

FUTURE CUP 2009 - 2010

REGOLAMENTO GENERALE DEL CONCORSO TRA LE SCUOLE SUPERIORI

promosso dall'Ufficio Scolastico Regionale per il Piemonte, organizzato dalla
Scuola di Amministrazione Aziendale di Torino (S.A.A.) e dall'Associazione

D.Schola con la collaborazione di:

**API, ASCOM, CCIAA, EXTRACAMPUS, REPUBBLICA,
SEAT PAGINE GIALLE, UNIONE INDUSTRIALE**

Versione aggiornata al 15/11/2009

INDICE

1. Natura, finalità generali e sviluppo del progetto
2. Obiettivi 2009 - 2010
3. Denominazione e comunicazione
4. Modalità di svolgimento e di partecipazione
5. Composizione delle squadre
6. Dove e quando (tempistica)
7. Metodologia di valutazione
8. Premiazione
9. Procedure per l'iscrizione al concorso
10. Documentazione utile

1. NATURA, FINALITA' GENERALI E SVILUPPO DEL PROGETTO

Il concorso tra le scuole superiori (FUTURE CUP) è un'iniziativa di orientamento promossa dall'Ufficio Scolastico Regionale per il Piemonte ed organizzata dalla Scuola di Amministrazione Aziendale di Torino (S.A.A.): il progetto preliminare del concorso è stato formalmente comunicato ai Dirigenti in data 4/3/2008 (circolare n. 65, prot.n. 2907/P/c27c) e successivamente affinato e sviluppato con la collaborazione delle scuole interessate e dall'Associazione D.Schola.

Rispetto alla ipotesi iniziale il regolamento è stato notevolmente semplificato e snellito.

Le sue finalità sono:

- a) Stimolare e promuovere un modello di orientamento moderno, basato sulle metodologie attive, dedicato alle scuole superiori
- b) In particolare, sperimentare ed affinare, gradualmente nel tempo, un nuovo modello di comunicazione e coinvolgimento verso i giovani: serio ma non serio (che li coinvolga direttamente nel "fare", nell'affrontare e risolvere problemi), con un approccio empirico, sperimentale ("gli esseri umani apprendono veramente solo ciò che sperimentano": G.Galilei)
- c) Far vivere la cultura del risultato attraverso forme e modalità ludiche e competitive, con una competizione organizzata e disciplinata
- d) Entrare in contatto seppure per breve tempo con la realtà aziendale, penetrando nel vivo del significato di ruoli, obiettivi, processi di lavoro

2. OBIETTIVI 2009 - 2010 (seconda edizione)

Affinare i contenuti e la metodologia sperimentati con successo nella prima edizione, sviluppando le potenziali sinergie tra le scuole ed i partners pubblici e privati interessati allo sviluppo del progetto.

3. DENOMINAZIONE E COMUNICAZIONE

Il concorso si chiama "Future CUP" e unisce i concept fondamentali del progetto: "giocare" per scoprire le vocazioni e far emergere gli interessi degli studenti delle Superiori che si stanno affacciando a futuri piani di studio, entrando in contatto con la realtà del mondo del lavoro che li attende al termine del ciclo di studi scelto.

Il concorso viene seguito e comunicato con la collaborazione di importanti media partners, come Repubblica ed Extracampus (la televisione dell'Università di Torino), inquadrando l'iniziativa come uno dei progetti pilota della Rete di orientamento dell'Ufficio Scolastico Regionale, con adeguata visibilità per le Scuole, i partner istituzionali e tecnici e le aziende coinvolte.

