



**B-ECO**

Start-up Eco Entrepreneurs project

**Materiali Didattici per insegnanti  
dell'Istruzione e Formazione  
Professionale (VET)**



**Cofinanziato  
dall'Unione europea**

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.



Versione	Data	Descrizione	Autrici
01	10-2023	Bozza per i partner	Céu Branco
02	11-2023	Implementazione dei contributi e dei feedback dei partner	Céu Branco Karolina Bucka Kustec
03	12-2023	Versione finale	Céu Branco

**A cura di:** Céu Branco (EPRALIMA)



## IN SINTESI

Il secondo risultato del progetto "B-ECO Start-up Entrepreneurship" segna un traguardo fondamentale nello sviluppo di risorse esaustive per migliorare l'istruzione e la formazione professionale (VET) nel campo delle pratiche imprenditoriali sostenibili. Questo risultato si concentra sulla creazione e sulla pubblicazione di materiali didattici mirati a fornire agli e alle insegnanti dell'istruzione e della formazione professionale gli strumenti essenziali e le conoscenze necessarie per integrare l'eco-imprenditorialità nelle loro pratiche didattiche.

Gli obiettivi principali includono fornire a insegnanti VET descrizioni complete dei moduli, materiali didattici e guide pratiche per gli scenari di ramificazione B-ECO ("B-ECO Branches"). Questo risultato mira a responsabilizzare gli educatori/educatrici, a instillare il senso di responsabilità ambientale negli studenti/studentesse e a contribuire globalmente agli obiettivi di sviluppo sostenibile. I materiali prevedono un impatto trasformativo sull'istruzione e la formazione professionale, favorendo il passaggio a un'imprenditorialità consapevole dal punto di vista ambientale.

Pertanto, il *Risultato 2* pone le basi per un ecosistema educativo sostenibile e d'impatto, in cui gli/le insegnanti dell'istruzione e della formazione professionale svolgono un ruolo centrale nella formazione di imprenditori e imprenditrici eco-consapevoli. I materiali didattici sono in grado di catalizzare un cambiamento positivo e di guidare l'integrazione globale dell'eco-imprenditorialità nell'istruzione professionale.



## INDICE

IN SINTESI .....	3
AUTORI.....	5
1. INTRODUZIONE.....	6
2. DESCRIZIONE DEL PROGETTO B-ECO E DEI PARTNER.....	7
2.1 PARTENARIATO.....	7
COORDINATORE - UNIVERSITÀ DI MARIBOR (SLOVENIA) .....	7
PARTNER .....	8
CWEP (POLONIA) .....	8
EPRALIMA (PORTOGALLO).....	8
EUPHORIA (ITALIA).....	9
EUROTRAINING (GRECIA) .....	9
LOVILA (CIPRO).....	10
3. METODOLOGIA DELLE “B-ECO BRANCHES” - H5P.....	11
3.1 COME FUNZIONA? .....	11
3.2 BRANCHING H5P: PASSO PASSO .....	12
3.3 COME IMPLEMENTARLA IN UN MODULO .....	13
3.4 RISORSE PER AUTHORIZING H5P: STRUMENTI, PIATTAFORME E STRUMENTI .....	14
4. OBIETTIVI DEI MATERIALI DIDATTICI DI B-ECO .....	15
5. PIATTAFORMA E-LEARNING DI B-ECO .....	17
MODULO 1: IL PERCORSO DELL'IMPRENDITORE/IMPRENDITRICE .....	18
MODULO 2: IDEA DI BUSINESS .....	24
MODULO 3: BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) .....	32
MODULO 4: RICERCA DI MERCATO .....	40
MODULO 5: MARKETING .....	46
MODULO 6: SOCIAL MEDIA .....	52
MODULO 7: FINANZA E PIANIFICAZIONE FINANZIARIA .....	58
MODULO 8: GREEN MANAGEMENT .....	64
MODULO 9: GREEN HUMAN RESOURCE.....	81
MODULO 10: FORME E PROCEDURE LEGALI PER LA COSTITUZIONE DI UNA SOCIETÀ_CIPRO.....	94
MODULO 10: FORME E PROCEDURE LEGALI PER LA COSTITUZIONE DI UNA SOCIETÀ_GRECIA .....	99
MODULO 10: FORME E PROCEDURE LEGALI PER LA COSTITUZIONE DI UNA SOCIETÀ_ITALIA .....	106
MODULO 10: FORME E PROCEDURE LEGALI PER LA COSTITUZIONE DI UNA SOCIETÀ_POLONIA .....	112
MODULO 10: FORME E PROCEDURE LEGALI PER LA COSTITUZIONE DI UNA SOCIETÀ_PORTOGALLO ..	117
MODULO 10: FORME E PROCEDURE LEGALI PER LA COSTITUZIONE DI UNA SOCIETÀ_SLOVENIA .....	127
MODULO 11: PROGETTAZIONE DI UNA PRESENTAZIONE EFFICACE E REGOLE DA SEGUIRE .....	134
MODULO 12: FONTI DI FINANZIAMENTO (FONDI A FONDO PERDUTO E RIMBORSABILI) .....	139
MODULO 13: IMPRENDITORIALITÀ SOCIALE .....	146
MODULO 14: IMPRENDITORIALITÀ AMBIENTALE .....	152
MODULO 15: DIGITALIZZAZIONE DEL BUSINESS .....	157



## AUTORI



Univerza v Mariboru

Università di Maribor (Slovenia)

<https://www.um.si/en/home-page/>



Centrum Wspierania  
Edukacji  
i Przedsiębiorczości

CWEP - Centro per l'Istruzione e il Sostegno  
all'Imprenditorialità (Polonia)

<https://cwep.eu/>



EPRALIMA - Scuola di Formazione  
Professionale di Alto Lima - Cooperativa di  
Interesse Pubblico e Responsabilità Civile  
(Portogallo)

[www.epralima.com](http://www.epralima.com)



Euphoria Net Srl (Italia)

<https://euphorianet.it/>



EUROTraining (Grecia)

<https://eurotraining.gr/>



Lovila

Lovila (Cipro)

<https://lovila.eu/>



## 1. INTRODUZIONE

Benvenuti nel mondo dell'Eco-imprenditorialità, un settore dinamico e trasformativo che si trova nel punto di intersezione tra responsabilità ambientale e innovazione economica. Nell'attuale panorama globale in rapida evoluzione, è imperativo per gli e le insegnanti dell'Istruzione e della Formazione Professionale dotare studenti e studentesse delle conoscenze, delle competenze e della mentalità necessarie per affrontare le sfide e le opportunità derivanti dall'urgente necessità di pratiche commerciali sostenibili.

L'eco-imprenditorialità, spesso definita "imprenditoria verde" o "business sostenibile", rappresenta un cambiamento di paradigma nel modo in cui affrontiamo il commercio e l'industria. Va oltre i concetti tradizionali di business e introduce un approccio globale che riconosce l'inscindibile connessione tra successo economico e responsabilità ambientale. Gli eco-imprenditori e le eco-imprenditrici sono la forza trainante di questa trasformazione, abbracciando l'innovazione e le soluzioni creative per affrontare le problematiche ambientali e creare imprese redditizie e socialmente responsabili.

In questi Materiali Didattici progettati specificamente per insegnanti VET, esploreremo le basi dell'Eco-imprenditorialità, fornendovi gli strumenti essenziali e le conoscenze necessarie per ispirare e guidare la prossima generazione di imprenditori/imprenditrici eco-consapevoli. Il nostro obiettivo è quello di mettervi in condizione di coinvolgere efficacemente i vostri studenti, favorendo la loro comprensione del ruolo critico che possono svolgere nella costruzione di un futuro sostenibile attraverso l'imprenditorialità.

Questi Materiali Didattici copriranno una serie di argomenti chiave, a partire dal Percorso Imprenditoriale di B-ECO fino alla Digitalizzazione del Business. Approfondiremo anche gli esercizi di "branching" e forniremo risorse per aiutarvi a integrare questi concetti nel vostro programma di studio.

Alla fine di questo percorso, sarete ben attrezzati non solo per insegnare l'Eco-imprenditorialità, ma anche per infondere nei vostri studenti la passione per creare cambiamenti ambientali positivi attraverso iniziative imprenditoriali. Nell'intraprendere questo viaggio educativo, ricordate che il futuro del nostro pianeta e la prosperità delle generazioni future dipendono dalle conoscenze e dalle competenze che trasmetterete ai vostri studenti.

Grazie per il vostro impegno nel promuovere un futuro sostenibile ed eco-consapevole attraverso l'istruzione, la formazione e l'imprenditorialità. Insieme, possiamo promuovere una generazione di imprenditori e imprenditrici che costruiranno un mondo che terrà conto sia del profitto che del pianeta.



## 2. DESCRIZIONE DEL PROGETTO B-ECO E DEI PARTNER

Gli imprenditori e le imprenditrici sono un pilastro importante dell'economia dell'UE ed è essenziale fornire loro le competenze e le conoscenze necessarie per avere successo. Il progetto B-ECO non solo li formerà con strumenti, competenze e abilità importanti (basate su EntreComp), ma anche con la capacità di diventare innovativi emergendo nel mercato invece di annasparsi in esso.

Secondo la CE: «Sostenendo nuovi processi, tecnologie e servizi che rendono le imprese più ecologiche, l'eco-innovazione aiuta l'Europa a ottimizzare il suo potenziale di crescita, affrontando al contempo le nostre sfide comuni». Attraverso la guida di esperti del settore, i nostri partner contribuiranno con la loro vasta esperienza a trovare le migliori pratiche, i casi di studio, le lezioni apprese e le opportunità future. Nel corso del progetto, forniremo formazione e istruzione manageriale pratica tra gli enti di formazione dei Paesi partner attraverso un corso innovativo incentrato sull'eco-imprenditorialità, l'innovazione e la gestione delle eco-imprese, e una nuova e innovativa piattaforma e-learning orientata a creare uno spazio unico di condivisione di conoscenze ed esperienze tra gli utenti del corso. Questo corso di formazione innovativo funzionerà in due modi: potrà essere erogato da formatori e/o seguito in maniera indipendente come corso online, per raggiungere il maggior numero possibile di utenti.

Il nostro partenariato strategico si concentrerà sulla promozione dell'accesso e dell'apprendimento attraverso le Risorse Educative Aperte (OER), sostenendo le ICT nel settore dell'istruzione e della formazione professionale (VET) per migliorare ed estendere l'offerta di opportunità di apprendimento di alta qualità su misura per i singoli formatori, includendo modalità di erogazione innovative.

---

### 2.1 PARTENARIATO

#### COORDINATORE - UNIVERSITÀ DI MARIBOR (SLOVENIA)



*Univerza v Mariboru* (Università di Maribor) è la seconda università più grande e antica della Slovenia. È un'istituzione pubblica autonoma per la scienza, la ricerca e l'istruzione, con 1.960 dipendenti e circa 14.000 studenti che studiano nelle 17 facoltà. L'Università di Maribor è orientata ad attrarre i migliori studenti e a

creare un ambiente di sviluppo in cui l'eccellenza sia di casa sotto ogni aspetto.

Sta diventando un'istituzione centrale per lo sviluppo, che stabilisce legami con l'economia e, insieme ai suoi partner, crea un centro di sviluppo sostenibile per l'intera regione. Sta rapidamente elaborando



nuove aree di attività, sperimentando nuovi metodi di studio e cercando nuovi modi di integrarsi con l'ambiente circostante.

L'UM sta sviluppando discipline scientifiche che comprendono ingegneria, biotecnologia, scienze umane, medicina, scienze sociali e scienze naturali. L'UM è promotrice regionale con la fama di essere un ecosistema di innovazione riconosciuto a livello globale in cui gli studenti, i docenti e il personale amministrativo si impegnano con entusiasmo in attività creative. L'UM mira a promuovere partnership con aziende, istituzioni governative e non governative e altre istituzioni della società per arricchire l'insegnamento universitario, la ricerca e l'attività creativa; preparare cittadini istruiti e consapevoli; rafforzare i valori democratici ed etici e la responsabilità civica, affrontando le questioni critiche della società; rispettare le questioni ecologiche e ambientali, promuovendo la sostenibilità nello sviluppo e contribuendo al bene pubblico.

## PARTNER

### CWEP (POLONIA)

Il Centro per l'Istruzione e il Sostegno all'Imprenditorialità (CWEP) è un'organizzazione non governativa fondata nel 2004 da un gruppo di imprenditori, insegnanti e attivisti sociali di



Centrum Wspierania  
Edukacji  
i Przedsiębiorczości

Rzeszów, in Polonia. CWEP collabora con imprese e istituzioni educative. La missione di CWEP è aumentare la qualità dell'istruzione e della formazione a tutti i livelli e in tutte le sue forme, nonché promuovere l'imprenditorialità al fine di favorire l'integrazione di qualsiasi gruppo sociale, indipendentemente dal genere, dall'età o dall'origine etnica. In particolar modo, gli obiettivi sono migliorare l'accessibilità, la qualità e l'efficienza dell'istruzione di tutte le persone, promuovere e contribuire all'educazione degli adulti, all'apprendimento permanente, all'e-learning e all'uso delle nuove tecnologie nell'istruzione e nell'imprenditorialità. L'Associazione collabora con numerosi partner europei per rafforzare la posizione economica delle imprese e sviluppa piattaforme on-line per le aziende.

### EPRALIMA (PORTOGALLO)

La Scuola di Formazione Professionale Epralima si trova nel nord del Portogallo, nella città di Arcos de Valdevez. È composta da tre delegazioni: la sede centrale di Arcos de Valdevez, una delegazione a Ponte da Barca e una delegazione a Ponte de Lima. Dispone inoltre di un Centro Tecnico e di un Centro di Qualificazione, i





quali riconoscono, convalidano e certificano varie competenze. Technical Centre and a Qualification Centre that recognizes, validates, and certifies competencies.

Tra le tre delegazioni, Epralima offre una serie di corsi, dalla Cucina all'Elettronica, al Turismo, al Design Digitale 3D e altro ancora. Attualmente, Epralima conta una media di 350 studenti suddivisi tra le 3 delegazioni.

Come scuola professionale, Epralima ritiene che tutti gli studenti possano trarre beneficio dallo sviluppo di competenze che insegnano a pensare fuori dagli schemi e che coltivano talenti non convenzionali. Inoltre, queste competenze creano opportunità, garantiscono la giustizia sociale, infondono fiducia e stimolano l'economia. Per Epralima si tratta di un processo di apprendimento lungo tutto l'arco della vita, che dovrebbe iniziare sin dai primi anni della scuola elementare e continuare a crescere attraverso tutti i livelli di istruzione, compresa l'educazione degli adulti.

### EUPHORIA (ITALIA)

Euphoria Net Srl è una società italiana costituita nel marzo 2019 (spin off dell'ex Associazione Euphoria fondata nel 2014) con l'obiettivo principale di fornire servizi nel campo del project management, supportando le organizzazioni nella



realizzazione e gestione di progetti, e organizzando corsi di formazione su queste tematiche. Euphoria è specializzata nel settore dell'istruzione e lavora a progetti che vogliono portare innovazione in questo campo. Le tre principali aree di lavoro sono: 1 - Gestione dei progetti: seguiamo tutti gli aspetti relativi ai progetti dell'UE; 2 - Corsi di formazione: organizziamo corsi di formazione rivolti in particolare alle scuole di ogni ordine e grado, alle università e alle associazioni. I temi trattati sono: gestione dei progetti, competenze digitali, imprenditorialità, potenziamento delle STEM a scuola, cittadinanza europea, apprendimento personalizzato, soft skill e metodologie innovative. 3 - Organizzazione di eventi e strategie di comunicazione: sviluppiamo le strategie di disseminazione dei progetti, curandone il branding, la comunicazione, la mappatura degli stakeholder, l'organizzazione e il coordinamento di eventi in tutta Europa.

### EUROTRAINING (GRECIA)

EUROTraining è un centro di formazione professionale situato ad Atene, in Grecia, con altre due sedi certificate nelle città di Salonicco e Volos.



EUROTraining è specializzato nei settori dell'Imprenditorialità, dell'educazione degli adulti, delle ICT, della gestione finanziaria e del turismo. L'organizzazione è in stretto contatto con il mercato del lavoro e cerca di coordinare la propria offerta formativa con le esigenze di imprese, enti e organizzazioni del settore pubblico e privato. Uno degli obiettivi principali dell'organizzazione è



quello di contribuire alla specializzazione dei dipendenti in modo da fornire loro un vantaggio competitivo.

I programmi di formazione e i seminari di EUROTraining si rivolgono a disoccupati, neoassunti, giovani e aspiranti imprenditori, dipendenti, persone con disabilità, dirigenti, diplomati di scuole superiori e università. Le attività principali dell'organizzazione sono l'offerta di moderni programmi di formazione professionale (anche attraverso l'apprendimento misto abilitato dalle ICT), sistemi di gestione dell'apprendimento basati sul web, seminari di formazione sulle risorse umane e seminari di formazione inter-imprenditoriale. Tutte e tre le filiali di EUROTraining in Grecia offrono aule didattiche spaziose e moderne, laboratori informatici all'avanguardia, attrezzature specializzate di facile accesso alle sedi, biblioteche con accesso a Internet, strutture per l'infanzia e sistema di valutazione dei compiti formativi (ARGUS ERP).

### LOVILA (CIPRO)

Lovila è un istituto di consulenza e formazione cipriota istituito con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo professionale e personale di individui, aziende e imprese di nuova costituzione, incentrato sulla promozione dell'apprendimento permanente, della digitalizzazione e dell'innovazione a diversi livelli e contesti di istruzione. Lovila offre servizi per aziende e imprenditori che necessitano di innovazione, formazione e trasformazione digitale, che giocano un ruolo fondamentale nella capacità di un'organizzazione di evolversi con il mercato. Dall'altro lato, Lovila fornisce anche un supporto formativo di alto livello a giovani e adulti che hanno bisogno di integrarsi professionalmente; sviluppare competenze e qualifiche di base, competenze digitali e imprenditoriali, mentalità e stili di vita sostenibili; inserirsi e reinserirsi nel mercato del lavoro, sviluppando la motivazione e offrendo consulenza e orientamento al lavoro. Lovila crede nella grande importanza della sostenibilità ambientale e nella capacità di equilibrare l'attuale rapporto dirompente tra la cultura umana e imprenditoriale e il pianeta. In questo modo, i servizi dell'azienda sono sempre alla ricerca di pratiche lavorative sostenibili e di un futuro ecosostenibile attraverso l'educazione.





### 3. METODOLOGIA DELLE “B-ECO BRANCHES” - H5P

La metodologia delle “branching” (letteralmente “ramificazioni”) in H5P consente di creare contenuti interattivi con molteplici percorsi o ramificazioni in base alle scelte o alle risposte dell'allievo. Consente di creare un'esperienza di apprendimento dinamica e personalizzata, presentando contenuti o risultati diversi a seconda delle decisioni dello studente.

---

#### 3.1 COME FUNZIONA?

Gli esercizi di H5P funzionano utilizzando una combinazione di elementi interattivi, logica di ramificazione e feedback per creare un'esperienza di apprendimento dinamica. Ecco come funziona in generale:

- 1. Presentazione della domanda o dello scenario:** L'esercizio inizia presentando all'allievo una domanda, uno scenario o un problema. La presentazione può avvenire sotto forma di testo, immagini o altri elementi multimediali.
- 2. Risposta dello studente:** Lo studente sceglie o risponde alla domanda o allo scenario presentato selezionando un'opzione, cliccando su un'area specifica o fornendo un input.
- 3. Logica delle “branching” (o “ramificazioni”):** In base alla risposta dello studente, la logica delle branching all'interno del contenuto H5P determina il passo successivo. L'autore del contenuto definisce i percorsi di ramificazione e specifica quale risultato o elemento di contenuto corrisponde a ciascuna risposta.
- 4. Visualizzazione del risultato o del contenuto:** L'esercizio H5P presenta il risultato o l'elemento di contenuto corrispondente in base alla risposta del discente. Questo può includere informazioni aggiuntive, ulteriori domande, contenuti multimediali o qualsiasi altro contenuto rilevante.
- 5. Feedback per le risposte giuste e sbagliate:** Dopo ogni risposta, l'esercizio di ramificazione fornisce un feedback all'allievo, indicando se la sua scelta era corretta o errata. Il feedback può includere spiegazioni, informazioni aggiuntive o indicazioni relative al percorso scelto.
- 6. Continuazione dell'esercizio** L'esercizio continua presentando nuove domande, scenari o punti di decisione in base al percorso scelto. Il processo si ripete man mano che il discente avanza nell'esercizio di ramificazione, incontrando potenzialmente altri punti di ramificazione e risultati.
- 7. Completamento e conclusione:** L'esercizio si conclude quando lo studente raggiunge un risultato finale o completa un insieme predefinito di percorsi di ramificazione. L'esercizio può fornire un riepilogo delle scelte dell'allievo, offrire ulteriori risorse o presentare una valutazione finale.



La logica delle branching di H5P consente di creare scenari complessi con vari percorsi ed esiti, offrendo agli studenti un corso di apprendimento personalizzato basato sulle loro scelte e risposte. Offre un modo interattivo e coinvolgente per esplorare diverse possibilità, verificare le conoscenze e rafforzare l'apprendimento in modo dinamico e adattabile.

---

### 3.2 BRANCHING H5P: PASSO PASSO

1. **Determinate i punti delle “ramificazioni” (branching):** Identificate i punti specifici del vostro contenuto in cui volete introdurre le “ramificazioni”. Queste possono essere domande, momenti decisionali o interazioni specifiche in cui la risposta dello studente determina il passo successivo.
2. **Create molteplici esiti:** Per ogni punto di ramificazione, definite i diversi risultati possibili in base alle scelte o alle risposte dello studente. Ogni risultato può portare a un percorso, a un contenuto o a un feedback diverso.
3. **Progettate i contenuti e le interazioni:** Create i contenuti per ogni risultato, compresi i testi, i contenuti multimediali o gli elementi interattivi che forniscono le informazioni o coinvolgono lo studente. Potete anche includere domande o valutazioni per guidare ulteriormente il processo di ramificazione.
4. **Impostate la logica della ramificazione:** All'interno dello strumento o della piattaforma di authoring H5P che state utilizzando, impostate la logica delle “branching” per collegare i diversi risultati alle scelte o alle risposte corrispondenti. Questo può essere fatto attraverso un'interfaccia visiva o specificando le connessioni tra gli elementi del contenuto e i risultati.
5. **Definite il feedback per le risposte giuste e sbagliate:** Per migliorare l'esperienza di apprendimento, fornite un feedback sia per le risposte o le scelte corrette che per quelle sbagliate. Questo feedback può includere spiegazioni, informazioni aggiuntive o indicazioni per aiutare gli studenti a capire le conseguenze delle loro scelte.
6. **Test e perfezionamento:** Testate l'esercizio di branching per assicurarvi che la logica e i risultati funzionino come previsto. Apportate le modifiche o i perfezionamenti necessari per migliorare il flusso e la coerenza dei percorsi di ramificazione.

Seguendo questa metodologia, è possibile creare esercizi di branching coinvolgenti e interattivi in H5P, che offrono agli studenti percorsi diversi in base alle loro scelte o risposte, fornendo un'esperienza di apprendimento personalizzata e rafforzando la comprensione dei contenuti.



### 3.3 COME IMPLEMENTARLA IN UN MODULO

L'implementazione di un esercizio di branching in un modulo può essere effettuata utilizzando gli strumenti di authoring H5P o le piattaforme che supportano la creazione e l'integrazione di contenuti H5P. Ecco i procedimenti generali per implementarla:

- 1. Scegliete uno strumento o una piattaforma di authoring H5P:** Selezionate uno strumento o una piattaforma di authoring H5P che permetta di creare e pubblicare contenuti interattivi. Tra le opzioni più diffuse ci sono H5P.org, H5P.com o i plugin/estensioni H5P per vari sistemi di gestione dei contenuti (CMS) come WordPress, Moodle o Drupal.
- 2. Create l'esercizio di branching:** Utilizzate lo strumento o la piattaforma di authoring scelti per creare l'esercizio di branching. Questo include la progettazione del contenuto, la definizione dei punti di ramificazione, la creazione di molteplici esiti, l'impostazione della logica di branching e i feedback per le risposte giuste e sbagliate.
- 3. Personalizzate l'aspetto e le impostazioni:** Personalizzate l'aspetto e il comportamento dell'esercizio di ramificazione per adattarlo al proprio modulo. Questo include la regolazione del layout, dei colori, dei caratteri e di altri elementi visivi. Si possono anche configurare impostazioni aggiuntive, come la tempistica, il punteggio o il monitoraggio dei progressi, a seconda delle capacità dello strumento o della piattaforma di authoring.
- 4. Incorporate il contenuto H5P nel modulo:** Una volta creato l'esercizio di branching, occorre generare il codice di integrazione o inclusione fornito dallo strumento di creazione o dalla piattaforma H5P. Questo codice consente di incorporare l'esercizio di ramificazione direttamente nel modulo, come una pagina web, un sistema di gestione dell'apprendimento (LMS) o una piattaforma di e-learning.
- 5. Test e diffusione:** Prima di distribuire il modulo, testate a fondo l'esercizio di ramificazione per assicurarvi che la logica, i risultati e il feedback funzionino come previsto. Apportate le modifiche o i perfezionamenti necessari in base ai test. Una volta soddisfatti della funzionalità, distribuite il modulo al pubblico a cui è destinato.
- 6. Raccogliete i dati degli studenti e analizzate i risultati:** Mentre gli allievi interagiscono con l'esercizio di ramificazione, raccogliete i dati relativi alle loro scelte, alle loro risposte e ai loro progressi. Analizzate i dati per ottenere informazioni sul comportamento, la comprensione o le aree che potrebbero richiedere ulteriori istruzioni o supporto.

Ricordate di consultare la documentazione o le risorse fornite dallo specifico strumento o piattaforma di authoring H5P che state utilizzando, poiché il processo di implementazione può variare leggermente a seconda delle caratteristiche e delle opzioni di integrazione dello strumento.



---

### 3.4 RISORSE PER AUTHORIZING H5P: STRUMENTI, PIATTAFORME E STRUMENTI

1. **H5P.org:** Il sito ufficiale di H5P offre una serie di strumenti di authoring e risorse per la creazione di contenuti H5P. È possibile accedere agli strumenti di authoring e trovare la documentazione, le esercitazioni e il supporto della comunità all'indirizzo <https://h5p.org/>.
2. **H5P.com:** H5P.com è una piattaforma basata su cloud che fornisce servizi di hosting e gestione dei contenuti H5P. Offre un'interfaccia facile da usare per creare e pubblicare contenuti H5P. Per saperne di più e per registrarsi è possibile visitare il sito <https://h5p.com/>.
3. **H5P Plugins per CMS:** H5P fornisce plugin/estensioni per i più diffusi sistemi di gestione dei contenuti (CMS) come WordPress, Moodle, Drupal e altri. Potete cercare specifici "H5P plugin" per il vostro CMS per trovare i plugin più adatti che vi permettono di creare e incorporare i contenuti H5P all'interno del vostro CMS.
4. **Documentazione H5P:** La documentazione di H5P fornisce informazioni e guide dettagliate sulla creazione e sull'uso dei contenuti H5P. È possibile accedere alla documentazione all'indirizzo <https://h5p.org/documentation>.
5. **Comunità H5P:** La comunità H5P è un forum attivo in cui gli utenti condividono le loro esperienze, pongono delle domande e forniscono supporto per gli argomenti relativi a H5P. È possibile unirsi alla comunità all'indirizzo <https://h5p.org/community>.

*N.B.: la disponibilità e le caratteristiche degli strumenti di authoring, delle piattaforme e dei plugin H5P possono variare, per cui si consiglia di esaminare le opzioni e le risorse specifiche che corrispondono alle proprie esigenze e ai propri requisiti.*



## 4. OBIETTIVI DEI MATERIALI DIDATTICI DI B-ECO

Questi materiali didattici hanno lo scopo di supportare i formatori e gli educatori VET nell'utilizzo della piattaforma di e-learning e delle “B-ECO Branches” (“ramificazioni”) durante le loro sessioni di imprenditorialità:

**Facilitare l'integrazione dell'e-learning:** L'obiettivo principale dei materiali didattici è quello di supportare i formatori e gli educatori VET nell'utilizzo efficace della piattaforma e-learning come risorsa fondamentale durante le loro sessioni sull'imprenditorialità.

**Migliorare l'utilizzo delle “B-ECO Branches”:** I materiali mirano a consentire ai formatori di massimizzare il potenziale delle “B-ECO Branches”, assicurando che gli studenti beneficino di esperienze pratiche e reali in linea con i principi dell'eco-imprenditorialità.

**Promuovere la sostenibilità digitale:** I materiali mirano a incoraggiare e consentire la transizione verso le risorse digitali, promuovendo un approccio più sostenibile ed ecologico all'istruzione e alla formazione imprenditoriale.

**Accessibilità e convenienza:** Rendendo disponibili i materiali in formato elettronico, si mira a fornire ai formatori e agli educatori VET risorse facilmente accessibili, scaricabili dal sito web del progetto e dalla piattaforma e-learning, facilitando in questo modo il loro utilizzo in diversi ambienti didattici.

**Descrizioni dei moduli e materiali didattici:** I materiali hanno lo scopo di offrire descrizioni esaustive dei moduli e materiali didattici che mettano i formatori in condizione di tenere sessioni di imprenditorialità efficaci, in linea con i principi dell'eco-imprenditorialità.

**Guida Dettagliata per B-ECO Brances:** I materiali didattici mirano ad offrire ai formatori una guida dettagliata per la costituzione e il funzionamento delle “B-ECO Branches”, favorendo un apprendimento pratico ed esperienziale per i loro allievi.

**Potenziare le competenze dei formatori:** Uno degli obiettivi principali è quello di aiutare i formatori e gli educatori dell'istruzione e della formazione professionale, dotandoli delle conoscenze e degli strumenti necessari per creare sessioni di imprenditorialità coinvolgenti, efficaci e rispettose dell'ambiente.

**Migliorare i risultati di apprendimento degli studenti:** In definitiva, i materiali didattici mirano a contribuire al miglioramento dei risultati di apprendimento degli studenti, migliorando la qualità e la sostenibilità dell'educazione all'imprenditorialità e preparando gli studenti a diventare imprenditori eco-consapevoli.

**Allineamento con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile:** I materiali mirano ad allinearsi con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite, in particolare con quelli relativi alla sostenibilità



ambientale e all'istruzione di qualità, promuovendo un'educazione all'imprenditorialità eco-compatibile.

**Promuovere l'innovazione:** Promuovendo l'eco-imprenditorialità e l'integrazione dell'e-learning, questi materiali mirano a stimolare il pensiero innovativo e a ispirare lo sviluppo di soluzioni imprenditoriali sostenibili sia tra gli educatori che tra gli studenti.



## 5. PIATTAFORMA E-LEARNING DI B-ECO

La piattaforma e-learning di B-ECO contiene:

- **Registrazione utente:** I formatori e gli studenti devono creare un account sulla piattaforma e-learning per accedervi.
- **Dashboard:** Una volta effettuato il log in, gli utenti vengono accedono a una dashboard personalizzabile che mostra le informazioni rilevanti, tra cui i progressi del corso, gli aggiornamenti recenti e gli eventi imminenti.
- **Catalogo del corso:** La piattaforma offre un catalogo completo del corso, organizzato in moduli sull'eco-imprenditorialità. I formatori possono scorrere e selezionare i moduli che corrispondono alle loro esigenze didattiche.
- **Accesso al Modulo:** Cliccando su un modulo specifico si accede a una pagina dedicata con contenuti dettagliati, tra cui:
  - **Panoramica:** Una descrizione degli obiettivi e dei risultati di apprendimento del modulo.
  - **Materiale Didattico:** Accesso a risorse come presentazioni, video e contenuti interattivi.
  - **Strumenti di Valutazione:** Quiz, compiti o valutazioni per verificare la comprensione.
- **Forum di Discussione:** Ogni modulo/corso può avere un proprio forum di discussione, che consente ai formatori di porre domande, condividere esperienze e collaborare con i colleghi. Questo favorisce un senso di comunità e di sostegno tra i formatori.
- **Monitoraggio dei Progressi:** La piattaforma tiene traccia dei progressi compiuti all'interno di ciascun modulo, contrassegnando le sezioni completate e consentendo ai formatori di riprendere da dove si interrompe.
- **Risorse Scaricabili:** I materiali didattici e le guide potranno essere scaricati direttamente dal sito web del progetto.
- **Impostazione delle "B-ECO Branches":** La piattaforma ha una sezione dedicata all'esecuzione degli esercizi di branching ("ramificazione") di B-ECO.
- **Risorse:** Oltre ai corsi, la piattaforma fornirà una serie di risorse e casi di studio per approfondire le conoscenze di formatori e studenti.
- **Analisi del Coinvolgimento degli Utenti:** La piattaforma raccoglierà dati sul coinvolgimento degli utenti, tra cui i materiali più popolari, i tassi di progresso e i feedback, aiutando gli amministratori a perfezionare ed espandere le offerte.

In sintesi, la piattaforma e-learning funge da hub completo e di facile utilizzo per i formatori e gli studenti dell'istruzione e della formazione professionale, offrendo una ricca gamma di risorse, opportunità di collaborazione e meccanismi di supporto. Questo approccio integrato massimizza i benefici dei materiali didattici per l'insegnamento efficace dell'eco-imprenditorialità e la creazione di scenari di ramificazione ("B-ECO Branches").



## MODULO 1: IL PERCORSO DELL'IMPRENDITORE/IMPRENDITRICE

### 1. INTRODUZIONE

In qualità di insegnanti dovrete cominciare con un discorso motivazionale, ad esempio:

*“Cari studenti,*

*L'imprenditorialità è un sentiero poco battuto, una strada per il successo tutt'altro che facile. Come allievi che studiano imprenditorialità, avete già intrapreso un viaggio che richiede coraggio, resilienza e una fede incrollabile nei vostri sogni. Avete scelto un percorso pieno di sfide, fallimenti ed errori, ma vi assicuro che è anche un percorso che può portare a soddisfazioni e successi incredibili.*

*Accogliete le sfide, i fallimenti e gli errori come opportunità per crescere. Ricordate, il fallimento non è l'opposto del successo, è un trampolino di lancio verso il successo. Imparate dai vostri errori e perseverate. Il successo non è una questione di fortuna, ma di perseveranza e duro lavoro. Abbiate fiducia nella vostra idea, circondatevi di sostenitori e credete in voi stessi. Il vero successo sta nell'impatto che avete e nel cambiamento positivo che portate. Affrontate il viaggio, festeggiate le vittorie e imparate dalle sconfitte. Siate forti e non perdetevi mai di vista i vostri sogni. Forgiate il vostro percorso, superate gli ostacoli e fate risplendere il vostro spirito imprenditoriale.*

*Permettetemi di dirvi: In bocca al lupo per questo incredibile viaggio!”.*

Fate seguire questo discorso da una breve introduzione alla lezione e agli obiettivi di apprendimento:

Il cammino dell'imprenditore comprende le prime riflessioni e i primi approcci al percorso imprenditoriale. In ogni unità, imparerete il significato dell'imprenditorialità, le qualità che un imprenditore deve avere, come intraprendere il vostro percorso imprenditoriale e gli esempi di imprenditori di successo. Alla fine di ogni unità, ci sono compiti pratici che permettono di verificare le conoscenze acquisite e di determinare se si è sulla strada (imprenditoriale) giusta.

### 2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

- Come pianificare il proprio percorso imprenditoriale.
- Imparare quali qualità imprenditoriali si possiedono e quali devono ancora essere acquisite/sviluppate.
- Applicare approcci per avviare efficacemente un percorso imprenditoriale basato su buone pratiche.



---

### 3. RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Capire cos'è l'imprenditorialità e chi è un imprenditore.
- Conoscere le caratteristiche principali di un imprenditore.
- Identificare i vantaggi e gli svantaggi dell'essere imprenditore.
- Definire i primi passi dell'imprenditorialità.
- Sapere dove cercare sostegno e aiuto in Slovenia.

---

### 4. METODI DI APPRENDIMENTO

- Studio della letteratura consigliata e delle risorse internet.
- Processo decisionale basato sui risultati degli scenari di ramificazione B-ECO.
- Valutazione del percorso imprenditoriale.

---

### 5. RISULTATI - COMPETENZE ACQUISITE (COLLEGAMENTO CON ENTRE-COMP)<sup>1</sup>

- **Idee e opportunità:**
  1. Visione
  2. Valorizzazione delle idee
  3. Creatività
- **Risorse:**
  1. Motivazione e perseveranza
  2. Autoconsapevolezza e autoefficacia
  3. Mobilitazione delle risorse
- **In azione:**
  1. Prendere l'iniziativa
  2. Pianificazione e gestione
  3. Imparare attraverso l'esperienza

---

### 6. ATTREZZATURE E RISORSE

- Computer
- Proiettore o TV
- Accesso a Internet

---

<sup>1</sup> <https://entre-comp.eu/>



## 7. RISCALDAMENTO (15 MIN.)

### Trascinare le parole - Definizioni di imprenditorialità

**Istruzioni:** Trascinate le parole dalla colonna di destra alle definizioni corrispondenti nella colonna di sinistra.

Colonna 1: DEFINIZIONI	Trascina le parole dalla Colonna 2 alla Colonna 1	Colonna 2: PAROLE
A. Il processo di raccolta delle informazioni su potenziali clienti e competitor per prendere decisioni aziendali consapevoli.		1. Innovazione
B. Un documento dettagliato che delinea gli obiettivi, le strategie e le proiezioni finanziarie di una nuova attività.		2. Assunzione del rischio
C. La capacità di identificare e creare nuove idee, prodotti o servizi che aggiungono valore al mercato.		3. Ricerca di Mercato
D. L'atto di assumere rischi calcolati per raggiungere il successo aziendale.		4. Business Plan
E. Costruire e mantenere relazioni con individui e organizzazioni per scambiare informazioni, risorse e opportunità.		5. Networking
<b>Risposte corrette:</b> Innovazione - C Assunzione del rischio - D Ricerca di Mercato - A Business Plan - B Networking - E		

## 8. PRESENTAZIONE (35 MIN.)

- **Presentazione in Power Point della lezione + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. Spiegazione dei risultati di apprendimento della lezione.
  - B. L'insegnante introduce i risultati dell'apprendimento della lezione 1:
    - Che cos'è l'imprenditorialità e chi è un imprenditore?
    - Caratteristiche di un imprenditore.
    - Vantaggi e svantaggi dell'essere un imprenditore.
    - Primi passi nell'imprenditoria.
    - Dove cercare supporto e aiuto?
  - C. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
    - Video-intervista con un imprenditore.



## 9. SCENARIO DI RAMIFICAZIONE (BRANCHING)

**Introduzione:** Benvenuti allo scenario di ramificazione sul percorso imprenditoriale. Questo esercizio è stato ideato per mettere alla prova le vostre conoscenze e capacità decisionali in merito alle forme giuridiche di diverse situazioni. Leggete attentamente ogni domanda e selezionate la risposta più adatta.

