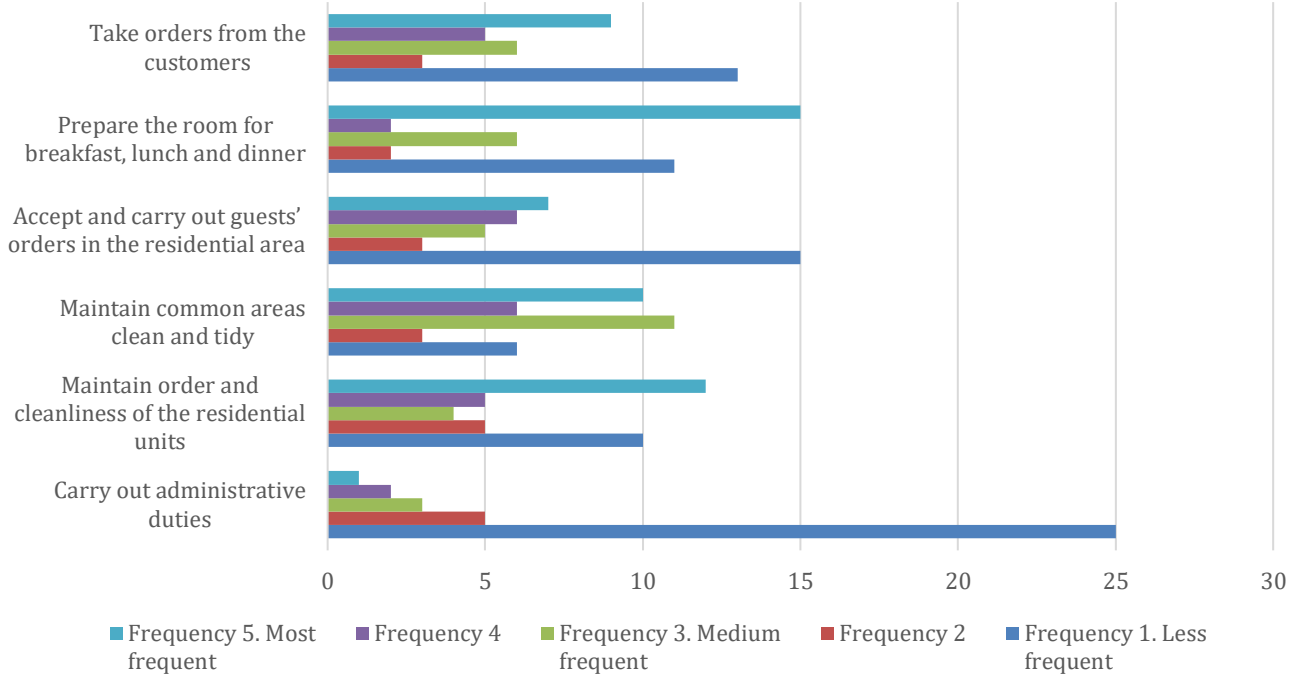
Tourism (museums, travel agencies, tour operators) - ORG





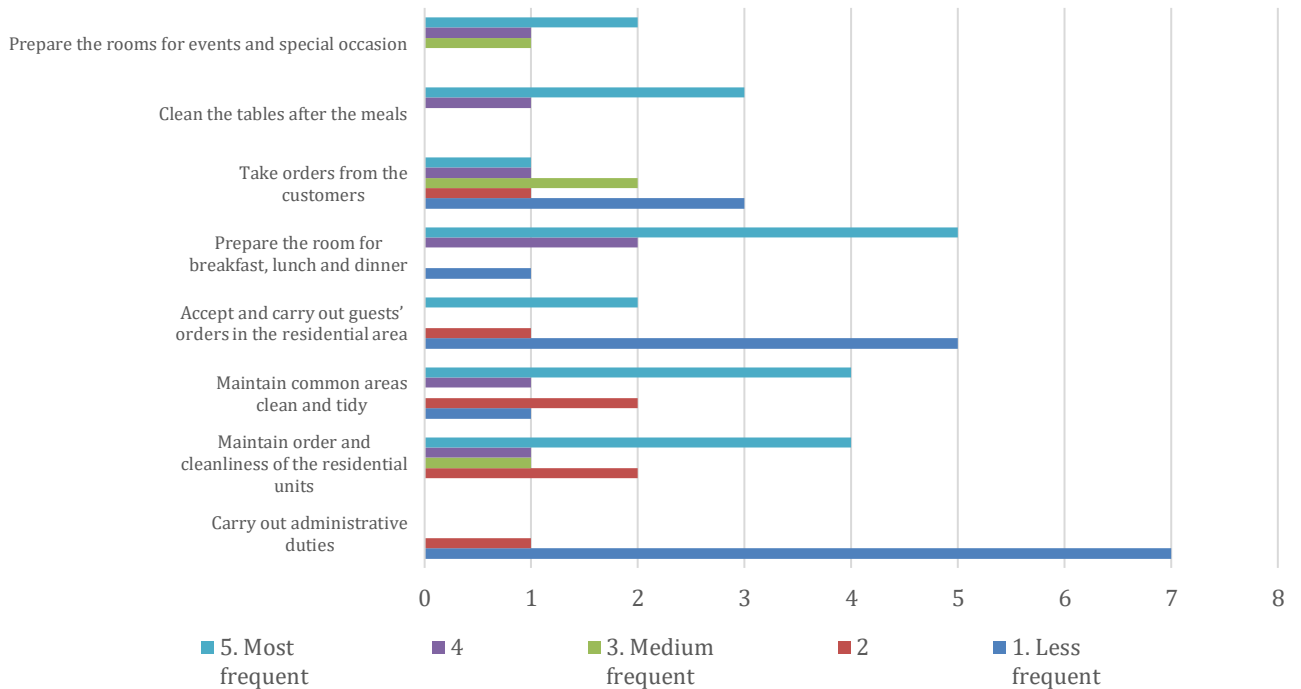
10.16 Ospitalità (hotel, catering, pulizie, reception)

