

# Un'innovazione didattica nel nuovo ordinamento **"Web Community"** di un Istituto di Istruzione Superiore



di Serena Selvaggia Pezone e Domenico Consoli - Docenti

---

**L**a legge n. 107 del 13 luglio 2015 la cosiddetta "Buona Scuola" ha previsto un'apposita delega legislativa sulla revisione dei percorsi dell'Istruzione Professionale e sul raccordo di questi ultimi con i percorsi della IeFP (Istruzione e Formazione Professionale). In attuazione della delega, il Governo ha proceduto all'approvazione del decreto legislativo n. 61 del 13 aprile 2017. In base all'art. 1 di questo decreto gli Istituti Professionali vengono concepiti come "scuole territoriali dell'innovazione, aperte e come laboratori di ricerca, sperimentazione ed innovazione didattica". Un modello didattico improntato sul principio della personalizzazione educativa per garantire che le competenze acquisite in questi percorsi consentano una facile transizione nel mondo del lavoro e delle professioni. Le scuole possono declinare gli indirizzi di studio in percorsi formativi richiesti dal territorio coerenti con le priorità indicate dalle regioni nella propria programmazione e nei limiti degli spazi di flessibilità.

A livello centrale vengono definiti i profili di uscita essenziali e viene lasciato alle singole istituzioni scolastiche la possibilità di "estrarre" da tali profili i percorsi di istruzione professionale richiesti dal territorio.

Da qualche anno il MIUR ha attivato un nuovo indirizzo di studio dei Servizi Commerciali dell'Istruzione Professionale denominato "Web Community". L'obiettivo principale è quello di fare acquisire agli studenti competenze essenziali nella gestione dell'azienda e in particolare della web community.

Nel nostro Istituto IIS, il Collegio dei Docenti, alla fine dell'anno scolastico precedente, ha approvato all'unanimità l'attivazione per l'a.s. 2018/19 di questo nuovo indirizzo di studio "tecnologico" per adeguarsi e rispondere alla continua richiesta nel mercato del lavoro di risorse umane che abbiano competenze sulle piattaforme web e sulla web community.

Oggi nella società digitale siamo circondati da dispositivi elettronici che pervadono la nostra vita. Dalla mattina alla sera non facciamo altro che utilizzare smartphone, PC, smart card, software e app. L'informatica pervasiva si trova ovunque: a casa, in ufficio e nelle fabbriche. Le persone, giovani e adulti, comunicano continuamente tra di loro, tramite canali virtuali e social media: Facebook, Instagramm, Twitter. Le tecnologie web e i social sono sfruttati anche dalle aziende per instaurare un canale interattivo con i clienti e per ascoltare le loro opinioni/suggerimenti per aggiornare e migliorare i propri prodotti/servizi.

Nell'ambito del nuovo ordinamento Web Community, a livello ministeriale, sono stati delineati 7 competenze in uscita (*ciu*): sapere implementare, adattare e personalizzare, in base ai processi amministrativi, logistici o commerciali, i sistemi informativi aziendali riconoscendone i diversi modelli organizzativi e le modalità di trasmissione dei flussi aziendali (*ciu* n.1 e n.2); collaborare alle attività di pianificazione, programmazione, rendicontazione e comunicazione dei risultati della gestione e alle attività di fidelizzazione della clientela e della gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti (*ciu* n. 3 e n. 4); collaborare alla realizzazione di azioni di marketing strategico ed operativo, alla valutazione di campagne informative, pubblicitarie e promozionali del brand aziendale, avvalendosi di specifiche piattaforme tecnologiche e di canali social adeguate alla mission aziendale (*ciu* n. 5); collaborare nella ricerca di soluzioni finanziarie e assicurative adeguate ed economicamente vantaggiose tenendo conto delle dinamiche dei mercati nazionali e internazionali (*ciu* n. 7); operare all'interno di un contesto aziendale sicuro e che rispetta le norme di igiene e di salvaguardia ambientale, prevenendo eventuali situazioni di rischio (*ciu* n. 6).

Il nuovo profilo della "Web Community" aggiunge alla preparazione del Tecnico dei Servizi Commerciali la gestione della comunicazione aziendale sui social network, la creazione e la gestione della presenza in rete del marchio aziendale, la gestione delle comunicazioni interattive sui canali social con tutti gli *stakeholder* aziendali (clienti, partner, finanziatori, fornitori,...) e la realizzazione di campagne di web marketing interattive.

Il Community Manager (CM), responsabile della gestione della Web Community, deve saper implementare, modificare e aggiornare moduli del sistema informativo aziendale, partecipare alla realizzazione dei processi amministrativo-contabili e commerciali e interagire con soggetti e istituzioni per il posizionamento dell'azienda in contesti globali.

Il CM assumerà una importanza strategica nelle aziende/enti per la sua capacità di gestire comunità virtuali che ruo-

tano attorno al sito web aziendale e soprattutto deve sapere utilizzare strumenti di comunicazione online interattivi. Deve progettare la struttura della comunità, gli eventi, i widget e le piattaforme digitali (FB, Instagram, Pinterest,...) e deve definire le modalità di aggregazione delle informazioni che vengono scambiate e condivise sul web, le categorie di discussione e la creazione di una comunità di dialogo accogliente.