**Domanda 1: Qual è il significato chiave dell'imprenditorialità?**

- a) Essere un direttore
- b) Individuare i bisogni di mercato e creare valore aggiunto
- c) Pagare le tasse

**Feedback 1a:** Non è corretto. Le persone che intraprendono l'attività imprenditoriale solo per la posizione di direttore hanno poche possibilità di successo.

**Feedback 1b:** Ottima scelta! L'essenza dell'imprenditorialità consiste nell'identificare le esigenze dei clienti, progettare un prodotto che soddisfi tali esigenze e creare un valore aggiunto all'interno dell'impresa.

**Feedback 1c:** Risposta errata. Pagare le tasse non è certo il motivo principale per cui si diventa imprenditori :).

**Domanda 2: Quali delle qualità elencate deve avere un imprenditore?**

- a) Perseveranza
- b) Obbedienza
- c) Risentimento

**Feedback 2a:** Eccellente! L'imprenditoria è come le montagne russe, una volta sei su, una volta sei giù - senza perseveranza non vi è successo in quest'area!

**Feedback 2b:** Sbagliato. Un imprenditore deve pensare con la propria testa e avere una mentalità strategica o visionaria.

**Feedback 2c:** Non è la risposta corretta. Il risentimento impedisce all'imprenditore di lavorare bene con i partner commerciali nel lungo termine.

**Domanda 3: Quali sono i pro dell'essere imprenditore?**

- a) Potenziali rischi finanziari
- b) Orari di lavoro più lunghi
- c) Si può seguire la propria passione

**Feedback 3a:** No, l'imprenditorialità comporta sempre dei rischi, il rischio finanziario è il rischio più comune in ambito imprenditoriale.

**Feedback 3b:** Errato. L'avvio di un'impresa richiede una grande quantità di tempo e di sforzi mentali.

**Feedback 3c:** Ben fatto! La passione è uno degli stimoli principali per il successo aziendale!



**Domanda 4:** È importante cercare supporto e aiuto all'inizio di un percorso indipendente?

- a) No, so tutto
- b) No, posso trovare tutto sul Web
- c) Sì

**Feedback 4a:** Sbagliato. Nessuno sa tutto. All'inizio del percorso imprenditoriale, è fondamentale ottenere il maggior numero possibile di informazioni e supporto, perché gli errori nell'imprenditoria possono costare caro.

**Feedback 4b:** Errato. Il World Wide Web offre molte informazioni utili, ma non può "adattarsi" esattamente alle vostre esigenze.

**Feedback 4c:** Corretto! Le informazioni e l'esperienza che si ottengono di persona non hanno prezzo!

**Conclusione:** Congratulazioni per aver completato lo scenario ramificato sul percorso imprenditoriale. Avete dimostrato di aver compreso quali sono i primi passi e quali qualità personali sono importanti per un imprenditore. Ricordate di consultare le istituzioni a sostegno all'imprenditoria per ottenere supporto, verificare l'idea imprenditoriale e ricevere assistenza.

---

## 10. VALUTAZIONE

- Caratteristiche di un imprenditore; questionario sulle 6 caratteristiche chiave, su una scala da 1 a 10 (autovalutazione).

Caratteristiche dell'Imprenditore	Rilevanza 1-10
Deve avere la capacità di assumersi dei rischi	
Mentalità Innovativa	
Passione	
Sicurezza	
Qualità visionarie e di Leadership	
Capacità Decisionale	

---

## 11. RACCOLTA DI CASI STUDIO "I PIÙ GRANDI SUCCESSI" (R3)

---

## 12. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA "BIBLIOGRAFIA" NEI MODULI (R1)

[1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave. Str. 10-285.



- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Value Proposition Design. Dostopno na/disponibile: <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>. Str. 15-38.
- [3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubljana.
- [4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubljana. [www.delajvitko.si](http://www.delajvitko.si).
- [5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) *Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures*; Prentice Hall - Bergant, A.
- [6] Sushanta Maiti (2021); *What is Entrepreneurship? Definition, 5 Types, 5 Scopes, Characteristics, 5 Importance*;  
[https://educationleaves.com/what-is-entrepreneurship/#Definition\\_of\\_Entrepreneurship](https://educationleaves.com/what-is-entrepreneurship/#Definition_of_Entrepreneurship)
- [7] Indeed Editorial Team (2021); *12 Pros and Cons of Being an Entrepreneur*;  
<https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/pros-and-cons-of-being-entrepreneur>



## MODULO 2: IDEA DI BUSINESS

### 1. INTRODUZIONE

Come insegnanti, dovrete iniziare con un discorso motivazionale, ad esempio:

*“Cari studenti,*

*oggi discuteremo di idee imprenditoriali... La vostra idea imprenditoriale è una scintilla di genialità, una testimonianza della vostra creatività, della vostra ambizione e del vostro potenziale illimitato. Preparatevi al viaggio che vi attende, perché non sarà facile. Aspettatevi contrattempi, dubbi e porte chiuse. Ma ricordate che il fallimento non è la fine, bensì un trampolino di lancio verso il successo. Accogliete il fallimento come una guida, una bussola che reindirizza la vostra rotta verso migliori possibilità. Circondatevi di mentori e consiglieri, imparate dai fallimenti e non perdetevi mai di vista la vostra idea. Credete in voi stessi e nella vostra idea, perché il mondo ha bisogno della vostra innovazione, della vostra prospettiva unica e della vostra audacia nello sfidare la norma. Osate sognare in grande, sfidate lo status quo e fate della vostra idea una realtà. Ho fiducia in voi. Uscite e mostrate al mondo di che pasta siete fatti!”.*

Fate seguire questo discorso da una breve introduzione alla lezione e agli obiettivi di apprendimento:

L'obiettivo di avviare un'attività in proprio inizia con il riconoscere un problema sul mercato che abbia un grande potenziale di mercato e un livello di potenzialità tale che gli acquirenti siano disposti a pagare per la vostra soluzione (prodotto, servizio). Questo modulo presenterà le fasi per identificare il problema, quali sono le modalità di creazione di un'idea imprenditoriale, cosa deve includere una buona idea imprenditoriale e come valutare il potenziale di un'idea imprenditoriale. Il contenuto del modulo vi consentirà di adottare un approccio strutturato per formulare e definire un'idea imprenditoriale; si tratta dei passi necessari per avviare con successo la vostra attività.

### 2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

- Come si ottiene un'idea per avviare un'attività?
- Approcci alla creazione di un'idea imprenditoriale.
- Caratteristiche di una buona idea imprenditoriale.
- Come verificare il "valore" di un'idea imprenditoriale?



---

### 3. RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Identificazione dell'idea imprenditoriale.
- Caratteristiche di una buona idea imprenditoriale.
- Valutazione di un'idea imprenditoriale.

---

### 4. METODI DI APPRENDIMENTO

- Studio della letteratura consigliata e delle risorse di internet.
- Processo decisionale basato sui risultati degli scenari di ramificazione B-ECO.
- Valutazione del modulo.

---

### 5. RISULTATI - COMPETENZE ACQUISITE (COLLEGAMENTO CON ENTRE-COMP)<sup>2</sup>

- **Idee e opportunità:**
  1. Visione
  2. Valorizzazione delle Idee
  3. Creatività
- **Risorse:**
  1. Motivazioni e Perseveranza
  2. Autoconsapevolezza e Autoefficacia
  3. Mobilitazione delle Risorse
- **In azione:**
  1. Prendere l'iniziativa
  2. Pianificazione e Gestione
  3. Imparare attraverso l'esperienza

---

### 6. ATTREZZATURE E RISORSE

- Computer
- Proiettore o TV
- Accesso a Internet

---

<sup>2</sup> <https://entre-comp.eu/>



---

## 7. RISCALDAMENTO (15 MIN.)

Dividete gli studenti in piccoli gruppi di 3-4 persone.

1. Spiegate il concetto di elevator pitch, che è un riassunto conciso e persuasivo di un'idea imprenditoriale che può essere presentato nel tempo di una corsa in ascensore (da 30 secondi a 1 minuto circa).
2. Date a ogni gruppo un oggetto a caso o il nome di un prodotto di fantasia. Potete scriverli su piccoli foglietti di carta e distribuirli.
3. Chiedete ai gruppi di proporre un'idea imprenditoriale legata all'oggetto o al nome del prodotto dato. Dovranno fare un brainstorming e creare una breve presentazione della loro idea.
4. Stabilite un limite di tempo, ad esempio 10-15 minuti, durante il quale i gruppi preparano le loro proposte.
5. Una volta scaduto il tempo, chiedete a ciascun gruppo di scegliere una persona che presenti il suo elevator pitch al resto della classe.
6. Incoraggiate i gruppi a essere creativi, entusiasti e persuasivi durante le loro presentazioni.
7. Dopo ogni presentazione, lasciate che la classe fornisca un feedback costruttivo e faccia domande sull'idea imprenditoriale.
8. È possibile introdurre un sistema di votazione o avere una giuria che valuti le proposte in base a criteri come la chiarezza, la creatività e la persuasività.
9. Concludete il gioco discutendo i punti chiave dell'attività e sottolineando l'importanza di una comunicazione efficace nella presentazione di idee imprenditoriali.

Questo gioco non solo introdurrà gli studenti alla lezione, ma promuoverà anche il lavoro di squadra, la creatività e un'efficace capacità di comunicazione.

---

## 8. PRESENTAZIONE (35 MIN.)

- **Presentazione Power Point della lezione + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. Spiegazione dei risultati di apprendimento della lezione.
  - B. L'insegnante presenta i risultati di apprendimento della lezione 2:
    - Come formulo un'idea per avviare un'attività?
    - Identificare il perché, il chi e il come.
    - Caratteristiche di una buona idea imprenditoriale.
    - Come verificare il "valore" di un'idea imprenditoriale?
  - C. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
    - 5 slide di idee imprenditoriali di successo (locali!).



## 9. SCENARIO DI RAMIFICAZIONE (BRANCHING)

**Introduzione:** Siete un imprenditore in erba con la passione per la tecnologia. Avete due potenziali idee imprenditoriali e dovete decidere quale perseguire. Le vostre scelte sono:

**Idea A:** Sviluppare un'applicazione per dispositivi mobili che aiuti le persone a monitorare e ridurre la propria impronta di carbonio.

**Idea B:** Creare una piattaforma di realtà virtuale (VR) per l'apprendimento immersivo delle lingue.

Esploriamo ora lo scenario di ramificazione:

### **Ramificazione 1: Scelta dell'idea - A (App per l'impronta di carbonio)**

Decidete di perseguire l'idea A e di sviluppare un'applicazione mobile che aiuti le persone a monitorare e ridurre la loro impronta di carbonio. Approfondendo l'idea, vi trovate di fronte a un momento decisionale fondamentale:

#### **Opzione A1: Finanziamenti e Risorse**

Vi rendete conto che lo sviluppo dell'applicazione richiede fondi e risorse significative. Avete due opzioni:

##### **Opzione A1.1: Cercate Finanziamenti Venture Capital (VC)**

Decidete di proporre la vostra idea a degli investitori per un finanziamento di Venture Capital. Tuttavia, durante il processo di presentazione, incontrate delle difficoltà e alcuni investitori esprimono dubbi sulla redditività e sulla scalabilità dell'applicazione. Che cosa fate?

##### **Opzione A1.1.1: Modificate la Presentazione (Pitch)**

Ascoltate il feedback degli investitori e modificate il vostro pitch per rispondere alle loro preoccupazioni. Ciò richiede la rielaborazione del modello di business e la ricerca di ulteriori flussi di reddito. Dopo aver apportato le modifiche necessarie, vi assicurate con successo un finanziamento di Venture Capital. La vostra applicazione acquista popolarità ed espandete la vostra base di utenti a livello globale, con un impatto positivo sull'ambiente.

##### **Opzione A1.1.2: Cercate Finanziamenti Alternativi**

Decidete di esplorare opzioni di finanziamento alternative per assicurarvi le risorse necessarie per lo sviluppo dell'app. Tra queste, la richiesta di sovvenzioni, la ricerca di fondi di beneficenza o la collaborazione con organizzazioni attente all'ambiente.



Nonostante le difficoltà iniziali, riuscite a ottenere i finanziamenti necessari e a lanciare con successo la vostra applicazione, con un impatto positivo sull'ambiente.

### **Opzione A1.2: Avvio dell'Impresa**

Invece di cercare finanziamenti esterni, decidete di avviare la vostra impresa investendo i vostri risparmi e sfruttando la vostra rete di contatti. Sebbene i progressi siano inizialmente lenti, la dedizione e l'intraprendenza ripagano. La vostra applicazione si fa strada e gradualmente generate entrate, consentendovi di crescere e di avere un impatto positivo sull'ambiente.

### **Ramificazione 2: Scelta dell'idea B (Piattaforma VR di apprendimento linguistico)**

Scegliete di perseguire l'idea B e di creare una piattaforma di realtà virtuale (VR) per l'apprendimento immersivo delle lingue. Mentre esplorate ulteriormente questa idea, vi trovate di fronte a un momento decisionale fondamentale:

#### **Opzione B1: Ricerca di Mercato e Validazione**

Vi rendete conto dell'importanza della ricerca di mercato e della sua validazione prima di investire risorse significative nello sviluppo della vostra piattaforma virtuale di apprendimento delle lingue. Avete due opzioni:

##### **Opzione B1.1: Conducete una Ricerca di Mercato Approfondita**

Avete impiegato tempo e risorse per condurre una ricerca di mercato completa, che comprende sondaggi, gruppi di discussione e analisi della concorrenza. I risultati indicano una forte domanda di esperienze di apprendimento immersivo delle lingue e confermano il potenziale successo della vostra piattaforma. Incoraggiati dai risultati, procedete con lo sviluppo, lanciate la piattaforma e ottenete una considerevole quantità di utenti di base.

##### **Opzione B1.2: Cambiate radicalmente (Pivot) l'Idea**

Durante la vostra ricerca di mercato, scoprite che il mercato delle piattaforme di apprendimento linguistico virtuale è saturo, il che rende difficile distinguersi. Tuttavia, individuate un'altra opportunità: la creazione di un'applicazione per l'apprendimento delle lingue alimentata dall'AI e incentrata su esperienze di apprendimento personalizzate. Riconoscendone il potenziale, cambiate radicalmente la vostra idea (pivot), conducete ulteriori ricerche di mercato, perfezionate i vari aspetti e lanciate con successo l'app, che si rivolge a un pubblico di nicchia.



## 10. VALUTAZIONE

### Esercizio: Analisi e Discussione critica dell'idea imprenditoriale\*

**Obiettivo:** L'obiettivo di questo esercizio è valutare la capacità degli studenti di analizzare e discutere delle idee imprenditoriali sulla base di vari criteri.

**Istruzioni:** Fornite a ogni studente una serie di idee imprenditoriali o di casi studio (potete crearne di vostri o utilizzare esempi esistenti di aziende reali).

Chiedete agli studenti di analizzare e valutare individualmente le idee imprenditoriali in base ai seguenti criteri:

- a. **Potenziale di Mercato:** Valutare le dimensioni del mercato di riferimento, la domanda del prodotto o del servizio e il potenziale di crescita.
- b. **Value Proposition:** Valutare l'unicità e l'attrattiva del prodotto o del servizio offerto.
- c. **Vantaggio competitivo:** Identificare il vantaggio competitivo dell'idea imprenditoriale rispetto ai concorrenti esistenti.
- d. **Revenue Model ("modello delle entrate"):** Analizzare la strategia di produzione dei ricavi e la potenziale redditività dell'azienda.
- e. **Fattibilità:** Considerare le risorse, le competenze e le infrastrutture necessarie per realizzare l'idea imprenditoriale.
- f. **Sostenibilità:** Valutare la fattibilità e la scalabilità a lungo termine dell'idea imprenditoriale.
- g. **Rischi e Mitigazione:** Identificare i potenziali rischi e le sfide associate all'idea imprenditoriale e proporre dei metodi per mitigarli.

\*Ecco alcune idee imprenditoriali che gli studenti possono analizzare ed esplorare:

- **Piattaforma di e-commerce per gli artigiani locali:** Creare un mercato online che esponga e venda prodotti fatti a mano creati da artigiani locali. Gli studenti possono analizzare il potenziale di mercato, il pubblico target, il panorama competitivo e i modelli di guadagno per questa idea imprenditoriale.
- **Agenzia di marketing digitale per piccole imprese:** Costruire un'agenzia di marketing digitale specializzata nella fornitura di strategie e servizi di marketing online su misura per le piccole imprese. Gli studenti possono analizzare la domanda di servizi di marketing digitale, i modelli di prezzo, i possibili canali di marketing e i vantaggi competitivi di questa idea imprenditoriale.
- **App di fitness personalizzata:** Sviluppare un'applicazione per dispositivi mobili che offra piani di allenamento personalizzati, indicazioni nutrizionali e funzioni di monitoraggio dei progressi. Gli studenti possono analizzare le dimensioni del mercato, il potenziale pubblico di



riferimento, le caratteristiche uniche e le strategie di monetizzazione e acquisizione degli utenti per questa idea imprenditoriale.

- **Soluzioni di packaging sostenibile:** Avviare un'attività che offra soluzioni di packaging eco-compatibili e sostenibili per le aziende di e-commerce. Gli studenti possono analizzare la crescente domanda di imballaggi sostenibili, i processi di produzione, le considerazioni sui costi e le strategie di marketing per questa idea imprenditoriale.
- **Centro di divertimento in realtà virtuale (VR):** Creare un centro di divertimento virtuale che offra esperienze di gioco immersive e simulazioni di realtà virtuale. Gli studenti possono analizzare il potenziale di mercato, la scelta della location, i modelli di prezzo, i requisiti hardware e software e le strategie di marketing per questa idea imprenditoriale.
- **Piattaforma di tutoraggio online:** Sviluppare una piattaforma online che metta in contatto gli studenti con tutor qualificati per sessioni di tutoraggio personalizzate. Gli studenti possono analizzare la domanda di tutoraggio online, le strutture dei prezzi, i processi di selezione dei tutor e i requisiti tecnologici per questa idea imprenditoriale.
- **Servizio di consegna di alimenti di origine vegetale:** Lanciare un servizio di consegna di alimenti a domicilio specializzato in pasti a base vegetale e vegana. Gli studenti possono analizzare le tendenze del mercato, il pubblico target, lo sviluppo del menu, la gestione della catena di approvvigionamento e la differenziazione dalla concorrenza per questa idea imprenditoriale.
- **Marchio di moda sostenibile:** Creare un marchio di moda sostenibile che si concentri sull'approvvigionamento etico, su processi di produzione rispettosi dell'ambiente e su pratiche di commercio eque e solidali. Gli studenti possono analizzare il mercato della moda sostenibile, le strategie di branding, le opzioni di approvvigionamento e le campagne di marketing per questa idea imprenditoriale.
- **Soluzioni per la domotica intelligente:** Fornire soluzioni di automazione domestica intelligente che consentano ai proprietari di casa di controllare e monitorare vari settori della loro abitazione attraverso dispositivi connessi. Gli studenti possono analizzare la domanda di mercato, i requisiti tecnologici, i modelli di prezzo e le potenziali collaborazioni per questa idea imprenditoriale.
- **Piattaforma di gestione di eventi virtuali:** Sviluppare una piattaforma che faciliti la pianificazione, l'organizzazione e l'hosting di eventi virtuali, conferenze e webinar. Gli studenti possono analizzare il mercato degli eventi virtuali, le caratteristiche della piattaforma, le strutture dei prezzi e le strategie di marketing per questa idea imprenditoriale.

---

## 11. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)



---

## 12. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA "BIBLIOGRAFIA" NEI MODULI (R1)

- [1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave. Str. 10-285.
- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Value Proposition Design. Dostopno na/disponibile: <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>. Str. 15-38.
- [3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubljana.
- [4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubljana. [www.delajvitko.si](http://www.delajvitko.si).
- [5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) *Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures*; Prentice Hall - Bergant, A.
- [6] Joshua Stowers, (2023) *How to Start a Business: A Step-by-Step Guide*; Business News Daily
- [7] Mark Macdonald, (2022) *Product Ideas: 17 Places To Find Profitable Products*; <https://www.shopify.com/blog/product-ideas>
- [8] Ahmad Nasrudin, (2023); *What are the characteristics of a good business idea?* <https://penpoin.com/good-business-idea/>



## MODULO 3: BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)

### 1. INTRODUZIONE

Come insegnanti, dovrete iniziare con un discorso motivazionale, ad esempio:

*“Cari studenti/futuri imprenditori,*

*oggi parleremo del Business Model Canvas. Il Business Model Canvas è la vostra bussola, il vostro progetto di successo. È uno strumento che porta chiarezza nel caos, guidandovi nel costruire una solida base aziendale. Accogliete il suo potere e liberate la vostra creatività. Identificate gli elementi chiave - segmenti di clienti, proposte di valore, canali - e intrecciateli come in un arazzo. Adattatevi, rielaborate e perfezionate mentre navigate nel panorama dinamico dell'imprenditoria. Con il BMC come guida, scoprirete opportunità nascoste, sfrutterete le risorse e creerete partnership strategiche. Accogliete il Business Model Canvas, perché è il ponte che collega la vostra visione alla realtà. Lasciate che vi dia la possibilità di creare modelli di business d'impatto che superino i confini. Accettate la sfida, maneggiate il Canvas con cura e guardate i vostri sogni prendere il volo. Il successo attende coloro che ne sfruttano il potenziale. Avete la tela, ora dipingete il vostro capolavoro”.*

Fate seguire questo discorso da una breve introduzione alla lezione e agli obiettivi di apprendimento:

Il modulo Business Model Canvas (BMC) rappresenta un approccio e uno strumento con cui gli imprenditori, soprattutto i potenziali imprenditori, ridefiniscono o iniziano efficacemente il loro percorso imprenditoriale. Il modulo presenta la struttura, l'approccio e i vantaggi principali dell'utilizzo del Business Model Canvas, il quale aiuta a visualizzare ciò che è importante e spinge gli utenti ad affrontare le aree chiave. Può essere utilizzato anche da un team (dipendenti e/o consulenti) per comprendere le relazioni e raggiungere accordi.

### 2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

- Vantaggi dell'utilizzare il Business Model Canvas.
- Come iniziare a costruire un BMC per la vostra idea di business.
- Aree chiave del Business Model Canvas.

### 3. RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Conoscenza dei principi del BMC.
- Progettare il BMC per la propria idea imprenditoriale.
- Riconoscere i vantaggi dell'uso del Business Model Canvas.



---

#### 4. METODI DI APPRENDIMENTO

- Studio della letteratura consigliata e delle risorse di internet.
- Processo decisionale basato sui risultati degli scenari di ramificazione B-ECO.
- Valutazione del modulo.

---

#### 5. RISULTATI - COMPETENZE ACQUISITE (CONNESSIONE CON ENTRE-COMP)<sup>3</sup>

- **Idee e opportunità:**
  1. Visione
  2. Valorizzazione delle idee
  3. Creatività
- **Risorse:**
  1. Motivazioni e Perseveranza
  2. Autoconsapevolezza e autoefficacia
  3. Mobilitazione delle Risorse
- **In Azione:**
  1. Prendere l'iniziativa
  2. Pianificazione e Gestione
  3. Imparare attraverso l'esperienza

---

#### 6. ATTREZZATURE E RISORSE

- Computer
- Proiettore o TV
- Accesso a Internet

---

#### 7. RISCALDAMENTO (15 MIN.)

Nei prossimi 15 minuti inizieremo un esercizio di “riscaldamento” divertente e coinvolgente utilizzando il Business Model Canvas. Preparatevi a liberare la vostra creatività e a esplorare gli elementi chiave di un modello di business.

Immaginate di avere una passione per la pasticceria e di voler avviare una piccola attività. Prendete una penna e un foglio di carta, oppure utilizzate uno strumento digitale, e iniziamo!

---

<sup>3</sup> <https://entre-comp.eu/>



1. Iniziate a identificare i "problemi" dei potenziali clienti che potete risolvere con il vostro prodotto. Una volta terminato questo compito, identificate i vostri segmenti di clientela. Chi saranno i vostri clienti target? Vi rivolgerete ai residenti locali, alle aziende o a entrambi? Pensate alle loro preferenze, esigenze e dati demografici.
2. Iniziate a identificare i "problemi" dei potenziali clienti che potete risolvere con il vostro prodotto. Una volta terminato questo compito, identificate i vostri segmenti di clientela. Chi saranno i vostri clienti target? Vi rivolgerete ai residenti locali, alle aziende o a entrambi? Pensate alle loro preferenze, esigenze e dati demografici.
3. Ora esplorate i canali attraverso i quali raggiungerete i vostri clienti. Avrete un negozio fisico, una pagina online o entrambi? Pensate a come promuovere la vostra pasticceria e a come entrare in contatto con i potenziali clienti.
4. Man mano che procedete, prendete in considerazione le attività chiave necessarie per gestire la vostra pasticceria. Tra queste rientrano la cottura, la decorazione, la gestione dell'inventario e il servizio clienti. Pensate alle risorse necessarie, come le attrezzature per la cottura, gli ingredienti e un personale qualificato.
5. Le partnership possono svolgere un ruolo cruciale per il successo del business. Valutate potenziali collaborazioni con fornitori locali, organizzatori di eventi o location per matrimoni. Queste partnership possono contribuire ad ampliare il vostro raggio d'azione e a creare opportunità reciprocamente vantaggiose.
6. I flussi di reddito sono essenziali per sostenere la vostra pasticceria. Come genererete le entrate? Attraverso la vendita di prodotti da forno, l'offerta di servizi di catering o l'organizzazione di laboratori di pasticceria? Prendete in considerazione diversi flussi di entrate che siano in linea con le offerte del vostro panificio.  
Infine, pensate alla struttura dei costi. Identificate i costi principali, come gli ingredienti, l'affitto, le utenze e gli stipendi del personale. Questo vi aiuterà a capire e a gestire le spese in modo efficace.

*Congratulazioni! Avete appena creato un modello di business semplificato per la vostra pasticceria in soli 15 minuti. Questo esercizio è un piccolo esempio di quello che è l'eccitante mondo dell'imprenditoria, dove le idee prendono vita.*

*Ricordate che questo è solo l'inizio. Man mano che proseguirete nel vostro percorso imprenditoriale, potrete perfezionare e ampliare ogni elemento del vostro modello di business (BMC). La base di partenza (BMC) sarà la vostra guida, che vi aiuterà a prendere decisioni consapevoli e adattarvi alle dinamiche di mercato in continua evoluzione.*

*Quindi, accogliete la vostra passione per la pasticceria, liberate la vostra creatività e lasciate che il Business Model Canvas sia la vostra bussola. I vostri sogni di pasticceria sono a portata di mano e non vedo l'ora di vedere come il vostro modello di business si evolverà nel tempo.*



*Ora andate avanti e lasciate che il vostro spirito imprenditoriale si innalzi! Godetevi il viaggio e gustate il dolce sapore del successo mentre date vita alla vostra pasticceria. In bocca al lupo per questa deliziosa avventura!*

---

## 8. PRESENTAZIONE (35 MIN.)

- **Presentazione in Power Point della lezione + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. Spiegazione dei risultati di apprendimento della lezione.
  - B. L'insegnante presenta i contenuti della lezione 3:
    - Vantaggi dell'uso del Business Model Canvas.
    - Come iniziare a costruire un BMC per la propria idea imprenditoriale.
    - Aree chiave del Business Model Canvas.
  - C. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
    - Esempi di BMC.

---

## 9. SCENARIO DI RAMIFICAZIONE (BRANCHING)

**Scenario:** Siete un aspirante imprenditore con un'idea imprenditoriale nel settore tecnologico. Avete due opzioni: sviluppare un software o fornire servizi di consulenza.

Esploriamo i percorsi di ramificazione basati su queste scelte.

### Opzione 1: Sviluppo di un software

Decidete di sviluppare un software. Ora dovete considerare i segmenti di clientela, la value proposition, i canali, le attività chiave, le risorse, le partnership, i flussi di ricavi e la struttura dei costi.

#### Segmenti di clientela:

- a) Piccole imprese alla ricerca di strumenti di produttività.
- b) Istituti scolastici che necessitano di un sistema di gestione dell'apprendimento.

#### A quale segmento di clientela vi rivolgerete?

Se avete scelto (a), passate all'Opzione 1a.

Se avete scelto (b), passate all'Opzione 1b.

#### Opzione 1a: Destinatari - le piccole imprese

##### Value Proposition:

- a) Un software di gestione dei progetti di semplice utilizzo.
- b) Un software di gestione delle relazioni con i clienti (CRM) con analisi avanzate.

#### Quale value proposition vi convince di più?

Se scegliete (a), passate all'opzione 1a1.



Se scegliete (b), passate all'opzione 1°2.

**Opzione 1a1: Software di gestione dei progetti di facile utilizzo**

**Canali:**

- a) Marketing online e partnership con comunità di piccole imprese
- b) Vendita diretta e dimostrazioni alle conferenze di settore

**Quale dei due canali vi piace di più?**

Se scegliete (a), passate all'opzione 1a1a.

Se scegliete (b), passate all'opzione 1a1b.

**Opzione 1a1a: Marketing online e partnership**

**Flussi di entrate:**

- a) Modello basato sull'abbonamento con diversi livelli di servizio.
- b) Modello di acquisto in un'unica soluzione con componenti aggiuntivi opzionali.

**Quale modello dei ricavi è in linea con i vostri obiettivi?**

Se avete scelto (a), passate all'opzione 1a1a1.

Se avete scelto (b), passate all'opzione 1a1a2.

**Opzione 1a1a1: Modello basato su abbonamento**

Congratulazioni! Avete definito il vostro modello di business per un software di gestione dei progetti di facile utilizzo destinato alle piccole imprese, con una strategia di marketing e partnership online e un modello dei ricavi basato su abbonamento.

**Opzione 1a1a2: Modello di acquisto in un'unica soluzione**

Congratulazioni! Avete definito il vostro modello di business per un software di gestione dei progetti facile da usare e destinato alle piccole imprese, con una strategia di marketing e partnership online e un modello di ricavi basato sull'acquisto in un'unica soluzione.

**Opzione 1a1b: Vendita diretta e Dimostrazioni**

Congratulazioni! Avete definito il vostro modello di business per un software di gestione dei progetti di facile utilizzo destinato alle piccole imprese, con una strategia di vendita diretta con dimostrazioni durante conferenze.

**Opzione 1a2: Software di gestione delle relazioni con i clienti (CRM) con analisi avanzate**

Congratulazioni! Avete definito il vostro modello di business per un software CRM di gestione delle relazioni con i clienti con analisi avanzate rivolto alle piccole imprese, con una strategia di marketing e partnership online e un modello di ricavi basato su abbonamento.

**Opzione 1b: Destinatari - gli istituti di istruzione**

**Value Proposition:**



- a) Una piattaforma e-learning di facile utilizzo con funzioni interattive.
- b) Un sistema di gestione integrato degli studenti con strumenti amministrativi.

**Quale value proposition vi convince di più?**

Se scegliete (a), passate all'opzione 1b1.

Se scegliete (b), passate all'opzione 1b2.

**Opzione 1b1: Piattaforma e-learning di facile utilizzo**

Congratulazioni! Avete definito il vostro modello di business per una piattaforma di e-learning di semplice utilizzo rivolta agli istituti scolastici, con una strategia di marketing e partnership online e un modello di ricavi basato su abbonamento.

**Opzione 1b2: Sistema di gestione integrato degli Studenti**

Congratulazioni! Avete definito il vostro modello di business per un sistema di gestione integrato degli studenti rivolto alle istituzioni scolastiche, con una strategia di marketing e partnership online e un modello di ricavi basato su abbonamento.

**Opzione 2: Fornire Servizi di Consulenza**

Decidete di fornire servizi di consulenza. Analizziamo ora i segmenti di clientela, la value proposition, i canali, le attività chiave, le risorse, le partnership, i flussi dei ricavi e la struttura dei costi.

**Segmenti di clientela:**

- a) Start-up che necessitano di una guida strategica.
- b) Aziende consolidate che cercano di ottimizzare i processi.

**A quale segmento di clientela vi rivolgerete?**

Se scegliete (a), passate all'Opzione 2a.

Se scegliete (b), passate all'Opzione 2b.

**Opzione 2a: Target - start-up**

**Value Proposition:**

- a) Progetto di Business su misura e pitch deck per gli investitori.
- b) Strategie di crescita e piani di ingresso nel mercato.

**Quale value proposition vi convince di più?**

Se scegliete (a), passate all'opzione 2a1.

Se scegliete (b), passate all'opzione 2a2.

**Opzione 2a1: Business Plan su Misura**

Congratulazioni! Avete definito il vostro modello di business per fornire servizi di consulenza alle start-up, concentrandovi su progetti di business su misura e pitch deck per gli investitori.



### **Opzione 2a2: Strategie di crescita**

Congratulazioni! Avete definito il vostro modello di business per fornire servizi di consulenza alle start-up, concentrandovi sulle strategie di crescita e sui diversi piani di ingresso nel mercato.

### **Opzione 2b: Target - imprese consolidate**

#### **Value Proposition:**

- a) Valutazione dell'efficienza operativa e ottimizzazione dei processi.
- b) Ricerche di mercato e analisi della concorrenza.

#### **Quale value proposition vi interessa di più?**

Se scegliete (a), passate all'opzione 2b1.

Se scegliete (b), passate all'opzione 2b2.

### **Opzione 2b1: Valutazione dell'Efficienza Operativa**

Congratulazioni! Avete definito il vostro modello di business per la fornitura di servizi di consulenza a imprese consolidate, concentrandovi sulla valutazione dell'efficienza operativa e sull'ottimizzazione dei processi.

### **Opzione 2b2: Ricerca di Mercato e Analisi della Concorrenza**

Congratulazioni! Avete definito il vostro modello di business per la fornitura di servizi di consulenza ad aziende consolidate, concentrandovi sulla ricerca di mercato e l'analisi della concorrenza.

Questo scenario di ramificazione offre un'idea del Business Model Canvas e dei diversi percorsi che potete esplorare in base alle vostre scelte. Ricordate che questi sono solo esempi e che negli scenari reali dovrete approfondire ulteriormente ogni elemento del modello. Godetevi il vostro percorso imprenditoriale e che la strada scelta vi porti al successo!

---

## **10. VALUTAZIONE**

Un questionario con risposte a scelta multipla (le risposte saranno disponibili) sul contenuto di ogni parte del BMC; dopo averlo completato, il partecipante deve individuare almeno il 70% dei contenuti corretti.

---

## **11. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)**



---

## 12. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA "BIBLIOGRAFIA" NEI MODULI (R1)

- [1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave. Str. 10-285.
- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Value Proposition Design. Dostopno na/disponibile: <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>. Str. 15-38 .
- [3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubljana.
- [4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubljana. [www.delajvitko.si](http://www.delajvitko.si).
- [5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016). *Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures*; Prentice Hall - Bergant, A.
- [6] Sergiy Korolov (2022), *Business Model Canvas Explained - a One-Page Business Plan*; [https://railsware.com/blog/business-model-canvas/#How\\_to\\_get\\_started\\_with\\_the\\_business\\_model\\_canvas](https://railsware.com/blog/business-model-canvas/#How_to_get_started_with_the_business_model_canvas)



## MODULO 4: RICERCA DI MERCATO

### 1. INTRODUZIONE

Come insegnanti, dovrete iniziare con un discorso motivazionale, ad esempio:

*“Cari studenti,*

*finora avete scoperto cosa significa essere un imprenditore, le qualità che un imprenditore deve possedere e come avviare la propria attività. Avete capito l'importanza di avere un'idea imprenditoriale che risolva un problema individuato nel mercato e come il Business Model Canvas possa aiutarvi.*

*Ora cerchiamo di essere un po' più pragmatici!*

*Avere l'idea è fondamentale, ma conoscere il mercato è necessario. Se volete avere successo con la vostra idea imprenditoriale, è essenziale preparare una ricerca di mercato che rappresenta uno dei primi passi da compiere quando si ha un'idea imprenditoriale e si vuole lanciare la propria azienda.*

*Le ricerche di mercato forniscono informazioni sulla situazione dello stesso, nonché suggerimenti con fatti dettagliati e analisi concrete delle tendenze. I risultati aiutano a visualizzare la reattività delle vostre idee imprenditoriali e vi aiutano a evitare potenziali rischi, a prendere decisioni adeguate ai clienti, a sviluppare una strategia e misure di marketing concrete e molto altro ancora!”.*

Fate seguire questo discorso da una breve introduzione alla lezione e agli obiettivi di apprendimento:

La definizione di ricerca di mercato si riferisce alla raccolta di dati sul mercato e sui consumatori da parte di un'azienda per prendere decisioni consapevoli sul lancio di nuovi prodotti e servizi e per valutare come questi ultimi si comporteranno dopo il lancio. Nelle unità che seguono, imparerete in dettaglio che cos'è la ricerca di mercato e i suoi obiettivi, le fasi della ricerca, i diversi tipi di ricerca di mercato e gli strumenti per realizzarla. Alla fine di ogni unità, troverete esempi concreti ed esercizi per verificare la vostra conoscenza e comprensione degli argomenti trattati.

### 2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

- Imparare che cos'è la ricerca di mercato.
- Comprendere gli obiettivi della ricerca di mercato.
- Scoprire le fasi della ricerca di mercato.
- Scoprire gli strumenti da utilizzare per le ricerche di mercato.



---

### 3. RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Conoscere le caratteristiche principali della ricerca di mercato.
- Illustrare le fasi della ricerca di mercato.
- Definire la differenza tra ricerca qualitativa e quantitativa.
- Identificare i diversi tipi di ricerche di mercato e gli strumenti online per realizzarle.

---

### 4. METODI DI APPRENDIMENTO

- Studio della letteratura consigliata e delle risorse di internet.
- Valutazione delle conoscenze apprese in base ai risultati degli scenari di ramificazione B-ECO.
- Valutazione e capacità di fare una ricerca di mercato.