Hospitality (hotels, catering, housekeeping, reception) - STU



37

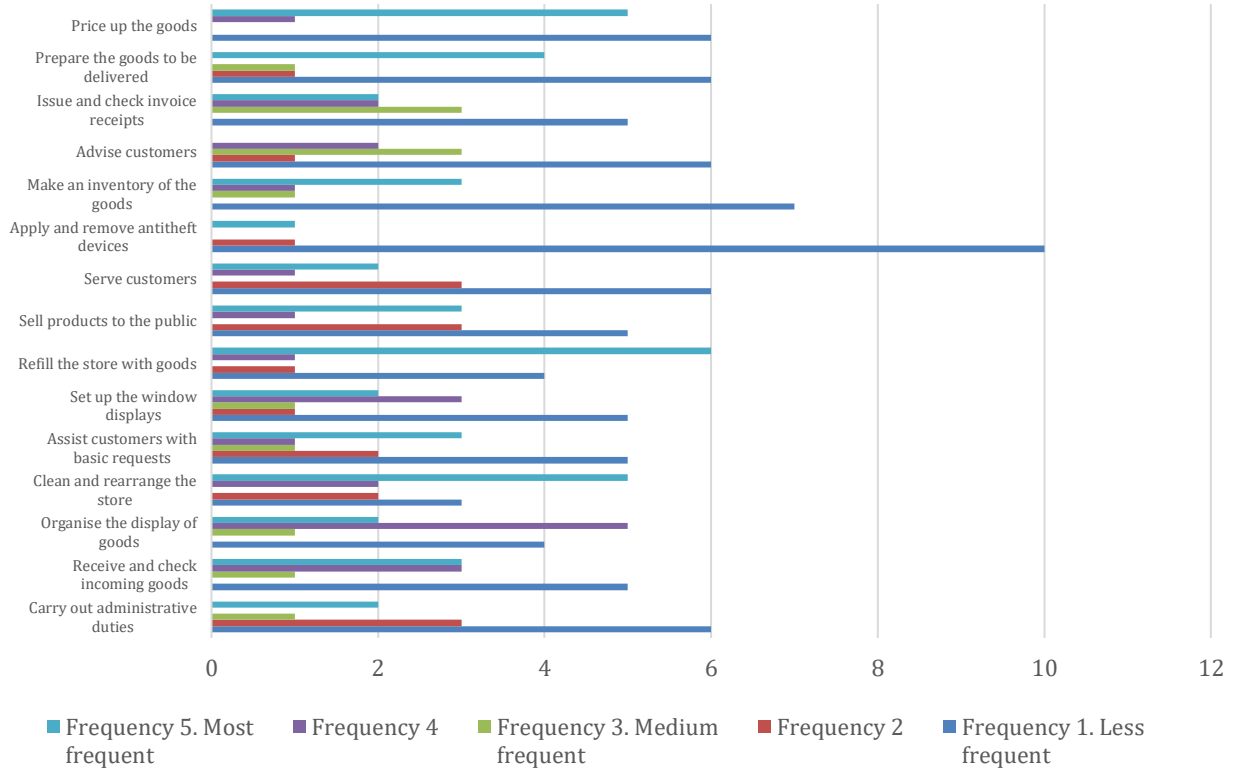
Hospitality (hotels, catering, housekeeping, reception) - ORG





10.17 Commercio / Economia (commesso/a)

Trade / Economy (shop assistant) - STU



Trade / Economy (shop assistant) - ORG