Per eseguire queste attività il CM deve possedere delle competenze trasversali multi-disciplinari: informatiche (sviluppo e applicazioni degli strumenti del web 2.0), economico-gestionali (gestire la community e conoscere i servizi/prodotti aziendali), finanziarie (ricerca di finanziamenti), marketing (promozione della web community), padronanza della lingua italiana e delle lingue straniere (visto che i probabili clienti, oramai, provengono da qualsiasi località internazionale), comunicative e sociali (gestire le relazioni e i conflitti tra i vari partecipanti), statistiche (per analizzare e creare report sui feedback dei clienti) e *problem solving* (risolvere situazioni e problemi nuovi e inattesi).

L'innovazione sotto il profilo didattico di questo nuovo ordinamento, all'interno del nostro Istituto, sarà frutto di una continua ricerca e sperimentazione.

Il progetto proporrà l'elaborazione e l'applicazione di una metodologia didattica finalizzata a valorizzare le risorse di ciascun studente e lo sviluppo delle sue potenzialità. In particolare si focalizzerà sull'individualizzazione e la personalizzazione dei processi di insegnamento/apprendimento con procedure e metodologie didattiche attive, partecipative e costruttive.

Una didattica che mira allo sviluppo delle competenze dello studente non può prescindere da un approccio di tipo laboratoriale, una metodologia che riconosce e valorizza il ruolo attivo dell'alunno in processi di *problem solving* e di attivazione di un pensiero critico e riflessivo.

Nella didattica laboratoriale si mettono in atto diverse metodologie: *cooperative learning*, lavoro di gruppo e discussione e aiuto reciproco. In questo modo si stimolano le abilità collaborative, la motivazione, il confronto, l'aiuto reciproco e il rispetto dell'altro.

Nel laboratorio gli studenti riflettono e condividono informazioni/idee per la soluzione di un problema reale e la realizzazione di un progetto affrontata da diversi punti di vista (varie discipline). La competenza da acquisire diventa il risultato di una elaborazione pratica, di una riflessione e di una interiorizzazione del processo di apprendimento che si sperimenta nel laboratorio e che si concretizza in un prodotto fisico e/o concettuale.

Il laboratorio trasforma le conoscenze e abilità apprese a scuola e li rende utilizzabili in contesti diversi. Nel laboratorio lo studente ascolta e si fa ascoltare, riflette, interiorizza e esternalizza, scambia e condivide idee e acquisisce una maggiore conoscenza di sé.

La didattica laboratoriale ha un grande vantaggio e cioè quello di poterla inserire in tutti gli ambiti, poiché nel laboratorio i saperi disciplinari diventano strumenti per verificare le conoscenze e le abilità che ogni studente acquisisce per effetto dell'esperienza di apprendimento.

Come prima fase operativa del nostro progetto al primo anno del nuovo indirizzo Web Community stiamo sperimentando la didattica laboratoriale sulla logica e il pensiero computazionale per la risoluzione di problemi reali. Attraverso la programmazione gli studenti sviluppano un modo di pensare per obiettivi e potenziano le loro abilità di *problem solving* e di *coding*. Imparare ad utilizzare il *coding* nella didattica stimola il loro interesse, li motiva e li supporta nei processi di apprendimento e sviluppa la loro creatività.

Gli studenti sono stimolati a definire e a rappresentare degli algoritmi di varia natura che risolvono problemi di tipo logico-matematici ma anche problemi reali della vita di tutti i giorni. Gli alunni sono suddivisi in piccoli gruppi. Ogni gruppo trova la soluzione a specifici problemi e queste soluzioni vengono condivise dai vari gruppi per cercare di ottimizzarle.

Gli strumenti software che gli studenti utilizzano nel laboratorio sono il software Excel, il programma Algobuild e il linguaggio di programmazione Scratch. Gli algoritmi di tipo matematico vengono rappresentati ed eseguiti tramite Excel e Algobuild mentre gli algoritmi che si rifanno a vari aspetti di vita reale si rappresentano ed eseguono con il linguaggio Scratch. In questo modo lo studente impara giocando a creare dei modelli logico-matematici di problemi reali e impara a risolverli scambiando informazioni tra i vari gruppi che partecipano al laboratorio.

In problemi di "interazione" con l'ambiente esterno gli studenti troveranno delle soluzioni tramite l'utilizzo di piccoli e semplici bracci robotici. Gli attuatori dei robot daranno "movimento" agli algoritmi rappresentati in scenari tramite il linguaggio Scratch.

Per il momento queste prime sperimentazioni riguardano solo l'area tecnico-informatica ma successivamente alla fine di quest'anno e all'inizio del secondo saranno estese a tutte le altre discipline. Come è stato detto prima, il *Community Manager* deve avere delle competenze multi-disciplinari a largo raggio. I laboratori proporranno, *step by step*, delle problematiche, da risolvere, relative a singoli aspetti: la comunicazione dei prodotti/servizi aziendali in modalità online e offline, la gestione dell'azienda e della web community, i rapporti interpersonali, le strategie di marketing e lo storytelling per promuovere il marchio aziendale. Un esperto *Community Manager* deve saper trovare una soluzione a tutte queste problematiche.

L'attività di valutazione finale di questa prima parte del progetto sarà mirata a documentare e verificare l'attuazione e l'esito del percorso, verificare l'efficacia del lavoro programmato e svolto e individuare i punti di forza e le criticità.

Il progetto didattico è ancora in progress ma l'attivazione di questo nuovo indirizzo di studio ha già avuto un notevole successo visto che sono aumentate le pre-iscrizioni del prossimo anno scolastico per l'indirizzo professionale. X