---

### 5. RISULTATI - COMPETENZE ACQUISITE (CONNESSIONE CON ENTRE-COMP)<sup>4</sup>

- **Idee e opportunità:**
  1. Visione
  2. Valorizzazione delle idee
  3. Individuare le opportunità
  4. Pensiero etico e sostenibile
- **Risorse:**
  1. Autoconsapevolezza e autoefficacia
  2. Mobilitazione delle Risorse
  3. Alfabetizzazione finanziaria ed economica
- **In azione:**
  1. Prendere l'iniziativa
  2. Pianificazione e gestione
  3. Affrontare l'ambiguità, l'incertezza e il rischio
  4. Imparare attraverso l'esperienza

---

### 6. ATTREZZATURE E RISORSE

- Computer
- Proiettore o TV
- Accesso a Internet

---

<sup>4</sup> <https://entre-comp.eu/>



## 7. RISCALDAMENTO (15 MIN.)

### Trascinare le parole - Alla scoperta della Ricerca di Mercato

**Istruzioni:** Trascinate le parole dalla colonna di destra alle definizioni corrispondenti nella colonna di sinistra.

Colonna 1: DEFINIZIONI	Trascina le parole dalla Colonna 2 alla Colonna 1	Colonna 2: PAROLA
A. Una strategia aziendale in cui un'organizzazione analizza le tendenze del mercato, la concorrenza e le preferenze dei consumatori prima di lanciare nuovi prodotti o servizi per prendere decisioni aziendali consapevoli.		1. Buyer Personas
B. Un'analisi non strutturata che descrive un fenomeno basandosi sulle persone e sulle loro opinioni.		2. S.M.A.R.T.
C. Una piattaforma che fornisce dati sulla concorrenza e che include sia le start-up in fase iniziale che le grandi aziende.		3. Ricerca di Mercato
D. I criteri per definire gli obiettivi delle ricerche di mercato.		4. Ricerca di Mercato Qualitativa
E. Un modello con informazioni dettagliate che le aziende utilizzano per rappresentare il loro cliente ideale.		5. Crunchbase
<b>Risposte corrette:</b> Buyer Personas - E S.M.A.R.T. - D Ricerca di Mercato - A Ricerca di Mercato Qualitativa - B Chrchbase - C		

## 8. PRESENTAZIONE (35 MIN.)

- **Presentazione in Power Point della lezione + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. Spiegazione dei risultati di apprendimento della lezione.
  - B. L'insegnante introduce i concetti trattati nella lezione 4:
    - Cos'è una ricerca di mercato e i suoi obiettivi?
    - Come si fa una ricerca di mercato?
    - Ricerche di mercato qualitative e quantitative.
    - Tipi di ricerche di mercato e strumenti online per realizzarle.
  - C. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
    - La storia di successo di Airbnb.



## 9. SCENARIO DI RAMIFICAZIONE (BRANCHING)

**Introduzione:** Benvenuti nello scenario di ramificazione sulla Ricerca di Mercato. Questo esercizio mette alla prova le vostre conoscenze in base alle competenze acquisite durante questo modulo. Leggete attentamente ogni domanda e selezionate la risposta più adatta.

**Domanda 1:** Quale dei seguenti non è un motivo per cui gli imprenditori utilizzano la ricerca di mercato?

- a) Stabilire un prezzo di vendita
- b) Decidere quando lo staff dovrebbe tenere le riunioni
- c) Identificare le tendenze del settore

**Feedback 1a:** Non è esatto. Gli imprenditori utilizzano le ricerche di mercato per conoscere l'andamento dei prezzi della concorrenza e stabilire un prezzo di vendita.

**Feedback 1b:** Esatto, basta un'e-mail o una telefonata per programmare una riunione! :)

**Feedback 1c:** Non è la risposta corretta. La ricerca di mercato è fondamentale per individuare le tendenze del settore.

**Domanda 2:** Quali sono, in ordine, le fasi della ricerca di mercato?

- a) Definire gli obiettivi; elaborare i dati raccolti; identificare il gruppo di persone
- b) Definire gli obiettivi; identificare il gruppo di persone; elaborare i dati raccolti
- c) Elaborare i dati raccolti; identificare il gruppo di persone; definire gli obiettivi

**Feedback 2a:** No, non è possibile elaborare i dati prima di aver identificato il gruppo di persone a cui ci si rivolge.

**Feedback 2b:** Esatto! Queste sono le tre fasi da seguire per fare una ricerca di mercato che potete adattare alle vostre esigenze specifiche.

**Feedback 2c:** Sbagliato. È necessario identificare gli obiettivi della ricerca e le persone a cui ci si rivolge per avere i dati da elaborare!

**Domanda 3:** Carol ha intenzione di lanciare un nuovo prodotto nella sua attività di saponi fatti a mano e fa un sondaggio per raccogliere dati. Chiede: "Quanto spesso comprate saponi fatti a mano?".

**Che esempio di ricerca di mercato è questa?**

- a) Ricerca secondaria
- b) Ricerca di mercato quantitativa
- c) Ricerca di mercato qualitativa

**Feedback 3a:** Sbagliato. La ricerca secondaria è uno dei due metodi di ricerca di mercato in cui si utilizzano dati già raccolti, analizzati e pubblicati da fonti esterne (non si è proprietari di questi dati!).

**Feedback 3b:** Corretto! Ricordate che la ricerca di mercato quantitativa è tutta matematica e che i dati raccolti descrivono in modo oggettivo il comportamento dei consumatori.



**Feedback 3c:** Non è la risposta corretta! Le ricerche di mercato qualitative riguardano maggiormente le persone e le loro opinioni e spesso le domande di tipo qualitativo iniziano con "Cosa/perché pensa che...".

**Domanda 4: Che tipo di ricerca di mercato è un sondaggio?**

- a) Ricerca primaria
- b) Ricerca di laboratorio
- c) Ricerca secondaria

**Feedback 4a:** Eccellente! Per Ricerca primaria si intende qualsiasi tipo di ricerca che si raccoglie in prima persona. Tra gli esempi vi sono sondaggi, interviste, osservazioni e gruppi di discussione.

**Feedback 4b:** Sbagliato. Sarai un futuro imprenditore o un ricercatore di laboratorio?

**Feedback 4c:** Non è la risposta giusta. Come abbiamo già visto, nella Ricerca secondaria si utilizzano dati già raccolti e pubblicati.

**Conclusione:** Congratulazioni per aver completato lo scenario di ramificazione sulla ricerca di mercato. Avete dimostrato la vostra conoscenza dell'argomento e di saperla applicare. Ora non vi resta che provare a condurre una ricerca di mercato per conto vostro!

---

## 10. VALUTAZIONE

Volete lanciare un nuovo prodotto nella vostra attività di gioielleria artigianale: orecchini e collane realizzati con materiali di scarto. Prima di farlo, dovete avere una visione chiara del mercato della gioielleria; ecco perché dovete condurre una ricerca di mercato:

1. Definite i vostri obiettivi S.M.A.R.T.
2. Costruite il modello di buyer persona del vostro cliente ideale.
3. Identificate i possibili competitor.

---

## 11. RACCOLTA DI CASI STUDIO "I PIÙ GRANDI SUCCESSI" (R3)

---

## 12. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA "BIBLIOGRAFIA" NEI MODULI (R1)

[1] Wall Street Mojo Team. (2023). Consultato da [Market Research - Definition, Process, Types, Examples \(wallstreetmojo.com\)](#)

[2] Liz M. (10/06/2022). 9 Highly Successful Market Research Examples. Consultato da [Examples Of Successful Market Research | Similarweb](#)

[3] Qualtrics. (2022). Your ultimate guide to market research and how to conduct it like a pro. Consultato da [Ultimate Guide to Market Research & How to Do It in 2023 \(qualtrics.com\)](#)

[4] Startup Geeks. (2023). Ricerca di mercato. Cos'è, quanto costa e come farla. Consultato da [Ricerca di mercato: cos'è, quanto costa e come farla - Startup Geeks](#)



- [5] Statista. (2023). Consultato da [Statista - The Statistics Portal for Market Data, Market Research and Market Studies](#)
- [6] Semrush. (2023). Consultato da [Semrush - Online Marketing Can Be Easy](#)
- [7] [Google Trends](#). (2023)
- [8] Google Alerts - Monitor the web for interesting new content. (2023). Consultato da [Google Alerts - Monitor the Web for interesting new content](#)
- [9] Crunchbase. (2023). Consultato da [Crunchbase: Discover innovative companies and the people behind them](#)
- [10] Similarweb. (2023). Consultato da [Marketing Intelligence & Competitive Analysis Tools | Similarweb](#)
- [11] Bizfluent - Examples of SMART Objectives for Market Research. (2023). Consultato da [Bizfluent](#)



## MODULO 5: MARKETING

### 1. INTRODUZIONE

Come insegnanti, dovrete iniziare con un discorso motivazionale, ad esempio:

*“Cari studenti,*

*Ora che avete capito che avere un'idea per un business non è sufficiente e avete imparato a fare ricerche di mercato, è il momento di rimboccarsi le maniche e studiare il Marketing. Potrete avviare un'attività in proprio solo se avrete delle conoscenze di marketing e capirete quanto sia fondamentale per il successo della vostra impresa.*

*Inoltre, è necessario considerare i cambiamenti della società, dei sistemi economici, ecc. e tenersi aggiornati e preparati. Internet e gli smartphone hanno cambiato il modo in cui le persone comunicano e ottengono informazioni e, oltre alle strategie di marketing tradizionali, è necessario considerare anche il marketing digitale. Per questo motivo è fondamentale comprendere le basi delle strategie di marketing tradizionali, per creare una strategia di marketing integrata che utilizzi le tecniche e gli strumenti più efficaci per la vostra azienda, per la quale il marketing aiuta a generare reddito. Per quanto il vostro prodotto o servizio possa essere fantastico, dovete comunque farlo conoscere alle persone e influenzarne il pensiero”.*

Fate seguire questo discorso da una breve introduzione alla lezione e agli obiettivi di apprendimento:

Il marketing non è solo uno strumento a disposizione delle grandi aziende che possono permettersi ingenti investimenti di marketing. Dovete considerare il marketing come una pratica da implementare nella vostra attività per garantire che il rapporto con i vostri clienti esista, sia proficuo e duraturo. Nelle unità che seguono, imparerete cos'è il marketing, come si è evoluto, la sua importanza e scoprirete il marketing ecologico. Alla fine di ogni unità, troverete esempi concreti ed esercizi per verificare la vostra conoscenza e comprensione degli argomenti trattati.

### 2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

- Imparare cos'è il marketing.
- Scoprire come il marketing si è evoluto nel tempo.
- Capire perché il marketing è necessario.
- Scoprire il marketing ecologico.



---

### 3. RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Conoscere le caratteristiche principali del marketing.
- Illustrare l'evoluzione del marketing nel tempo.
- Spiegare l'importanza del marketing.
- Identificare il marketing ecologico.

---

### 4. METODI DI APPRENDIMENTO

- Studio della letteratura consigliata e delle risorse di internet.
- Valutazione delle conoscenze apprese in base ai risultati degli scenari di ramificazione B-ECO.
- Valutazione e capacità di pianificare una strategia di marketing.

---

### 5. RISULTATI - COMPETENZE ACQUISITE (CONNESSIONE CON ENTRE-COMP)<sup>5</sup>

- **Idee e opportunità:**
  1. Creatività
  2. Valorizzazione delle idee
  3. Individuare le opportunità
  4. Pensiero etico e sostenibile
- **Risorse:**
  1. Mobilitare gli altri
  2. Mobilitazione delle Risorse
  3. Alfabetizzazione finanziaria ed economica
- **In azione:**
  1. Pianificazione e gestione
  2. Lavorare con gli altri
  3. Affrontare l'ambiguità, l'incertezza e il rischio
  4. Imparare attraverso l'esperienza

---

### 6. ATTREZZATURE E RISORSE:

- Computer
- Proiettore o TV
- Accesso a Internet

---

<sup>5</sup> <https://entre-comp.eu/>



## 7. RISCALDAMENTO (15 MIN.)

### Trascinare le parole - Alla scoperta del Marketing

Istruzioni: Trascinate le parole dalla colonna di destra alle definizioni corrispondenti nella colonna di sinistra.

Colonna 1: DEFINIZIONI	Trascina le parole dalla Colonna 2 alla Colonna 1	Colonna 2: PAROLE
A. L'utilizzo dei canali online per raggiungere i clienti.		1. Marketing Ecologico
B. Una misura delle esigenze e delle preferenze dei clienti.		2. Marketing Mix
C. Utilizzare pratiche, materiali e strategie rispettose dell'ambiente per promuovere la consapevolezza e la protezione dello stesso.		3. Marketing Digitale
D. Prodotto, Prezzo, Promozione, Posto		4. Strategia di Marketing
E. Definire i mercati target, ottimizzare la value proposition e analizzare a fondo le opportunità di mercato.		5. Valore per il cliente
<b>Risposte corrette:</b> Marketing Ecologico - C Marketing Digitale - A Marketing Mix - D Strategia di Marketing - E Valore per il cliente - B		

## 8. PRESENTAZIONE (35 MIN.)

- **Presentazione in Power Point della lezione + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà agli studenti il contenuto della PPT e delle dispense fornite.
  - A. Spiegazione dei risultati di apprendimento della lezione.
  - B. L'insegnante introduce i concetti trattati nella lezione 5:
    - Che cos'è il Marketing?
    - Evoluzione del Marketing
    - Perché serve il Marketing?
    - Il Marketing Ecologico.
    - Dove cercare supporto e aiuto?
  - C. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
    - Starbucks, Ikea, Google, Lacoste.



## 9. SCENARIO DI RAMIFICAZIONE (BRANCHING)

**Introduzione:** Benvenuti nello scenario di ramificazione sul Marketing. Questo esercizio mette alla prova le vostre conoscenze in base alle competenze apprese durante questo modulo. Leggete attentamente ogni domanda e selezionate la risposta più adatta.

**Domanda 1: Il Marketing Mix ha 4P: Prodotto, Prezzo, Promozione e \_\_\_\_\_. Qual è la quarta P?**

- a) Posto
- b) Pregio
- c) Proposito

**Feedback 1a:** Corretto! "Posto" si riferisce a come far ottenere il prodotto alle persone.

**Feedback 1b:** No, "pregio" non è una delle quattro P del Marketing Mix.

**Feedback 1c:** Sbagliato! Ricordate: le 4 P del Marketing Mix sono Prodotto, Prezzo, Promozione e Posto.

**Domanda 2: Il nuovo concetto di marketing si concentra su:**

- a) La prospettiva dell'azienda
- b) I bisogni dei clienti
- c) Il prezzo

**Feedback 2a:** Non è esatto. È nel Marketing Mix originale che ci si concentra sulla prospettiva dell'azienda.

**Feedback 2b:** Giusto! Il nuovo concetto di Marketing si focalizza sulle esigenze dei clienti: Valore per il cliente, Costo, Convenienza e Comunicazione.

**Feedback 2c:** Non è la risposta giusta. Il "prezzo" è uno dei concetti del Marketing Mix originale. Non bisogna confondere il costo di un prodotto con il suo prezzo. Il prezzo è solo un piccolo segmento del costo complessivo dell'acquisto di un prodotto da parte di un cliente.

**Domanda 3: State pianificando la vostra strategia di marketing. Quali azioni dovrete intraprendere?**

- a) Stabilire obiettivi chiari e analizzare i risultati
- b) Pianificare solo una buona comunicazione
- c) Stabilire obiettivi chiari, comunicare costantemente, seguire delle buone procedure, analizzare i risultati

**Feedback 3a:** Sbagliato. Fissare obiettivi chiari e analizzare i risultati sono azioni essenziali, ma è necessario fare di più! È necessario, infatti, anche pianificare una costante comunicazione e seguire buone procedure.



**Feedback 3b:** No, non potete basare la vostra strategia di marketing solo sulla comunicazione. Una buona comunicazione è essenziale per raggiungere i clienti. Tuttavia, è necessario fare di più a lungo termine per adattarvi meglio all'ecosistema odierno di marketing, dove le esigenze dei clienti sono fondamentali e i consumatori hanno un grande potere decisionale.

**Feedback 3c:** Eccellente! Dovreste intraprendere queste azioni per far funzionare il marketing e raggiungere i vostri obiettivi aziendali.

**Domanda 4: Nel marketing digitale:**

- a) Si utilizzano canali online
- b) Si stampano annunci pubblicitari
- c) Si fanno chiamate commerciali

**Feedback 4a:** Eccellente! Il marketing digitale utilizza canali online come i social media, le e-mail e i motori di ricerca per raggiungere i clienti.

**Feedback 4b:** Sbagliato. La stampa di annunci pubblicitari è un metodo di marketing tradizionale che consente di raggiungere i clienti attraverso punti vendita come giornali o riviste.

**Feedback 4c:** Non è la risposta giusta. Le chiamate commerciali, dette anche telemarketing, rappresentano un tipo di marketing tradizionale che si applica alle aziende che vendono i loro prodotti o servizi per telefono.

**Domanda 5: Il marketing ecologico:**

- a) Comprende il marketing sostenibile
- b) Si concentra sulle strategie che promuovono la protezione dell'ambiente
- c) Include pratiche che vanno al di là dell'ambiente

**Feedback 5a:** No, è esattamente il contrario: il marketing sostenibile comprende il marketing ecologico.

**Feedback 5b:** Corretto! Il marketing ecologico incoraggia le aziende a utilizzare pratiche commerciali, materiali e strategie ecologiche che promuovono la consapevolezza e la protezione dell'ambiente.

**Feedback 5c:** Non è la risposta corretta. Il marketing sostenibile include pratiche che vanno oltre l'ambiente, come le questioni sociali ed economiche.

**Conclusione:** Congratulazioni per aver completato lo scenario di ramificazione sul marketing. Avete dimostrato di aver capito cos'è il marketing e le sue caratteristiche principali. Ora non vi resta che provare a pianificare da soli una strategia di marketing!



---

## 10. VALUTAZIONE

Volete lanciare un nuovo prodotto nella vostra attività di gioielleria artigianale: orecchini e collane realizzati con materiali di scarto. Avete già condotto una ricerca di mercato; ora è il momento di pianificare la vostra strategia di marketing:

1. Definite il vostro mercato di riferimento e gli obiettivi che volete raggiungere con il marketing.
2. Analizzate le esigenze dei vostri clienti.
3. Determinate i canali di comunicazione che volete utilizzare per raggiungere i vostri clienti e motivate la vostra scelta.

---

## 11. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)

---

## 12. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA “BIBLIOGRAFIA” NEI MODULI (R1)

- [1] C. Maggio. (14/05/2022). Strategie di marketing: le migliori campagne a cui ispirarti. Trend Online. Consultato da [Strategie di marketing: le migliori campagne a cui ispirarti \(trend-online.com\)](https://www.trendonline.com)
- [2] P. Kotler, G. Armstrong. (2009). Principi di Marketing. Pearson. ISBN-10: 8871925572
- [3] P. Kotler. (1999). Il marketing secondo Kotler. Milano Il sole 24 Ore. [ISBN 88-7187-974-0](https://www.ilsol24.it)
- [4] P. Kotler. (1980). Principles of Marketing, Prentice-Hall.
- [5] F. Vallone. (15/03/2021). 5 Inspiring Marketing Success Stories That'll Change Your Brand. Gamer Seo. Consultato da [5 Inspiring Marketing Success Stories That Will Change Your Brand - GamerSEO - Video game marketing agency](https://www.gamerseo.com)
- [6] S. Hollensen, P. Kotler, M. Oliver Opresnik. (2017). Social Media Marketing: A Practitioner's Guide, Amazon Direct Publishing.
- [7] M. Bretous. (12/08/2022). Sustainable Marketing: Key Principles & How to Leverage It [+Examples]. Hubspot. Consultato da [Sustainable Marketing: Key Principles & How to Leverage It \[+Examples\] \(hubspot.com\)](https://www.hubspot.com)
- [8] Lacoste Lacoste x IUCN SOS. (2022). Consultato da [Lacoste x IUCN SOS - IUCN SOS](https://www.lacoste.com)



## MODULO 6: SOCIAL MEDIA

### 1. INTRODUZIONE

Come insegnanti, dovrete iniziare con un discorso motivazionale, ad esempio:

*“Cari studenti,*

*In quest’era di connessione e innovazione digitale, il potere dei social media è una forza in grado di spingere la vostra azienda a livelli mai raggiunti prima. Consentitemi di accendere le fiamme dell’ispirazione dentro di voi mentre ci addentriamo in questa esaltante scoperta.*

*Così come inizia il percorso imprenditoriale, con una scintilla d’ingegno, allo stesso modo inizia la vostra avventura nel mondo dei social media. Il panorama digitale è la vostra tela e, la vostra creatività, il pennello che dipinge storie che catturano, coinvolgono e si propagano. Non si tratta solo di “Mi piace” e condivisioni; si tratta di creare narrazioni che ispirino determinate azioni e suggellino connessioni.*

*Nel settore imprenditoriale, l’innovazione è il cuore pulsante del progresso. Allo stesso modo, nel settore dinamico dei social media, l’innovazione rappresenta un’alleata. Non seguite semplicemente le tendenze; osate crearle. Accogliete le piattaforme emergenti, sperimentate con i contenuti e pensate fuori dagli schemi. Ricordate che ogni novità inizia con la volontà di sfidare lo status quo.*

*In conclusione, amici esploratori, la vostra avventura nei social media per il business non è una semplice spedizione, ma un’odissea trasformativa. Abbracciate le sfide, sfruttate le opportunità e lasciate che la vostra creatività scorra come un fiume, scavando il suo corso nel paesaggio digitale. Proprio come gli imprenditori incidono la loro eredità nelle industrie, la vostra padronanza dei social media inciderà la vostra impronta digitale per le generazioni a venire”.*

Fate seguire questo discorso da una breve introduzione alla lezione e agli obiettivi di apprendimento:

In questo modulo imparerete i concetti base delle piattaforme di social media in modo tale che, comprendendoli, sarete in grado di aumentare l’engagement del business. Imparerete anche l’impatto dell’uso dei social media da parte delle start-up sul loro orientamento e sulle loro opportunità imprenditoriali e come sfruttare questa tendenza. Alla fine di ogni unità, ci sono compiti pratici che consentono di verificare le conoscenze acquisite e di determinare se si è sulla strada (imprenditoriale) giusta.



---

## 2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

- Spiegare e valutare i concetti sulle piattaforme di social media.
- Imparare a collegare i social media con l'elemento ecologico.
- Capire come utilizzare i social media in un'azienda.
- Imparare a coinvolgere un pubblico.
- Implementare/illustrare una strategia di social media.

---

## 3. RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Stabilire quale piattaforma social utilizzare.
- Comprendere l'importanza dei principi delle piattaforme social.
- Comprendere la connessione degli elementi ecologici nei social media.
- Acquisire le competenze per l'applicazione dei social media nel proprio business.
- Sviluppare una strategia per i social media.
- Progettare metodi accattivanti per catturare il pubblico.

---

## 4. METODI DI APPRENDIMENTO

- Studio della letteratura consigliata e delle risorse di internet.
- Processo decisionale basato sui risultati degli scenari di ramificazione B-ECO.
- Valutazione dei social media nel proprio business.

---

## 5. RISULTATI - COMPETENZE ACQUISITE (CONNESSIONE CON ENTRE-COMP)<sup>6</sup>

- **Idee e opportunità:**
  1. Visione
  2. Valorizzazione delle idee
  3. Individuare le opportunità
  4. Creatività
- **Risorse:**
  1. Autoconsapevolezza e autoefficacia
  2. Mobilitazione delle risorse
  3. Mobilitare gli altri
  4. Motivazioni e Perseveranza

---

<sup>6</sup> <https://entre-comp.eu/>



- **In azione:**
  1. Prendere l'iniziativa
  2. Pianificazione e gestione
  3. Cooperazione

## 6. ATTREZZATURE E RISORSE

- Computer
- Proiettore o TV
- Accesso a Internet

## 7. RISCALDAMENTO (15 MIN.)

**Trascinare le parole - Definizioni delle piattaforme di social media**

**Istruzioni:** Trascinate le parole dalla colonna di destra alle definizioni corrispondenti nella colonna di sinistra.

Colonna 1: DEFINIZIONI	Trascina le parole dalla Colonna 2 alla Colonna 1	Colonna 2: PAROLE
A. Una piattaforma per creare e sviluppare contatti commerciali.		1. Facebook
B. Una piattaforma che permette ai suoi utenti di comunicare con altri utenti, in tutto il mondo.		2. Instagram
C. Una piattaforma per condividere foto e video.		3. LinkedIn
D. Una piattaforma per condividere video.		4. Twitter
E. Una piattaforma per inviare e leggere i cosiddetti post.		5. YouTube

**Risposte corrette:**

Facebook - B  
Instagram - C  
LinkedIn - A  
Twitter - E  
YouTube - D

## 8. PRESENTAZIONE (35 MIN.)

- **Presentazione in Power Point della lezione + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. Spiegazione dei risultati di apprendimento della lezione.
  - B. L'insegnante introduce i risultati di apprendimento della lezione 6:
    - Le piattaforme di Social Media.
    - Le piattaforme di Social Media nel proprio business.



- Networking.
  - Contenuti multimediali, social network e come coinvolgere il pubblico.
- C. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
- La campagna di TOMS: "One Day without Shoes" ("Un giorno senza scarpe").

---

## 9. SCENARIO DI RAMIFICAZIONE (BRANCHING)

**Introduzione:** Benvenuti nello scenario di ramificazione sulla Strategia di Social Media (SMS) per una boutique di moda! Questo esercizio è studiato per verificare le vostre conoscenze e abilità decisionali in merito allo sviluppo di una strategia di social media che incrementi l'impatto online della Boutique "ChicVogue", coinvolga il pubblico di riferimento e porti ad un aumento del traffico e delle vendite online. Leggete ogni domanda con attenzione e selezionate la risposta più adatta.

**Domanda 1: come si sceglie la piattaforma social più adatta?**

- a) Comprendendo il pubblico di riferimento
- b) Utilizzando quelli che sapete gestire
- c) Utilizzandole tutte per attirare più persone

**Feedback 1a:** Giusto. Con un quadro chiaro del pubblico, è possibile scegliere la piattaforma di social media più adatta per il proprio business.

**Feedback 1b:** Sbagliato. Dovreste usare delle piattaforme social che siano in linea con il vostro business e il vostro pubblico di riferimento.

**Feedback 1c:** Non è la risposta giusta. Il vostro pubblico di riferimento non è ovunque. Quando si cerca di compiacere tutti, si finisce per non accontentare nessuno.

**Domanda 2: Ora è il momento di creare una strategia coinvolgente di contenuti. Quale delle seguenti attività non fa parte di una strategia di social media?**

- a) Conoscere il proprio pubblico
- b) Determinare degli obiettivi del proprio business
- c) Selezionare il font perfetto

**Feedback 2a:** Non è la risposta giusta. Bisogna comprendere il proprio pubblico di riferimento e trovare la clientela adatta a voi e alla vostra azienda.

**Feedback 2b:** Sbagliato. GRANDI obiettivi, benefici per lo staff, clienti, partner, azionisti. Sono tutti importanti e dovrebbero essere compresi negli obiettivi di business.

**Feedback 2c:** Eccellente! L'estetica visiva è importante in una strategia di social media, ma la scelta del font non è in genere considerata un elemento distintivo.

**Domanda 3: L'impegno con il pubblico è cruciale per la fidelizzazione del marchio. Come puoi ottenere questo risultato?**

- a) Contenuti video e quiz interattivi



- b) Ignorare o cancellare i feedback negativi
- c) Autopromozione eccessiva

**Feedback 3a:** Ottima scelta. Incorporare attività interattive può coinvolgere il pubblico e incoraggiarlo a partecipare, fornendo informazioni preziose sulle preferenze dei clienti.

**Feedback 3b:** Sbagliato. Ignorare o cancellare commenti o feedback negativi può creare una percezione di insensibilità e mancanza di trasparenza.

**Feedback 3c:** Errato! Bombardare costantemente il pubblico con messaggi promozionali senza fornire contenuti di valore può essere percepito come spam e invadenza.

**Domanda 4:** Quando la tua strategia sui social media viene messa in atto, dovresti tenere traccia del successo e dell'ottimizzazione. Come puoi ottenere questo risultato?

- a) Mirando a diventare virali
- b) Tracciando le statistiche
- c) Gli alti tassi di coinvolgimento significano successo

**Feedback 4a:** Sbagliato. Essere virali può certamente portare ad un aumento di attenzione, ma non è una strategia affidabile nel lungo termine. Concentrandosi esclusivamente sulla creazione di contenuti virali si può distogliere l'attenzione dalla creazione di contenuti coerenti e significativi.

**Feedback 4b:** Ben fatto! Utilizzando le varie informazioni come i tassi di coinvolgimento, la percentuale di click e i tassi di conversione è possibile perfezionare i contenuti e ottimizzare continuamente il vostro approccio.

**Feedback 4c:** Sbagliato. Gli alti tassi di coinvolgimento sono fantastici, ma se il coinvolgimento non porta a interazioni o modifiche significative, potrebbe non contribuire ai vostri obiettivi aziendali generali.

**Conclusione:** Congratulazioni per aver completato lo scenario di ramificazione sulla strategia dei social media per una boutique di moda! Hai visto come sviluppare una strategia di social media e misurarne l'efficacia.

---

## 10. VALUTAZIONE

Misurate il vostro coinvolgimento sui social media in base ad una serie di statistiche come:

- Condivisioni o retweet
- Commenti
- Like
- Follower e crescita del pubblico
- Menzioni
- Uso di hashtags brandizzati



---

## 11. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)

---

## 12. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA “BIBLIOGRAFIA” NEI MODULI (R1)

[1] Top 20 brands with the highest social media engagement-2021. (12 luglio 2021). [web log].  
Consultato il 20 febbraio 2023, da <https://startingtoknow.com/brands-with-the-highest-social-media-engagement-2021/>.

[2] Ahmad, I. (19 novembre 2016). Why Multimedia Content is so Important [web log].  
Consultato il 20 febbraio 2023, da <https://www.socialmediatoday.com/marketing/why-multimedia-content-so-important-infographic>.



## MODULO 7: FINANZA E PIANIFICAZIONE FINANZIARIA

### 1. INTRODUZIONE

Come insegnanti, dovrete iniziare con un discorso motivazionale, ad esempio:

*“Cari studenti/ futuri imprenditori.*

*La strada per un futuro stabile e prospero risiede nella forza del vostro piano finanziario. Permettetemi di condividere con voi l'essenza di questo percorso e di accendere in voi il fuoco che vi permetterà di prendere in mano il vostro destino finanziario.*

*Immaginate il vostro piano finanziario come una mappa che vi guida attraverso il terreno insidioso delle incertezze della vita fino ai lidi splendidi della libertà finanziaria. Non è solo un documento, è la vostra tabella di marcia verso il successo. Ogni euro che risparmiate, ogni investimento che fate e ogni decisione finanziaria che prendete danno forma al vostro destino.*

*Il rischio, amici miei, è il pepe della vita finanziaria. Rischi calcolati, supportati da ricerca e prudenza, possono spingervi verso i vostri obiettivi più velocemente di quanto abbiate mai immaginato. Non abbiate paura dei fallimenti: sono i trampolini di lancio che vi porteranno al successo. Ogni sfida superata è una lezione che affina il vostro acume finanziario.*

*Il vostro piano finanziario non è un documento statico. È un'entità viva e pulsante che si adatta ai cambiamenti della vita. Con l'evolversi delle circostanze, anche il vostro piano dovrebbe evolversi. Le revisioni e gli aggiustamenti periodici non sono segni di fallimento, ma di impegno nella crescita.*

*In conclusione, cari compagni di avventura in questo viaggio economico, ricordate che il tragitto stesso è importante quanto la destinazione. Accogliete le sfide, celebrate le vittorie e rimanete fedeli al vostro scopo. Il vostro piano finanziario non è solo un numero sulla carta; è una testimonianza della vostra determinazione e una promessa di un futuro più luminoso”.*

Fate seguire questo discorso da una breve introduzione alla lezione e agli obiettivi di apprendimento:

In questa lezione approfondirete i principi fondamentali della pianificazione finanziaria e imparerete a navigare nell'intricato panorama della finanza aziendale. Imparerete cos'è la pianificazione finanziaria, la differenza tra un piano finanziario personale e uno aziendale e come creare da soli un piano finanziario per la vostra azienda. Alla fine di ogni unità, ci sono compiti pratici che consentono di verificare le conoscenze acquisite e di determinare se si è sulla strada (imprenditoriale) giusta.



---

## 2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

- Valutare e gestire le risorse finanziarie.
- Identificare lo scopo di uno stato patrimoniale, di un conto economico e di un rendiconto finanziario e il loro ruolo nel reporting finanziario.
- Interpretare le informazioni presentate in un bilancio per valutare la liquidità, la solvibilità e il benessere finanziario complessivo di un'organizzazione.
- Analizzare la relazione tra attività, passività e patrimonio netto nel determinare la posizione finanziaria di un'entità.
- Identificare le diverse componenti di uno stato patrimoniale, di un conto economico e di un rendiconto finanziario.

---

## 3. RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Comprendere il concetto di pianificazione finanziaria.
- Identificare gli obiettivi della pianificazione finanziaria.
- Distinguere tra pianificazione finanziaria personale e aziendale.
- Comprendere lo scopo e le componenti di un bilancio.
- Interpretare le informazioni presentate in un Conto Economico.
- Analizzare le componenti e il significato di un rendiconto finanziario.

---

## 4. METODI DI APPRENDIMENTO

- Studio della letteratura consigliata e delle risorse di internet.
- Processo decisionale basato sui risultati degli scenari di ramificazione B-ECO.
- Valutazione della pianificazione finanziaria.

---

## 5. RISULTATI - COMPETENZE ACQUISITE (CONNESSIONE CON ENTRE-COMP)<sup>7</sup>

- **Idee e opportunità:**
  1. Visione
  2. Valorizzazione delle idee
  3. Pensiero etico e sostenibile
- **Risorse:**
  1. Motivazioni e Perseveranza
  2. Autoconsapevolezza e autoefficacia
  3. Mobilitazione delle Risorse
  4. Conoscenze finanziarie
  5. Mobilitare gli altri

---

<sup>7</sup> <https://entre-comp.eu/>



- **In azione:**
  1. Prendere l'iniziativa
  2. Pianificazione e gestione
  3. Affrontare l'incertezza

## 6. ATTREZZATURE E RISORSE

- Computer
- Proiettore o TV
- Accesso a Internet

## 7. RISCALDAMENTO (15 MIN.)

### Trascinare le parole - Le componenti del piano finanziario

**Istruzioni:** Trascinate le parole dalla colonna di destra alle definizioni corrispondenti nella colonna di sinistra.

Colonna 1: DEFINIZIONI	Trascina le parole dalla Colonna 2 alla Colonna 1	Colonna 2: PAROLE
A. Diritti/Passività		1. Macchinari
B. Beni/Attività		2. Mobili
C. Obblighi		3. Vendite a credito
		4. Materie Prime
		5. Prestito bancario
		6. Debiti verso i fornitori

#### Risposte corrette:

Macchinari - B  
 Mobili - B  
 Vendite a credito - A  
 Materie Prime - B  
 Prestito bancario - C  
 Debiti verso i fornitori - C

## 8. PRESENTAZIONE (35 MIN.)

- **Presentazione in Power Point della lezione + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. Spiegazione dei risultati di apprendimento della lezione.
  - B. L'insegnante introduce i risultati di apprendimento della lezione 7:
    - Che cos'è la pianificazione finanziaria?
    - Come si crea un piano finanziario?
    - Concetti di base sulla contabilità.
  - C. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici.



## 9. SCENARIO DI RAMIFICAZIONE (BRANCHING)

**Introduzione:** Benvenuti nello scenario di ramificazione sull'avvio di una piccola impresa in proprio. Questo esercizio ha lo scopo di testare le vostre conoscenze e le vostre capacità decisionali in merito ai passi da seguire per creare un piano finanziario che ne garantisca il successo. Leggete attentamente ogni domanda e selezionate la risposta più adatta.

**Domanda 1: Quale delle seguenti affermazioni è corretta riguardo alla creazione di un piano finanziario?**

- a) Bisogna condurre una ricerca di mercato per identificare il mercato di riferimento, i competitor e la potenziale domanda per i prodotti o servizi
- b) Bisogna creare un documento con la propria idea di business
- c) Non è necessario stimare i costi perché si dispone già dei finanziamenti

**Feedback 1a:** È esatto. L'essenza della ricerca di marketing è individuare le opportunità di business. Dopo aver fatto la ricerca di mercato, vi sarà chiaro chi volete raggiungere (clienti target), dove (canali di marketing) e a cosa sono interessati.

**Feedback 1b:** Non è corretto! Dovete creare un piano di business, ovvero un documento scritto che descrive gli obiettivi, le attività e le strategie di un'azienda.

**Feedback 1c:** Non è la risposta giusta. Anche se avete una possibilità di finanziamento (risparmi personali, prestiti), dovete sempre stimare i costi di avvio, comprese le spese per le attrezzature, l'inventario e il marketing.

**Domanda 2: Ogni azienda deve rilasciare tre bilanci fondamentali. In primo luogo, c'è lo stato patrimoniale che mostra tutto ciò che l'azienda possiede e deve. Quali dei seguenti non sono componenti del bilancio?**

- a) Le attività
- b) Le passività
- c) L'utile netto

**Feedback 2a:** Sbagliato. Le attività sono una componente importante di un bilancio e sono cose che appartengono all'azienda, come materie prime, merci, macchinari, ecc.

**Feedback 2b:** Non è la risposta corretta. Le passività sono una componente importante di un bilancio e sono cose come prestiti bancari, IVA e tasse.

**Feedback 2c:** Eccellente. L'utile netto è una componente del Conto Economico.

**Domanda 3: Il prossimo documento finanziario che dovete preparare è il rendiconto finanziario. Qual è lo scopo di questo documento?**

- a) Monitorare l'afflusso e il deflusso di denaro nella vostra azienda
- b) Verificare l'esistenza di un eventuale deficit di cassa
- c) Verificare se si dispone di liquidità per le attività finanziarie



**Feedback 3a:** Ben fatto! Il rendiconto finanziario vi dice in che modo l'azienda spende la sua liquidità e se ne ha abbastanza per finanziare le sue operazioni.

**Feedback 3b:** Non è del tutto corretto. Vi aiuta a identificare i periodi di deficit di cassa e a esplorare opzioni quali la garanzia di ulteriori finanziamenti o l'implementazione di metodi di riduzione dei costi.

**Feedback 3c:** Non è del tutto corretto. Vi aiuta ad analizzare i vostri prospetti finanziari per prendere decisioni ponderate su prezzi, spese e investimenti.

**Domanda 4: A seguire, per valutare la redditività della vostra azienda, dovete creare un Conto Economico. Quale delle seguenti affermazioni lo descrive meglio?**

- a) È ininfluente rispetto al rendiconto finanziario
- b) È un documento finanziario che mostra la posizione finanziaria di un'azienda
- c) Copre solo un determinato periodo

**Feedback 4a:** Sbagliato. È fondamentale esaminare il rendiconto finanziario insieme al Conto Economico. Ad esempio, se un cliente acquista un prodotto a credito, l'importo viene indicato come ricavo nel conto economico, ma non sarà incluso nei flussi di cassa finché il cliente non pagherà effettivamente il prodotto.

**Feedback 4b:** Esatto. I potenziali investitori utilizzano questi documenti per valutare lo stato di un possibile investimento.

**Feedback 4c:** Non è corretto. Il conto economico può coprire qualsiasi periodo, da un giorno a dieci anni, ma più spesso viene emesso trimestralmente e ogni anno fiscale.

**Conclusione:** Congratulazioni per aver completato lo scenario di ramificazione sulla creazione della vostra piccola impresa. Avete dimostrato di aver compreso quali sono i primi passi e i documenti finanziari necessari per iniziare a preparare il vostro piano finanziario.

---

## 10. VALUTAZIONE

Calcolate l'utile netto dell'impresa.