4. MODALITA' DI SVOLGIMENTO E DI PARTECIPAZIONE

- le squadre delle diverse scuole dovranno svolgere una prova pratica finalizzata al raggiungimento di un obiettivo preciso cercando di organizzare il proprio lavoro in modo efficace ed efficiente; la prova, a cura di SEAT Pagine Gialle, consiste nel realizzare un piano di comunicazione adatto ad uno specifico operatore economico (ad esempio, per lanciare un nuovo prodotto/ servizio oppure per incrementarne la reperibilità, oppure la notorietà dell'offerta, oppure la riconoscibilità sul territorio)
- a ogni squadra è richiesto inoltre di preparare una relazione finale di tipo metodologico sull'esperienza vissuta in cui dovranno descrivere e valutare:
 - ✓ l'esperienza nel suo complesso
 - ✓ le modalità di lavoro, le difficoltà ed i problemi incontrati, ecc.
 - ✓ l'utilità complessiva dell'esperienza vissuta
 - ✓ le indicazioni emerse per l'orientamento dei singoli membri
- Trattandosi di un progetto ancora in fase sperimentale, la partecipazione sarà ristretta ad un numero limitato di scuole

- L'API, l'ASCOM, la CCIAA e l'Unione Industriale individueranno pari numero di aziende coinvolte nel progetto che saranno abbinate alle scuole partecipanti
- La prova si articolerà in una serie di fasi che prevedono di:
 - Individuare le caratteristiche dell'offerta, del mercato di riferimento e del modello di business dell'operatore economico "committente"
 - Selezionare le principali esigenze di comunicazione legate al business"e il livello di budget ipotizzabile da dedicare alla campagna in oggetto
 - Impostare un piano di comunicazione coerente con obiettivi, target, messaggio, media e budget assegnato
 - Preparare un presentazione del lavoro e valutarla con l'operatore economico "committente"
 - Presentare e discutere in plenaria il lavoro svolto, che sarà oggetto di un'analitica valutazione da parte della giuria

5. COMPOSIZIONE DELLE SQUADRE

- Le squadre saranno composte da cinque partecipanti (delle classi quarte e quinte) che potranno essere sostituiti / integrati durante il concorso da altri studenti (come la panchina nelle formazioni sportive) e dovranno designare al loro interno un capitano / coordinatore
- Ogni squadra potrà utilizzare uno o più docenti che fungeranno da referenti delle squadre
- La SAA coinvolgerà alcuni propri studenti con funzione di esperti ("consultants") assegnati alle singole squadre

6. DOVE E QUANDO (tempistica)

Le diverse fasi della prova avranno luogo presso le singole scuole nella prima parte dell'anno scolastico.

E' prevista una visita delle squadre all'azienda abbinata per l'intervista iniziale.

La prova di comunicazione pubblica e di valutazione finale avrà luogo presso la Scuola di Amministrazione Aziendale (S.A.A.), Via Ventimiglia 115, Torino.

7. METODOLOGIA DI VALUTAZIONE

- Saranno valutati sia i risultati ottenuti che la metodologia di lavoro utilizzata
- I parametri di valutazione previsti sono:
 - Contenuto del Piano di comunicazione elaborato
 - Presentazione pubblica finale (chiarezza ed efficacia)
 - Relazione finale del team
 - Livello di soddisfazione del "Cliente"

8. PREMIAZIONE

La premiazione delle squadre vincitrici avverrà con un'apposita manifestazione per garantire adeguata visibilità all'evento e per comunicare chiaramente le finalità culturali del progetto (viene premiato non tanto il singolo risultato ma il lavoro complessivo di squadra, la metodologia di lavoro, ecc.); verrà quindi dato spazio alle squadre anche per raccontare come hanno lavorato, come hanno superato le varie difficoltà, ecc.

Sono previsti premi ed attestati di partecipazione e di merito in sintonia con queste finalità.

9. PROCEDURE PER L'ISCRIZIONE AL CONCORSO

Per l'iscrizione alla competizione è richiesta la compilazione dell'allegata scheda.

10. DOCUMENTAZIONE UTILE

Sul sito di USR sarà disponibile la documentazione relativa agli aspetti

o
r
g
a
n
i
z
z
a
t
i
v