Supponiamo che il negozio "Santa Christmas" voglia calcolare il suo utile netto per il primo trimestre del 2022. Ecco i numeri/dati che abbiamo:

**Ricavi totali: 60,000€**

**Costo dei beni venduti (COGS): 20,000€**

**Affitto: 6,000€**

**Utenze: 2,000€**

**Stipendi: 10,000€**

**Pubblicità: 1,000€**

**Interessi passivi: 1,000€**



Per prima cosa, calcolate il reddito lordo prendendo i ricavi totali e sottraendo il costo dei beni venduti (COGS):

$$\text{Reddito lordo} = 60,000\text{€} - 20,000\text{€} = 40,000\text{€}$$

Quindi, sommate le spese del trimestre:

$$\text{Spese} = 6,000\text{€} + 2,000\text{€} + 10,000\text{€} + 1,000\text{€} + 1,000\text{€} = 20,000$$

Ora, calcolate l'utile netto sottraendo le spese al reddito lordo:

$$\text{Utile netto} = 40,000\text{€} - 20,000\text{€} = 20,000\text{€}$$

---

## 11. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)

---

## 12. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA “BIBLIOGRAFIA” NEI MODULI (R1)

[1] Berry-Johnson, J. (2021, October 8). How to Calculate Net Income (Formula and Examples) [web log]. Consultato il 20 febbraio 2023, da <https://bench.co/blog/accounting/net-income-formula/#mvav2>.



## MODULO 8: GREEN MANAGEMENT

### 1. INTRODUZIONE

Come insegnanti, dovrete iniziare con un discorso motivazionale, ad esempio:

*“Cari studenti,*

*L'importanza del Green Management non può essere sopravvalutata. In un'epoca in cui le preoccupazioni ambientali e la sostenibilità sono diventate questioni centrali sia nel mondo degli affari che nella società, insegnare agli studenti il Green Management non è solo un esercizio accademico: è una preparazione per il futuro. Come educatori, svolgiamo un ruolo fondamentale nel formare la prossima generazione di leader e imprenditori responsabili che sapranno affrontare le sfide e le opportunità presentate dal nostro mondo in continua evoluzione.*

*Nel corso di questo modulo, tenete presente l'importanza di pensare in modo creativo e critico a come potete contribuire a un futuro più verde e sostenibile attraverso i vostri ruoli nel mondo degli affari e della società”.*

Questo discorso è seguito da una breve introduzione al modulo e alle unità.

Il modulo è stato suddiviso nelle seguenti 3 unità:

La prima unità getta le basi esplorando il concetto di management. Comprendere l'importanza della gestione aziendale è essenziale prima di addentrarsi nel campo specifico del Green Management. Gli studenti comprenderanno i concetti chiave di pianificazione, organizzazione, direzione e controllo, che sono fondamentali per una gestione efficace in qualsiasi contesto.

La seconda unità conduce al cuore del modulo, il Green Management. Qui si approfondiranno i principi e le pratiche che rendono il management "verde". Gli studenti esploreranno le tipologie di Green Management, comprendendo così il motivo per cui il Green Management è importante, sia per le aziende che per la comunità in generale.

L'unità finale offre una guida pratica attraverso l'introduzione alle pratiche commerciali sostenibili e al loro ruolo. Gli studenti esploreranno il significato della sostenibilità e della responsabilità sociale d'impresa che li aiuterà a prendere decisioni informate e in linea con gli obiettivi sostenibili.



---

## 2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

### OBIETTIVO DI APPRENDIMENTO GENERALE:

- Individuare e analizzare gli elementi necessari per la creazione di un'impresa ecologica.

### OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO SPECIFICI:

- Comprendere il Management.
- Comprendere il Green Management e la sua importanza.
- Identificare le strategie per costruire un'impresa ecologica.

---

## 3. RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Definire il concetto di management e il suo significato nel contesto delle pratiche di business sostenibili.
- Spiegare il concetto di Green Management e articolare il suo significato nella promozione della sostenibilità e della responsabilità ambientale nelle pratiche aziendali.
- Analizzare casi di successo di eco-business per identificare le strategie chiave e le migliori pratiche.

---

## 4. METODI DI APPRENDIMENTO

- Studio della letteratura consigliata e delle risorse di internet.
- Processo decisionale basato sui risultati degli scenari di ramificazione B-ECO.

---

## 5. RISULTATI - COMPETENZE ACQUISITE (CONNESSIONE CON ENTRE-COMP)<sup>8</sup>

- **Idee e opportunità:**
  1. Creatività
  2. Pensiero etico e sostenibile
  3. Valorizzazione delle idee
  4. Visione
- **Risorse:**
  1. Motivazione e perseveranza
  2. Autoconsapevolezza e autoefficacia
  3. Alfabetizzazione finanziaria ed economica
  4. Mobilitazione delle Risorse
- **In azione:**
  1. Imparare attraverso l'esperienza
  2. Pianificazione e gestione
  3. Prendere l'iniziativa

---

<sup>8</sup> <https://entre-comp.eu/>



## 6. ATTREZZATURE E RISORSE

- Computer
- Proiettore o TV
- Accesso a Internet

## 7. RISCALDAMENTO (15 MIN.)

### A. Abbinare le funzioni di management

**Istruzioni:** Trascina le parole dalla colonna di destra alle definizioni corrispondenti nella colonna di sinistra.

Colonna 1: Descrizioni	Trascina le parole dalla Colonna2 alla Colonna1	Colonna 2: Funzioni di management
A. Stabilire gli obiettivi organizzativi e determinare la migliore linea d'azione per raggiungerli.		1. Guida
B. Coordinare le risorse e i compiti per attuare i piani in modo efficace.		2. Controllo
C. Guidare e motivare i dipendenti a raggiungere gli obiettivi organizzativi.		3. Organizzazione
D. Monitorare le prestazioni e apportare le modifiche necessarie per garantire il raggiungimento degli obiettivi.		4. Pianificazione

**Risposte corrette:**

Guida - C

Controllo - D

Organizzazione - B

Pianificazione - A

### B. Strategie di Eco-business

**Istruzioni:** Trascina la corretta strategia di eco-business dall'elenco di destra alla descrizione di sinistra.

Colonna 1: Descrizioni	Trascina le parole dalla Colonna 2 alla Colonna 1	Colonna 2: Strategie di Eco-Business
A. Incorporare fonti di energia rinnovabile, come l'energia solare o eolica per ridurre le emissioni di carbonio.		1. Approvvigionamento sostenibile
B. Acquistare materie prime e prodotti in modo responsabile dal punto di vista ambientale.		2. Riduzione dei rifiuti
C. Promuovere gli aspetti ecologici dei prodotti o dei servizi per attirare clienti attenti all'ambiente.		3. Adozione di energie rinnovabili
D. Ridurre al minimo la generazione di rifiuti nei processi di produzione.		4. Green Marketing

**Risposte corrette:**



Approvvigionamento sostenibile - B  
Riduzione dei rifiuti - D  
Adozione di energie rinnovabili - A  
Green Marketing - C

### C. Benefici del Green Management

**Istruzioni:** Trascina il termine corretto dall'elenco di destra alla descrizione di sinistra.

Colonna 1: Descrizioni	Trascina le parole dalla Colonna 2 alla Colonna 1	Colonna 2: Benefici del Green Management
A. Soddisfare i requisiti legali relativi alla protezione e alla sostenibilità ambientale.		1. Conservazione dell'ambiente
B. Ridurre i costi operativi con l'efficienza energetica e la riduzione dei rifiuti.		2. Risparmi sui costi
C. Costruire un'immagine positiva e creare fiducia tra i clienti e gli stakeholder		3. Miglioramento della reputazione
D. Contribuire alla conservazione delle risorse naturali e degli ecosistemi.		4. Conformità normativa

#### Risposte corrette:

Conservazione dell'ambiente - D  
Risparmi sui costi - B  
Miglioramento della reputazione - C  
Conformità normativa - A

**Nota:** Queste attività di riscaldamento con la tecnica del trascinamento sono state progettate per rafforzare i concetti chiave relativi al Green Management e all'Eco-Business, rendendo l'esperienza di apprendimento interattiva e coinvolgente. Possono essere utilizzate nella piattaforma di apprendimento digitale o stampate come fogli di lavoro da utilizzare in classe.

## 8. PRESENTAZIONE (35 MIN.)

- **Presentazione in Power Point della lezione + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. Spiegazione dei risultati di apprendimento del modulo 8.
  - B. L'insegnante introduce i contenuti dell'Unità 8.1:
    - Concetto di Management.
    - Importanza della gestione aziendale.
    - Livelli di Management.
  - C. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
    - Video- Competenze gestionali | 10 Competenze gestionali che ogni manager dovrebbe avere.



## 9. SCENARIO DI RAMIFICAZIONE (BRANCHING)

**Introduzione:** Benvenuti all'esercizio di ramificazione "Comprendere il Management". In questa attività interattiva, esplorerete i concetti chiave relativi al management. Attraverserete diversi scenari per comprendere più a fondo il concetto di gestione, l'importanza della gestione aziendale e i vari livelli di gestione all'interno delle organizzazioni. Leggete attentamente ogni domanda e selezionate la risposta più adatta.

### Esercizio 1: Concetto di Management

**Scenario:** Siete un manager appena nominato in un'azienda in crescita. I membri della vostra squadra vi hanno chiesto di definire il concetto di management. Come spiegherete tale concetto al vostro team?

**Opzioni:**

- a) Il Management consiste nel prendere decisioni e dire alle persone cosa fare.
- b) Il Management è il processo di pianificazione, organizzazione, direzione e controllo delle risorse per raggiungere gli obiettivi organizzativi in modo efficiente ed efficace.
- c) Il Management riguarda esclusivamente il controllo dei costi e la garanzia dei profitti.

**Feedback 1a:** Questa è una visione limitata del management. Sebbene il processo decisionale sia importante, il management non si limita a impartire ordini.

**Feedback 1b:** Ottimo lavoro! Avete fornito la definizione completa, che comprende le funzioni chiave del management.

**Feedback 1c:** Sebbene la gestione dei costi e dei ricavi sia importante, il management è un concetto più ampio che comprende varie funzioni.

### Esercizio 2: Importanza della Gestione Aziendale

**Scenario:** Siete un consulente che offre consulenza a un fondatore di una startup. Questi vi chiede perché dovrebbe investire tempo e risorse in una gestione aziendale efficace. Come gli spiegate l'importanza della gestione aziendale?

**Opzioni:**

- a) La gestione aziendale non è così importante per le startup. È importante concentrarsi solo sul prodotto o servizio.
- b) La gestione aziendale aiuta a stabilire obiettivi chiari, a ottimizzare le risorse e a prendere decisioni consapevoli, che sono fondamentali per il successo a lungo termine.
- c) La gestione aziendale è solo per le grandi aziende; le startup non ne hanno bisogno.

**Feedback 2a:** Una gestione aziendale efficace è fondamentale per la crescita e il successo delle startup. Non si tratta solo del prodotto o del servizio.

**Feedback 2b:** Eccellente! Avete evidenziato l'importanza della gestione aziendale per raggiungere il successo.



**Feedback 2c:** Non è esatto. Le startup possono trarre notevoli benefici da buone pratiche di gestione per affrontare sfide e opportunità.

### **Esercizio 3: Livelli di Management**

**Scenario:** Siete un professore che tiene un corso di gestione aziendale. Uno studente vi chiede quali sono i diversi livelli di management nelle organizzazioni. Come gli spiegherete l'argomento?

**Opzioni:**

- a) Ci sono due livelli di management: il vertice aziendale e i dipendenti. Il Dirigente prende tutte le decisioni e i dipendenti eseguono gli ordini.
- b) Il management delle organizzazioni è tipicamente composto da tre livelli: il vertice aziendale (CEO, ecc.), il livello intermedio (capi reparto) e il livello di management di prima linea (supervisori). Ogni livello ha le sue responsabilità.
- c) I livelli di management non hanno molta importanza; in un'organizzazione tutti hanno le stesse responsabilità.

**Feedback 3a:** Avete tralasciato il livello intermedio di management, che svolge un ruolo fondamentale nelle organizzazioni.

**Feedback 3b:** Ben fatto! Hai fornito una spiegazione accurata e completa dei livelli di management.

**Feedback 3c:** In realtà, esistono diversi livelli di management per gestire responsabilità e funzioni diverse.

**Nota:** Questi esercizi ramificati con feedback aiuteranno gli studenti a esplorare e comprendere efficacemente i concetti chiave del management, fornendo al contempo una guida alle loro risposte.

---

## **10. VALUTAZIONE**

**Quiz:** Gli studenti devono raggiungere almeno il 70% delle risposte corrette (devono essere fornite risposte corrette con feedback).

1. Qual è l'obiettivo principale del management?
  - a) Massimizzare i profitti
  - b) Ridurre al minimo le spese
  - c) **Raggiungere gli obiettivi organizzativi in modo efficiente ed efficace**
  - d) Controllare i dipendenti

**Feedback:** Un management efficace comporta la pianificazione, l'organizzazione, la guida e il controllo delle risorse per raggiungere gli obiettivi organizzativi in modo efficiente ed efficace.

2. Quale delle seguenti NON è una funzione del management?



- a) Pianificazione
- b) Organizzazione
- c) **Vendita**
- d) Controllo

**Feedback:** Le funzioni di management comprendono la pianificazione, l'organizzazione, la direzione e il controllo. La vendita non è considerata una delle funzioni gestionali principali.

3. Che cosa mira a ottenere un management efficace?

- a) Un elevato turnover dei dipendenti
- b) Un morale basso dei dipendenti
- c) **Un uso efficiente delle risorse per raggiungere gli obiettivi organizzativi**
- d) Cambiamenti frequenti negli obiettivi organizzativi

**Feedback:** Un management efficace mira a utilizzare le risorse in modo efficiente per raggiungere gli obiettivi organizzativi, non a promuovere un elevato turnover o un basso morale.

4. Perché una gestione aziendale efficace è importante per le organizzazioni?

- a) Assicura i maggiori profitti
- b) Permette alle organizzazioni di evitare di pagare le tasse
- c) **Aiuta a stabilire obiettivi chiari, a ottimizzare le risorse e a prendere decisioni ragionate per il successo a lungo termine**
- d) Riduce il numero di dipendenti

**Feedback:** Una gestione aziendale efficace è essenziale perché consente alle organizzazioni di fissare obiettivi chiari, di ottimizzare le risorse e di prendere decisioni informate, che sono fondamentali per il successo a lungo termine.

5. Quale delle seguenti affermazioni è vera riguardo all'importanza della gestione aziendale per le startup?

- a) La gestione aziendale non è importante per le startup
- b) Le startup dovrebbero concentrarsi esclusivamente sullo sviluppo del prodotto
- c) **Una gestione aziendale efficace può aiutare le startup a superare le sfide**
- d) Le startup hanno bisogno di gestione solo quando diventano grandi aziende

**Feedback:** La gestione aziendale è fondamentale per le startup perché le aiuta a superare le sfide, a prendere decisioni strategiche e a raggiungere una crescita sostenibile.

6. Nella gerarchia organizzativa, chi fa parte del vertice aziendale?

- a) I Direttori di dipartimento
- b) I Supervisor
- c) **Il CEO (Chief Executive Officer)**
- d) I dipendenti di prima linea



**Feedback:** Al vertice dell'azienda ci sono i dirigenti, come l'amministratore delegato (CEO), che sono responsabili della direzione generale e del successo dell'organizzazione.

7. Quale livello di management è responsabile della supervisione delle attività quotidiane dei dipendenti?
- a) Vertice aziendale
  - b) Livello intermedio
  - c) **Management di prima linea (supervisor)**
  - d) Consiglio di amministrazione

**Feedback:** Il livello di management di prima linea, rappresentato dai supervisor, è responsabile della supervisione delle attività quotidiane dei dipendenti.

8. Quali sono i principali vantaggi di una gestione aziendale efficace? Selezionare tutte le risposte giuste.
- a) Massimizzare i profitti a breve termine
  - b) **Accrescere la soddisfazione e il morale dei dipendenti**
  - c) **Facilitare un migliore processo decisionale**
  - d) **Promuovere l'innovazione e l'adattamento al cambiamento**

**Feedback:** Una gestione aziendale efficace aumenta la soddisfazione dei dipendenti, facilita un migliore processo decisionale e promuove l'innovazione e l'adattamento al cambiamento. La redditività è importante, ma non è l'unico vantaggio.

9. In che modo una gestione aziendale efficace contribuisce alla competitività di un'organizzazione sul mercato?
- a) Riducendo il numero di dipendenti
  - b) Riducendo al minimo le questioni etiche
  - c) **Consentendo di risparmiare sui costi e di operare in modo efficiente**
  - d) Aumentando il Prezzo dei prodotti o dei servizi

**Feedback:** Una gestione aziendale efficace aiuta un'organizzazione a snellire le operazioni, a ridurre i costi e a operare in modo efficiente, rendendola più competitiva sul mercato.

10. Quale livello di management coinvolge tipicamente i capi reparto o i team leader responsabili di specifiche divisioni o unità all'interno di un'organizzazione?
- a) Vertice aziendale
  - b) Gestione di prima linea (supervisor)
  - c) **Livello intermedio di management**
  - d) Consiglio di amministrazione

**Feedback:** Il livello intermedio è composto da capi reparto o team leader responsabili di specifiche divisioni o unità all'interno di un'organizzazione.



---

## 11. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)

---

## 12. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA “BIBLIOGRAFIA” NEI MODULI (R1)

[1] Herrity, Jennifer. (12 dicembre 2019). What is management? Definitions, Functions and Styles, Consultato da <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/what-is-management>

[2] Maiti, Sushanta. [Education Leaves]. (22 gennaio 2021) Management Skills/ 10 Management skills every manager should have, Consultato da <https://educationleaves.com/top-10-management-skills/>

[3] Maiti, Sushanta. [Education Leaves]. (22 gennaio 2021) Management Skills/ 10 Management skills every manager should have. Video. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=xHBhFKBLhWs>

[4] Simmering, Marcia J. (n.d). Management Levels, Consultato da <https://pdcrodas.webs.ull.es/empresa/ManagementLevels.pdf>

---

## 13. PRESENTAZIONE (35 MIN.)

- **Presentazione in Power Point della lezione + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. L'insegnante introduce i contenuti dell'Unità 8.2:
    - Concetto di Green Management.
    - Importanza e Vantaggi del Green Management in un business.
    - Tipologie di Green Management.
  - B. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
    - Video - 6 passi per un Data Center più "verde".

---

## 14. SCENARIO DI RAMIFICAZIONE (BRANCHING)

**Introduzione:** Benvenuti nello scenario di ramificazione "Comprendere il Green Management e la sua importanza". In questa attività interattiva esplorerete il concetto di Green Management, l'importanza di una Gestione Aziendale Ecologica e i vari tipi di pratiche di Green Management. Man mano che procederete, farete delle scelte che vi guideranno attraverso diversi scenari. Iniziamo!

### Esercizio 1: Concetto di Green Management

**Scenario:** Siete il coordinatore della sostenibilità di un'azienda manifatturiera. Il vostro amministratore delegato vi chiede di spiegare il concetto di Green Management. Come definireste tale concetto al vostro CEO?



**Opzioni:**

- a) Il Green Management si concentra esclusivamente sulla riduzione dei rifiuti e sulla conservazione dell'energia.
- b) Il Green Management integra i principi della sostenibilità in tutti gli aspetti delle operazioni aziendali, dall'approvvigionamento alla produzione e non solo.

**Feedback 1a:** La riduzione dei rifiuti e la conservazione dell'energia fanno parte del Green Management, ma il concetto è più ampio.

**Feedback 1b:** Eccellente! Avete fornito una definizione completa di Green Management.

**Esercizio 2: Importanza e benefici del Green Management**

**Scenario:** Siete un consulente che offre consulenza a un imprenditore che vi chiede perché dovrebbe investire nel Green Management nel suo Business (GBM). Come spiegate l'importanza e i vantaggi?

**Opzioni:**

- a) Il Green Management Aziendale è solo una tendenza; non porterà alcun beneficio alla vostra azienda.
- b) Implementando il Green Management, potete ridurre i costi operativi, migliorare la vostra reputazione e contribuire a rendere il pianeta più sano.

**Feedback 2a:** Il Green Management Aziendale offre vantaggi tangibili; non è solo una tendenza passeggera.

**Feedback 2b:** Ben fatto! Avete evidenziato l'importanza e i vantaggi del Green Management.

**Esercizio 3: Tipologie di Green Management**

**Scenario:** Siete uno studente che si dedica allo studio della sostenibilità. Vi è stato chiesto di classificare le diverse pratiche di Green Management in categorie. Come le classifichereste?

**Opzioni:**

- a) Approvvigionamento Sostenibile, Efficienza Energetica e Riduzione dei Rifiuti.
- b) Efficienza delle Risorse, Responsabilità Ambientale e Prodotti Ecologici.

**Feedback 3a:** Buon inizio, ma affiniamo la categorizzazione.

**Feedback 3b:** Eccellente! Avete classificato correttamente queste pratiche di Green Management.

**Nota:** Questi esercizi di ramificazione offrono agli studenti un mezzo coinvolgente per esplorare il concetto di Green Management, comprenderne l'importanza e i vantaggi e classificare varie pratiche dello stesso. Il feedback per ogni risposta aiuta a rafforzare la comprensione dei contenuti.

---

## 15. VALUTAZIONE



**Quiz:** Gli studenti devono raggiungere almeno il 70% delle risposte corrette (è necessario fornire le risposte corrette con un feedback).

1. Su cosa si concentra principalmente il Green Management?

- a) Ignorare le problematiche ambientali
- b) Massimizzare i profitti
- c) **Ridurre gli sprechi e risparmiare energia**
- d) Espandere la quota di mercato

**Feedback:** Il Green Management si occupa principalmente della riduzione dei rifiuti, del risparmio dell'energia e dell'adozione di pratiche sostenibili per ridurre al minimo l'impatto ambientale delle operazioni aziendali.

2. Quale delle seguenti affermazioni descrive meglio il Green Management?

- a) Il Green Management è una strategia a breve termine per aumentare le entrate
- b) Il Green Management si concentra solo sulla conservazione dell'energia
- c) **Il Green Management integra i principi di sostenibilità in tutti gli aspetti delle operazioni aziendali**
- d) Il Green Management si limita a ridurre la produzione di rifiuti

**Feedback:** Il Green Management integra i principi di sostenibilità in tutti gli aspetti dell'attività aziendale, andando oltre la semplice conservazione dell'energia.

3. Perché il Green Business Management è importante per le organizzazioni?

- e) È una strategia di marketing di tendenza
- f) Semplifica le operazioni aziendali
- g) **Può portare a risparmi sui costi, a un miglioramento della reputazione e a benefici ambientali**
- h) Aumenta la produzione di rifiuti

**Feedback:** Il Green Business Management è essenziale perché può portare a risparmiare sui costi, a un miglioramento della reputazione e a impatti ambientali positivi.

4. Quali vantaggi possono trarre le aziende dall'implementazione di pratiche di Green Business Management? Selezionate tutte le risposte corrette.

- a) Aumento del consumo di energia
- b) Maggiori livelli di inquinamento
- c) **Riduzione dei costi operativi**
- d) **Migliore reputazione per il marchio**

**Feedback:** L'implementazione di pratiche di Green Business Management può ridurre i costi operativi e migliorare la reputazione del marchio dimostrando l'impegno verso la sostenibilità.

5. Quale dei seguenti è un esempio di Efficienza delle Risorse nel Green Management?



- a) Aumentare l'uso della carta nelle operazioni d'ufficio
- b) Ignorare i programmi di riciclaggio
- c) **Ridurre il consumo di acqua nei processi produttivi**
- d) Utilizzare fonti di energia non rinnovabili

**Feedback:** L'Efficienza delle Risorse nel Green Management implica la riduzione del consumo di risorse in modo sostenibile, come l'acqua.

6. Cosa comprende la Responsabilità Ambientale nel Green Management?

- a) Ignorare le normative ambientali
- b) Massimizzare il consumo di risorse
- c) **Rispettare le leggi e i regolamenti ambientali**
- d) Ridurre i rifiuti e le emissioni

**Feedback:** La Responsabilità Ambientale nel Green Management implica il rispetto delle leggi e dei regolamenti ambientali e la minimizzazione dell'impatto sull'ambiente.

7. Qual è l'obiettivo principale del Green Management in un'organizzazione?

- a) Massimizzare i profitti a breve termine
- b) Ridurre al minimo la soddisfazione dei dipendenti
- c) **Raggiungere la sostenibilità attraverso pratiche responsabili**
- d) Ignorare le problematiche ambientali

**Feedback:** L'obiettivo principale del Green Management è raggiungere la sostenibilità attraverso pratiche responsabili ed ecologiche.

8. In che modo il Green Management si differenzia dal management aziendale tradizionale?

- a) Il Green Management si concentra sui guadagni a breve termine, mentre il management tradizionale mira agli obiettivi a lungo termine
- b) Il Green Management si applica solo alle piccole imprese, mentre il management tradizionale è destinato alle grandi aziende
- c) **Il Green Management integra i principi della sostenibilità, mentre il management tradizionale non lo fa**
- d) Il Green Management è meno attento alla riduzione dei costi

**Feedback:** Il Green Management si distingue perché integra i principi della sostenibilità nelle pratiche aziendali, cosa che per il management tradizionale non è prioritaria.

9. Quali sono i vantaggi economici che le organizzazioni possono trarre dalle pratiche di Green Business Management? Selezionare tutte le risposte corrette.

- a) Aumento della produzione di rifiuti
- b) Maggiore concorrenza sul mercato
- c) **Riduzione dei costi energetici**
- d) **Miglioramento dell'utilizzo delle risorse**



**Feedback:** I vantaggi economici del Green Business Management includono la riduzione dei costi energetici e il miglioramento dell'utilizzo delle risorse, che contribuiscono alla competitività.

10. Quale delle seguenti pratiche si inserisce tra i prodotti rispettosi dell'ambiente nell'ambito del Green Management?
- a) Implementare un'illuminazione efficiente dal punto di vista energetico negli uffici
  - b) Ridurre l'uso dell'acqua nei processi produttivi
  - c) **Utilizzare materiali di imballaggio sostenibili per i prodotti**
  - d) Ignorare le normative ambientali

**Feedback:** I prodotti rispettosi dell'ambiente nel Green Management prevedono l'utilizzo di materiali e pratiche sostenibili nello sviluppo dei prodotti.

---

## 16. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)

---

## 17. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA “BIBLIOGRAFIA” NEI MODULI (R1)

[1] Eye on Tech. (n.d). *6 Steps to a Greener Data Center*. Vídeo. YouTube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=yGkfBo2iSiI>

[2] Freedman, Max. Business News Daily. (2023, January 20). *Do you want to start a business and protect the environment at the same time? These green business ideas help you do just that*, Consultato da <https://www.businessnewsdaily.com/5102-green-business-ideas.html>

[3] McFarlane, Robert. S. Milsom & Wilke. (2021. September 27). *Considerations for Sustainable Data Centre Design*, Consultato da [https://www.techtarget.com/searchdatacenter/tip/Considerations-for-sustainable-data-center-design?utm\\_source=youtube&utm\\_medium=description&utm\\_campaign=032022GREEN&utm\\_content=GREEN&Offer=OTHR-youtube\\_OTHR-video\\_OTHR-GREEN\\_2022March17\\_GREEN](https://www.techtarget.com/searchdatacenter/tip/Considerations-for-sustainable-data-center-design?utm_source=youtube&utm_medium=description&utm_campaign=032022GREEN&utm_content=GREEN&Offer=OTHR-youtube_OTHR-video_OTHR-GREEN_2022March17_GREEN)

[4] Mind Tools. (n.d). *Green Management: Ten ways to boost your Business and Help the Planet*, Consultato da <https://www.mindtools.com/aevwa71/green-management>

[5] Uygur, Akyay. Berat Musluk and Nail Ilbey. (2015). *Examining the Influence of Green Management on Operation Functions: Case of a Business*. Research Journal of Business Management. Volume 2, Issue 3, Consultato da <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/375150>



---

## 18. PRESENTAZIONE (35 MIN.)

- **Presentazione in Power Point della lezione + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti
  - A. L'insegnante introduce i contenuti dell'Unità 8.3:
    - Pratiche "Verdi".
    - La Produzione Sostenibile e il suo ruolo.
    - Responsabilità Ambientale d'Impresa.
  - B. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
    - Video - 10 Aziende Verdi che attuano incredibili Iniziative Ambientali.

---

## 19. ATTIVITÀ PROPOSTE

### **Attività 1: Simulazione di uno Scenario su Pratiche "Verdi"**

**Obiettivo:** Coinvolgere gli studenti in scenari decisionali per esplorare e comprendere varie pratiche ecologiche.

**Istruzioni:** Fornire agli studenti una serie di scenari in cui interpretano il ruolo del manager o del proprietario d'azienda. Ogni scenario deve presentare una sfida o una decisione relativa alle pratiche ecosostenibili, come la riduzione dei rifiuti, l'efficienza energetica o l'approvvigionamento sostenibile. Chiedete agli studenti di prendere decisioni su come affrontare la sfida in questione, tenendo conto dell'impatto ambientale e della sostenibilità. Dopo che avranno preso una decisione, è necessario fornire un feedback sulle conseguenze delle loro scelte, includendo gli effetti positivi o negativi sull'ambiente e i potenziali benefici per l'azienda.

### **Attività 2: Simulazione di Produzione Sostenibile**

**Obiettivo:** Simulare un processo di produzione sostenibile per aiutare gli studenti a comprendere il loro ruolo nella responsabilità ambientale.

**Istruzioni:** Create un gioco da tavolo virtuale o fisico che rappresenti un processo di produzione. Dividete gli studenti in squadre e assegnate a ciascuna di esse un ruolo nel processo di produzione, ad esempio fornitori di materie prime, produttori, distributori e rivenditori. Ogni squadra deve prendere decisioni in linea con i principi della produzione sostenibile, come la riduzione dei rifiuti, l'utilizzo di materiali ecologici e l'ottimizzazione energetica. Man mano che il gioco procede, si presentano scenari e sfide che riflettono i problemi di sostenibilità presenti nel mondo reale e si chiede alle squadre di elaborare strategie e adattare i loro processi di produzione. Al termine del gioco, favorire una discussione sull'importanza della produzione sostenibile e sul suo ruolo nella responsabilità ambientale.



### Attività 3: Casi studio sulla Responsabilità Ambientale d'Impresa

**Obiettivo:** Analizzare casi studio reali per comprendere la responsabilità ambientale d'impresa.

**Istruzioni:** Raccogliere una serie di casi studio di aziende o organizzazioni che hanno dimostrato una forte responsabilità ambientale. Assegnate ogni caso studio a un piccolo gruppo di studenti e chiedete loro di analizzarli per trovare degli esempi di pratiche responsabili dal punto di vista ambientale, come la riduzione delle emissioni di carbonio, l'implementazione di programmi di riciclaggio o il sostegno agli sforzi di conservazione. Chiedete a ciascun gruppo di presentare i risultati alla classe e di discutere l'impatto di queste pratiche sull'ambiente e sulla reputazione dell'azienda. Incoraggiate una discussione in classe sul ruolo della responsabilità ambientale d'impresa e sui suoi benefici sia per l'ambiente che per l'azienda.

**Nota:** Queste attività interattive immergeranno gli studenti in scenari pratici, consentendo loro di esplorare e comprendere la produzione e le pratiche sostenibili e la responsabilità ambientale d'impresa in modo pratico e coinvolgente.

---

## 20. VALUTAZIONE

**Quiz:** Gli studenti devono ottenere almeno il 70% delle risposte corrette (le risposte corrette devono essere accompagnate da un feedback).

1. Qual è l'obiettivo principale delle pratiche ecologiche all'interno delle imprese?
  - a) Massimizzare i profitti a breve termine
  - b) Ignorare le problematiche sostenibili
  - c) **Ridurre al minimo l'impatto ambientale attraverso iniziative sostenibili**
  - d) Aumentare la produzione di rifiuti

**Feedback:** Le pratiche ecologiche nelle imprese mirano a minimizzare l'impatto ambientale adottando iniziative sostenibili e riducendo i danni sull'ambiente.

2. Quale delle seguenti è un esempio di pratica ecosostenibile in un ufficio?
  - a) Stampare i documenti su carta monouso
  - b) Smaltire i rifiuti elettronici nei normali cestini della spazzatura
  - c) **Incoraggiare i dipendenti a fare carpooling (covetturaggio/auto di gruppo)**
  - d) Lasciare le luci e i dispositivi elettronici accesi durante la notte

**Feedback:** Incoraggiare i dipendenti a fare carpooling riduce le emissioni di carbonio ed è un esempio di pratica ambientale che promuove la sostenibilità.

3. Qual è l'obiettivo principale della produzione sostenibile?
  - a) Massimizzare il consumo di risorse
  - b) Dare priorità ai profitti a breve termine
  - c) **Ridurre al minimo la produzione di rifiuti e l'impatto ambientale**



d) Ignorare le preoccupazioni etiche

**Feedback:** La produzione sostenibile si concentra sulla minimizzazione della produzione di rifiuti e dell'impatto ambientale, mantenendo la qualità del prodotto.

4. Perché la produzione sostenibile è importante per le aziende?

- a) Riduce la scelta dei consumatori
- b) Aumenta i profitti di breve termine
- c) **Migliora la reputazione e riduce i costi a lungo termine**
- d) Ignora le normative ambientali

**Feedback:** La produzione sostenibile migliora la reputazione di un'azienda e riduce i costi operativi a lungo termine riducendo al minimo gli sprechi e il consumo di risorse.

5. A cosa si riferisce la responsabilità ambientale d'impresa?

- a) Massimizzare il consumo energetico
- b) Ignorare le leggi sull'ambiente
- c) **Pratiche commerciali etiche e sostenibili che tengano conto dell'impatto ambientale**
- d) Ridurre i benefici per i dipendenti

**Feedback:** La responsabilità ambientale d'impresa implica pratiche commerciali etiche e sostenibili che considerano e minimizzano l'impatto ambientale.

6. Quali sono i vantaggi della responsabilità ambientale d'impresa? Selezionare più risposte.

- a) Aumento della produzione di rifiuti
- b) Maggiore insoddisfazione dei dipendenti
- c) **Miglioramento della reputazione del marchio**
- d) **Riduzione dei costi operativi**

**Feedback:** La responsabilità ambientale d'impresa porta a benefici come il miglioramento della reputazione del marchio e la riduzione dei costi operativi, e non all'aumento della produzione di rifiuti o all'insoddisfazione dei dipendenti.

7. Quale delle seguenti è un esempio di pratica ecologica in agricoltura?

- a) Uso di pesticidi chimici per massimizzare la resa dei raccolti
- b) Uso eccessivo di risorse idriche per l'irrigazione
- c) **Implementare la rotazione delle colture e i metodi di controllo naturali dei parassiti**
- d) Ignorare i problemi di erosione del suolo

**Feedback:** L'attuazione di pratiche agricole sostenibili come la rotazione delle colture e i metodi naturali di controllo dei parassiti è un esempio di pratica verde.

8. Qual è lo scopo di un'iniziativa a "rifiuti zero" nelle pratiche sostenibili?

- a) Aumentare la produzione di rifiuti
- b) Ignorare gli sforzi di riciclaggio
- c) **Ridurre al minimo la produzione di rifiuti e non inviare nulla nelle discariche**



d) Promuovere un consumo eccessivo di risorse

**Feedback:** Un'iniziativa a "rifiuti zero" mira a ridurre al minimo la produzione di rifiuti e a non inviare nulla nelle discariche, promuovendo la sostenibilità.

9. In che modo la produzione sostenibile contribuisce alla salvaguardia delle risorse?

- a) Massimizzando il consumo delle risorse
- b) Ignorando la disponibilità delle risorse
- c) **Riducendo al minimo la produzione di rifiuti e l'uso delle risorse**
- d) Abbassando la qualità del prodotto

**Feedback:** La produzione sostenibile contribuisce alla conservazione delle risorse, riducendo al minimo la produzione di rifiuti e l'uso delle risorse e mantenendo la qualità del prodotto.

10. Perché la responsabilità ambientale d'impresa è importante per il successo a lungo termine della stessa?

- a) Aumenta i profitti a breve termine
- b) Non tiene conto delle questioni etiche
- c) **Migliora la reputazione del marchio e riduce i rischi**
- d) Promuove pratiche non sostenibili

**Feedback:** La responsabilità ambientale d'impresa migliora la reputazione del marchio e riduce i rischi associati all'impatto ambientale.

---

## 21. RACCOLTA DI CASI STUDIO "I PIÙ GRANDI SUCCESSI" (R3)

---

## 22. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA "BIBLIOGRAFIA" NEI MODULI (R1)

[1] EcoMastery Project. (n.d.). 10 Green Companies with Amazing Environmental Initiatives. Video. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=UsVPN5LVw7k>

[2] Freedman, Max. Business News Daily. (2023, January 20). 23 Green Business Ideas for Eco-Minded Entrepreneurs, Consultato da <https://www.businessnewsdaily.com/5102-green-business-ideas.html>

[3] Lotich, Patricia. (2019, May 29). 8 Sustainable Business Practices - Are you doing your part?, Consultato da <https://thethrivingsmallbusiness.com/sustainable-business-practices/>

[4] Stobierski, Tim. (2021, April 08). Types of Corporate Social Responsibility to be Aware of, Consultato da <https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-corporate-social-responsibility>

[5] Tecnia Addnode Group. (n.d.). Why Embrace Sustainable Business Practices?, Consultato da <https://www.technia.com/blog/how-does-sustainable-production-benefit-your-business/>



## MODULO 9: GREEN HUMAN RESOURCE

### 1. INTRODUZIONE

Come insegnanti, dovrete iniziare con un discorso motivazionale, ad esempio:

*“Cari studenti,*

*In qualità di educatori e facilitatori nel panorama in continua evoluzione della formazione professionale ed educativa, svolgiamo un ruolo fondamentale nel dotare la forza lavoro di domani delle conoscenze e delle competenze necessarie per prosperare in un mondo sostenibile ed eco-consapevole. Il GHRM è in prima linea in questo sforzo, fondendo i principi fondamentali della gestione delle risorse umane (HRM) con una prospettiva verde, contribuendo non solo al successo organizzativo ma anche al benessere del nostro pianeta”.*

Questo discorso è seguito da una breve introduzione al modulo e alle unità.

Il modulo è stato suddiviso nelle seguenti 2 unità:

Il nostro viaggio inizia con un'esplorazione completa dell'HRM, la pietra miliare di un'efficace gestione della forza lavoro. In questa unità, approfondiremo i concetti fondamentali dell'HRM, esaminandone la natura, la portata, le funzioni e il ruolo centrale che svolge all'interno delle organizzazioni, preparando gli studenti al salto trasformativo nel GHRM.

Partendo dalle basi gettate nell'unità 9.1, entriamo nell'entusiasmante regno della gestione verde delle risorse umane. Il GHRM rappresenta un cambiamento di paradigma, che enfatizza la sostenibilità, la coscienza ecologica e pratiche responsabili di gestione delle risorse umane. In questa unità esploreremo le funzioni del GHRM, le iniziative verdi e le ragioni che spingono le organizzazioni ad adottare pratiche di gestione delle risorse umane eco-compatibili.

### 2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

#### OBIETTIVO DI APPRENDIMENTO GENERALE:

- Comprendere la Gestione delle Risorse Umane (Human Resource Management - HRM) e la Gestione Sostenibile delle Risorse Umane (Green Human Resource Management - GHRM) e applicare questi concetti in scenari reali.

#### OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO SPECIFICI:

- Spiegare i concetti fondamentali di HRM.
- Mettere in relazione l'HRM con il processo di Management.
- Riconoscere le funzioni dell'HRM.
- Identificare le attività e i vantaggi del GHRM.
- Sapere come implementare pratiche Verdi.



---

### 3. RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Comprendere i concetti di base della Gestione delle Risorse Umane (HRM).
- Spiegare l'HRM e il modo in cui si relaziona al processo di management.
- Riconoscere una panoramica delle funzioni.
- Riconoscere le attività di GHRM e i suoi vantaggi.

---

### 4. METODI DI APPRENDIMENTO

- Studio della letteratura consigliata e delle risorse di internet.
- Processo decisionale basato sui risultati degli scenari di ramificazione B-ECO.

---

### 5. RISULTATI - COMPETENZE ACQUISITE (CONNESSIONE CON ENTRE-COMP)<sup>9</sup>

- **Idee e opportunità:**
  1. Pensiero etico e sostenibile
  2. Valorizzazione delle idee
- **Risorse:**
  1. Motivazione e perseveranza
  2. Autoconsapevolezza e autoefficacia
  3. Mobilitazione delle Risorse
- **In azione:**
  1. Imparare attraverso l'esperienza
  2. Pianificazione e gestione
  3. Lavorare con gli altri

---

### 6. ATTREZZATURE E RISORSE

- Computer
- Proiettore o TV
- Accesso a Internet

---

### 7. RISCALDAMENTO (15 MIN.)

#### A. Abbinare le funzioni di HRM

**Istruzioni:** Trascina le parole dalla colonna di destra alle corrispondenti descrizioni della colonna di sinistra.

---

<sup>9</sup> <https://entre-comp.eu/>



Colonna 1: Descrizioni	Trascina le parole dalla Colonna 2 to Colonna 1	Colonna 2: Funzioni HRM
A. Il processo di ricerca e selezione di candidati qualificati per le posizioni di lavoro.		1. 1. Formazione e sviluppo
B. L'approccio sistematico alle prestazioni, alla produttività e allo sviluppo dei dipendenti.		2. 2. Relazioni tra i dipendenti
C. Attività volte a migliorare le competenze e le conoscenze dei dipendenti.		3. 3. Selezione e assunzione
D. Gestione del rapporto tra i dipendenti e l'organizzazione per mantenere un ambiente di lavoro positivo.		4. 4. Gestione delle prestazioni
<b>Risposte corrette:</b> Formazione e sviluppo - C Relazioni tra i dipendenti - D Selezione e assunzione - A Gestione delle prestazioni - B		

## B. Abbinare le strategie di GHRM e i loro vantaggi

**Istruzioni:** Trascina i vantaggi dall'elenco di destra alle corrispondenti strategie di GHRM di sinistra.

Colonna 1: Strategie di GHRM	Trascina le parole dalla Colonna 2 alla Colonna 1	Colonna 2: Vantaggi
A. Implementazione di pratiche di approvvigionamento e di fornitura sostenibili.		1. Miglioramento del morale dei dipendenti
B. Incorporazione di politiche e pratiche sostenibili sul posto di lavoro.		2. Riduzione dell'impatto ambientale
C. Promuovere l'impegno dei dipendenti verso iniziative sostenibili.		3. Miglioramento della reputazione dell'azienda
<b>Risposte corrette:</b> Miglioramento del morale dei dipendenti - C Riduzione dell'impatto ambientale - A Miglioramento della reputazione dell'azienda - B		



### C. Abbinare le politiche e le pratiche di GHRM

Colonna 1: Descrizioni	Trascina le parole dalla Colonna 2 alla Colonna 1	Colonna 2: Politiche e pratiche di GHRM
A. Implementare pratiche di approvvigionamento e acquisizione responsabili dal punto di vista ambientale per ridurre gli effetti che l'organizzazione ha sull'ambiente.		1. Green Talent Management
B. Sviluppare e mantenere una forza lavoro con le conoscenze e le competenze adeguate a guidare iniziative di sostenibilità all'interno dell'organizzazione.		2. Politiche sostenibili sul posto di lavoro
C. Stabilire linee guida e pratiche che promuovano un comportamento attento all'ambiente tra i dipendenti e sul posto di lavoro.		3. Sustainable Procurement
<b>Risposte corrette:</b>		
Green Talent Management - B		
Politiche sostenibili sul posto di lavoro - C		
Sustainable Procurement - A		

### D. Abbinare le varie fasi per diventare sostenibili nell'HRM

**Istruzioni:** Trascina il numero della fase sequenziale dall'elenco di destra alla corrispondente fase a sinistra.

Colonna 1: Fasi per l'implementazione di pratiche verdi nell'HRM	Trascina le parole dalla Colonna 2 alla Colonna 1	Colonna 2: Numero della fase
A. Definire obiettivi di sostenibilità.		1. Fase 1
B. Monitorare l'impatto ambientale.		2. Fase 2
C. Valutare le pratiche attuali.		3. Fase 3
D. Formare il personale dell'HR.		4. Fase 4
<b>Risposte corrette:</b>		
Fase 1 - C		
Fase 2 - A		
Fase 3 - D		
Fase 4 - B		

**Nota:** Questa specifica attività aiuterà gli studenti a collegare le descrizioni, le funzioni, le strategie, le politiche e le pratiche ai concetti o alle fasi appropriate relative all'HRM e al GHRM.



---

## 8. PRESENTAZIONE (35 MIN.)

- **Presentazione in Power Point della lezione + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. Spiegazione dei risultati di apprendimento del modulo 9.
  - B. L'insegnante introduce i contenuti dell'Unità 9.1:
    - Gestione delle Risorse Umane (Human Resource Management - HRM).
    - Natura e scopo dell'HRM.
    - Funzioni dell'HRM.
    - Ruolo dell'HRM.
  - C. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
    - Video - Le 10 migliori pratiche di HR del 2020 per costruire ambienti di lavoro migliori.

---

## 9. SCENARIO DI RAMIFICAZIONE (BRANCHING)

**Introduzione:** Benvenuti nello scenario di ramificazione sulla Gestione delle Risorse Umane. In questa attività interattiva, esplorerete i concetti chiave relativi alla gestione delle risorse umane (Human Resource Management - HRM), tra cui la sua natura, la sfera di applicazione, le funzioni e il ruolo nelle organizzazioni. Leggete attentamente ogni domanda e selezionate la risposta più adatta.

### Esercizio 1: Natura e scopo dell'HRM

**Scenario:** Siete un manager delle risorse umane appena assunto in una grande azienda. Il vostro capo vi chiede di spiegare la natura e lo scopo dell'HRM. Come rispondete?

#### Opzioni:

- a) L'HRM riguarda solo l'assunzione e il licenziamento dei dipendenti.
- b) L'HRM è il processo di gestione delle risorse umane per raggiungere gli obiettivi dell'organizzazione e comprende funzioni come la selezione e assunzione, la formazione e le relazioni con i dipendenti.

**Feedback 1a:** L'HRM è molto più che assumere e licenziare, comprende diverse funzioni e responsabilità.

**Feedback 1b:** Eccellente! Avete fornito una spiegazione completa della natura e dello scopo dell'HRM.



### Esercizio 2: Funzioni dell'HRM

**Scenario:** La vostra organizzazione sta affrontando una carenza di personale qualificato e il vostro CEO vi chiede un consiglio su come le Risorse Umane possano contribuire a risolvere il problema. Cosa suggerite?

**Opzioni:**

- a) Ignorare la carenza di personale qualificato; non è una responsabilità delle Risorse Umane.
- b) Implementare strategie efficaci di selezione, formazione e sviluppo per attrarre e trattenere i candidati migliori.

**Feedback 2a:** L'HR svolge un ruolo cruciale nell'affrontare la carenza di personale, quindi ignorare il problema non è un'opzione praticabile.

**Feedback 2b:** Ottima scelta! Le funzioni dell'HRM come la selezione e la formazione sono fondamentali per affrontare la carenza di talenti.

### Esercizio 3: Ruolo dell'HRM

**Scenario:** La vostra azienda sta sperimentando un elevato turnover (tasso di ricambio) dei dipendenti. Il CEO vuole sapere come le risorse umane possono contribuire a ridurlo. Cosa gli rispondete?

**Opzioni:**

- a) Il turnover è inevitabile; l'HRM non può fare nulla.
- b) L'HRM può implementare strategie di retention (fidelizzazione), migliorare il coinvolgimento dei dipendenti e condurre interviste di fine rapporto per capire le ragioni del turnover.

**Feedback 3a:** In realtà, l'HRM può svolgere un ruolo nella riduzione del turnover attraverso varie strategie, quindi questa risposta non è accurata.

**Feedback 3b:** Fantastico! L'HRM può adottare misure proattive come strategie di retention e iniziative di coinvolgimento per ridurre il turnover.

**Nota:** Questi esercizi di ramificazione offrono agli studenti un modo coinvolgente per esplorare la natura e la finalità dell'HRM, comprendere le sue funzioni e riconoscere il ruolo che svolge nell'affrontare le sfide organizzative. Il feedback per ogni risposta aiuta a rafforzare la comprensione dei contenuti.

---

## 10. VALUTAZIONE

**Quiz:** Gli studenti devono ottenere almeno il 70% delle risposte corrette (devono essere fornite risposte corrette con feedback).



1. Che cos'è la Gestione delle Risorse Umane (Human Resource Management - HRM)?

- a) Un dipartimento responsabile della gestione degli uffici
- b) **La gestione strategica della forza lavoro di un'organizzazione**
- c) Un sistema finanziario per la gestione dei bilanci aziendali

**Feedback:** La Gestione delle Risorse Umane (HRM) riguarda la gestione strategica della forza lavoro di un'organizzazione. Comprende attività come la selezione, la formazione e le relazioni tra i dipendenti.

2. Quale delle seguenti affermazioni descrive meglio la natura e le finalità dell'HRM?

- a) L'HRM si concentra sull'assunzione dei dipendenti
- b) **L'HRM comporta la gestione delle persone e delle loro relazioni all'interno di un'organizzazione**
- c) L'HRM è limitato alla gestione dei salari

**Feedback:** L'HRM non riguarda solo l'assunzione, ma comprende la gestione delle persone e delle loro relazioni all'interno di un'organizzazione, e include varie funzioni oltre alla selezione del personale.

3. Quale delle seguenti NON è una funzione dell'HRM?

- a) Selezione e assunzione
- b) Valutazione delle prestazioni
- c) **Gestione dell'inventario**
- d) Formazione e sviluppo

**Feedback:** La gestione dell'inventario non è una funzione dell'HRM, il quale si occupa principalmente della gestione delle risorse umane dell'organizzazione, come la selezione, la formazione e la valutazione delle prestazioni.

4. Qual è il ruolo dell'HRM in un'organizzazione?

- a) L'HRM si occupa della pianificazione finanziaria e del budget
- b) L'HRM si concentra sulle strategie di marketing e di vendita
- c) **L'HRM svolge un ruolo strategico nella gestione della forza lavoro dell'organizzazione e nella promozione di un ambiente di lavoro positivo**

**Feedback:** Il ruolo dell'HRM è strategico e comprende la gestione della forza lavoro e la promozione di un ambiente di lavoro positivo, che contribuisce al successo dell'organizzazione.

5. Quale delle seguenti funzioni dell'HRM è responsabile del potenziamento delle competenze e delle conoscenze dei dipendenti per migliorare le loro prestazioni?

- a) Selezione e assunzione
- b) Retribuzione e benefit
- d) **Formazione e sviluppo**



e) Valutazione delle prestazioni

**Feedback:** Formazione e sviluppo è una funzione chiave dell'HRM e si incentra sul miglioramento delle competenze e delle conoscenze dei dipendenti.

6. Che cosa implica la natura dell'HRM per quanto riguarda la sua importanza all'interno di un'organizzazione?

a) L'HRM è una funzione periferica che non influisce sul successo dell'organizzazione

b) **L'HRM è una parte essenziale e integrante della gestione strategica di un'organizzazione**

c) L'HRM riguarda solo il vertice dell'organizzazione

**Feedback:** L'HRM è una parte essenziale e integrante della gestione strategica di un'organizzazione, che contribuisce al suo successo complessivo.

7. Che cosa rientra nell'ambito dell'HRM?

a) Solo l'assunzione e il licenziamento dei dipendenti

b) **Tutte le attività legate alla gestione del personale dell'organizzazione, comprese le assunzioni, la formazione e le relazioni con i dipendenti**

c) Solo la gestione delle buste paga

**Feedback:** L'HRM copre un'ampia gamma di attività legate alla gestione del personale di un'organizzazione, tra cui l'assunzione, la formazione e le relazioni con i dipendenti.

8. Qual è il ruolo dell'HRM nella promozione di un ambiente di lavoro positivo?

a) L'HRM non svolge alcun ruolo nella promozione di un ambiente di lavoro positivo

b) **L'HRM aiuta a risolvere i conflitti e a promuovere una cultura di equità e rispetto**

c) L'HRM si concentra esclusivamente sull'applicazione delle norme e dei regolamenti sul posto di lavoro

**Feedback:** L'HRM svolge un ruolo cruciale nella promozione di un ambiente di lavoro positivo, affrontando i conflitti e promuovendo una cultura basata sull'equità e il rispetto.

9. Quale funzione dell'HRM è responsabile della valutazione e del miglioramento delle prestazioni lavorative dei dipendenti?

a) Selezione e assunzione

b) Retribuzione e benefit

d) **Valutazione delle prestazioni**

e) Orientamento dei dipendenti

**Feedback:** La valutazione delle prestazioni è la funzione dell'HRM responsabile della valutazione e del miglioramento delle prestazioni lavorative dei dipendenti.

10. Qual è uno dei ruoli strategici dell'HRM in un'organizzazione?

a) Gestire le finanze dell'organizzazione

b) Sviluppare strategie di marketing



d) **Attrarre e trattenere i più validi talenti per sostenere gli obiettivi dell'organizzazione**

**Feedback:** Uno dei ruoli strategici dell'HRM è attrarre e trattenere i talenti più validi per supportare gli obiettivi dell'organizzazione.

---

## 11. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)

---

## 12. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA “BIBLIOGRAFIA” NEI MODULI (R1)

[1] Copeland, Wilfred. (n.d). Unit - 1: Introduction to Human Resource Management, Consultato da <https://www.drnishikantjha.com/booksCollection/hrm-basic-notes.pdf>

[2] Indeed for employers. Setting Employee Work Schedules: A Manager's Guide, Consultato da <https://www.indeed.com/hire/c/info/types-of-work-schedules>

[3] Lucid Content Team. (n.d). What does HR actually do? 11 key responsibilities, Consultato da <https://www.lucidchart.com/blog/what-does-hr-do>

[4] Prakash, Snehil [CuteHR]. (21 gennaio 2022). Top 10 HR Best Practices to build Better Workplaces in 2020. (Video). YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=BODxEp9N\\_FA&t=32s](https://www.youtube.com/watch?v=BODxEp9N_FA&t=32s)

[5] Renukadevi, R. (n.d). A Course Material on Human Resource Management, Consultato da ([http://www.nou.ac.in/Online%20Resources/05-7/Nature%20and%20Scope%20of%20HRM-converted%20\(1\).pdf](http://www.nou.ac.in/Online%20Resources/05-7/Nature%20and%20Scope%20of%20HRM-converted%20(1).pdf))

[6] Stacey, Kate (23 febbraio 2023). The Complete Guide to HR for Small Businesses in 2023, Consultato da <https://connecteam.com/guide-human-resources-for-small-businesses/>

---

## 13. PRESENTAZIONE DELL'UNITÀ 9.2 (35 MIN.)

- **Presentazione in Power Point per l'Unità 9.2 + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. L'insegnante introduce i contenuti dell'Unità 9.2:
    - Cos'è la Gestione Sostenibile delle Risorse Umane (Green Human Resource Management - GHRM)?
    - Funzioni della Gestione Sostenibile delle Risorse Umane.
    - Iniziative sostenibili.
    - Perché diventare sostenibili... Benefici e vantaggi del GHRM.
  - B. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
    - Video - passi per un Data Center più “Verde”.



## 14. SCENARIO DI RAMIFICAZIONE (BRANCHING)

**Introduzione:** Benvenuti nello scenario di ramificazione sulla Gestione sostenibile delle risorse umane (GHRM). In questa attività interattiva, esplorerete i concetti chiave relativi alla gestione sostenibile delle risorse umane, tra cui la definizione, le funzioni, le iniziative e i vantaggi che offre. Man mano che procederete, farete delle scelte che vi guideranno attraverso diversi scenari.

### Esercizio 1: Che cos'è il GHRM?

**Scenario:** Siete un manager delle risorse umane appena assunto in un'organizzazione attenta all'ambiente. Il vostro CEO vi chiede di spiegare cos'è la gestione sostenibile delle risorse umane (GHRM). Come rispondete?

#### Opzioni:

- a) Il GHRM è un concetto che non ha nulla a che fare con la sostenibilità ambientale.
- b) Il GHRM è l'integrazione di iniziative ambientali e di sostenibilità nelle pratiche di HRM per promuovere la responsabilità ecologica e sociale.

**Feedback 1a:** Il GHRM è legato alla sostenibilità ambientale, quindi questa risposta non è corretta.

**Feedback 1b:** Eccellente! Avete fornito una spiegazione completa di cosa sia il GHRM.

### Esercizio 2: Funzioni della Gestione Sostenibile delle Risorse Umane (GHRM)

**Scenario:** La vostra organizzazione è impegnata a ridurre la propria impronta di carbonio. Il vostro CEO vi chiede come il GHRM possa contribuire a questo obiettivo. Cosa suggerite?

#### Opzioni:

- a) Il GHRM non ha alcun ruolo nella riduzione dell'impronta di carbonio.
- b) Il GHRM può implementare pratiche sostenibili di assunzione, coinvolgimento dei dipendenti e formazione per ridurre l'impatto ambientale dell'organizzazione.

**Feedback 2a:** Il GHRM svolge un ruolo significativo negli sforzi verso la sostenibilità anche per quanto riguarda la riduzione dell'impronta di carbonio, quindi questa risposta non è corretta.

**Feedback 2b:** Ottima scelta! Le funzioni del GHRM come la selezione sostenibile e il coinvolgimento dei dipendenti possono contribuire a ridurre l'impronta di carbonio.

### Esercizio 3: Benefici e vantaggi del GHRM

**Scenario:** Il vostro CFO (direttore finanziario) è scettico sull'opportunità di investire in iniziative di GHRM. Il vostro compito è quello di convincerlo dei benefici. Come affrontate la questione?

#### Opzioni:



- a) Non ci sono benefici reali nell'implementazione del GHRM, è solo una spesa aggiuntiva.
- b) L'implementazione del GHRM può portare a risparmi sui costi, a un miglioramento della reputazione del marchio e del morale dei dipendenti, contribuendo al contempo alla responsabilità ambientale.

**Feedback 3a:** Il GHRM offre diversi vantaggi, tra cui il risparmio sui costi e una maggiore sostenibilità, quindi questa risposta non è corretta.

**Feedback 3b:** Fantastico! Avete evidenziato i molteplici benefici e vantaggi del GHRM.

**Nota:** Questi scenari di ramificazione offrono agli studenti un modo coinvolgente per esplorare i concetti di GHRM, comprenderne le funzioni e riconoscere i vantaggi che offre. Il feedback per ogni risposta aiuta a rafforzare la comprensione dei contenuti.

---

## 15. VALUTAZIONE

**Quiz:** Gli studenti devono ottenere almeno il 70% delle risposte corrette (le risposte corrette devono essere accompagnate da un feedback).

1. Su cosa si concentra principalmente la Gestione Sostenibile delle Risorse Umane (GHRM)?
  - a) Gestire le finanze in modo sostenibile
  - b) **Incorporare pratiche sostenibili nei processi di gestione delle risorse umane**
  - c) Ridurre i benefit per i dipendenti

**Feedback:** La Gestione Sostenibile delle Risorse Umane (GHRM) si concentra principalmente sull'incorporazione di pratiche sostenibili rispettose dell'ambiente nei processi di HRM.

2. Quale delle seguenti è una funzione chiave della Gestione Sostenibile delle Risorse Umane (GHRM)?
  - a) Massimizzare l'uso della carta in ufficio
  - b) **Implementare pratiche di selezione e assunzione sostenibili**
  - c) Ridurre gli stipendi dei dipendenti

**Feedback:** Una delle funzioni chiave del GHRM è l'implementazione di pratiche di selezione e assunzione sostenibili per ridurre l'impatto ambientale.

3. Quale delle seguenti è un esempio di iniziativa sostenibile spesso associata al GHRM?
  - a) Offrire ai dipendenti spuntini gratuiti
  - b) **Promuovere il carpooling e il trasporto pubblico tra i dipendenti**
  - c) Consentire di usare la stampante in maniera illimitata in ufficio

**Feedback:** Promuovere il carpooling e l'uso dei trasporti pubblici tra i dipendenti è una iniziativa sostenibile comune nel GHRM.



4. Perché l'adozione di pratiche di GHRM è vantaggiosa per le organizzazioni?
- a) Il GHRM non ha alcun beneficio per le organizzazioni
  - b) Il GHRM porta benefici solo all'ambiente
  - c) **Il GHRM può ridurre i costi, migliorare la reputazione aziendale e il morale dei dipendenti**

**Feedback:** L'adozione di pratiche di GHRM, tra gli altri benefici, può ridurre i costi, aumentare la reputazione aziendale e migliorare il morale dei dipendenti.

5. Qual è un vantaggio della Gestione Sostenibile delle Risorse Umane (GHRM) per l'ambiente?
- a) Aumento del consumo di carta
  - b) Maggiore consumo di energia
  - c) **Riduzione dell'impronta di carbonio e dell'impatto ambientale**

**Feedback:** Un vantaggio per l'ambiente del GHRM è la riduzione dell'impronta di carbonio e dell'impatto ambientale complessivo di un'organizzazione.

6. In che modo il GHRM può avere un impatto positivo sulla reputazione di un'organizzazione?
- a) Aumentando il consumo energetico
  - b) Ignorando le pratiche di sostenibilità
  - c) **Dimostrando un impegno verso la responsabilità ambientale**

**Feedback:** Il GHRM può avere un impatto positivo sulla reputazione di un'organizzazione poiché dimostra un impegno verso la responsabilità ambientale e la sostenibilità.

7. Come può un'organizzazione implementare la Gestione Sostenibile delle Risorse Umane (GHRM) nel suo processo di selezione e assunzione?
- a) Utilizzando più documenti cartacei durante i colloqui
  - b) **Conducendo colloqui online per ridurre le emissioni legate ai viaggi/spostamenti**
  - c) Offrendo stipendi più alti per attrarre candidati eco-consapevoli

**Feedback:** L'implementazione di colloqui online per ridurre le emissioni legate ai viaggi/spostamenti è una pratica sostenibile spesso associata al GHRM.

8. In che modo le pratiche di GHRM possono contribuire alla riduzione dei costi all'interno di un'organizzazione?
- a) Aumentando il consumo energetico
  - b) Incoraggiando gli sprechi di materiale stampato
  - c) **Promuovendo il lavoro a distanza per ridurre le spese per gli uffici e le utenze**

**Feedback:** Le pratiche di GHRM, come la promozione del lavoro a distanza, possono contribuire alla riduzione dei costi riducendo le spese per gli uffici e le utenze.

9. Perché il coinvolgimento dei dipendenti nelle iniziative di GHRM è essenziale per il successo?
- a) Aiuta i dipendenti a guadagnare stipendi più alti



- b) Permette ai dipendenti di fare pause più lunghe
- c) **I dipendenti sono più propensi a essere eco-consapevoli e solidali**

**Feedback:** Coinvolgere i dipendenti nelle iniziative di GHRM è essenziale perché è più probabile che diventino eco-consapevoli e solidali, il che contribuisce al successo di iniziative “verdi”.

10. In che modo il GHRM può avere un impatto positivo sull'immagine aziendale di un'organizzazione?

- a) Ignorando le pratiche di sostenibilità
- b) Implementando operazioni ad alta intensità energetica
- c) **Allineando le pratiche di HRM alla responsabilità ambientale**

**Feedback:** Il GHRM può avere un impatto positivo sull'immagine aziendale di un'organizzazione allineando le pratiche di HRM con la responsabilità ambientale e la sostenibilità, e questo può migliorare la reputazione dell'organizzazione.

---

## 16. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)

---

## 17. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA “BIBLIOGRAFIA” NEI MODULI (R1)

- [1] Ahmad, Shoeb. (2 aprile 2015). *Green Human Resource Management: Policies and practices*, Consultato da <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2015.1030817>
- [2] Aykan, Ebru. (20 settembre 2017). *Gaining a Competitive Advantage through Green Human Resource Management*, Consultato da <https://www.intechopen.com/chapters/56008>
- [3] Deka, Rashmi R. (5 giugno 2021). *Green HRM: Meaning, Advantages, Policies, and Practices*, Consultato da <https://blog.vantagecircle.com/green-hrm/>
- [4] Masood. Rana Z. (giugno 2018). *Green HRM: A need for the 21st Century*. JETIR. Journal of Emerging Technologies and Innovative Research. Volume 5, Issue 6, Consultato da <https://www.jetir.org/papers/JETIRC006063.pdf>
- [5] Mind Tools Videos. (n.d). *5 Ways to Make Your Workplace Greener*. (Video). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Qb-hulrdWr4>



## MODULO 10: FORME E PROCEDURE LEGALI PER LA COSTITUZIONE DI UNA SOCIETÀ\_CIPRO

### 1. INTRODUZIONE

Come insegnanti, dovrete iniziare con un discorso motivazionale, ad esempio:

*“Cari studenti,*

*Ogni potenziale imprenditore si trova di fronte a due dilemmi fondamentali. Quando avviare un'impresa e quale forma giuridica scegliere sia per ottenere un successo ottimale che per trarne vantaggio a seconda del tipo di attività e dei clienti con cui si farà affari.*

*In qualità di futuri imprenditori, è fondamentale che comprendiate gli aspetti legali della costituzione di un'azienda e che siate in grado di confrontare le diverse strutture giuridiche aziendali, esaminando i pro e i contro di ciascuna tipologia.*

*Inoltre, per avviare la vostra attività, dovete conoscere tutte le procedure e i passaggi per registrare la vostra azienda, dove e come farlo.*

*Per essere un imprenditore di successo, dovete essere preparati, informati e responsabili!”.*

Fate seguire questo discorso da una breve introduzione alla lezione e agli obiettivi di apprendimento:

Il contenuto della lezione presenta le decisioni che un imprenditore deve prendere prima di registrare una società, le principali forme giuridiche per le start-up/imprese di nuova costituzione, i vantaggi e gli svantaggi di ogni tipo di struttura aziendale e le procedure per la registrazione di una società a Cipro. Alla fine di ogni unità, troverete esempi concreti ed esercizi per verificare la vostra conoscenza e comprensione degli argomenti trattati.

### 2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

- Scoprire le decisioni che un imprenditore deve prendere prima di costituire formalmente un'impresa.
- Capire quali forme giuridiche di società esistono, i loro vantaggi e svantaggi.
- Imparare le procedure per la registrazione di una società a Cipro.

### 3. RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Sapere quali sono le decisioni chiave da prendere prima di costituire formalmente un'impresa.
- Illustrare le forme giuridiche più comuni per l'avvio di un'impresa, i loro punti di forza e di debolezza.
- Scegliere la forma più adatta per la propria attività.
- Essere in grado di registrare una società a Cipro, sapendo dove e come farlo.



---

#### 4. METODI DI APPRENDIMENTO

- Studio della letteratura consigliata e delle risorse di internet.
- Valutazione delle conoscenze apprese sulla base dei risultati ottenuti dalle B-ECO Branches.
- Valutazione e capacità di costituire e registrare una società.

---

#### 5. RISULTATI - COMPETENZE ACQUISITE (CONNESSIONE CON ENTRE-COMP)<sup>10</sup>

- **Idee e opportunità:**
  1. Visione
  2. Valorizzazione delle idee
  3. Individuare le opportunità
  4. Pensiero etico e sostenibile
- **Risorse:**
  1. Mobilitare gli altri
  2. Mobilitazione delle Risorse
  3. Alfabetizzazione finanziaria ed economica
- **In azione:**
  1. Prendere l'iniziativa
  2. Pianificazione e gestione
  3. Affrontare l'ambiguità, l'incertezza e il rischio
  4. Lavorare con gli altri

---

#### 6. ATTREZZATURE E RISORSE

- Computer
- Proiettore o TV
- Accesso a Internet

---

#### 7. RISCALDAMENTO (15 MIN.)

##### A. Scoprire le forme e procedure legali per la costituzione di una società

**Istruzioni:** Trascina le parole dalla colonna di destra alle definizioni corrispondenti nella colonna di sinistra.

---

<sup>10</sup> <https://entre-comp.eu/>



Colonna 1: Definizioni	Trascina le parole dalla Colonna 2 alla Colonna 1	Colonna 2: Parole
A. Lavoratore autonomo che svolge un lavoro "intellettuale".		1. Società di persone (Partnership)
B. Una persona fisica che esercita autonomamente un'attività lucrativa sul mercato.		2. Impresa individuale
C. Società a struttura flessibile con capitale sociale minimo di 1.000 euro.		3. Freelancer
D. Il soggetto giuridico identificato nella figura dei vari soci che assumono sia i diritti che gli obblighi derivanti dall'attività imprenditoriale.		4. Società a responsabilità limitata
<b>Risposte corrette:</b>		
Società di persone (Partnership) - D		
Impresa individuale - B		
Freelancer - A		
Società a responsabilità limitata - C		

## 8. PRESENTAZIONE (35 MIN.)

- **Presentazione in Power Point della lezione + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. Spiegazione dei risultati di apprendimento della lezione.
  - B. L'insegnante introduce i contenuti del Modulo 10:
    - Quali decisioni devono essere prese prima della costituzione formale di una società?
    - Quali forme giuridiche di società esistono e quali sono i loro vantaggi e svantaggi?
    - Come procedere alla registrazione di una società?
  - C. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
    - Video - Intervista con un imprenditore.

## 9. SCENARIO DI RAMIFICAZIONE (BRANCHING)

**Introduzione:** Benvenuti nello scenario di ramificazione su Forme e procedure legali per la costituzione di una società a Cipro. Questo esercizio verifica le vostre conoscenze in base alle competenze apprese durante questo modulo. Leggete attentamente ogni domanda e selezionate la risposta più adatta.

**Domanda 1: Volete stabilire la vostra attività a Cipro. Cosa dovete decidere prima della sua costituzione?**

- a) Il nome e l'indirizzo della sede legale



- b) Nulla
- c) Il nome e il logo della società

**Feedback 1a:** Esatto! Prima della costituzione è necessario decidere il nome della società che sia accettato a Cipro, e la società deve avere una sede legale nella Repubblica di Cipro. La sede legale della società è il luogo in cui vengono inviate tutte le notifiche e gli avvisi e in cui vengono conservati i vari registri della società e altri documenti.

**Feedback 1b:** Sbagliato! Prima della costituzione dovete decidere il tipo, il nome, l'indirizzo, gli amministratori e il segretario, i soci e il capitale sociale, l'oggetto e l'Atto Costitutivo e lo Statuto della società.

**Feedback 1c:** Non è corretto! Prima della costituzione dovete decidere il tipo, il nome, l'indirizzo, gli amministratori e il segretario, i soci e il capitale sociale, l'oggetto e l'Atto Costitutivo e lo Statuto della società.

**Domanda 2: Volete registrare la vostra azienda online. Cosa fate?**

- a) Accedete semplicemente al sistema di compilazione elettronica e la registrate
- b) Un avvocato incaricato accede al sistema di compilazione elettronica del Registro delle Imprese
- c) Presentate una dichiarazione legale nel sistema di compilazione elettronica del Registro delle Imprese

**Feedback 2a:** Non è corretto. La procedura prevede la presenza vostra e del vostro avvocato.

**Feedback 2b:** Corretto! Insieme al vostro avvocato entrate nella piattaforma e iniziate a preparare i documenti necessari.

**Feedback 2c:** Non è la risposta corretta. La dichiarazione legale è solo uno dei tanti documenti da presentare.

**Domanda 3: Quali sono i documenti richiesti per la presentazione della domanda online?**

- a) Dichiarazione statutaria (modulo HE1)
- b) Dichiarazione statutaria (modulo HE1) e l'atto costitutivo e lo statuto dell'associazione
- c) Modulo HE1, atto costitutivo e statuto e relativa traduzione, dichiarazione solenne del testimone delle firme, pagamento

**Feedback 3a:** Parzialmente sbagliato. La dichiarazione statutaria è uno dei documenti richiesti

**Feedback 3b:** Parzialmente sbagliato. Entrambi i documenti sono necessari, ma ne servono altri.

**Feedback 3c:** Eccellente! Questi sono tutti i documenti richiesti per la presentazione online.

**Domanda 4: Una volta ricevuto il Certificato di Costituzione, la società esiste legalmente?**

- a) Sì
- b) No
- c) Sì, ma avete altri obblighi a cui adempiere



**Feedback 4a:** Non è del tutto corretto! Sebbene il Certificato di Costituzione segni l'inizio formale dell'esistenza della vostra società, potreste ancora dover adempiere ad altri obblighi.

**Feedback 4b:** Non è corretto. Il Certificato di Costituzione è un documento fondamentale che conferma l'avvenuta registrazione della società presso le autorità competenti, in questo caso il Registro delle Imprese di Cipro.

**Feedback 4c:** Ben fatto! Una volta ricevuto il Certificato di Costituzione a Cipro, la vostra società è considerata legalmente esistente e riconosciuta ufficialmente dal governo. Inoltre, è necessario adempiere ad altri obblighi, come l'ottenimento delle licenze, dei permessi e delle registrazioni fiscali necessarie, per poter operare in maniera completa e conforme alla giurisdizione di Cipro o di qualsiasi altra giurisdizione.

**Conclusione:** Congratulazioni per aver completato lo scenario di ramificazione sulle forme e le procedure legali per la costituzione di una società a Cipro. Avete dimostrato di aver compreso quali decisioni un imprenditore deve prendere prima della costituzione formale della società, quali forme giuridiche esistono e come registrarne una. Ora non vi resta che provare a costituire formalmente la vostra nuova azienda!

---

## 10. VALUTAZIONE

Immaginate di dover costituire una società a Cipro. Quali sono i passi da compiere per realizzarla? Tenete conto di ciò che dovete decidere prima della costituzione, come il nome e il tipo di società e quali documenti sono necessari per procedere alla registrazione della stessa.

---

## 11. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)

---

## 12. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA “BIBLIOGRAFIA” NEI MODULI (R1)

[1] Setting Up a Sole Trader in Cyprus. (n.d.). [web log]. Consultato il 21 febbraio 2023, da Setting Up a Sole Trader in Cyprus ([lawyers-cyprus.com](http://lawyers-cyprus.com)).

[2] (n.d.). Κατανοώντας την εταιρεία. Κλάδος Εταιρειών, Τμήμα Εφόρου Εταιρειών και Διανοητικής Ιδιοκτησίας. Κλάδος Εταιρειών, Τμήμα Εφόρου Εταιρειών και Διανοητικής Ιδιοκτησίας ([companies.gov.cy](http://companies.gov.cy))



## MODULO 10: FORME E PROCEDURE LEGALI PER LA COSTITUZIONE DI UNA SOCIETÀ\_GRECIA

### 1. INTRODUZIONE

Come insegnanti, dovrete iniziare con un discorso motivazionale, ad esempio:

*“Cari studenti,*

*Avviare un'impresa è come imbarcarsi in una grande avventura. È un passo importante e, come ogni decisione importante, comporta una serie di sfide e di vantaggi. Ogni imprenditore, prima di fare il grande passo, deve fare delle scelte cruciali, e una delle più fondamentali è la comprensione del panorama legale. Non si tratta solo di avere una grande idea o un prodotto, ma anche di impostare correttamente la propria attività di business fin dall'inizio”.*

Fate seguire questo discorso da una breve introduzione alla lezione e agli obiettivi di apprendimento:

Oggi ci concentriamo sui dettagli della costituzione di una società in Grecia. Analizzeremo le strutture legali disponibili, discuteremo i loro pro e contro e seguiremo passo dopo passo il processo di registrazione. Alla fine di questa sessione, avrete a disposizione una chiara guida su come stabilire legalmente la vostra attività in Grecia, assicurandovi che, quando deciderete di iniziare, sarete su un terreno solido fin dall'inizio.

### 2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

- Comprendere le decisioni da prendere prima della costituzione di un'azienda.
- Familiarizzare con le forme giuridiche più comuni e i relativi criteri di selezione.
- Identificare i pro e i contro di ogni forma giuridica.
- Imparare quali sono le procedure di registrazione in Grecia.

### 3. RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Capacità di prendere decisioni consapevoli prima di avviare un'attività di business.
- Conoscenza adatta a selezionare la forma giuridica più appropriata per la propria attività.
- Comprensione approfondita dei vantaggi e delle insidie di ciascuna forma giuridica.
- Chiara guida per la registrazione di una società in Grecia.

### 4. METODI DI APPRENDIMENTO

- Studio della letteratura consigliata e delle risorse di internet.
- Valutazione delle conoscenze basate sui risultati dell'attività di gruppo.
- Valutazione e capacità di costituire e registrare una società.



---

## 5. RISULTATI - COMPETENZE ACQUISITE (CONNESSIONE CON ENTRE-COMP)<sup>11</sup>

- **Idee e opportunità:**
  1. Visione
  2. Valorizzazione delle idee
  3. Individuare le opportunità
  4. Pensiero etico e sostenibile
- **Risorse:**
  1. Mobilitare gli altri
  2. Mobilitazione delle Risorse
  3. Alfabetizzazione finanziaria ed economica
- **In azione:**
  1. Prendere l'iniziativa
  2. Pianificazione e gestione
  3. Affrontare l'ambiguità, l'incertezza e il rischio
  4. Lavorare con gli altri

---

## 6. ATTREZZATURE E RISORSE

- Computer
- Proiettore o TV
- Accesso a Internet
- Dispense sui moduli legali e sul processo di registrazione
- Opuscolo - Casi studio

---

## 7. RISCALDAMENTO (15 MIN.)

### 1. Quiz veloce

**Istruzioni:** Distribuite un breve quiz o condividete un link digitale se utilizzate una piattaforma online. Il quiz servirà come base per determinare le conoscenze di base degli studenti sull'argomento.

#### Esempi di domande:

- a) Quale delle seguenti è una comune forma giuridica di società in Grecia?
- Società a responsabilità limitata (Limited Liability Corporation - LLC)
  - Società anonima (Societe Anonyme - A.E)
  - Società per azioni (Public Limited Company - PLC)
  - Impresa individuale (Sole Proprietorship)

---

<sup>11</sup> <https://entre-comp.eu/>



- b) Il requisito patrimoniale iniziale per una A.E (Societe Anonyme) è
- €1.000
  - €10.000
  - €25.000
  - €50.000
- c) Quale forma giuridica è più adatta a una piccola impresa con un unico proprietario?
- A.E. - Societe Anonyme (Società anonima)
  - O.E. - General Partnership (Società in nome collettivo)
  - E.E. - Limited Partnership (Società in accomandita)
  - E.Π.E. - Private Company (Società privata)
- d) In quale città si trova il principale ufficio di registrazione delle imprese in Grecia?
- Salonicco
  - Heraklion
  - Atene
  - Patrasso
- e) Quale delle seguenti NON è una fase obbligatoria del processo di registrazione di una società?
- Ottenere un numero di identificazione fiscale
  - Aprire un conto bancario aziendale
  - Pubblicizzare la società su un giornale locale
  - Registrazione presso la Camera di Commercio

## 2. Sessione di scambio e condivisione

- **Preparazione:** Disporre la stanza in cerchio o utilizzare stanze virtuali se si è online. In questo modo si favorisce la partecipazione e si garantisce l'accessibilità visiva a tutti.
- **Istruzioni:** *"Ora ci prenderemo qualche minuto per permettere a tutti di parlare un po' di sé. Presentatevi, descrivete le vostre aspirazioni imprenditoriali e dichiarate una cosa che sperate di imparare o ottenere dalla sessione di oggi."*
- **Condivisione guidata:** Iniziate la sessione presentandovi e rispondendo alle stesse domande per creare il clima giusto e mettere tutti a proprio agio. Mentre ogni studente parla, assicuratevi di riconoscere le sue aspirazioni e le sue aspettative dalla lezione. Questo non solo li fa sentire ascoltati, ma aiuta anche ad adattare la lezione alle loro esigenze in tempo reale.
- Una volta terminata la lezione, utilizzate le informazioni raccolte dal quiz e dalla sessione di condivisione per adattare il vostro approccio durante la presentazione, dando



risalto alle aree in cui gli studenti presentano carenze o hanno mostrato un forte interesse.

---

## 8. PRESENTAZIONE (35 MIN.)

- **Presentazione in Power Point della lezione + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. Spiegazione dei risultati di apprendimento della lezione.
  - B. L'insegnante introduce i contenuti del Modulo 10:
    - Quali decisioni devono essere prese prima della costituzione formale della società?
    - Quali forme giuridiche di società esistono e quali sono i loro vantaggi e svantaggi?
    - Come procedere alla registrazione della società?
  - C. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
    - Video - Intervista con un imprenditore.

---

## 9. SCENARIO DI RAMIFICAZIONE (BRANCHING)

**Preparazione:** Dividete gli studenti in piccoli gruppi e fornite loro lo scenario o un link a una piattaforma interattiva online, se disponibile. Ogni decisione presa li condurrà a una nuova serie di sfide.

**Scenario:** *"Avete deciso di avviare un'azienda in Grecia. Cosa farete adesso?"*

**Inizio:** Avete un'idea innovativa per un mercato online che mette in contatto gli artigiani greci locali con i consumatori globali. Il vostro finanziamento iniziale è di 15.000 euro.

**Punto di decisione 1: la scelta della forma giuridica**

- a) A.E. - Societe Anonyme
- b) E.Π.E. - Private Company (Società privata)
- c) E.E. - Limited Partnership (Società in accomandita)

**Sfide:**

- Per A.E.: Considerando che il capitale minimo richiesto è di 25.000 euro, come pensate di colmare il deficit di finanziamento?
- Per E.Π.E.: Avete appreso che l'iter burocratico è abbastanza snello, ma un potenziale investitore preferisce la struttura di una A.E. Come lo convincete?
- Per E.E.: Il vostro partner commerciale è titubante riguardo agli obblighi personali. Come gestite la questione?

**Punto di decisione 2: Fasi per la Registrazione della Società**

- a) Registrazione presso la Camera di Commercio



- b) Apertura di un conto bancario aziendale
- c) Ottenimento del numero di identificazione fiscale

**Sfide:**

- Per la Camera di commercio: Il funzionario vi informa di un ritardo di tre settimane dovuto a un arretrato. Come potete gestire questo ritardo senza compromettere la tempistica del lancio?
- Per il conto bancario: La banca richiede una documentazione aggiuntiva sul vostro piano aziendale e sulle previsioni. Come la preparate?
- Per l'identificazione fiscale: L'ufficio delle imposte locale richiede la prova della presenza di un ufficio fisico. Come fate a fornirla?

**Punto di decisione 3: *Primo problema aziendale***

- a) Un fornitore chiave (artigiano) si ritira a poche settimane dal lancio
- b) Un competitor lancia una piattaforma simile
- c) Il vostro sito web incontra problemi di sicurezza

**Sfide:**

- Per la perdita del fornitore: Ritardate il lancio, trovate un sostituto veloce o procedete senza di lui?
- Per il competitor: Modificate la vostra strategia di marketing, cercate una nuova partnership o differenziate i vostri servizi?
- Per i problemi di sicurezza: Assumete una società esterna di sicurezza informatica, ritardate il lancio fino a quando i problemi non saranno risolti o procedete con delle dichiarazioni di esonero dalle responsabilità?

**Conclusione:** Dopo che gli studenti hanno affrontato lo scenario di ramificazione, riunitevi e discutete le decisioni prese da ciascun gruppo, le ragioni alla base delle loro scelte e i risultati. Ciò consentirà di comprendere appieno le complessità legate alla creazione di un'azienda in Grecia e l'importanza di essere preparati ad affrontare le varie sfide.

---

## 10. VALUTAZIONE

Feedback di gruppo sullo scenario di ramificazione.

Questa parte è pensata per favorire una discussione sull'attività dello scenario di ramificazione.

**Istruzioni:**

- 1. Ricapitolazione:** Iniziate chiedendo a ogni gruppo di riassumere brevemente le scelte fatte durante l'attività di gruppo sugli scenari di ramificazione e i risultati ottenuti.
- 2. Punti di discussione:**
  - Ci sono state sfide particolari con cui più gruppi hanno avuto difficoltà? Se sì, perché?



- Verso quali forme giuridiche si è orientata la maggior parte dei gruppi e quali sono state le ragioni principali di queste scelte?
- Ci sono stati esiti o risultati inaspettati dalle scelte fatte?
- In che modo lo scenario si è allineato con i contenuti della lezione e con le implicazioni reali della creazione di un'impresa in Grecia?

### 3. Riflessione:

- Chiedete agli studenti di condividere cosa farebbero di diverso se avessero un'altra possibilità di affrontare lo scenario.
- Discutete dell'importanza della preparazione, della ricerca e della capacità di adattamento di fronte alle sfide che si presentano quando si avvia un'impresa.

Concludete la sessione sottolineando i punti chiave e l'importanza dell'applicazione pratica delle conoscenze nelle iniziative imprenditoriali.

---

## 11. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)

---

## 12. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA “BIBLIOGRAFIA” NEI MODULI (R1)

[1] Enterprise Greece, Invest & Trade, Setting up a Company in Greece, Atene  
<https://www.enterprisegreece.gov.gr/images/public/pdf-files/Setting-up-a-Company-in-Greece.pdf>

[2] Official website of the Ministry of Development and Investments, How to register a Business in greece <https://www.gov.gr/en/sdg/starting-running-and-closing-business/registering-changing-legal-form-of-or-closing-business/general/how-to-start-business-in-greece/>

[3] Sito ufficiale del Ministero dello Sviluppo e degli Investimenti  
<https://www.mindev.gov.gr/?lang=en>

[4] Your Confidence Accounting & Advisory, Doing Business in Greece, Atene  
[https://www.yourc.gr/files/YC\\_Doing-Business-in-Greece.pdf](https://www.yourc.gr/files/YC_Doing-Business-in-Greece.pdf)

[5] Sito ufficiale della Camera di commercio britannico-ellenica, Establishment of a Limited liability company in Greece <https://www.bhcc.gr/el/nea/nea-tou-epimelhthriou/77-english/useful-info/168-systash-etairias-epe-sthn-ellada>

### Ulteriori approfondimenti:

[1] "Business Law in Greece" by K. D. Kerameus and Phaedon J. Kozyris

[2] "Establishing a Company in Europe" by The European Union Chamber of Commerce

[3] "Entrepreneurship in Greece: A Critical Analysis" by Ioannis N. Katsikis

[4] "Doing Business in Greece: Navigating the Mediterranean Business Culture" by George S. Georgiades

[5] "Greek Company Law" by Konstantinos Sergakis



[6] "*The Business Environment in Southern Europe: A Regional Perspective*" by Dimitris Katsikas, Dimitris A. Sotiropoulos, and Maria Zafiropoulou



## MODULO 10: FORME E PROCEDURE LEGALI PER LA COSTITUZIONE DI UNA SOCIETÀ \_ITALIA

### 1. INTRODUZIONE

---

Come insegnanti, dovrete iniziare con un discorso motivazionale, ad esempio:

*“Cari studenti,*

*Ogni potenziale imprenditore si trova di fronte a due dilemmi fondamentali. Quando avviare un'attività e quale forma giuridica scegliere per ottenere un successo ottimale e trarre vantaggio dalla forma giuridica a seconda del tipo di attività e dei clienti con cui si farà affari.*

*In qualità di futuri imprenditori, è fondamentale che comprendiate gli aspetti legali della costituzione di un'azienda e che siate in grado di confrontare le diverse strutture giuridiche aziendali, esaminando i pro e i contro di ciascun tipo.*

*Inoltre, per avviare la vostra attività, dovete conoscere tutte le procedure e i passaggi per registrare la vostra azienda, dove e come farlo.*

*Per essere un imprenditore di successo, dovete essere preparati, informati e responsabili!”.*

Fate seguire questo discorso da una breve introduzione alla lezione e agli obiettivi di apprendimento:

Il contenuto della lezione presenta le decisioni che un imprenditore deve prendere prima di registrare una società, le principali forme giuridiche per le start-up/imprese di nuova costituzione, i vantaggi e gli svantaggi di ogni tipo di struttura aziendale e le procedure per la registrazione di una società in Italia. Alla fine di ogni unità, troverete esempi concreti ed esercizi per verificare la vostra conoscenza e comprensione degli argomenti trattati.

### 2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

---

- Scoprire le decisioni che un imprenditore deve prendere prima di istituire formalmente una società.
- Comprendere le forme giuridiche di società esistenti, i loro vantaggi e i loro svantaggi.
- Apprendere le procedure per la registrazione di una società in Italia.



---

### 3. RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Conoscere le decisioni chiave da prendere prima di istituire formalmente un'impresa.
- Illustrare le forme giuridiche più comuni per l'avvio di un'impresa, i loro punti di forza e di debolezza.
- Scegliere la forma più adatta alla propria attività.
- Essere in grado di registrare una società in Italia, sapendo dove e come farlo.

---

### 4. METODI DI APPRENDIMENTO

- Studio della letteratura consigliata e delle risorse di internet.
- Valutazione delle conoscenze apprese in base ai risultati degli scenari di ramificazione B-ECO.
- Valutazione e capacità di costituire e registrare un'impresa.

---

### 5. RISULTATI - COMPETENZE ACQUISITE (CONNESSIONE CON ENTRE-COMP)<sup>12</sup>

- **Idee e opportunità:**
  1. Visione
  2. Valorizzazione delle idee
  3. Pensiero etico e sostenibile
- **Risorse:**
  1. Mobilitare gli altri
  2. Mobilitazione delle Risorse
  3. Alfabetizzazione finanziaria ed economica
- **In azione:**
  1. Prendere l'iniziativa
  2. Pianificazione e gestione
  3. Affrontare l'ambiguità, l'incertezza e il rischio
  4. Lavorare con gli altri

---

### 6. ATTREZZATURE E RISORSE

- Computer
- Proiettore o TV
- Accesso a Internet

---

<sup>12</sup> <https://entre-comp.eu/>



## 7. RISCALDAMENTO (15 MIN.)

### A. Scoprire le Forme e procedure legali per la costituzione di una società

**Istruzioni:** Trascina le parole dalla colonna di destra alle definizioni corrispondenti nella colonna di sinistra.

Colonna 1: Descrizioni	Trascina le parole dalla Colonna 2 alla Colonna 1	Colonna 2: Parole
A. Lavoratore autonomo che svolge un lavoro "intellettuale".		1. 1. Società di persone
B. Tipo di classificazione adottata dall'ISTAT che determina le attività che le aziende possono svolgere.		2. 2. Impresa individuale
C. Società a struttura flessibile con capitale sociale minimo di 10.000 euro.		3. 3. Freelancer
D. Il soggetto giuridico identificato nella figura dei vari soci che assumono sia i diritti che gli obblighi derivanti dall'attività imprenditoriale.		4. 4. Società a responsabilità limitata
Una persona fisica che esercita autonomamente un'attività lucrativa sul mercato.		5. Classificazione ATECO
<b>Risposte corrette:</b>		
Società di persone - D		
Impresa individuale - E		
Freelancer - A		
Società a responsabilità limitata - C		
Classificazione ATECO - B		

## 8. PRESENTAZIONE (35 MIN.)

- **Presentazione in Power Point della lezione + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. Spiegazione dei risultati di apprendimento della lezione.
  - B. L'insegnante introduce i contenuti del Modulo 10:
    - Quali decisioni devono essere prese prima della costituzione formale della società?
    - Quali forme giuridiche di società esistono e quali sono i loro vantaggi e svantaggi?
    - Come procedere alla registrazione di una società?
  - C. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
    - Video - Intervista con un imprenditore.



## 9. SCENARIO DI RAMIFICAZIONE (BRANCHING)

**Introduzione:** Benvenuti nello scenario di ramificazione su Forme e procedure legali per la costituzione di una società in Italia. Questo esercizio verifica le vostre conoscenze in base alle competenze apprese durante questo modulo. Leggete attentamente ogni domanda e selezionate la risposta più adatta.

**Domanda 1:** Volete aprire la vostra attività in Italia. Di cosa avete bisogno per determinare le attività che la vostra azienda può svolgere?

- a) Non avete bisogno di nulla
- b) Classificazione ATECO
- c) Nome della società e sede legale

**Feedback 1a:** Non è corretto! Per avviare un'attività in Italia è necessario avere diversi requisiti (ad esempio, ragione sociale, sede legale, ecc.) tra cui la classificazione ATECO, che è un tipo di classificazione necessaria per determinare le attività che l'azienda può svolgere.

**Feedback 1b:** Corretto! Per avviare la vostra attività in Italia, dovete avere la classificazione ATECO, che determina le attività che la vostra azienda può svolgere.

**Feedback 1c:** Errato! La ragione sociale e la sede legale sono due requisiti importanti per la costituzione di una società. Tuttavia, ricordate che per aprire un'attività in Italia è necessario avere la classificazione ATECO, che determina le attività dell'azienda.

**Domanda 2:** Vi siete appena iscritti all'albo degli avvocati e volete avviare un'attività in proprio. Quale forma giuridica dovrete scegliere?

- a) Impresa individuale
- b) Lavoratore autonomo (Freelancer)
- c) Società a responsabilità limitata

**Feedback 2a:** Non è corretto. Per impresa individuale si intendono tutti coloro che esercitano autonomamente un'attività artigianale (cioè, chi svolge un'attività manuale) o commerciale (chi acquista e rivende beni e servizi).

**Feedback 2b:** Corretto! I lavoratori autonomi o liberi professionisti sono gli iscritti a un albo professionale che svolgono un lavoro "intellettuale".

**Feedback 2c:** Non è la risposta corretta. In una società a responsabilità limitata, più soci possono condividere il processo decisionale.

**Domanda 3:** Volete costituire una società come unico proprietario e avere il completo controllo del processo decisionale. Quale forma giuridica dovrete scegliere?

- a) Società a responsabilità limitata
- b) Società di persone
- c) Impresa individuale



**Feedback 3a:** No, una Società a responsabilità limitata può avere più soci e un processo decisionale condiviso.

**Feedback 3b:** Sbagliato. Una società di persone coinvolge più soci che condividono diritti e obblighi dell'attività commerciale.

**Feedback 3c:** Eccellente! Una ditta individuale si riferisce a un imprenditore singolo con proprietà unica e controllo completo sul processo decisionale.

**Domanda 4: Siete un elettricista, non disponete del capitale iniziale e svolgete la vostra attività su scala ridotta. Quale forma giuridica dovrete scegliere?**

- a) Impresa individuale
- b) Società a responsabilità limitata
- c) Società di persone

**Feedback 4a:** Eccellente! L'impresa individuale è la forma giuridica più adatta a quegli imprenditori che necessitano di un capitale iniziale e che conducono la loro attività su scala ridotta e principalmente con clienti fisici.

**Feedback 4b:** Sbagliato. Una società a responsabilità limitata può coinvolgere più di un socio e richiede un capitale sociale minimo di 10.000 euro.

**Feedback 4c:** Non è la risposta corretta. Una Società di persone non richiede una quota minima di capitale ma ha più di un socio.

**Domanda 5: Se si vuole costituire un'impresa individuale, quale dei tre passaggi seguenti si deve compiere?**

- a) Recarsi di persona presso l'ufficio competente
- b) Presentare almeno due comunicazioni al Registro delle Imprese competente
- c) Presentare per via telematica un'unica comunicazione al Registro delle Imprese competente

**Feedback 5a:** No, per avviare un'impresa individuale è necessario presentare, esclusivamente per via telematica, un'unica comunicazione al Registro delle Imprese competente.

**Feedback 5b:** Non è la risposta corretta. Per avviare un'impresa individuale è necessario presentare una sola Comunicazione Unica, esclusivamente in via telematica, al Registro delle Imprese competente.

**Feedback 5c:** Corretto! Per avviare un'impresa individuale è necessario presentare, per via telematica, una Comunicazione Unica al Registro delle Imprese competente, che consente di adempiere a tutte le formalità necessarie per la costituzione della società con un'unica iscrizione.

**Conclusione:** Congratulazioni per aver completato lo scenario di ramificazione su Forme e procedure legali per la costituzione di una società in Italia. Avete dimostrato di aver compreso quali decisioni un imprenditore deve prendere prima della costituzione formale di una società, quali forme giuridiche di società esistono e come registrarne una. Ora non vi resta che provare a costituire formalmente la vostra nuova impresa!



---

## 10. VALUTAZIONE

Volete avviare un'attività in proprio in modo formale:

1. Stabilite il nome, la sede e le attività della vostra azienda.
2. Verificate il nome scelto nel [Registro Imprese | I dati Ufficiali della Camera di Commercio](#).
3. Scegliete la forma giuridica più adatta alla vostra azienda.
4. Verificate la ragione sociale e le attività nel database de [Il cassetto digitale dell'imprenditore \(italia.it\)](#).

---

## 11. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)

---

## 12. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA “BIBLIOGRAFIA” NEI MODULI (R1)

- [1] Unioncamere. (2023). Consultato da [Cos'è SPID \(italia.it\)](#)
- [2] Italian Chamber of Commerce. (2023). Consultato da [Registro Imprese | I dati Ufficiali della Camera di Commercio](#).
- [3] Studio Ferrari. (2023). Consultato da [TYPES OF COMPANIES IN ITALY: CHARACTERISTICS AND TAXATION - STUDIO LEGALE E COMMERCIALE FERRARI & ASSOCIATI ROMA \(studioferrari.com\)](#)
- [4] University 2 Business. (2023). Consultato da [Faccio una startup: come scegliere il tipo di società \(onlus, S.r.l, S.r.l.s, ditta individuale...\) \(university2business.it\)](#)
- [5] Italian Chamber of Commerce. (2023). Consultato da [Società di persone e di capitale | Registro Imprese](#).
- [6] Unioncamere. (2023). Consultato da [Home - impresainungiorno.gov.it](#).
- [7] Depositi e Istanze, Registro Imprese. (2023). Consultato da [DIRE - Depositi e Istanze Registro Imprese](#).
- [8] Infocamere. (2023). Consultato da [FedraPlus e plug-in \(infocamere.it\)](#).



## MODULO 10: FORME E PROCEDURE LEGALI PER LA COSTITUZIONE DI UNA SOCIETÀ\_POLONIA

### 1. INTRODUZIONE

---

Come insegnanti, dovrete iniziare con un discorso motivazionale, ad esempio:

*“Cari studenti,*

*L'avvio di un'impresa è per molti un momento molto importante, un punto di svolta nella propria carriera e persino nella propria vita. La registrazione di una società non è uno dei compiti più difficili. Quando si apre una società, si dovrebbe prestare molta più attenzione alle decisioni importanti da prendere. Le scelte fatte avranno un impatto fondamentale sull'effettivo funzionamento della nuova impresa.*

*Vediamo quindi come avviare una società e cosa comporta”.*

Fate seguire questo discorso da una breve introduzione alla lezione e agli obiettivi di apprendimento:

Ogni potenziale imprenditore si trova di fronte a due dilemmi fondamentali. Quando avviare un'impresa e quale forma giuridica scegliere per trarne vantaggio e ottenere un risultato ottimale a seconda del tipo di attività e dei clienti con cui si intende fare affari. Il contenuto del modulo presenta le decisioni che un imprenditore deve prendere prima di registrare una società, le due forme giuridiche chiave per le start-up/impresе emergenti, i vantaggi e gli svantaggi di ciascuna e le procedure per la registrazione di una società in Polonia.

---

### 2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

- Comprendere le decisioni chiave da prendere prima di avviare formalmente un'impresa.
- Familiarizzare con le forme giuridiche più comuni per l'avvio di un'attività in proprio e scegliere la forma più adatta.
- Individuare i punti di forza e di debolezza delle diverse forme giuridiche di società.
- Apprendere dove e come registrare una società.

---

### 3. RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Comprendere quali sono le differenze tra le diverse forme di società.
- Conoscere le caratteristiche principali della costituzione di una società in Polonia.
- Identificare i vantaggi e gli svantaggi dell'Impresa individuale e della Società a responsabilità limitata.
- Sapere come scegliere il nome di una società.



---

#### 4. METODI DI APPRENDIMENTO

- Studio della letteratura consigliata e delle risorse di internet.
- Valutazione delle conoscenze apprese sulla base dei risultati degli scenari di ramificazione B-ECO.
- Valutazione e capacità di costituire e registrare un'impresa.

---

#### 5. RISULTATI - COMPETENZE ACQUISITE (CONNESSIONE CON ENTRE-COMP)<sup>13</sup>

- **Idee e opportunità:**
  1. Visione
  2. Valorizzazione delle idee
  3. Creatività
- **Risorse:**
  1. Motivazioni e persistenza
  2. Autoconsapevolezza e autoefficacia
  3. Mobilitazione delle Risorse
- **In azione:**
  1. Prendere l'iniziativa
  2. Pianificazione e gestione
  3. Affrontare l'ambiguità, l'incertezza e il rischio
  4. Lavorare con gli altri

---

#### 6. ATTREZZATURE E RISORSE

- Computer
- Proiettore o TV
- Accesso a Internet

---

#### 7. RISCALDAMENTO (15 MIN.)

##### A. Trascinare le parole: Impresa individuale

**Istruzioni:** Inserire le parole nel punto appropriato.

Nel caso di \_\_\_\_\_ individuale, il nome dell'azienda deve includere almeno il \_\_\_\_\_ del suo fondatore. Questo è necessario perché gli altri \_\_\_\_\_ dell'azienda devono essere in grado di identificare chiaramente chi dirige una determinata azienda. Al nome e al cognome possono essere aggiunti altri elementi che descrivono il vostro profilo \_\_\_\_\_. È possibile registrare una società quando si hanno almeno \_\_\_\_\_ anni in modo da essere adulti e

---

<sup>13</sup> <https://entre-comp.eu/>



pienamente responsabili delle proprie azioni e con piena capacità decisionale. È necessario \_\_\_\_\_ la propria attività presso il Registro centrale delle attività e delle informazioni commerciali (CEIDG).

**Risposte corrette:**

1. impresa
2. nome
3. partecipanti
4. aziendale
5. diciotto
6. registrare

---

## 8. PRESENTAZIONE (35 MIN.)

- **Presentazione in Power Point della lezione + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. Spiegazione dei risultati di apprendimento della lezione.
  - B. L'insegnante introduce i contenuti del Modulo 10:
    - Differenze tra le varie forme di società.
    - Caratteristiche principali della costituzione di una società in Polonia.
    - Vantaggi e svantaggi dell'Impresa individuale e della Società a responsabilità limitata.
    - Come scegliere il nome della società.
  - C. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
    - Video - Intervista con un imprenditore (<https://www.youtube.com/watch?v=vT6zycAMjv0&t=1018s>).

---

## 9. SCENARIO DI RAMIFICAZIONE (BRANCHING)

**Introduzione:** Benvenuti nello scenario di ramificazione relativo alla costituzione di una società in Polonia. Questo esercizio è stato ideato per mettere alla prova le vostre conoscenze e capacità decisionali in merito alle forme giuridiche di diverse situazioni. Leggete attentamente ogni domanda e selezionate la risposta più adatta.

**Domanda 1: Quali sono le caratteristiche "dell'Impresa individuale"?**

- a) Per costituire un'impresa individuale, è necessario aver compiuto 20 anni
- b) Sgravi fiscali per i primi due anni
- c) La responsabilità del proprietario per le obbligazioni della società è limitata

**Feedback 1a:** Non è corretto. Per costituire un'impresa individuale è necessario avere almeno 18 anni.



**Feedback 1b:** Ottima scelta! Per i primi 2 anni, il fondatore ha diritto a uno sgravio fiscale.

**Feedback 1c:** Questa non è la risposta corretta. Infatti, la responsabilità del proprietario per gli obblighi dell'azienda è illimitata.

**Domanda 2: Quali sono le caratteristiche principali della Società a responsabilità limitata?**

- a) Registrazione completa della contabilità
- b) Tutti i soci sono personalmente responsabili di tutte le obbligazioni della società
- c) Non è richiesto un capitale iniziale

**Feedback 2a:** Ottima risposta! Una S.r.l è obbligata a tenere una contabilità completa, ovvero a rendere conto di tutte le operazioni effettuate in conformità ai principi contabili

**Feedback 2b:** Risposta sbagliata! In questo tipo di azienda, non si risponde personalmente degli obblighi della società.

**Feedback 2c:** Non è la risposta corretta. Il capitale minimo richiesto per la costituzione di una S.r.l è di 5.000 PLN.

**Domanda 3: Quali sono gli svantaggi della Società a responsabilità limitata?**

- a) Non è necessario pagare lo ZUS (se ci sono almeno due soci nella società)
- b) Facilità di ottenere capitale
- c) Doppia tassazione

**Feedback 3a:** Falso! - La non necessità di pagare lo ZUS per le S.r.l è un bel vantaggio.

**Feedback 3b:** Risposta sbagliata! Sicuramente la facilità di raccolta di capitali è un grande vantaggio della S.r.l.

**Feedback 3c:** Ben fatto! Non c'è cosa peggiore della doppia tassazione per il fondatore di un'azienda.

**Domanda 4: Come si costituisce una società in Polonia?**

- a) Bisogna recarsi personalmente presso l'ufficio competente
- b) È necessario compilare il modulo CEIDG
- c) La domanda può essere presentata presso qualsiasi ufficio comunale anche tramite raccomandata con normale firma del richiedente

**Feedback 4a:** Sbagliato. Si può fare anche online, ma occorre una firma elettronica certificata.

**Feedback 4b:** Corretto. Il primo passo per avviare un'impresa è la compilazione del modulo CEIDG.

**Feedback 4c:** Sbagliato! La domanda può essere presentata per posta raccomandata, ma la firma del richiedente deve essere autenticata da un notaio.

**Conclusione:** Congratulazioni per aver completato lo scenario ramificato sulle informazioni relative alle diverse forme giuridiche di società in Polonia. Avete dimostrato di aver compreso quali sono le caratteristiche delle diverse forme giuridiche di società e come costituirne una.



---

## 10. VALUTAZIONE

Effettuare la registrazione proforma attraverso il portale online.

---

## 11. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)

---

## 12. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA “BIBLIOGRAFIA” NEI MODULI (R1)

- [1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave. Str. 10-285.
- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Value Proposition Design. Dostopno na/available at: <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>. Str. 15-38.
- [3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubljana.
- [4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubljana. [www.delajvitko.si](http://www.delajvitko.si).
- [5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) »Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures«; Prentice Hall - Bergant, A.
- [6] Sushanta Maiti (2021); “What is Entrepreneurship? Definition, 5 Types, 5 Scopes, Characteristics, 5 Importance”; [https://educationleaves.com/what-is-entrepreneurship/#Definition\\_of\\_Entrepreneurship](https://educationleaves.com/what-is-entrepreneurship/#Definition_of_Entrepreneurship)
- [7] Indeed Editorial Team (2021); “12 Pros and Cons of Being an Entrepreneur”; <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/pros-and-cons-of-being-entrepreneur>



## MODULO 10: FORME E PROCEDURE LEGALI PER LA COSTITUZIONE DI UNA SOCIETÀ \_PORTOGALLO

### 1. INTRODUZIONE

Come insegnanti, dovrete iniziare con un discorso motivazionale, ad esempio:

*“Cari studenti,*

*Benvenuti nel modulo “Forme e procedure legali per la costituzione di una società in Portogallo”. Questo modulo completo è stato pensato per fornirvi le conoscenze e le risorse necessarie per guidarvi attraverso l'intricato processo di costituzione di una società in Portogallo. In un mondo in cui l'imprenditorialità e l'innovazione prosperano, la comprensione del quadro giuridico per la creazione di un'impresa è una competenza fondamentale per la prossima generazione.*

*Alla fine di questo modulo, non solo avrete una solida comprensione delle complessità legali della costituzione di una società in Portogallo, ma sarete anche meglio equipaggiati per prendere decisioni informate che possono tracciare la rotta del vostro percorso imprenditoriale”.*

Fate seguire questo discorso da una breve introduzione alla lezione e agli obiettivi di apprendimento.

Questo modulo è composto da tre unità, ognuna delle quali è stata pensata per affrontare gli aspetti critici della costituzione di una società in Portogallo.

Nella prima unità, esplorerete le decisioni cruciali che gli aspiranti imprenditori devono prendere prima di intraprendere la costituzione formale di una società. Dalla scelta della giusta idea di business alla determinazione della struttura legale appropriata, gli studenti acquisiranno una visione delle scelte fondamentali che possono avere un impatto significativo sul futuro delle loro imprese.

La seconda unità esamina le forme giuridiche di società disponibili in Portogallo, fornendo informazioni su ciascuna opzione, con i rispettivi vantaggi e svantaggi. Gli studenti impareranno a destreggiarsi nella complessità della scelta della struttura giuridica più adatta alle loro iniziative imprenditoriali.

Nell'unità finale, si guideranno gli studenti attraverso le fasi pratiche del processo di registrazione della società in Portogallo. Dalla preparazione della documentazione necessaria ai rapporti con le agenzie governative, questa unità mira a demistificare il processo, spesso intimidatorio, di formalizzazione di un'entità commerciale.

Come educatori, il vostro ruolo nel plasmare il futuro dei leader aziendali e degli imprenditori è fondamentale. Questo modulo è una risorsa preziosa che vi permetterà di trasmettere



conoscenze critiche e di mettere i vostri studenti in condizione di navigare con sicurezza nel panorama legale della creazione di un'impresa.

---

## 2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

- Identificare le tipologie di strutture societarie e i fattori necessari.
- Identificare la struttura legale migliore per una determinata idea di business.
- Comprendere i requisiti fiscali per le diverse strutture legali.
- Identificare i passaggi e i documenti necessari per la registrazione di un'azienda online.

---

## 3. RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Comprendere le decisioni chiave prima di avviare formalmente un'attività.
- Conoscere le forme giuridiche più comuni per l'avvio di un'attività e saper scegliere la forma più adatta.
- Identificare i punti di forza e di debolezza di ciascuna forma giuridica.
- Sapere dove e come registrare una società.

---

## 4. METODI DI APPRENDIMENTO

- Studio della letteratura consigliata e delle risorse di internet.
- Valutazione delle conoscenze apprese sulla base dei risultati degli scenari di ramificazione B-ECO.
- Valutazione e capacità di costituire e registrare un'impresa.

---

## 5. RISULTATI - COMPETENZE ACQUISITE (CONNESSIONE CON ENTRE-COMP)<sup>14</sup>

- **Idee e opportunità:**
  1. Visione
  2. Valorizzazione delle idee
  3. Pensiero etico e sostenibile
- **Risorse:**
  1. Mobilitazione delle Risorse
  2. Alfabetizzazione finanziaria ed economica
  3. Mobilitare gli altri
- **In azione:**
  1. Prendere l'iniziativa
  2. Pianificazione e gestione
  3. Affrontare l'ambiguità, l'incertezza e il rischio

---

<sup>14</sup> <https://entre-comp.eu/>



## 6. ATTREZZATURE E RISORSE

- Computer
- Proiettore o TV
- Accesso a Internet

## 7. RISCALDAMENTO (15 MIN.)

### A. Abbinare le definizioni delle forme giuridiche

**Istruzioni:** Trascina le parole dalla colonna di destra alle definizioni corrispondenti nella colonna di sinistra.

Colonna 1: Definizioni	Trascina le parole dalla Colonna 2 alla Colonna 1	Colonna 2: Parole
A. Società in cui la responsabilità dei soci è limitata al loro investimento nella società. Offre una maggiore protezione del patrimonio personale dei soci.		1. Impresa individuale
B. Società con azioni quotate in borsa, che le consentono di raccogliere capitali dal pubblico. Gli azionisti hanno una responsabilità limitata.		2. Società di persone
C. Società di proprietà e gestita da un singolo individuo. Il proprietario ha una responsabilità illimitata per i debiti dell'azienda.		3. Società a responsabilità limitata (S.r.l)
D. Società di proprietà e gestita da due o più persone, che condividono sia i profitti che le responsabilità dell'impresa.		4. Società per azioni (S.p.A)

**Risposte corrette:**

Impresa individuale - C

Società di persone - D

Società a responsabilità limitata (S.r.l) - A

Società per azioni (S.p.A) - B

## 8. PRESENTAZIONE DELL'UNITÀ 10.1 (35 MIN.)

- **Presentazione Power Point dell'Unità 10.1 + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - Spiegazione dei risultati di apprendimento del modulo 10.
  - L'insegnante introduce i contenuti dell'Unità 10.1
    - Come scegliere il nome di una società.
    - Determinare il rappresentante della società.
    - Determinare la sede legale della società.
    - Determinare le attività della società.
  - L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:



- Video - Intervista con un imprenditore (<https://empreendedores.pt/rafael-ferreira/>).

---

## 9. ATTIVITÀ

Riflettere sul nome da dare alla società, fornendo esempi che tengano conto dei seguenti aspetti: memorabilità, riconoscibilità e simpatia. Nel caso in cui gli studenti intendano fare affari nei mercati esteri, ricordate loro che è necessario verificare se il nome scelto per la società ha un significato particolare nella lingua o nello slang del Paese in questione, e, per coloro che vogliono essere "imprese individuali", che il nome della società, in Portogallo, deve contenere il nome e il cognome del fondatore.

Una volta scelto il nome, gli studenti devono verificarne l'esistenza utilizzando i Servizi di registrazione aziendale/commerciale online (<https://eportugal.gov.pt>).

Oltre a specificare il nome della società, a meno che non si intenda registrarsi come impresa individuale, gli studenti devono nominare un direttore della società e stabilire la sede e l'indirizzo commerciale prima della costituzione della stessa.

Infine, gli studenti devono definire le attività dell'azienda utilizzando il SEA - Servizio per le Attività Economiche (<https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa/balcao-do-empendedor>), che indica tutte le possibili attività che le aziende possono intraprendere e se queste sono regolamentate o meno.

---

## 10. VALUTAZIONE

Gli studenti devono determinare il nome, la sede e le attività dell'azienda. Verificare la ragione sociale sul sito dei Servizi di registrazione aziendale/commerciale online (<https://eportugal.gov.pt>) e le attività nel database SEA (<https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa/balcao-do-empendedor>).

---

## 11. RACCOLTA DI CASI STUDIO "I PIÙ GRANDI SUCCESSI" (R3)

---

## 12. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA "BIBLIOGRAFIA" NEI MODULI (R1)

[1] Empreendedores (2019, August 20). *How a personal need gave rise to real estate group... at age 21*. Video. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=f86nW8tR9B4&t=25s>

[2] Empreendedores. (2019, August 20). *How a personal need gave rise to a real estate group... at age 21*, Consultato da <https://empreendedores.pt/>



[3] Portuguese Public Service Portal. (n.d.). On-line Company/Commercial Registry Services  
<https://eportugal.gov.pt/espaco-empresa/empresa-online>

[4] Portuguese Public Service Portal. (n.d.). <https://eportugal.gov.pt>

[5] Portuguese Legal Services. (2022, March 02). Creating a company is becoming easier, faster, and more convenient. The Empresa na Hora service reduces bureaucracy and streamlines the process, Consultato da <https://justica.gov.pt/Servicos/Empresa-na-Hora>

[6] Portuguese Public Service Portal. (n.d.). Entrepreneur's Desk/Services for Economic Activity, Consultato da <https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa/balcao-do-empendedor>

---

### 13. PRESENTAZIONE DELL'UNITÀ 10.2 (35 MIN.)

- **Presentazione Power Point dell'Unità 10.2 + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. L'insegnante introduce i contenuti dell'Unità 10.2:
    - Le forme giuridiche più comuni di società in Portogallo.
    - Impresa individuale o libero professionista.
    - Società a responsabilità limitata (S.r.l).
    - Differenze tra impresa individuale e società a responsabilità limitata in Portogallo.
  - B. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
    - Video - Registrazione di una società (<https://www.youtube.com/watch?v=FxilpnEJ02M>).

---

### 14. SCENARIO DI RAMIFICAZIONE (BRANCHING)

**Introduzione:** Benvenuti nello scenario di ramificazione sulle forme e le procedure legali per la costituzione di una società in Portogallo. Questo esercizio è stato ideato per mettere alla prova le vostre conoscenze e capacità decisionali in merito alle forme giuridiche più adatte alle diverse situazioni. Leggete attentamente ogni domanda e selezionate la risposta più adatta.

**Domanda 1:** Qual è la forma giuridica più comune per la creazione di una piccola impresa in Portogallo?

- a) Impresa individuale
- b) Società a responsabilità limitata (S.r.l)
- c) Società per azioni (S.p.A)

**Feedback 1a:** Non è esatto. Pur essendo una forma giuridica, l'impresa individuale non è la scelta più comune per la creazione di una piccola impresa in Portogallo.

**Feedback 1b:** Ottima scelta! La forma giuridica più comune per la creazione di una piccola impresa in Portogallo è la Società a responsabilità limitata (S.r.l). Offre protezione dalle responsabilità ed è adatta a più proprietari.



**Feedback 1c:** Questa non è la risposta corretta. Anche se la Società per azioni (S.p.A) è una forma giuridica, non è la scelta più comune per le piccole imprese in Portogallo.

**Domanda 2:** Voi e i vostri soci volete fondare una startup tecnologica e limitare la responsabilità personale. Quale forma giuridica dovrete scegliere?

- a) Impresa individuale
- b) Società a responsabilità limitata (S.r.l)
- c) Società per azioni (S.p.A)

**Feedback 2a:** Sbagliato. L'impresa individuale non offre protezione dalla responsabilità personale. Considerate un'altra opzione.

**Feedback 2b:** Eccellente! Per limitare la responsabilità personale, dovrete scegliere una società a responsabilità limitata (S.r.l). Questa forma giuridica fornisce un'entità legale separata per l'azienda e protegge i beni personali.

**Feedback 2c:** Non è la risposta corretta. Una società per azioni (S.p.A) non è la forma giuridica più adatta per limitare la responsabilità personale in una startup tecnologica.

**Domanda 3:** Avete intenzione di offrire azioni al pubblico e di quotarle in borsa. Quale forma giuridica è adatta a questo scopo?

- a) Impresa individuale
- b) Società a responsabilità limitata (S.r.l)
- c) Società per azioni (S.p.A)

**Feedback 3a:** No, una impresa individuale non può offrire azioni al pubblico né quotarle in borsa. Selezionate un'altra opzione.

**Feedback 3b:** Sbagliato. Una Società a responsabilità limitata (S.r.l) non può offrire azioni al pubblico o quotarle in borsa. Considerate un'altra forma giuridica.

**Feedback 3c:** Ben fatto! Se intendete offrire azioni al pubblico e farle quotare in borsa, dovrete scegliere una Società per azioni (S.p.a). Essa consente maggiori opportunità di raccolta di capitali e di negoziazione pubblica delle azioni.

**Domanda 4:** Voi e il vostro socio volete avere pari potere decisionale e condividere gli utili. Quale forma giuridica è appropriata?

- a) Impresa individuale
- b) Società a responsabilità limitata (S.r.l)
- c) Società per azioni (S.p.A)

**Feedback 4a:** No, un'impresa individuale non consente di avere pari potere decisionale o di condividere gli utili con un socio. Scegliete un'altra opzione.

**Feedback 4b:** Corretto! Per avere pari potere decisionale e condividere i profitti con il vostro partner, dovrete scegliere una società a responsabilità limitata (S.r.l). Essa consente strutture proprietarie e distribuzione degli utili flessibili.



**Feedback 4c:** Sbagliato. Una società per azioni (S.p.A) non fornisce necessariamente pari potere decisionale o condivisione degli utili. Considerate un'altra forma giuridica.

**Domanda 5:** Voi e i vostri soci volete costituire una società con potere decisionale condiviso e responsabilità personale illimitata. Quale forma giuridica dovrete scegliere?

- a) Impresa individuale
- b) Società in nome collettivo
- c) Società a responsabilità limitata (S.r.l)
- d) Società per azioni (S.p.A)

**Feedback 5a:** Sbagliato. Un'impresa individuale non è adatta a un processo decisionale condiviso e a una responsabilità personale illimitata.

**Feedback 5b:** Corretto! Una società in nome collettivo consente la condivisione delle decisioni e la responsabilità personale illimitata.

**Feedback 5c:** Sbagliato. Una S.r.l prevede una responsabilità personale limitata, che non è adatta per una responsabilità personale illimitata.

**Feedback 5d:** Sbagliato. Una S.p.A non richiede un processo decisionale condiviso e una responsabilità personale illimitata.

**Domanda 6:** Voi e i vostri soci volete costituire una società con un processo decisionale condiviso e una responsabilità personale limitata. Quale forma giuridica dovrete scegliere?

- a) Impresa individuale
- b) Società in nome collettivo
- c) Società in accomandita semplice
- d) Società a responsabilità limitata (S.r.l)

**Feedback 6a:** Sbagliato. Una impresa individuale non prevede una responsabilità personale limitata.

**Feedback 6b:** No. Una società in nome collettivo non prevede la responsabilità personale limitata.

**Feedback 6c:** Sbagliato. Una società in accomandita semplice prevede la responsabilità limitata per alcuni soci, ma non un potere decisionale condiviso.

**Feedback 6d:** Corretto! Una S.r.l offre un potere decisionale condiviso e una responsabilità personale limitata.

**Domanda 7:** Avete intenzione di costituire una società con più azionisti e di raccogliere capitali attraverso investimenti privati. Quale forma giuridica dovrete scegliere?

- a) Impresa individuale
- b) Società in nome collettivo
- c) Società a responsabilità limitata (S.r.l)
- d) Società per azioni (S.p.A)



**Feedback 7a:** Sbagliato. Una impresa individuale non è adatta a più azionisti e alla raccolta di capitali.

**Feedback 7b:** Sbagliato. Una società in nome collettivo non è adatta a più azionisti e alla raccolta di capitali.

**Feedback 7c:** Corretto! Una S.r.l consente di avere più azionisti e investimenti privati, pur mantenendo una responsabilità limitata.

**Feedback 7d:** Non è corretto. Una S.p.A è tipicamente utilizzata per la compravendita pubblica di azioni, non per investimenti privati.

**Domanda 8:** Volete costituire una società come unico proprietario e avere il pieno controllo del processo decisionale. Quale forma giuridica dovrete scegliere?

- a) Impresa individuale
- b) Società in nome collettivo
- c) Società a responsabilità limitata (S.r.l)
- d) Società per azioni (S.p.A)

**Feedback 8a:** Corretto! Un'impresa individuale è appropriata per una proprietà unica e per il pieno controllo del processo decisionale.

**Feedback 8b:** Sbagliato. Una società in nome collettivo coinvolge più proprietari, non una proprietà unica.

**Feedback 8c:** Non corretto. Una S.r.l può avere più proprietari e un processo decisionale condiviso.

**Feedback 8d:** Sbagliato. Una S.p.A è tipicamente utilizzata per aziende di grandi dimensioni con scambio pubblico di azioni.

**Conclusione:** Congratulazioni per aver completato lo scenario di ramificazione sulle forme e le procedure legali per la costituzione di una società in Portogallo! Avete dimostrato di aver compreso le diverse forme giuridiche e la loro idoneità a situazioni specifiche. Ricordate di consultare professionisti legali o fonti affidabili per ottenere informazioni dettagliate sulla costituzione di una società in Portogallo.

---

## 15. VALUTAZIONE

Gli studenti devono determinare il nome, la sede e le attività della società. Verificare la ragione sociale sul sito dei Servizi di registrazione aziendale/commerciale online (<https://eportugal.gov.pt>) e le attività nel database SEA (<https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa/balcao-do-emprededor>).

---

## 16. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)



---

## 17. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA “BIBLIOGRAFIA” NEI MODULI (R1)

- [1] Bellion Partners. (n.d.). Portugal Taxation of Business Income, Consultato da <https://www.bellionpartners.com/taxation-of-business-income>
- [2] Brands Channel. (n.d.). The power of EcoTourism in Portugal/Sustainable Destination. Vídeo. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=7wtyAx9mUWg>
- [3] Castro, Luiza. (2022, March 25). How to Create a Business in Portugal: Limited Liability Companies, Consultato da <https://www.lexidy.com/blog/how-to-create-a-business-in-portugal-limited-liability-companies/>
- [3] Richardson, Federico. (2019, June 3). Setting Up a Sole Trader in Portugal, Consultato da <https://www.lawyers-portugal.com/setting-up-a-sole-trader-in-portugal>
- [4] Simões, Humberto. (n.d.). Legal and tax aspects to take into account when opening your business, Consultato da [https://www.oestecim.pt/\\_uploads/Apresentacoes/ApresentacaoHumbertSimoes\\_28032017.pdf](https://www.oestecim.pt/_uploads/Apresentacoes/ApresentacaoHumbertSimoes_28032017.pdf)
- [5] Shev, Iryna. (n.d.) What types of companies can be formed?, Consultato da <https://pme.pt/tipos-empresas-formas-juridicas/>

---

## 18. PRESENTAZIONE DELL'UNITÀ 10.3 (35 MIN.)

- **Presentazione Power Point dell'Unità 10.3 + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. L'insegnante introduce i contenuti dell'Unità 10.3:
    - Come costituire una società in Portogallo.
    - Come stabilire Impresa individuale o libero professionista.
    - Come costituire una società a responsabilità limitata.
  - B. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
    - Video - Il processo di registrazione ([https://www.youtube.com/watch?v=F\\_9CCgD1pDY](https://www.youtube.com/watch?v=F_9CCgD1pDY)).

---

## 19. VALUTAZIONE

Effettuare la registrazione proforma di persona o attraverso il portale online.

---

## 20. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)



---

## 21. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA “BIBLIOGRAFIA” NEI MODULI (R1)

- [1] High Value Consulting. (n.d.). How to Open a Company in Portugal - Step by Step. Vídeo. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=F\\_9CCgD1pDY](https://www.youtube.com/watch?v=F_9CCgD1pDY)
- [2] Portuguese Legal Services. (2022, March 02). Creating a company is becoming easier, faster, and more convenient. The Empresa na Hora service reduces bureaucracy and streamlines the process, Consultato da <https://justica.gov.pt/Servicos/Empresa-na-Hora>
- [3] Portuguese Public Service Portal. (n.d.). <https://eportugal.gov.pt>
- [4] Richardson, Federico. (2022, November 19). Setting Up LDA in Portugal, Consultato da <https://www.companyformationportugal.com/set-up-lda-in-portugal>
- [5] Richardson, Federico. (2019, June 3). Setting Up a Sole Trader in Portugal, Consultato da <https://www.lawyers-portugal.com/setting-up-a-sole-trader-in-portugal>
- [6] Simic, Anja (2021, September 29). How to register as a Sole Trader in Portugal, Consultato da <https://www.deel.com/blog/how-to-set-up-as-a-sole-trader-in-portugal>



## MODULO 10: FORME E PROCEDURE LEGALI PER LA COSTITUZIONE DI UNA SOCIETÀ\_SLOVENIA

### 1. INTRODUZIONE

Come insegnanti, dovrete iniziare con un discorso motivazionale, ad esempio:

*“Cari studenti,*

*Benvenuti nell'entusiasmante mondo delle Forme e procedure legali per la costituzione di una società in Slovenia! Questa unità è una parte essenziale del percorso imprenditoriale, progettata per fornirvi le conoscenze e le competenze necessarie per affrontare le complessità dell'avvio di un'impresa.*

*Come futuri imprenditori e professionisti, la comprensione degli aspetti legali della costituzione di una società è fondamentale. Sia che aspiriate a lanciare la vostra impresa o a lavorare nel mondo degli affari, questa unità vi fornirà una solida base sul quadro giuridico che regola la costituzione di una società in Slovenia”.*

Fate seguire questo discorso da una breve introduzione alla lezione e agli obiettivi di apprendimento:

Nel corso di questo modulo, gli studenti approfondiranno le varie forme giuridiche di società, esplorando le caratteristiche uniche e i vantaggi di ciascuna. Dalle imprese individuali alle società di persone, gli studenti acquisiranno una comprensione completa delle opzioni disponibili per gli imprenditori in Slovenia.

Ma non è tutto! Questo modulo spiegherà anche le procedure da seguire passo passo per la costituzione di una società. Verranno confrontate le strutture legali delle imprese ed esaminati i pro e i contro di ogni tipo di impresa e struttura, aiutando a scoprire quale tipo di impresa lo studente ritiene migliore per la propria idea imprenditoriale, oltre a presentare i passi necessari per la registrazione dell'impresa online.

L'obiettivo è quello di rendere questa esperienza di apprendimento interattiva, coinvolgente e applicabile a scenari reali. Gli studenti non solo comprenderanno gli aspetti teorici, ma otterranno anche spunti pratici che potranno essere applicati direttamente alle loro future imprese o attività professionali.

Ricordate che le conoscenze acquisite in questa unità si estendono al di là dell'aula, gettando le basi per il futuro successo. Intraprendiamo quindi questo viaggio insieme, esplorando il panorama legale della costituzione di una società in Slovenia e mettendo gli studenti in condizione di diventare imprenditori sicuri, informati e responsabili. Preparatevi a liberare il potenziale dei vostri sogni e delle vostre ambizioni: immergiamoci nell'affascinante mondo delle Forme e procedure legali per la costituzione di una società in Slovenia!



---

## 2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

### OBIETTIVO DI APPRENDIMENTO GENERALE:

- Identificare e analizzare gli elementi necessari per la creazione di una società.

### OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO SPECIFICI:

- Identificare le diverse tipologie di società e i fattori necessari.
- Identificare la struttura legale migliore per una determinata idea di business.
- Comprendere i requisiti fiscali per le diverse strutture legali.
- Identificare i passaggi e i documenti necessari per la registrazione di un'azienda online.

---

## 3. RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Comprendere le decisioni chiave prima di avviare formalmente un'attività.
- Conoscere le forme giuridiche più comuni per l'avvio di un'attività e scegliere la forma più adatta.
- Identificare i punti di forza e di debolezza di ciascuna forma giuridica.
- Sapere dove e come registrare una società.

---

## 4. METODI DI APPRENDIMENTO

- Studio della letteratura consigliata e delle risorse di internet.
- Valutazione delle conoscenze apprese sulla base dei risultati degli scenari di ramificazione B-ECO.
- Valutazione e capacità di costituire e registrare un'impresa.

---

## 5. RISULTATI - COMPETENZE ACQUISITE (CONNESSIONE CON ENTRE-COMP)<sup>15</sup>

- **Idee e opportunità:**
  1. Visione
  2. Valorizzazione delle idee
  3. Pensiero etico e sostenibile
- **Risorse:**
  1. Mobilitazione delle Risorse
  2. Alfabetizzazione finanziaria ed economica
  3. Mobilitare gli altri
- **In azione:**
  1. Prendere l'iniziativa
  2. Pianificazione e gestione
  3. Affrontare l'ambiguità, l'incertezza e il rischio

---

<sup>15</sup> <https://entre-comp.eu/>



## 6. ATTREZZATURE E RISORSE

- Computer
- Proiettore o TV
- Accesso a Internet

## 7. RISCALDAMENTO (15 MIN.)

### A. Abbinare le definizioni delle forme giuridiche

**Istruzioni:** Trascina le parole dalla colonna di destra alle definizioni corrispondenti nella colonna di sinistra.

Colonna 1: Definizioni	Trascina le parole dalla Colonna 2 alla Colonna 1	Colonna 2: Parole
A. Una società in cui la responsabilità dei soci è limitata al loro investimento nella società. Offre una maggiore protezione del patrimonio personale dei soci.		1. Impresa individuale
B. Una società con azioni quotate in borsa, che consente di raccogliere capitali dal pubblico. Gli azionisti hanno una responsabilità limitata.		2. Società di persone
C. Una società posseduta e gestita da un singolo individuo. Il proprietario ha una responsabilità illimitata per i debiti della società.		3. Società a responsabilità limitata (S.r.l)
D. Una società posseduta e gestita da due o più individui, che condividono sia i profitti che le responsabilità dell'azienda.		4. Società per azioni (S.p.A)

#### Risposte corrette:

Impresa individuale - C

Società di persone - D

Società a responsabilità limitata (S.r.l) - A

Società per azioni (S.p.A) - B

## 8. PRESENTAZIONE DELL'UNITÀ 10.1 (35 MIN.)

- **Presentazione Power Point dell'Unità 10.1 + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.

A. Spiegazione dei risultati di apprendimento del modulo 10.

B. L'insegnante introduce i contenuti dell'Unità 10.1:

- Come scegliere il nome di una società?
- Determinare il rappresentante della società.
- Determinare la sede legale della società.
- Determinare le attività della società.

C. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:

- Video - Intervista a un imprenditore.



---

## 9. ATTIVITÀ

Riflettere sul nome da dare alla società, fornendo esempi che tengano conto di: memorabilità, riconoscibilità e credibilità. Nel caso in cui gli studenti intendano fare affari nei mercati esteri, ricordare loro che è necessario verificare se il nome scelto ha un significato nella lingua o nello slang del Paese in questione, e, per coloro che vogliono essere imprese individuali, che il nome della società, in Slovenia, deve contenere il nome e il cognome del fondatore.

Una volta scelto il nome, gli studenti devono verificarne l'esistenza utilizzando i Servizi di registrazione aziendale/commerciale online (<https://www.ajpes.si/>).

Oltre a specificare il nome della società, a meno che non intendano registrarsi come impresa individuale, gli studenti devono nominare un amministratore della società e stabilire la sede e l'indirizzo commerciale prima della costituzione della stessa.

---

## 10. VALUTAZIONE

Gli studenti devono determinare il nome, la sede e le attività della società. Verificare il nome della società sul sito dei Servizi di registrazione aziendale/commerciale online (<https://www.ajpes.si/>) e le attività nel database SKD (<https://spot.gov.si/sl/dejavnosti-in-poklici/dejavnosti-skd/>).

---

## 11. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)

---

## 12. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA “BIBLIOGRAFIA” NEI MODULI (R1)

- [1] Ajpes.si
- [2] SKD <https://www.stat.si/StatWeb/Methods/Classifications>
- [3] SPOT <https://spot.gov.si/sl/>
- [4] Registracija podjetje; <http://www.registracija-podjetja.si/pred-ustanovitvijo/kako-odpreti-podjetje>
- [5] Uredništvo, Kako ustanoviti podjetje; <https://www.slovenec.org/2020/02/22/podjetje/>

---

## 13. PRESENTAZIONE DELL'UNITÀ 10.2 (35 MIN.)

- **Presentazione Power Point dell'Unità 10.2 + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. L'insegnante introduce i contenuti dell'Unità 10.2:
    - Le forme giuridiche di società più comuni in Slovenia.
    - Impresa individuale o libero professionista.
    - Società a responsabilità limitata (S.r.l).



- Differenze tra impresa individuale e società a responsabilità limitata in Slovenia.
- B. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
- Video - Registrazione di una società in Slovenia.

---

## 14. ATTIVITÀ

Riflettere sulle diverse tipologie di forme giuridiche di società in Slovenia, dalle imprese individuali alle società costituite da più persone (Società Collettive). Gli studenti devono confrontare i vantaggi e gli svantaggi di queste due tipologie, al fine di scegliere l'opzione migliore in base alla loro idea imprenditoriale.

---

## 15. SCENARIO DI RAMIFICAZIONE (BRANCHING)

**Introduzione:** Benvenuti nello scenario di ramificazione sulle forme giuridiche e le procedure per la costituzione di una società in Slovenia. Questo esercizio metterà alla prova le vostre conoscenze e capacità decisionali in merito alle forme giuridiche più adatte alle diverse situazioni. Leggete attentamente ogni domanda e scegliete la risposta più adatta.

**Domanda 1: Qual è la forma giuridica più comune per la creazione di una piccola impresa in Slovenia?**

- Società a responsabilità limitata (S.r.l)
- Impresa individuale

**Feedback 1a:** Ottima scelta! La forma giuridica più comune per la creazione di una piccola impresa in Slovenia è la società a responsabilità limitata (S.r.l). Offre protezione dalla responsabilità ed è adatta a più proprietari.

**Feedback 1b:** Non è corretto. Anche se l'Impresa individuale è una forma giuridica, non è la scelta più comune per la creazione di una piccola impresa in Slovenia.

**Domanda 2: Voi e i vostri soci volete fondare una startup tecnologica e limitare la responsabilità personale. Quale forma giuridica dovrete scegliere?**

- Impresa individuale
- Società a responsabilità limitata (S.r.l)

**Feedback 2a:** Sbagliato. L'impresa individuale non offre protezione dalla responsabilità personale. Considerate un'altra opzione.

**Feedback 2b:** Eccellente! Per limitare la responsabilità personale, dovrete scegliere una società a responsabilità limitata (S.r.l). Questa forma giuridica fornisce un'entità legale separata per l'azienda e protegge i beni personali.

**Domanda 3: Avete intenzione di offrire azioni al pubblico e di farle quotare in borsa. Quale forma giuridica è adatta a questo scopo?**



- a) Impresa individuale
- b) Società per azioni

**Feedback 3a:** No, una impresa individuale non può offrire azioni al pubblico o farle quotare in borsa. Selezionare un'altra opzione.

**Feedback 3b:** Ben fatto! Se intendete offrire azioni al pubblico e farle quotare in borsa, dovrete scegliere una società per azioni. Essa consente maggiori opportunità di raccolta di capitali e di negoziazione pubblica delle azioni.

**Domanda 4: Voi e il vostro socio volete avere pari potere decisionale e condividere gli utili. Quale forma giuridica è appropriata?**

- a) Impresa individuale
- b) Società a responsabilità limitata (S.r.l)

**Feedback 4a:** No, un'impresa individuale non consente di avere pari potere decisionale o di condividere gli utili con un socio. Scegliere un'altra opzione.

**Feedback 4b:** Esatto! Per avere pari potere decisionale e condividere gli utili con il vostro partner, dovrete scegliere una società a responsabilità limitata (S.r.l). Essa consente strutture proprietarie e distribuzione degli utili flessibili.

**Domanda 5: Avete intenzione di costituire una società con più azionisti e di acquisire capitali attraverso investimenti privati. Quale forma giuridica dovrete scegliere?**

- a) Impresa individuale
- b) Società a responsabilità limitata (S.r.l)

**Feedback 5a:** Sbagliato. Una impresa individuale non è adatta a più azionisti e al reperimento di capitali.

**Feedback 5b:** Corretto! Una S.r.l consente di avere più azionisti e investimenti privati, pur mantenendo una responsabilità limitata.

**Conclusione:** Congratulazioni per aver completato lo scenario di ramificazione sulle forme giuridiche e le procedure per la costituzione di una società in Slovenia! Avete dimostrato di aver compreso le diverse forme giuridiche e le loro specificità. Ricordate di consultare professionisti legali o fonti affidabili per informazioni dettagliate in merito alla costituzione di una società in Slovenia.

---

## 16. VALUTAZIONE

Gli studenti devono determinare il nome, la sede e le attività della società. Verificare il nome della società sul sito dei Servizi di registrazione aziendale/commerciale online (<https://www.ajpes.si/>) e le attività nel database SKD (<https://spot.gov.si/sl/dejavnosti-in-poklici/dejavnosti-skd/>).



---

## 17. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)

---

## 18. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA “BIBLIOGRAFIA” NEI MODULI (R1)

- [1] Ajpes.si
- [2] SKD <https://www.stat.si/StatWeb/Methods/Classifications>
- [3] SPOT <https://spot.gov.si/sl/>
- [4] Registracija podjetje; <http://www.registracija-podjetja.si/pred-ustanovitvijo/kako-odpreti-podjetje>
- [5] Uredništvo, Kako ustanoviti podjetje; <https://www.slovenec.org/2020/02/22/podjetje/>

---

## 19. PRESENTAZIONE DELL'UNITÀ 10.3 (35 MIN.)

- **Presentazione Power Point dell'Unità 10.3 + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. L'insegnante introduce i contenuti dell'Unità 10.3:
    - Come costituire una società in Slovenia.
    - Come costituire una impresa individuale o lavorare da libero professionista.
    - Come costituire una società a responsabilità limitata.
  - B. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
    - Video - Il processo di registrazione.

---

## 20. VALUTAZIONE

Effettuare la registrazione proforma di persona o attraverso il portale online.

---

## 21. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)

---

## 22. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA “BIBLIOGRAFIA” NEI MODULI (R1)

- [1] Ajpes.si
- [2] SKD <https://www.stat.si/StatWeb/Methods/Classifications>
- [3] SPOT <https://spot.gov.si/sl/>
- [4] Registracija podjetje; <http://www.registracija-podjetja.si/pred-ustanovitvijo/kako-odpreti-podjetje>
- [5] Uredništvo, Kako ustanoviti podjetje; <https://www.slovenec.org/2020/02/22/podjetje/>



## MODULO 11: PROGETTAZIONE DI UNA PRESENTAZIONE EFFICACE E REGOLE DA SEGUIRE

### 1. INTRODUZIONE

---

Come insegnanti, dovrete iniziare con un discorso motivazionale, ad esempio:

*“Cari studenti,*

*Nel mondo degli affari e dell'imprenditoria, è fondamentale avere una comunicazione chiara ed efficace. Ogni imprenditore, indipendentemente dal settore in cui opera, prima o poi dovrà presentare le proprie idee, i propri piani o i propri prodotti a un pubblico. Può trattarsi di potenziali investitori, clienti o anche del proprio team. Il successo di queste presentazioni dipende spesso da due fattori: la qualità dei contenuti e l'efficacia della loro presentazione. Non si tratta solo di mettere i fatti su una slide, ma di strutturare il messaggio in modo chiaro, conciso e convincente.*

*Oggi ci proponiamo di approfondire le basi di una presentazione efficace. Vogliamo fornirvi gli strumenti e le tecniche che miglioreranno sia la progettazione delle vostre slide che la trasmissione del vostro messaggio. Alla fine di questa sessione, sarete meglio preparati a presentare le vostre idee in modo non solo informativo ma anche coinvolgente, assicurandovi che il pubblico comprenda e ricordi chiaramente i vostri punti chiave”.*

Fate seguire questo discorso da una breve introduzione alla lezione e agli obiettivi di apprendimento.

---

### 2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

- Comprendere l'importanza di presentazioni efficaci nel mondo imprenditoriale.
- Riconoscere le insidie più comuni nelle presentazioni e come evitarle.
- Cogliere gli elementi che rendono una presentazione coinvolgente e memorabile.

---

### 3. RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Progettare una presentazione ben strutturata e convincente.
- Utilizzare in modo efficace gli aiuti visivi e le slide per rafforzare il messaggio.
- Presentare una presentazione con sicurezza, mantenendo il pubblico coinvolto.



---

#### 4. METODI DI APPRENDIMENTO

- Lezioni interattive.
- Discussioni di gruppo e brainstorming.
- Esercitazioni pratiche: progettazione di slide e presentazioni di prova.
- Sessioni di feedback.

---

#### 5. RISULTATI - COMPETENZE ACQUISITE (CONNESSIONE CON ENTRE-COMP)<sup>16</sup>

- **Idee e opportunità:**
  1. Visione
  2. Valorizzazione delle idee
  3. Creatività
- **Risorse:**
  1. Motivazioni e Perseveranza
  2. Autoconsapevolezza e autoefficacia
  3. Mobilitazione delle Risorse
  4. Mobilitare gli altri
- **In azione:**
  1. Prendere l'iniziativa
  2. Pianificazione e gestione
  3. Imparare attraverso l'esperienza

---

#### 6. ATTREZZATURE E RISORSE

- Computer
- Proiettore o TV
- Accesso a Internet
- Lavagne a fogli mobili e pennarelli per le sessioni di brainstorming
- Dispense con consigli per la progettazione di presentazioni

---

#### 7. RISCALDAMENTO (15 MIN.)

Attività: "Presentazione mediocre vs. presentazione efficace"

Mostrate due brevi filmati: uno di una presentazione mal riuscita e uno di una presentazione efficace. Dopo la visione, iniziate una breve discussione sulle differenze evidenti tra le due presentazioni.

---

<sup>16</sup> <https://entre-comp.eu/>



---

## 8. PRESENTAZIONE (35 MIN.)

- **Presentazione in Power Point della lezione + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. Spiegazione dei risultati di apprendimento del modulo.
  - B. L'insegnante introduce i risultati di apprendimento del Modulo 11:
    - Preparazione di una presentazione - regole generali.
    - Come progettare una presentazione efficace.
    - Strumenti pratici.
  - C. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici.

---

## 9. ATTIVITÀ - ADATTARSI AL PUBBLICO

### Introduzione:

*"Ogni pubblico ha le sue aspettative, le sue conoscenze e i suoi interessi. Adattare la presentazione a questi aspetti può fare la differenza tra il coinvolgimento e il disinteresse. In questa attività analizzeremo come la stessa idea commerciale di base possa essere presentata in modo diverso a seconda del pubblico".*

**Scenario:** Avete sviluppato un sistema innovativo di purificazione dell'acqua che utilizza una quantità minima di energia e fornisce acqua potabile a un costo inferiore rispetto alle attuali soluzioni di mercato.

### Pubblico 1: Potenziali Investitori

**Obiettivo:** Convincerli della fattibilità finanziaria e del potenziale rendimento dell'investimento.

**Contenuto:** Iniziate con il vuoto di mercato per le soluzioni di purificazione a prezzi accessibili, la crescita prevista del mercato, il vostro vantaggio competitivo e il potenziale ritorno sull'investimento.

**Stile:** Professionale, basato sui dati e diretto. Utilizzate numeri, grafici e diagrammi per corroborare le vostre affermazioni.

**Elementi visivi:** Proiezioni finanziarie, grafici a barre che confrontano i costi con i potenziali concorrenti, una tabella di marcia del lancio del prodotto.

### Pubblico 2: Incontro con la comunità

**Obiettivo:** Evidenziate i benefici del prodotto per la comunità locale e l'ambiente.

**Contenuto:** Affrontate i temi della scarsità d'acqua nella comunità, i benefici per la salute derivanti dall'acqua potabile e i vantaggi ambientali dell'utilizzo di una soluzione a basso consumo energetico.



**Stile:** Empatico, incentrato sulle soluzioni e relazionabile. Condividete storie personali o testimonianze.

**Elementi visivi:** Immagini della qualità dell'acqua prima e dopo, testimonianze dei primi utenti, infografiche sui benefici per la salute e l'ambiente.

**Pubblico 3: Team di esperti tecnici**

**Obiettivo:** Approfondite il funzionamento tecnico del prodotto e dimostrate la fattibilità e i vantaggi.

**Contenuto:** Spiegazione dettagliata della tecnologia di purificazione, confronto con i metodi esistenti, specifiche tecniche e risultati dei test pilota.

**Stile:** Dettagliato, accurato e aperto alle domande tecniche. Siate pronti e preparati a scendere nei dettagli.

**Elementi visivi:** Schemi del prodotto, diagrammi di flusso del processo di purificazione, specifiche tecniche e tabelle con i risultati dei test pilota.

**Discussione:** *“Dopo la presentazione in ogni scenario, raccogliete il feedback dei colleghi su efficacia, chiarezza e coinvolgimento. Discutete l'importanza degli adattamenti specifici per il pubblico e riflettete sui miglioramenti da apportare.”*

Al termine di questa attività, i partecipanti avranno una chiara comprensione delle sfumature necessarie per adattare le presentazioni a diversi tipi di pubblico, assicurandone la pertinenza e il coinvolgimento.

---

## 10. VALUTAZIONE

**Presentazione di prova:** Ogni studente prepara una breve presentazione su un determinato argomento. I compagni e l'insegnante forniscono un feedback sul contenuto, sulla progettazione e sull'esposizione.

**Test scritto:** Un breve quiz sulle migliori pratiche di progettazione e realizzazione di una presentazione.

---

## 11. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)

---

## 12. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA “BIBLIOGRAFIA” NEI MODULI (R1)

[1] Roberto Cipolla, How to prepare and deliver a presentation, Department of Engineering, University of Cambridge.

[https://www.academia.edu/83263689/How\\_to\\_prepare\\_and\\_deliver\\_a\\_presentation](https://www.academia.edu/83263689/How_to_prepare_and_deliver_a_presentation)



[2] M Shepherd, how to give an effective presentation using PowerPoint, John Wiley&Sons, EDN Winter 2006 Vol.3 No. 3

[https://www.academia.edu/29912499/How\\_to\\_give\\_an\\_effective\\_presentation\\_using\\_PowerPoint](https://www.academia.edu/29912499/How_to_give_an_effective_presentation_using_PowerPoint)

[3] Carl Storz, Oral presentation skills, a practical guide, EVERY FRANCE, 2002

[https://www.academia.edu/4062835/ORAL\\_PRESENTATION\\_SKILLS\\_A\\_PRACTICAL\\_GUIDE](https://www.academia.edu/4062835/ORAL_PRESENTATION_SKILLS_A_PRACTICAL_GUIDE)

[4] Garr Reynolds, Design Tips, Presentation Zen, <https://www.garrreynolds.com/design-tips>

[5] Alemdar Yalçın, Nursel Yalçın, How to get best results da a presentation? How to increase effectiveness of a presentation?, Procedia-Social and Behavioral Sciences, Volume 9, 2020, Pagine 480-486 <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042810022895>

[6] Joanna K. Garner, Michael P. Alley, How the Design of Presentation Slides Affects Audience Comprehension: A case for the Assertion-Evidence Approach, TEMPUS Publications, International Journal of Engineering Education Vol. 29, No. 6, pp. 1564-1579, 2013

[http://writing.engr.psu.edu/ae\\_comprehension.pdf](http://writing.engr.psu.edu/ae_comprehension.pdf)



## MODULO 12: FONTI DI FINANZIAMENTO (FONDI A FONDO PERDUTO E RIMBORSABILI)

### 1. INTRODUZIONE

Come insegnanti, dovrete iniziare con un discorso motivazionale, ad esempio:

*“Cari studenti,*

*Un aspetto cruciale di una start-up è la sua capacità di attrarre investimenti. Per molti fondatori di imprese, la ricerca di finanziamenti e investitori per una start-up rappresenta uno dei principali ostacoli alla realizzazione dell'idea imprenditoriale.*

*Come abbiamo visto nelle lezioni precedenti, per avviare un'impresa è necessario avere un'idea innovativa. È anche necessario avere un modello di business scalabile che possa espandersi rapidamente e che, quindi, necessiti di investimenti per sostenere questo tasso di crescita.*

*L'avvio di un'impresa, la valutazione del modello aziendale e l'attrazione di investimenti richiedono conoscenze e competenze specifiche.*

*In quanto futuri imprenditori, è essenziale che conosciate adeguatamente tutte le fasi del ciclo di vita di una startup per "avere una mappa" del percorso imprenditoriale che intraprenderete. Questo vi permetterà di minimizzare i rischi e di capire come e quali fonti di finanziamento scegliere.*

*Per sostenere il progetto di una startup sono disponibili diversi metodi di finanziamento, ognuno con le sue caratteristiche e prerogative. Il finanziamento della vostra start-up è un processo lungo che dovete valutare e affrontare con attenzione”.*

Fate seguire questo discorso da una breve introduzione alla lezione e agli obiettivi di apprendimento:

La lezione seguente spiega le varie fasi di sviluppo di un'impresa e come finanziare una start-up nel suo ciclo di vita, presentando le diverse fonti di finanziamento che gli imprenditori possono richiedere per sostenere i loro progetti. Alla fine di ogni unità, troverete esempi concreti ed esercizi per verificare la vostra conoscenza e comprensione degli argomenti trattati.



---

## 2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

- Imparare le basi delle fonti di finanziamento aziendali.
- Scoprire il ciclo di vita di una società e come ciascuna fase richieda diverse fonti di finanziamento.
- Comprendere la differenza tra finanziamento azionario e finanziamento a debito.
- Esplorare le varie fonti di finanziamento.

---

## 3. RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Conoscere le basi delle fonti di finanziamento delle imprese.
- Illustrare il ciclo di vita di un'azienda e riconoscere le diverse fonti di finanziamento per ciascuna fase.
- Definire la differenza tra finanziamento azionario e finanziamento a debito.
- Essere in grado di scegliere le varie fonti di finanziamento.

---

## 4. METODI DI APPRENDIMENTO

- Studio della letteratura consigliata e delle risorse di internet.
- Processo decisionale basato sui risultati degli scenari di ramificazione B-ECO.
- Valutazione e capacità di trovare e scegliere diversi tipi di finanziamento.

---

## 5. RISULTATI - COMPETENZE ACQUISITE (CONNESSIONE CON ENTRE-COMP) <sup>17</sup>

- **Idee e opportunità:**
  1. Visione
  2. Valorizzazione delle idee
  3. Individuare le opportunità
- **Risorse:**
  1. Motivazioni e Perseveranza
  2. Autoconsapevolezza e autoefficacia
  3. Alfabetizzazione finanziaria ed economica
- **In azione:**
  1. Prendere l'iniziativa
  2. Pianificazione e gestione
  3. Affrontare l'ambiguità, l'incertezza e il rischio
  4. Imparare attraverso l'esperienza

---

<sup>17</sup> <https://entre-comp.eu/>



## 6. ATTREZZATURE E RISORSE

- Computer
- Proiettore o TV
- Accesso a Internet

## 7. RISCALDAMENTO (15 MIN.)

Trascinare le parole - Alla scoperta delle Fonti di Finanziamento

**Istruzioni:** Trascinate le parole dalla colonna di destra alle definizioni corrispondenti nella colonna di sinistra.

Colonna 1: DEFINIZIONI	Trascina le parole dalla Colonna 2 alla Colonna 1	Colonna 2: PAROLE
A. Persone con il capitale necessario per investire in entusiasmanti progetti di startup.		1. 1. Capitale
B. Il periodo in cui una start-up deve ancora generare entrate sufficienti a coprire i costi.		2. 2. Business Angel (Investitori informali)
C. L'apporto di mezzi di produzione necessari al raggiungimento degli obiettivi organizzativi.		3. 3. Finanziamento azionario
D. Una modalità di finanziamento di una start-up attraverso il lancio di una campagna di raccolta fondi, in cui gli investitori ricevono un rientro non monetario.		4. 4. "Valley of death" ("Valle della morte")
E. I fondatori della start-up vendono parte del capitale in cambio del denaro necessario per la crescita.		5. 5. Reward Crowdfunding (crowdfunding delle ricompense)

**Risposte corrette:**

Capitale - C  
 Business Angel (Investitori informali) - A  
 Finanziamento azionario - E  
 "Valley of death" ("Valle della morte") - B  
 Reward Crowdfunding (crowdfunding delle ricompense) - D

## 8. PRESENTAZIONE (35 MIN.)

- **Presentazione in Power Point della lezione + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. Spiegazione dei risultati di apprendimento della lezione.
  - B. L'insegnante introduce i risultati di apprendimento della lezione 12:



- I passi preliminari prima di avviare il processo di finanziamento di una nuova impresa.
  - Tipi di finanziamento aziendale: fondi azionari vs. fondi di debito.
  - Fonti di finanziamento.
- C. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
- Proffy, Max Freedman, Eco-Business Fund.

---

## 9. SCENARIO DI RAMIFICAZIONE (BRANCHING)

**Introduzione:** Benvenuti nello scenario di ramificazione sulle Fonti di finanziamento. Questo esercizio mette alla prova le vostre conoscenze in base alle competenze apprese durante questo modulo. Leggete attentamente ogni domanda e selezionate la risposta più adatta.

**Domanda 1: Quando è meglio contattare un investitore per chiedere un finanziamento?**

- a) Immediatamente, non appena si ha la propria idea imprenditoriale
- b) Dipende dallo stato di sviluppo della vostra start-up
- c) Il prima possibile, anche se non si ha idea di come gestire e utilizzare il prestito che si vuole chiedere

**Feedback 1a:** No, contattare gli investitori troppo presto, prima che l'idea sia pienamente matura, potrebbe precludere il finanziamento perché potrebbero farsi un'idea sbagliata di voi, del vostro team e del vostro prodotto/servizio.

**Feedback 1b:** Esatto! A seconda della fase di sviluppo (ciclo di vita), le start-up sviluppano esigenze finanziarie diverse, che possono essere soddisfatte attraverso i vari investitori esistenti.

**Feedback 1c:** Sbagliato! Ricevere un prestito senza aver ancora maturato la capacità di gestirlo potrebbe confondere le priorità delle attività da svolgere nella fase di start-up.

**Domanda 2: Avete bisogno di sapere se la vostra idea imprenditoriale può funzionare. Quale tipo di fonti di finanziamento dovrete scegliere in questa fase?**

- a) Business Angel (Investitori informali)
- b) Crowdfunding
- c) Bootstrapping

**Feedback 2a:** Non è corretto. Gli investitori informali (Business Angel) investono nel progetto di startup che ritengono interessante quando le startup sono nella fase Seed (l'idea è consolidata).

**Feedback 2b:** Non è la risposta corretta. Il Crowdfunding (raccolta fondi) dovrebbe essere scelto quando la startup si trova nella fase Seed, Early o Growth (il prodotto/servizio funziona e la startup percepisce le prime entrate economiche e cerca di espandere ulteriormente il mercato) invece di cercare finanziamenti dagli investitori tradizionali, ad esempio le banche.

**Feedback 2c:** Eccellente! Il bootstrapping è l'azione di autofinanziamento di un'impresa nella sua fase iniziale, che aiuta a convalidare l'idea e il mercato, a capire se il concetto può funzionare e risolvere un bisogno dei clienti e se c'è un mercato a cui rivolgersi.



**Domanda 3: La vostra start-up inizia a sviluppare prodotti o prototipi, a studiare il mercato e a preparare un piano aziendale. In quale fase di sviluppo si trova la vostra start-up?**

- a) Seed
- b) Bootstrap
- c) Early Growth

**Feedback 3a:** Esatto! Nella fase Seed di una start-up, l'obiettivo è dare all'idea una struttura solida per entrare nel mercato di riferimento: si sviluppano i prototipi del prodotto o del servizio offerto, si affina il modello di business e intervengono i primi investitori.

**Feedback 3b:** No, nella fase di Bootstrap la start-up consiste solo in un'idea che inizia a prendere la forma di un progetto organizzato. Durante la fase di Bootstrap si deve scoprire se l'idea può funzionare, se risolve un bisogno e se esiste un mercato a cui rivolgersi.

**Feedback 3c:** Non è corretto. Nella fase di Early Growth, la start-up è una vera e propria azienda. Si dispone di un'idea e di un mercato convalidati, di un buon prodotto/servizio che funziona e la start-up percepisce le prime entrate economiche, cercando di espandere ulteriormente il mercato.

**Domanda 4: Qual è lo svantaggio di un prestito bancario?**

- a) Può portare a conflitti personali
- b) Significa che non si hanno risparmi
- c) Spesso i tassi di interesse sono piuttosto alti

**Feedback 4a:** Questa non è la risposta giusta. Un prestito di amici e parenti ("Love Capital") può portare a conflitti personali.

**Feedback 4b:** Non è corretto. Chiedere un prestito bancario non significa non avere risparmi, ma rappresenta un grande aiuto in qualsiasi fase di sviluppo di una start-up.

**Feedback 4c:** Sì, esatto! Uno degli svantaggi di un prestito bancario è che i tassi di interesse sono spesso relativamente alti, soprattutto per un'azienda senza garanzie collaterali.

**Domanda 5: Volete lanciare una campagna di raccolta fondi offrendo in cambio il prodotto della vostra start-up. Quale tipo di campagna dovrete scegliere?**

- a) Donation Crowdfunding
- b) Equity Crowdfunding
- c) Reward Crowdfunding (Crowdfunding delle ricompense)

**Feedback 5a:** No, i donatori non ricevono alcuna ricompensa in una campagna di Donation Crowdfunding.

**Feedback 5b:** Non è la risposta giusta. In una campagna di Equity Crowdfunding, agli investitori viene garantita una piccola quota dell'azienda.

**Feedback 5c:** Esatto! In una campagna di Reward Crowdfunding, gli investitori ricevono un ritorno non monetario, spesso il prodotto della start-up.



**Conclusion:** Congratulazioni per aver completato lo scenario di ramificazione sulle Fonti di finanziamento. Scegliendo tra diverse fonti di finanziamento, avete dimostrato di aver compreso il finanziamento di una start-up nelle sue varie fasi di sviluppo. Ora non vi resta che trovare il finanziamento migliore per la vostra nuova impresa!

---

## 10. VALUTAZIONE

Volete chiedere investimenti e ricevere finanziamenti per la vostra nuova attività:

1. Preparate una presentazione della vostra nuova idea imprenditoriale con tutte le informazioni necessarie per convincere gli investitori (analisi di mercato, modello di business, piano aziendale, ecc.).
2. Individuare i tipi di finanziamento più adatti alla vostra attività, differenziandoli in base alle varie fasi di sviluppo della vostra start-up (ciclo di vita). Spiegate le vostre scelte.

---

## 11. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)

---

## 12. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA “BIBLIOGRAFIA” NEI MODULI (R1)

[1] Ahlstrom, David, Amber Y. Chang, and Jessie ST Cheung. (2019). "Encouraging entrepreneurship and economic growth." *Journal of Risk and Financial Management* 12.4, 178.

[2] Sprintlab. (2023). Consultato da Finanziamenti per Startup: Strumenti principali - Sprintlab

[3] Donatella Cambosu. (21/11/2021). Come finanziare una startup con equity, debito e crowdfunding. Network Digital 360. Consultato da Finanziamenti Startup: quali sono e come ottenerli (startupbusiness.it)

[4] Startup Geeks. (2023). Consultato da Come finanziare una startup? 10 metodi a confronto - Startup Geeks

[5] Startup Geeks. (2023). Consultato da Le fasi di una startup e il suo ciclo di vita - Startup Geeks

[6] Scott Steinberg with Rusel DeMaria. (2012). *The Crowdfunding Bible: How to raise money for any startup, video game, or project.* Overload Entertainment, LLC. Consultato da *The Crowdfunding Bible.pdf* (crowdfundingguides.com)

[7] Funding opportunities for small businesses (2023). Consultato da Funding opportunities for small businesses (europa.eu)

[8] Nicole G., Peter K. Adams. (03/10/2022). *Venture Capital for Dummies.* Consultato da *Venture Capital For Dummies Cheat Sheet - dummies*

[9] Crunchbase. (2023). Consultato da *Crunchbase: Discover innovative companies and the people behind them*



- [10] Entrepreneur South Africa. (2023). Consultato da Examples of Environmentally-Friendly Business Ideas (entrepreneur.com) [7] Mark Macdonald, (2022) *Product Ideas: 17 Places To Find Profitable Products*; <https://www.shopify.com/blog/product-ideas>
- [8] Ahmad Nasrudin, (2023); *What are the characteristics of a good business idea?* <https://penpoin.com/good-business-idea/>



## MODULO 13: IMPRENDITORIALITÀ SOCIALE

### 1. INTRODUZIONE

Come insegnanti, dovrete iniziare con un discorso motivazionale, ad esempio:

*“Cari studenti/futuri imprenditori,*

*L'imprenditoria sociale è la parola d'ordine più recente nel mondo degli affari.*

*Molte persone considerano la questione attraverso il prisma del romanticismo e della filantropia, ma l'imprenditoria sociale, come percorso strettamente associato alle attività sociali, non solo vi permette di realizzare una grande missione, ovvero partecipare a iniziative che cercano nuove soluzioni come la lotta alla povertà, alla disoccupazione, ai problemi ambientali, ma allo stesso tempo vi offre la possibilità di guadagnare grandi somme di denaro agendo per risolvere i problemi sociali, ed è un'attività regolare, che ha diverse peculiarità. Inoltre, è possibile e persino necessario guadagnare molto dalle attività sociali. Dopo tutto, perché un imprenditore che risolve problemi sociali dovrebbe guadagnare meno di un imprenditore che produce calzini?*

*Durante la vostra avventura nel mondo dell'impresa sociale, imparerete a conoscere alcune caratteristiche importanti che distinguono la vostra attività da quella di altre aziende:*

*Coraggio, innovazione, capacità imprenditoriale, motivazione sociale e collaborazione.*

*Ricordate che potete scegliere il vostro modo di fare impresa tra i quattro tipi di imprenditorialità sociale che andremo a conoscere”.*

Fate seguire questo discorso da una breve introduzione alla lezione e agli obiettivi di apprendimento:

L'imprenditorialità sociale (nota anche come economia sociale) è una sfera dell'attività civica che combina attività economiche - commerciali - e di pubblica utilità. Il concetto stesso di imprenditorialità sociale è composto da due parole: imprenditorialità + sociale.

Imprenditorialità indica l'orientamento commerciale delle imprese sociali: esse operano sul mercato aperto e competono con le imprese tradizionali - hanno bisogno di guadagnare per sostenersi. Tuttavia, l'aggettivo sociale indica la natura specifica di queste imprese. Il loro obiettivo principale non è accumulare profitti - per far arricchire i proprietari - ma perseguire una sorta di missione sociale e prendersi cura di valori importanti per la comunità.

Alla fine di ogni unità, ci sono compiti pratici che permettono di verificare le conoscenze acquisite e di determinare se si è sulla strada (imprenditoriale) giusta.



---

## 2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

- Familiarizzazione con il significato di imprenditorialità sociale.
- Esplorare l'anatomia di un imprenditore sociale.
- Imparare a conoscere i tipi di imprenditorialità sociale.
- Imparare ad avviare l'imprenditoria sociale.

---

## 3. RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Capire cos'è l'imprenditoria sociale e chi è un imprenditore sociale.
- Conoscere le caratteristiche principali delle imprese sociali.
- Conoscere le caratteristiche dell'ecosistema dell'impresa sociale.
- Conoscere i primi passi dell'imprenditoria sociale.

---

## 4. METODI DI APPRENDIMENTO

- Studio della letteratura consigliata e delle risorse di internet.
- Processo decisionale basato sui risultati degli scenari di ramificazione B-ECO.

---

## 5. RISULTATI - COMPETENZE ACQUISITE (CONNESSIONE CON ENTRE-COMP)<sup>18</sup>

- **Idee e opportunità:**
  1. Visione
  2. Valorizzazione delle idee
  3. Creatività
- **Risorse:**
  1. Motivazioni e Perseveranza
  2. Autoconsapevolezza e autoefficacia
  3. Mobilitazione delle Risorse
- **In azione:**
  1. Prendere l'iniziativa
  2. Pianificazione e gestione
  3. Imparare attraverso l'esperienza

---

## 6. ATTREZZATURE E RISORSE

- Computer
- Proiettore o TV
- Accesso a Internet

---

<sup>18</sup> <https://entre-comp.eu/>



---

## 7. RISCALDAMENTO (15 MIN.)

### Trascinare le parole - Definizioni di imprenditorialità sociale

**Istruzioni:** Inserite le parole nel posto giusto.

#### Imprese sociali “verdi”

Imprese sociali le cui attività d'impresa vanno a beneficio dell'ambiente. Questa \_\_\_1\_\_\_ d'impresa dovrebbe tenere conto dei \_\_\_2\_\_\_ ambientali sostenuti dai \_\_\_3\_\_\_, dell'influenza normativa dello Stato dall' \_\_\_4\_\_\_ ambientale sul mercato. L'imprenditorialità \_\_\_5\_\_\_ può essere utilizzata in numerose \_\_\_6\_\_\_ di mercato che le imprese possono identificare in modo imprenditoriale. L'identificazione può basarsi sulla creazione di \_\_\_7\_\_\_, servizi e metodi di marketing che promuovono la sostenibilità.

#### Risposte corrette:

1. attività
2. valori
3. consumatori
4. impatto
5. “verde”
6. nicchie
7. nuovi prodotti ecosostenibili

---

## 8. PRESENTAZIONE (35 MIN.)

- **Presentazione in Power Point della lezione + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. Spiegazione dei risultati di apprendimento della lezione.
  - B. L'insegnante introduce i contenuti trattati nel Modulo 13:
    - Cos'è l'imprenditorialità sociale e chi è un imprenditore sociale.
    - Caratteristiche principali delle imprese sociali.
    - Tipi di imprenditoria sociale.
    - Caratteristiche dell'ecosistema per l'impresa sociale.
  - C. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
    - Video - Intervista a un imprenditore  
(<https://www.youtube.com/watch?v=vT6zycAMjv0&t=1018s>).



## 9. SCENARIO DI RAMIFICAZIONE (BRANCHING)

**Introduzione:** Benvenuti nello scenario di ramificazione sull'avventura legale dell'imprenditore sociale. Questo esercizio è stato ideato per mettere alla prova le vostre conoscenze e capacità decisionali in merito alle forme giuridiche di diverse situazioni. Leggete attentamente ogni domanda e selezionate la risposta più adatta.

### **Domanda 1: Cosa caratterizza l'imprenditorialità sociale?**

- a) L'imprenditorialità sociale si concentra principalmente sui profitti
- b) L'imprenditorialità sociale si concentra sullo sviluppo di opportunità di business che abbiano un impatto positivo
- c) L'attività imprenditoriale sociale è strettamente associata al trarre profitto dai più poveri

**Feedback 1a:** Non è corretto. L'idea principale dell'imprenditorialità sociale è quella di concentrarsi sui cambiamenti sociali e ambientali e di trarre profitto allo stesso tempo.

**Feedback 1b:** Ottima scelta! L'essenza dell'imprenditorialità sociale consiste nel preoccuparsi dei cambiamenti sociali e guadagnare allo stesso tempo.

**Feedback 1c:** Questa non è la risposta corretta, infatti il pensiero principale dell'imprenditorialità sociale è aiutare i più poveri.

### **Domanda 2: Quale delle qualità elencate deve possedere l'imprenditore sociale?**

- a) Perseveranza
- b) Indifferenza
- c) Avidità

**Feedback 2a:** Ottima risposta! L'imprenditoria è un percorso davvero instabile, una volta si sale e una volta si scende: la perseveranza è una caratteristica essenziale che il futuro imprenditore sociale deve acquisire.

**Feedback 2b:** Risposta sbagliata! Come suggerisce il nome della professione, un imprenditore sociale dovrebbe avere caratteristiche come l'empatia, che è l'opposto dell'indifferenza.

**Feedback 2c:** Non è la risposta corretta. L'avidità non è una qualità tipica di chi vuole cambiare il mondo.

### **Domanda 3: Quali sono i pro dell'essere un imprenditore sociale?**

- a) Lavorate da soli, non potete fare affidamento su un supporto esterno
- b) Il vostro lavoro non è molto stimolante per lo sviluppo personale
- c) Potete realizzarvi da soli

**Feedback 3a:** Falso! Gli imprenditori sociali sanno che nessuna persona è in grado di produrre un cambiamento duraturo da sola. Accettano che il vero cambiamento richiede un'intera comunità ;)

**Feedback 3b:** Risposta sbagliata! Essere un imprenditore sociale permette un grande sviluppo personale. È impossibile rimanere fermi senza crescere in tutti gli ambiti.



**Feedback 3c:** Ben fatto! Non esiste una professione migliore che dia soddisfazione!

**Domanda 4:** È importante cercare supporto e aiuto all'inizio del percorso di un imprenditore sociale?

- a) No, so già tutto
- b) No, posso trovare tutto sul Web
- c) Sì

**Feedback 4a:** Non è corretto. Nessuno sa tutto. All'inizio della vostra avventura nell'imprenditorialità sociale, è fondamentale ottenere il maggior numero possibile di informazioni e supporto, perché gli errori all'interno di questo settore possono costare caro.

**Feedback 4b:** Sbagliato. Il Web offre molte informazioni utili, ma non può "adattarsi" esattamente alle vostre esigenze.

**Feedback 4c:** Corretto! Le informazioni e l'esperienza che si ottengono di persona non hanno prezzo!

**Conclusione:** Congratulazioni per aver completato lo scenario di ramificazione sull'imprenditorialità sociale. Avete dimostrato di aver compreso quali sono i primi passi e quali sono le qualità personali fondamentali per un imprenditore sociale. Ricordate di consultare le organizzazioni di sostegno all'imprenditoria per ottenere supporto, verifica dell'idea imprenditoriale e assistenza.

---

## 10. VALUTAZIONE

- Caratteristiche di un imprenditore sociale; questionario sulle 6 caratteristiche chiave, su una scala da 1 a 10 (autovalutazione).

Caratteristiche dell'imprenditore sociale	Rilevanza 1-10
Disponibilità alla collaborazione	
Motivazione sociale	
Passione	
Sicurezza	
Visionarietà e leadership	
Capacità di rischiare	

---

## 11. RACCOLTA DI CASI STUDIO "I PIÙ GRANDI SUCCESSI" (R3)

---

## 12. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA "BIBLIOGRAFIA" NEI MODULI (R1)

[1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave. Str. 10-285.



- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Value Proposition Design. Dostopno na/available at: <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>. Str. 15-38.
- [3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubljana.
- [4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubljana. [www.delajvitko.si](http://www.delajvitko.si).
- [5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) *Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures*; Prentice Hall - Bergant, A.
- [6] Sushanta Maiti (2021); *What is Entrepreneurship? Definition, 5 Types, 5 Scopes, Characteristics, 5 Importance*; [https://educationleaves.com/what-is-entrepreneurship/#Definition\\_of\\_Entrepreneurship](https://educationleaves.com/what-is-entrepreneurship/#Definition_of_Entrepreneurship)
- [7] Indeed Editorial Team (2021); *12 Pros and Cons of Being an Entrepreneur*; <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/pros-and-cons-of-being-entrepreneur>



## MODULO 14: IMPRENDITORIALITÀ AMBIENTALE

### 1. INTRODUZIONE

Come insegnanti, dovrete iniziare con un discorso motivazionale, ad esempio:

*“Cari studenti,*

*Le imprese si trovano oggi ad affrontare una duplice sfida: raggiungere la crescita economica e garantire al contempo la sostenibilità ambientale. Questo equilibrio non è solo un imperativo etico, ma è diventato una necessità strategica in un mondo sempre più consapevole delle preoccupazioni ecologiche. L'imprenditorialità ambientale rappresenta questa intersezione, enfatizzando modelli e strategie aziendali che contribuiscono positivamente all'ambiente.*

*Nell'approfondire questo modulo, è fondamentale riconoscere che l'adozione di pratiche sostenibili non è più un optional per le imprese moderne. I consumatori, gli stakeholder e gli enti normativi si stanno orientando verso operazioni attente all'ambiente. Di conseguenza, la comprensione e l'integrazione dell'imprenditorialità “verde” è essenziale per qualsiasi azienda che voglia essere longeva e rilevante nell'attuale panorama globale”.*

Fate seguire questo discorso da una breve introduzione alla lezione e agli obiettivi di apprendimento.

### 2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

- Comprendere i concetti di base dell'imprenditorialità ambientale.
- Riconoscere il suo significato nella società moderna.
- Esplorare esempi reali di imprese “verdi”.
- Comprendere i passi necessari per la transizione delle imprese verso pratiche più ecologiche.

### 3. RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Definire l'imprenditorialità ambientale e la sua importanza sociale.
- Elencare esempi di eco-imprese di successo.
- Tracciare una guida per le imprese che intendono adottare pratiche sostenibili.

### 4. METODI DI APPRENDIMENTO

- Discussioni interattive.
- Analisi di casi studio.
- Sessioni di brainstorming di gruppo.
- Esercizi basati sul gioco di ruolo.



---

## 5. RISULTATI - COMPETENZE ACQUISITE (CONNESSIONE CON ENTRE-COMP) <sup>19</sup>

- **Idee e opportunità:**
  1. Visione
  2. Valorizzazione delle idee
  3. Individuare le opportunità
  4. Pensiero etico e sostenibile
- **Risorse:**
  1. Autoconsapevolezza e autoefficacia
  2. Mobilitazione delle Risorse
  3. Alfabetizzazione finanziaria ed economica
- **In azione:**
  1. Prendere l'iniziativa
  2. Pianificazione e gestione
  3. Affrontare l'ambiguità, l'incertezza e il rischio
  4. Imparare attraverso l'esperienza

---

## 6. ATTREZZATURE E RISORSE

- Computer
- Proiettore o TV
- Accesso a Internet
- Lavagna e pennarelli
- Materiali relativi ai casi studio

---

## 7. RISCALDAMENTO (15 MIN.)

Attività: "È "Verde" o No?"

Presentate una serie di prodotti o modelli aziendali e chiedete agli studenti di stabilire se sono rispettosi dell'ambiente, discutendo le motivazioni alla base delle loro scelte.

---

<sup>19</sup> <https://entre-comp.eu/>



---

## 8. PRESENTAZIONE (35 MIN.)

- **Presentazione in Power Point della lezione + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà i contenuti inclusi nella PPT e nelle dispense fornite agli studenti.
  - A. Spiegazione dei risultati di apprendimento della lezione.
  - B. L'insegnante introduce i concetti trattati nella lezione 14:
    - Introduzione all'imprenditorialità ambientale.
    - La possibilità per le piccole e medie imprese di partecipare all'eco-imprenditorialità.
  - C. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici.

---

## 9. ATTIVITÀ "VERSO L'IMPRESA VERDE"

**Scenario:** Agli studenti vengono presentate tre ipotetiche aziende di settori diversi: un rivenditore di moda, una startup tecnologica e un'azienda di ristorazione. Ogni azienda presenta sfide specifiche legate alla sostenibilità ambientale.

### 1. Rivenditore di moda - "Stitch & Trend"

**Sfida:** l'azienda si rifornisce di materiali da vari Paesi, il che comporta un'elevata impronta di carbonio dovuta al trasporto. Inoltre, i materiali non sono sostenibili o riciclabili.

**Soluzioni possibili:**

- Passare a fornitori locali per ridurre le emissioni dovute al trasporto.
- Optare per materiali organici o riciclati.
- Implementare un programma di ritiro o riciclaggio dei vecchi capi di abbigliamento.

**Ostacoli da superare:**

- Aumento dei costi per materiali sostenibili.
- Potenziale riluttanza da parte dei fornitori.
- Necessità di educare i clienti ai programmi di riciclaggio.

### 2. Startup tecnologica - "GadgetGenius"

**Sfida:** La startup produce un gadget per la casa intelligente che, una volta obsoleto, finisce tra i rifiuti elettronici. Il loro processo di produzione utilizza anche una quantità significativa di acqua.

**Soluzioni possibili:**

- Progettare il prodotto in modo che sia longevo e capace di aggiornarsi.
- Implementare un sistema di restituzione dei prodotti per il riciclaggio o la rimessa a nuovo.



- Rivedere i processi di produzione in modo che siano efficienti dal punto di vista del consumo di acqua.

**Ostacoli da superare:**

- Investimento iniziale in ricerca e sviluppo per un design sostenibile.
- Garantire un corretto smaltimento o ricondizionamento dei rifiuti elettronici senza compromettere la sicurezza dei dati.
- Formazione del personale sui nuovi processi produttivi.

**3. Azienda di ristorazione - "TastyMunch Co."**

**Sfida:** Il loro impianto di lavorazione degli alimenti spreca molto materiale organico e le loro confezioni non sono biodegradabili o riciclabili.

**Soluzioni possibili:**

- Trasformare i rifiuti organici in compostaggio o donarli alle fattorie.
- Passare a imballaggi biodegradabili o riciclabili.
- Collaborare con le comunità locali per un programma di riciclaggio.

**Ostacoli da superare:**

- Potenziale aumento dei costi di imballaggio.
- Collaborare con enti affidabili per la gestione dei rifiuti.
- Convincere i rivenditori e i consumatori ad accettare i nuovi cambiamenti nel packaging.

**Svolgimento dell'attività:**

Gli studenti vengono divisi in gruppi, ognuno dei quali sceglie un'attività su cui concentrarsi. Identificheranno le sfide ambientali, proporranno le loro soluzioni e presenteranno una strategia per l'attuazione di tali soluzioni, tenendo conto dei potenziali ostacoli. Per implementare tali soluzioni, tenendo conto dei potenziali ostacoli. Alla fine dell'esercizio, i gruppi condivideranno le loro strategie e riceveranno un feedback che permetterà loro di comprendere le complessità e le sfumature della transizione verso un modello aziendale più "verde".

---

## 10. VALUTAZIONE

**Presentazione di prova:** Ogni studente prepara una breve presentazione su un determinato argomento. I compagni e l'insegnante forniscono un feedback sul contenuto, sulla progettazione e sull'esposizione.

**Test scritto:** Un breve quiz sulle migliori pratiche di progettazione e realizzazione di una presentazione.



---

## 11. RACCOLTA DI CASI STUDIO “I PIÙ GRANDI SUCCESSI” (R3)

---

## 12. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA “BIBLIOGRAFIA” NEI MODULI (R1)

[1]: Stefan Gorgels and Maximilian Priem da DIW Econ and Tsvetelina Blagoeva, Agnès Martinelle and Giulio Milanese da PwC, Annual Report on European SME's 2021/22, SMEs and environmental sustainability Background document, European Commission, aprile 2022.

[2]: Katarzyna Piwowar-Sulej, Małgorzata Krzywonos, Izabela Kwil, Environmental Entrepreneurship-Bibliometric and content analysis of the subject literature based on H-Core, Journal of Cleaner Production, Volume 295, maggio 2021.

[3]: M. Lenox, J.G. York, Environmental Entrepreneurship, Oxford handbook of Business and the Environment, Oxford University Press, 2011  
[https://www.academia.edu/1512815/Environmental\\_Entrepreneurship](https://www.academia.edu/1512815/Environmental_Entrepreneurship)

[4] I. A. Bogoslov, A. E. Lungu, E. A. Stoica, and M. R. Georgescu, European Green Deal Impact on Entrepreneurship and Competition: A free Market Approach, MDPI, Sustainability 2022  
<https://www.mdpi.com/2071-1050/14/19/12335>

[5] EUSPSA, EU Space for Green Transformation, Publications Office of the European Union, Luxembourg 2023  
[https://www.euspa.europa.eu/sites/default/files/eu\\_space\\_for\\_green\\_transformation\\_a\\_new\\_tool\\_for\\_companies\\_to\\_monitor\\_their\\_sustainability\\_targets\\_2023\\_issue\\_1.pdf](https://www.euspa.europa.eu/sites/default/files/eu_space_for_green_transformation_a_new_tool_for_companies_to_monitor_their_sustainability_targets_2023_issue_1.pdf)

[6] National Confederation of Greek trade, Environment and Entrepreneurship, NCGR, Athens, 2014  
Consultato da:  
[http://repository.edulll.gr/edulll/bitstream/10795/1668/3/1668\\_2\\_%ce%95%ce%9d%ce%9f%ce%a4%ce%97%ce%a4%ce%91%2012\\_COVER.pdf](http://repository.edulll.gr/edulll/bitstream/10795/1668/3/1668_2_%ce%95%ce%9d%ce%9f%ce%a4%ce%97%ce%a4%ce%91%2012_COVER.pdf)



## MODULO 15: DIGITALIZZAZIONE DEL BUSINESS

### 1. INTRODUZIONE

Come insegnanti, dovrete iniziare con un discorso motivazionale, ad esempio:

*“Cari studenti,*

*Oggi parleremo della digitalizzazione del business... In quest'epoca di cambiamenti senza precedenti, abbracciare la digitalizzazione non è più un'opzione, ma un imperativo. È la chiave per aprire un mondo di possibilità illimitate e trasformare il modo di fare business.*

*La digitalizzazione ci permette di rivoluzionare l'esperienza dei clienti, fornendo interazioni continue e soluzioni personalizzate. Ci permette di ottimizzare le operazioni, automatizzare i processi e aumentare l'efficienza delle nostre organizzazioni. Sfruttando la potenza delle tecnologie digitali, possiamo ottenere preziose informazioni dai dati, che ci permettono di prendere decisioni informate e di essere sempre un passo avanti rispetto alla concorrenza.*

*Naturalmente si presenteranno anche delle sfide, ma con l'adattabilità, l'innovazione e la collaborazione possiamo dare forma a un futuro più luminoso. Intraprendiamo insieme questo viaggio di trasformazione e prosperiamo nell'era digitale!”.*

Fate seguire questo discorso da una breve introduzione alla lezione e agli obiettivi di apprendimento:

Negli ultimi decenni, la velocità del progresso tecnologico è aumentata notevolmente, con un impatto diretto su tutti gli aspetti della vita quotidiana. Le tecnologie dell'informazione (IT) non sono più un semplice strumento di supporto per lo svolgimento delle attività aziendali, ma sono un'operazione centrale delle piccole e medie imprese (PMI) da cui vengono svolte tutte le funzioni e la realizzazione della strategia commerciale dell'azienda. La caratteristica della digitalizzazione che si verifica nelle operazioni delle PMI è l'uso funzionale di Internet e delle soluzioni digitali nei settori della produzione, del marketing, della promozione, delle vendite e del design. L'approccio personalizzato lungo tutta la catena del valore consente alle aziende di adattarsi tempestivamente alle esigenze dei clienti, con fasi di progettazione e consegna del prodotto più brevi, tecnologicamente più avanzate ed economicamente più vantaggiose. Il Modulo comprende una presentazione delle basi del business digitale, dei passaggi chiave e delle aree in cui la digitalizzazione offre la possibilità di un business a lungo termine e di un vantaggio competitivo.



---

## 2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

- Che cos'è la digitalizzazione?
- Vantaggi della digitalizzazione.
- Quali sono i principali strumenti digitali?
- Come approcciarsi alla progettazione di una strategia digitale.

---

## 3. RISULTATI DI APPRENDIMENTO

- Conoscenza dei principi della digitalizzazione.
- Conoscenza degli strumenti digitali.
- Vantaggi dell'uso della digitalizzazione nel business.
- Strategia digitale per il proprio business.

---

## 4. METODI DI APPRENDIMENTO

- Studio della letteratura consigliata e delle risorse di internet.
- Valutazione delle conoscenze apprese sulla base dei risultati degli scenari di ramificazione B-ECO.
- Valutazione del modulo.

---

## 5. RISULTATI - COMPETENZE ACQUISITE (CONNESSIONE CON ENTRE-COMP) <sup>20</sup>

- **Idee e opportunità:**
  1. Creatività
  2. Valorizzazione delle idee
  3. Visione
- **Risorse:**
  1. Motivazioni e perseveranza
  2. Autoconsapevolezza e autoefficacia
  3. Mobilitazione delle Risorse
- **In azione:**
  1. Pianificazione e gestione
  2. Prendere l'iniziativa
  3. Imparare attraverso l'esperienza

---

<sup>20</sup> <https://entre-comp.eu/>



---

## 6. ATTREZZATURE E RISORSE

- Computer
- Proiettore o TV
- Accesso a Internet

---

## 7. RISCALDAMENTO (15 MIN.)

### Esempio 1: Quiz sulla trasformazione digitale

*“Divertiamoci con un rapido quiz! Farò alcune domande sulla digitalizzazione nelle imprese e voi dovrete alzare la mano per rispondere. Questo ci aiuterà a rafforzare la nostra comprensione dell'argomento.”*

1. Che cosa significa trasformazione digitale nel contesto aziendale?
2. Fatemi un esempio di come la digitalizzazione ha cambiato il nostro modo di comunicare.
3. Potete fornire un esempio di azienda che ha adottato la digitalizzazione per migliorare l'esperienza dei clienti?
4. In che modo la tecnologia ha permesso alle aziende di snellire le operazioni e aumentare l'efficienza?
5. Quali sono i potenziali vantaggi della digitalizzazione per le aziende?
6. Vero o falso: La trasformazione digitale è un evento unico e non richiede un adattamento continuo.
7. In che modo le tecnologie digitali possono aiutare le aziende a ricavare informazioni preziose dai dati?
8. Indicate una sfida o un ostacolo che le aziende possono incontrare durante il processo di trasformazione digitale.
9. In che modo la digitalizzazione può aprire alle imprese nuove opportunità per raggiungere i mercati globali?
10. Quali sono i passi che le aziende possono compiere per prepararsi e implementare con successo la trasformazione digitale?”

Sentitevi liberi di modificare o aggiungere altre domande in base al livello di conoscenza e comprensione che volete valutare. Buon divertimento con il quiz!

### Esempio 2: Gioco: Prova di forza tra pro e contro - Versione veloce

#### Istruzioni:

1. Dividete i partecipanti in due squadre: Squadra dei "Pro" e Squadra dei "Contro".



2. Preparate un grande grafico o una lavagna con due colonne etichettate "Pro" e "Contro".
3. Spiegate che il gioco prevede una rapida serie di affermazioni sui pro e i contro riguardo la digitalizzazione nelle aziende.
4. A turno, un membro di ogni squadra si farà avanti per esporre un aspetto pro o contro la digitalizzazione.
5. I team avranno a disposizione un tempo limitato (ad esempio, 10 secondi) per proporre il loro punto di vista ed esporlo in maniera chiara e concisa.
6. Quando un aspetto viene esposto, una persona designata (il supervisore o un altro partecipante) lo annoterà rapidamente nella rispettiva colonna del grafico o della lavagna.
7. Una volta che un aspetto è stato esposto, il turno passa alla persona successiva della squadra opposta e il gioco continua in modo rapido.
8. Il gioco procede fino al raggiungimento di un numero predeterminato di posizioni o di un limite di tempo stabilito.
9. Dopo il gioco, incoraggiate una discussione per approfondire i diversi aspetti emersi e avviare un dibattito amichevole.

**Esempio:**

**Round 1:**

- Membro del team "Pro": "Maggiore efficienza operativa".
- Membro del team "Contro": "Potenziale perdita di posti di lavoro".

**Round 2:**

- Membro del team "Pro": "Accesso ai mercati globali".
- Membro del team "Contro": "Rischi di sicurezza informatica".

**Round 3:**

- Membro del team "Pro": "Miglioramento del coinvolgimento dei clienti".
- Membro del team "Contro": "Alti costi iniziali di implementazione".

Continuate con i round, incoraggiando i partecipanti a cercare il maggior numero possibile di aspetti entro il periodo di tempo stabilito. Una volta terminato il gioco, è opportuno avviare una discussione in cui i partecipanti possano approfondire i vari punti emersi, esprimere le loro opinioni e valutare l'impatto complessivo della digitalizzazione sulle aziende.

Questo gioco aggiunge alla discussione sui pro e i contro elementi come la velocità, la competizione e l'energia, rendendola più dinamica e coinvolgente per i partecipanti.



---

## 8. PRESENTAZIONE (35 MIN.)

- **Presentazione in Power Point della lezione + esempi pratici.**
- L'insegnante spiegherà agli studenti il contenuto della PPT e delle dispense fornite.
  - A. Spiegazione dei risultati di apprendimento della lezione.
  - B. L'insegnante introduce i concetti trattati nella lezione 15:
    - Che cos'è la digitalizzazione?
    - Vantaggi della digitalizzazione.
    - Quali sono i principali strumenti digitali?
    - Come affrontare la progettazione di una strategia digitale?
  - C. L'insegnante fornisce alcuni esempi pratici:
    - 5 slide di idee imprenditoriali di successo (locali!).

---

## 9. SCENARIO DI RAMIFICAZIONE (BRANCHING)

**Scenario:** Siete proprietari di una piccola impresa e avete appena sentito parlare dei potenziali vantaggi della digitalizzazione. State pensando di integrare le tecnologie digitali nelle vostre attività aziendali per rimanere competitivi e raggiungere un pubblico più ampio. Esploriamo i diversi percorsi che potete intraprendere in base alle decisioni che prendete.

### **Scenario 1: Adottare la Trasformazione Digitale**

Decidete di abbracciare completamente la trasformazione digitale e di investire nell'implementazione delle tecnologie digitali nella vostra azienda.

#### **Risultato 1: Operazioni semplificate e migliori esperienze per i clienti**

Integrando gli strumenti digitali e automatizzando i processi, semplificate le operazioni, riducete le attività manuali e migliorate l'efficienza. I clienti apprezzano l'esperienza completa, dall'ordine online ai consigli personalizzati, e la vostra azienda acquisisce un vantaggio competitivo.

#### **Risultato 2: Ampliamento della Presenza Online e della Portata Globale**

Con una solida strategia digitale, potete stabilire una forte presenza online attraverso un sito web facile da usare, una presenza attiva sui social media e campagne di marketing digitale mirate. L'azienda attira clienti da diverse regioni e si espande con successo sui mercati globali.

### **Scenario 2: Adozione Digitale Parziale**

Optate per un approccio più cauto e decidete di adottare parzialmente le tecnologie digitali.

#### **Risultato 1: Miglioramento dell'Efficienza in Aree Specifiche**



Implementando in maniera selettiva gli strumenti digitali in aree specifiche, come la gestione dell'inventario o la gestione delle relazioni con i clienti, ottenete una maggiore efficienza e una migliore organizzazione all'interno di quei reparti. Tuttavia, rischiate di perdere i vantaggi complessivi di una trasformazione digitale completa.

**Risultato 2: Portata limitata sul mercato**

Pur mantenendo una presenza online di base, non riuscite a sfruttare appieno il potenziale dei canali digitali. Di conseguenza, la vostra azienda fatica a raggiungere un pubblico più ampio, soprattutto in un panorama digitale sempre più competitivo.

**Scenario 3: Resistenza al cambiamento**

Decidete di rifiutare la digitalizzazione e di rimanere fedeli alle pratiche aziendali tradizionali.

**Risultato 1: Diminuzione della competitività**

Man mano che i vostri competitor abbracciano le tecnologie digitali guadagnano un vantaggio competitivo in termini di efficienza, esperienza dei clienti e copertura del mercato. La vostra azienda fatica a tenere il passo e rischia di rimanere indietro.

**Risultato 2: Adattabilità limitata**

Con i progressi tecnologici che stanno rapidamente rimodellando i settori, la resistenza al cambiamento limita la capacità di adattarsi all'evoluzione delle richieste dei clienti e delle tendenze del mercato. La vostra azienda diventa stagnante e rischia di essere messa a dura prova nel lungo periodo.

---

## 10. VALUTAZIONE

Volete lanciare un nuovo prodotto nella vostra attività di gioielleria artigianale: orecchini e collane realizzati con materiali di scarto. Avete già condotto una ricerca di mercato; ora è il momento di pianificare la strategia di marketing:

1. Il vostro mercato di riferimento e gli obiettivi che volete raggiungere con il marketing.
2. Analizzate le esigenze dei vostri clienti.
3. Determinate i canali di comunicazione che volete utilizzare per raggiungere i vostri clienti e spiegate la vostra scelta.

---

## 11. RACCOLTA DI CASI STUDIO "I PIÙ GRANDI SUCCESSI" (R3)

---

## 12. FONTI PER GLI INSEGNANTI - IN PARTE O TUTTE DALLA "BIBLIOGRAFIA" NEI MODULI (R1)

[1] Juliana Marulanda, 2021; "What is business digitalization? 3 tips to start your digital transformation"; <https://www.pagero.com/blog/what-is-business-digitalization/>



- [2] Bharadwaj, A., Sawy, O. A., Pavlou, P. A. and Venkatraman, N. (2013): “Digital Business Strategy: Toward A Next Generation of Insights”; MIS Quarterly, 471-482
- [3] Haissam Abdul Malak, (2022); “10 Untold Advantages of Digitalization That You Should Know!”; <https://theecmconsultant.com/advantages-of-digitalization/>
- [4] Aanchal Parmar (2022), “Top 24 Digitalization Tools to Fuel Your Digital Transformation Strategy”; <https://scribehow.com/library/digitalization-tools>
- [5] Indeed Editorial Team (2021, 2022); “What Is a Digital Strategy? Definition, Benefits and Tips”; <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/digital-strategy>